



266 000 ton tłuszczów sprzedane

MARGARYNY, MASŁA, MIKSY Rynek tzw. tłuszczów żółtych składa się z masel, margaryn oraz miksów, czyli mieszanki różnych rodzajów tłuszczów. Roczny wolumen sprzedaży tej kategorii wynosi ponad 266 000 ton, a jej wartość około 2 066 mln zł (w okresie grudzień 2004-listopad 2005).

Oznacza to stabilną sytuację w porównaniu z ubiegłym rokiem – wzrost o 0,2 proc. w ujęciu ilościowym i 1,1 proc. w ujęciu wartościowym w porównaniu z okresem grudzień 2003-listopad 2004. Na stabilną sprzedaż złożyły się: dynamiczny wzrost sprzedaży miksów za sprawą licznych nowości – wzrost o 17,0 proc. w ujęciu ilościowym i o 6,5 proc. wartościowo oraz spadek ilości sprzedanych masel o 5,0 procent.

Sprzedaż margaryn jest stabilna – spadek o 1,4 proc. w ujęciu ilościowym i wzrost o 1,1 proc. wartościowo. Największym segmentem tłuszczów żółtych co do ilości sprzedaży są margaryny – 57 proc. sprzedaży w okresie grudzień 2004-listopad 2005. Udział masel wyniósł w tym samym okresie 27 proc. i spadł o ponad 1 punkt procentowy w porównaniu z okresem grudzień 2003-listopad 2004 na rzecz miksów,

które obecnie odpowiadają za 16 proc. wolumenu sprzedaży kategorii. Udział wartościowy masel jest wyższy niż mierzony ilością sprzedaży i wynosi 48 proc. dzięki wyższej cenie za kilogram. Margaryny generują w ostatnim roku 37 proc. obrotów żółtymi tłuszczami, a mikszy 15 procent.

Wzrostem wartości sprzedaży żółtych tłuszczów steruje handel nowoczesny, a najbardziej dynamiczny wzrost miał miejsce w supermarketach. Są one najważniejszym kanałem dystrybucji dla kategorii – w okresie grudzień 2004-listopad 2005 odpowiadały za 31 proc. wartości sprzedaży. Ich udział w porównaniu z rokiem ubiegłym wzrósł o 3 punkty procentowe głównie kosztem małych sklepów spożywczych, które zanotowały spadek udziałów o 2

punkty procentowe. Małe sklepy spożywcze, o powierzchni sprzedaży poniżej 40 m² oraz średnie sklepy spożywcze – o powierzchni sprzedaży poniżej 40 m² do 100 m² generują odpowiednio 21 proc. i 20 proc. wartości sprzedaży tłuszczów żółtych. W okresie grudzień 2004-listopad 2005 vs grudzień 2003-listopad 2004 znaczenie handlu trady-

cyjnego spadło z 56 proc. do 53 proc., pozostaje on jednak wciąż najważniejszym kanałem dystrybucji dla całej kategorii.

Katarzyna Mazur,
Client Sales & Service Analyst



WARTOŚĆ I WIELKOŚĆ RYNKU ŻÓŁTYCH TŁUSZCZÓW

Segmenty	Wartość sprzedaży (w 10 000 zł)	Udział (w proc.)	Wielkość sprzedaży (w tys. kg)	Udział (w proc.)
Masła	99 108,9	48,0	71 311,7	26,8
Margaryny	76 261,9	36,9	151 649,3	56,9
Miksy	31 272,9	15,1	43 544,9	16,3
Suma	206 643,6	100	266 505,8	100

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