

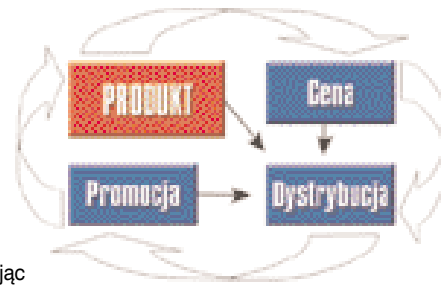
# Stabilne 1,5 mld zł

**SOKI, NEKTARY, SYROPY** W ostatnim roku rynek ten wygenerował sprzedaż wartościową na poziomie ponad 1,5 mld zł i w porównaniu z rokiem ubiegłym (grudzień 2004-listopad 2005 do grudzień 2003-listopad 2004) sprzedaż ta jest stabilna. Stabilny poziom rynku obserwujemy także w ujęciu ilościowym, zarówno pod względem ilości sprzedanych litrów, jak i opakowań.

Biorąc pod uwagę typ opakowania, w segmencie soków najważniejsze są opakowania kartonowe, które stanowią 91,5 proc. obrotu ilościowego w całym segmencie. Również w segmencie nektarów produkty w kartonach odpowiedzialne są za największy obrót – 58,3 proc. ilościowo w okresie grudzień 2004-listopad 2005, tutaj istotna jest także sprzedaż butelek szklanych stanowiących ponad 41 proc. udziału. Tak wysoki udział opakowań szklanych wynika z faktu, iż do segmentu nektarów sklasyfikowane są m.in. produkty na bazie marchewki. Handel nowoczesny jest odpowiedzialny za 45,3 proc. obrotu wartościowego rynkiem soków i nektarów, i jego waga rośnie z roku na rok, głównie za sprawą supermarketów poniżej 2500 m<sup>2</sup>. Na rzecz sklepów wielkopowierzchniowych tracą znaczenie tradycyjne sklepy spożywcze. Wśród nich najważniejsze są małe sklepy spożywcze odpowiedzialne za ponad 21 proc. sprzedaży wartościowej.

Wartość sprzedaży rynku syropów z roku na rok wykazała wzrost o 5,6 proc. – okres grudzień 2004-listopad 2005 do grudzień 2003-listopad 2004 i w ostatnim roku wynosiła ponad 166 mln zł. W ujęciu ilościowym rynek jest jednak stabilny, co świadczy o wzroście cen produktów oraz rosnącej popularności większych opakowań, których cena jest relatywnie wyższa. Najpopularniejszym smakiem syropów jest tradycyjny malinowy, który stanowi 42,2 proc. udziału ilościowego w całym rynku, a jego znaczenie w stosunku do poprzedniego roku wzrosło o 3,4 punktu procentowego – porównanie okresu grudzień 2004-listopad 2005 do grudzień 2003-listopad 2004. Spośród pozostałych smaków istotne są także syropy wiśniowe – 12,1 proc. udziału ilościowego oraz pomarańczowe – 8,1 proc. udziału ilościowego. Biorąc pod uwagę pojemność opakowań, zdecydowana większość syropów sprzedawana jest w opako-

waniach do 500 ml włącznie – segment ten odpowiedzialny jest za ponad 95 proc. obrotu wartościowego całą kategorią. Wysoki wzrost wartości sprzedaży – 22 proc. porównując okres grudzień 2004-listopad 2005 do grudzień 2003-listopad 2004 – zanotowały syropy w opakowaniach powyżej 600 ml, jednak ich znaczenie w rynku jest wciąż stosunkowo niskie i w ostatnim roku wynosiło 2,6 proc. udziału wartościowego. Najważniejszym kanałem dla sprzedaży syropów są supermarkety poniżej 2500 m<sup>2</sup>, które w okresie grudzień 2004-listopad 2005 odpowiadały za 32,7 proc. sprzedaży wartościowej kategorią,



Być lepszym z „DU”

a ich znaczenie w stosunku do poprzedniego roku wzrosło o 3,7 punktu procentowego. Rośnie także znaczenie hipermarketów, dzięki czemu handel nowoczesny w sumie odpowiadał za ponad połowę obrotu kategorią w ostatnim roku.

**Maria Pyczak-Brułińska, CSS Analyst**



## WARTOŚĆ I WIELKOŚĆ RYNKU NEKTARÓW

Segmenty	Wartość sprzedaży (w 10 000 zł)	Udział (w proc.)	Wielkość sprzedaży (w tys. litrów)	Udział (w proc.)
Karton	42 889,5	44,6	180 604,4	58,3
Butelka szklana	52 997,2	55,2	129 077,4	41,6
Inne	174,6	0,2	238,1	0,1
<b>Suma</b>	<b>96 062,1</b>	<b>100,0</b>	<b>309 922,1</b>	<b>100,0</b>
Marchewka mix	41 941,9	43,7	113 089,6	36,5
Pomarańcza	9194,2	9,6	50 198,4	16,2
Grapefruit	6159,4	6,4	24 609,6	7,9
Marchewka	4540,8	4,7	9716,5	3,1
Multiwitamina	4423,2	4,6	16 098,5	5,2
Multiowocowy	2447,7	2,5	9455,8	3,1
Banan	789,6	0,8	2528,8	0,8
Brzoskwinia	215,5	0,2	533,6	0,2
Inne smaki	26 349,8	27,4	83 691,3	27,0