



także wzrost cen smarowideł do pieczywa, które stanowią substytut dla serków do smarowania pieczywa.

Sprzymierzeńcem kategorii jest postrzeganie serków twarozkowych jako dość ekskluzywny kategorii w obecnej dobie szybkiego rozwoju gospodarczego. Klienci chętniej niż kiedykolwiek sięgają po produkty premium, a większość twarozków należy właśnie do tej grupy. Wyrazem ekskluzywności są wysokiej jakości kubeczki o innowacyjnych formach,

REKLAMA

OSM
SKIERNIEWICE

Producent sera Mozzarella do

Mozzarella
kule w zalewie

Mozzarella
w zalewie

Mozzarella
250 g

☺ sałatek
☺ zapiekanek
☺ pizzy

☺ *Namiary*
96-100 Skierniewice
ul. Sobieskiego 83
tel. 046 834 34 00
tel./fax 046 833 44 25
www.osmskierniewice.pl
e-mail: handel@skierniewice.pl

które wyraźnie odcinają się na półce wobec innych serów miękkich, duże znaczenie mają puszystość produktu, wysublimowany, delikatny smak.

Prym w omawianej kategorii wiodą takie firmy jak **Hochland Polska** (marka Almette – blisko 30% rynku), **Piątnica** (OSM), **Bongrain Polska** (marki Tartare Delikatny, Tartare Figura, Tartare Kraina Smaków, Turek Kremowy Smak Turek Świeży Serek) oraz **Biomlek** (SM). Wśród firm aspirujących

do bycia w czołówce są także: **Lactalis Polska**, **Mlekovita** (GK) (marka Mlekovitka) i **Ostrowia** (MSM).

Serki ziarniste

Segment serków ziarnistych cechuje się rosnącym popytem ze strony konsumentów (10% w skali całego roku), co przekłada się na zainteresowanie tym segmentem przez liczną rzeszę mleczarni. Bezspornym liderem tej kategorii pozostaje mleczarnia **Piątnica** (OSM), której udziały oblicza się na 40%, nawet do 60%. Mimo tych uwarunkowań na ten kawałek rynku nabiałowego mają chrapkę najwięksi producenci nabiału w Polsce, tj.: **Mlekovita** (GK) i **Łowicz** (OSM). Próby te obserwują bacznie gracze ze środka rynku: **Krasnystaw** (OSM), **Włoszczowa** (OSM) i **Koło** (OSM).

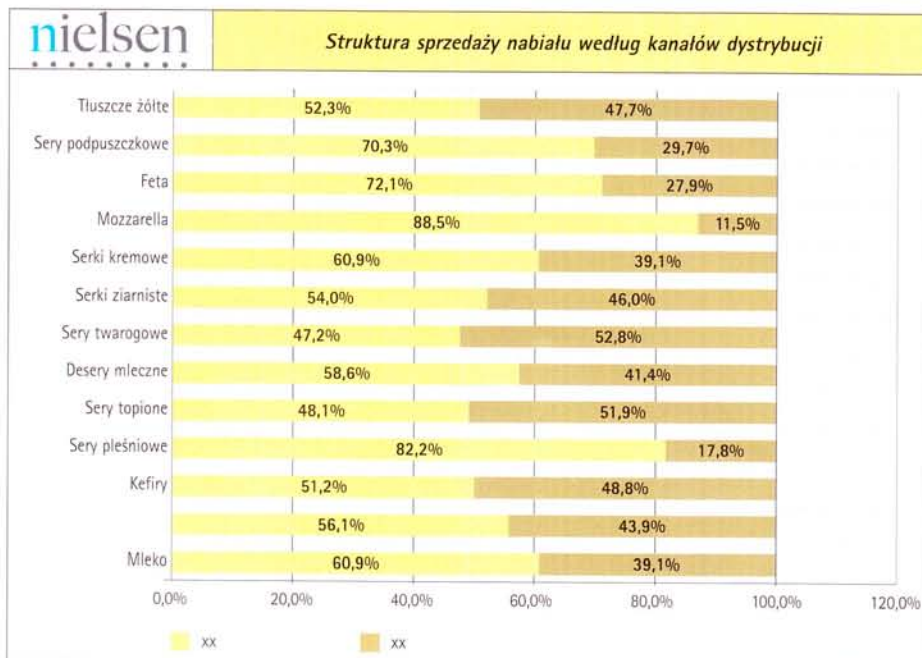
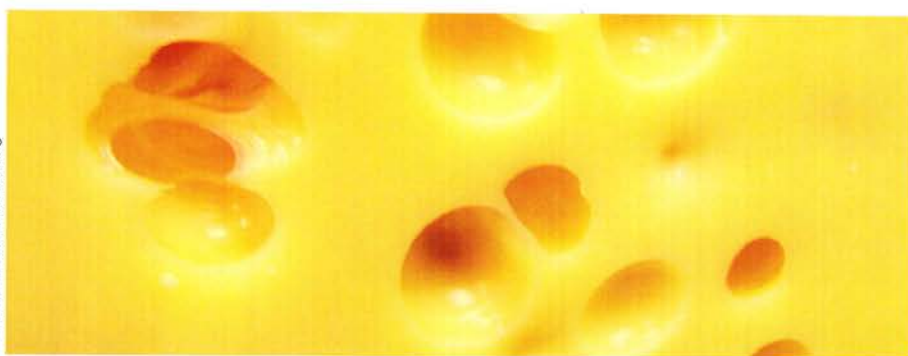
Jednocześnie dokonuje się proces wypadania z rynku najmniejszych producentów, którzy nie są w stanie zagwarantować powtarzalnej wysokiej jakości produktu.

Serki homogenizowane

Stanowią one kategorię zdominowaną przez firmę **Danone** (około 60% rynku). Spośród krajowych firm najsilniejszą pozycję ma **Bakoma**, dalej **Jogser** i **Mlekovita** (GK). Do czołówki przebija się także **Zott** z marką-parasolem Jogobella, w opakowaniach rodzinnych i jednorazowych.

Charakterystyczną cechą segmentu jest wysoki odsetek wyrobów dziecięcych. Na tym polu najwyraźniej zarysowana jest konkurencja pomiędzy firmami **Danone** i **Bakoma**, które oferują najbardziej zaawansowane marketingowo i najbardziej wyraziste produkty. Stała aktywność marketingowa tych firm w TV oraz pomysłowość w przyciąganiu uwagi, dzieci umożliwiają im stały wzrost pozycji rynkowej. Za atrakcyjną grupę docelową uznano także młode kobiety. To do nich adresowana jest linia serków Activia firmy **Danone**.

Powszechność nabywania serków homogenizowanych z jednej strony, a z drugiej dominacja ze strony firmy **Danone** sprawia, że większość krajowych producentów traktuje serki homogenizowane jako jeszcze jeden element swojego portfolio, którego nie wspiera marketingowo. Za tym idzie brak dbałości o wyróżnienie produktów. Wychodzi się bowiem z założenia, że nie warto inwestować



Jak sygnalizujemy od dłuższego czasu na łamach czasopisma Forum Mleczarskie Handel nieodwracalnym procesem staje się słabość segmentu serów typu holenderskiego, przy trendzie wzrostowym sprzedaży serów typu szwajcarskiego. Słabnie zwłaszcza sprzedaż serów podlaskiego i morskiego, a ostatnio coraz częściej odnotowuje się osłabienie sprzedaży sera edamskiego. Jest to spowodowane nierówną jakością produktów w tym segmencie, co jest wywołane presją sieci handlowych na niską cenę. Spadkom opiera się ser gouda, ale stagnacja w najbliższej przyszłości może dotknąć i ten segment.

Z drugiej strony konsumenci coraz chętniej sięgają po gatunki serów bardziej szlachetnych, oferujących bogatszy wachlarz wrażeń smakowych. Prym wiodą tu: mazdamer – lider wzrostów ostatniego roku pod względem dynamiki, dalej sokół, prymus, ementaler (**Mlekovita** GK), Królewski z Kolna (**Mlekoop** SM), radamer (**Spomlek** SM), włoszcowski typu ementaler (**Włoszczowa** OSM), Królewski (**Sierpc** OSM) itp. Powstaje powoli także półka serów długodojrzewających (**Spomlek** SM, **Hajnowka** OSM). Do wejścia w ten segment szykują się także inne mleczarnie, m.in. **Skarszewy** (OSM).

Liderem sprzedaży pozostaje ser gouda, ale można zastanawiać, na ile jest to kwestia przywiązania, tradycji oraz niskiej ceny. Niewątpliwie coraz silniejszym zagrożeniem dla goudy są reklamowane sery typu szwajcarskiego, a tu prym wiedzie **Mlekovita** (GK), konsekwentnie realizując strategię rozwoju segmentu serów z dziurami.

Segment serowy przeobraża się także w płaszczyźnie wygody. Coraz większy wolumen zdobywają sery konfekcjonowane (kawałki i plastry). Pakowane w obojętnej atmosferze na długo zachowują walory organoleptyczne. Hitem sprzedażowym, który przypadł do gustu zwłaszcza dobrze sytuowanym klientom, było wprowadzenie opcji „otwórz-zamknij”, co pozwala zatrzymać smak i aromat sera nawet po otwarciu jego opakowania.

Te czynniki powodują, że segment serów kupowanych na wagę, pozostaje pod pewną presją. Liczne promocje handlowców nie mają takiej siły oddziaływania, albowiem bolączką pozostaje słaba edukacja personelu handlowego, który nagminnie myli gatunki

