



Dynamicznie, ale wolniej

SOSY MOKRE (NA CIEPŁO) to kategoria dynamicznie rozwijająca się w ostatnich latach, choć porównując rok 2005 do 2004 tempo wzrostu jest niższe – wzrost o 12,6 proc. pod względem wolumenu sprzedaży – niż można to było zaobserwować rok wcześniej – wzrost o 26 procent.

Wzrosty sprzedaży sterowane były przez segment opakowań powyżej 400 g, który w 2005 r. stał się najważniejszy pod względem generowanego wolumenu – ponad 53 proc. i wartości sprzedaży kategorii – 50,5 procent. Sosy w opakowaniach od 200 g do 400 g są relatywnie droższe, mimo to odpowiadają za niewie-

le mniejszą część sprzedaży – w 2005 r. było to niemal 47 proc. wolumenu. Pomiedzy tymi segmentami widoczna jest natomiast różnica pod względem lokalizacji sprzedaży: 70 proc. wolumenu sprzedaży opakowań powyżej 400 g przechodzi przez placówki nowoczesne, zaś dla opakowań 200-400 g udział hipermarketów

i supermarketów w sprzedaży to jedynie 55 procent. Marginalną część rynku stanowią sosy poniżej 200 g. Są to z reguły produkty ekskluzywne, oferowane głównie w sklepach wielkopowierzchniowych. Rynek sosów na ciepło jest bardzo silnie skoncentrowany – cztery główne marki odpowiadały w 2005 r. za ponad 83 proc. sprzedaży. Konsumenty wybierają produkty markowe, nie zawsze kierując się ceną, czego dowodem jest znikoma rola marek własnych w tej kategorii. Rynek jest też podatny na nowości – wejście nowego gracza lub rozszerzenie oferty o innowacyjne produkty pozwala zyskać nowych konsumentów i tym samym sterować rozwojem ka-

tegorii. Sukcesem okazało się wprowadzenie sosów śmietanowych. Chętnie kupowane są także sosy do spaghetti, szczególnie w 400-gramowych i większych opakowaniach. Wydaje się jednak, że rynek stopniowo się nasycy. Wybór coraz częściej do-

konuje się pomiędzy poszczególnymi wariantami oferowanymi przez producentów o silnej pozycji rynkowej, a nowe produkty nie przynoszą już tak spektakularnych wzrostów sprzedaży, jak to miało miejsce w latach ubiegłych.

Anna Aleksandrowicz,
Account Manager



WARTOŚĆ I WIELKOŚĆ RYNKU SOSÓW MOKRYCH

Segmenty	Wartość sprzedaży (w 10 000 zł)	Udział (w proc.)	Wielkość sprzedaży (w tys. kg)	Udział (w proc.)
Do 200 g	101,5	0,9	16,8	0,1
201-400 g	5292,1	48,5	5226,6	46,6
Powyżej 400 g	5509,7	50,5	5976,3	53,3
Suma	10 903,2	100	11 219,7	100

Źródło: ACNielsen, dane za okres XII 2004-XI 2005