

PORADNIK HANDLOWY

Bezpłatne branżowe pismo dla specjalistów rynku FMCG



ХЕТАРІА БЕГУНАЌ СРТ
Тупусу
180р./лр.

Корун
25р/лр

W numerze

W I kwartale nowego, 2023 roku nastroje polskich konsumentów zaczynają się poprawiać, tak wynika z badań firmy badawczej GfK. O nawykach Polaków dot. zdrowej diety dowiecie się Państwo z badań Inquiry.

Nowy rok to czas zmian, również w branży FMCG. W ostatnim czasie polska sieć Nasz Sklep zaczęła dynamicznie się rozwijać. Z kolei do zmian na stanowiskach dyrektorskich doszło m.in. w Zakładzie Produkcji Mleczarskiej SM Mlekoop w Grajewie. Z kolei Grupa Chorten podpisała umowę o współpracy ze spółką MSL Consulting, której jednym z udziałowców jest Michał Sadecki, współzałożyciel i wieloletni prezes Polskiej Grupy Supermarketów Top Market, który od początku 2023 roku wspiera Grupę Chorten.

Redakcja

Spis treści

- 3 **Inquiry: Jakie produkty spożywcze w ramach "zdrowej diety" kupują regularnie Polacy?**
- 4 **GfK: Nastroje polskich konsumentów wciąż kiepskie, choć widać poprawę wyników**
- 5 **Polska sieć franczyzowa Nasz Sklep dynamicznie się rozwija**
- 6 **Czy embargo na ropopochodne paliwa z Rosji przełoży się na kolejny wzrost cen?**
- 7 **Zmiany na stanowiskach dyrektorskich w Zakładzie Produkcji Mleczarskiej SM Mlekoop w Grajewie**



Od dwudziestu siedmiu lat, **Biuro Promocji i Reklamy Generalczyk s.j.** jest cenionym wydawcą prasy branżowej w Polsce. Oprócz Poradnika Handlowego ma w swoim portfolio trzy inne tytuły: **Poradnik Handlowca**, **Poradnik Restauratora** i **Handlowiec**, które przybliżają Czytelnikom bogactwo światów: FMCG, HoReCa oraz Retail. Poradnik Handlowca jest liderem na rynku prasy branżowej, co potwierdzają wyniki syndykatowych badań przeprowadzanych co roku przez biura badawcze AC Nielsen i MillwardBrown.

PORADNIK HANDLOWY

Bezpłatne ogólnopolskie pismo
przeznaczone dla specjalistów rynku FMCG.

WYDAWNICTWO

Biuro Promocji i Reklamy „Generalczyk” s.j.
60-587 Poznań, ul. Szczęsna 10

ADRES REDAKCJI

60-587 Poznań, ul. Szczęsna 10,
tel./fax (61) 852 08 94

PREZES WYDAWNICTWA

Wiesław Generalczyk
general@poradnikhandlowca.com.pl

DYREKTOR ORGANIZACYJNO -ADMINISTRACYJNY

Zbyszko Zalewski
zbyszkoz@poradnikhandlowca.com.pl

REDAKTOR NACZELNY

Wojciech Generalczyk
tel. (61) 851 37 55
wojtek@poradnikhandlowca.com.pl

REDAKCJA

Heidi Handkowska
Klaudia Walkowiak

DZIAŁ SPRZEDAŻY

Justyna Wojciechowska
tel. (61) 852 51 41
justynaw@poradnikhandlowca.com.pl

Katarzyna Generalczyk
tel. (61) 851 37 03
kasiak@poradnikhandlowca.com.pl

Maria Leśniewska
tel. (61) 855 70 66
marial@poradnikhandlowca.com.pl

Małgorzata Siuda
tel. (61) 855 70 66
malgorzatas@poradnikhandlowca.com.pl

SERWIS FOTOGRAFICZNY

materiały prasowe, pixabay.com,
shutterstock.com, pexels.com
Okładka: bigstockphoto.com

Redakcja nie bierze odpowiedzialności za
treść reklam i nie zwraca materiałów
niezamówionych. Zastrzegamy sobie prawo
skracania i adiustacji tekstów oraz zmiany
ich tytułów.

ISSN 1642-0896

Inquiry: Jakie produkty spożywcze w ramach “zdrowej diety” kupują regularnie Polacy?

Z najnowszego raportu pracowni badawczej Inquiry na temat postaw Polaków wobec zdrowego odżywiania, który ukazał się w połowie lutego br., wynika, że zdrowe odżywianie oznacza dla Polaków przede wszystkim spożywanie warzyw i owoców oraz picie dużej ilości płynów.

Badanie Inquiry dotyczące zdrowego odżywiania, przeprowadzono już po raz czwarty. Dane niewiele się zmieniły od zeszłego roku. Nadal 80% Polaków twierdzi, że zdrowe odżywianie jest dla nich ważne i nadal oznacza to dla Polaków głównie spożywanie dużej ilości warzyw i owoców, picie dużej ilości płynów oraz unikanie żywności zawierającej tzw. chemię.

W porównaniu z poprzednim rokiem zmniejszyła się za to liczba osób deklarujących stosowanie konkretnej diety związanej ze stylem życia czy nietolerancją na niektóre składniki pokarmowe – 50% Polaków nie stosuje żadnej diety zdrowotnej i nie zamierza tego zmieniać.



źródło: Pexels

Regularnie Polacy kupują: co trzeci — produkty bez cukru (33%), co czwarty — produkty BIO (26%), prawie co piąty — produkty bez laktozy (17%), co dziesiąty — produkty Fairtrade (10%) i produkty bezglutenowe (9%), a blisko co dwudziesty kupuje regularnie produkty bez pszenicy (6%), niezawierające nabiału (5%) i niezawierające orzechów (4%).

W porównaniu z 2022 rokiem wzrosła popularność produktów BIO — zmiana z 23% do 26%. Jak też wynika z danych, kobiety częściej niż mężczyźni kupują artykuły bez laktozy (odpowiednio 21% i 16%), a z kolei mężczyźni częściej niż pięć pięć wybierają produkty oznaczone znakiem Fairtrade — odpowiednio 12% i 8%.

Deloitte: Polacy chcą cyfrowych paragonów

Od stycznia 2024 roku planowane jest wprowadzenie w Polsce systemu wydawania e-paragonów zamiast wersji papierowej. Jak wynika z badań przeprowadzonych przez firmę doradczą Deloitte, aż 72% badanych pozytywnie przyjmie cyfrowe paragony, a 35% respondentów podejrze do zmiany wręcz entuzjastycznie.

Tylko 12% twierdzi, że jest zdecydowanie przeciwna takiemu rozwiązaniu, a 16% nie ma jeszcze wyrobionego zdania na ten temat. Biorąc pod uwagę ilość wyrzucanych przez klientów paragonów papierowych zaraz po zakupie lub pozostawianie ich przy kasie sklepowej, to cyfryzacja paragonów wydaje się wygodnym dla obu stron rozwiązaniem, a dodatkowo bardziej oszczędnym. Pewne wątpliwości wśród osób sprzeciwiających się rozwiązaniu cyfrowemu, może budzić wprowadzenie urządzeń magazynujących e-paragony, czy prawdopodobieństwo instalowania w telefonach kolejnych aplikacji.

Ministerstwo Finansów, które cyfrowe paragony planowało wprowadzić wraz z Krajowym Systemem e-Faktur umożliwiającym szybką zamianę e-paragonu na e-fakturę, a następnie przekazanie jej do systemu ministerstwa, prawdopodobnie także będzie oferowało sprzedawcom odpowiednie urządzenia do gromadzenia cyfrowych paragonów.

Z ostatnich zapowiedzi Ministerstwa Finansów wynika, że bardzo krytykowane rozwiązanie z e-Fakturami zostanie wprowadzone dopiero od lipca 2024 roku. Z systemu zostaną wyłączone e-faktury dla osób fizycznych (m.in. osoby prywatne).

GfK: Nastroje polskich konsumentów wciąż kiepskie, choć widać poprawę wyników

Zakończenie sezonu zwiększonych wydatków przyniosło konsumentom ulgę. Nastroje wzrosły kolejny miesiąc z rzędu, jednak średni wskaźnik wciąż utrzymuje się mocno pod kreską. O dalszą poprawę nie będzie łatwo. Polacy zamierzają mocno oszczędzać i spodziewają się pogorszenia sytuacji na rynku pracy. Takie dane płyną z najnowszego Barometru Nastrojów Konsumentek opracowanego przez firmę GfK.

Barometr Nastrojów Konsumentek GfK, czyli syntetyczny wskaźnik ilustrujący aktualne nastroje Polaków w zakresie postaw konsumenckich, wyniósł w styczniu 2023 r. -13,4 i tym samym wzrósł o 3,8 p.p. w stosunku do poprzedniego miesiąca. Na przestrzeni ostatniego kwartału wynik sukcesywnie rósł i na ten moment jest najlepszy od lipca 2022 r. Warto przypomnieć, że średni wskaźnik nastrojów konsumenckich w Polsce w zeszłym roku wyniósł średnio -16.

W styczniu zarejestrowano również wzrost poziomu nastrojów konsumenckich dla średniej unijnej do poziomu -22,2 wobec -24,4 z grudnia 2022 r. Niezadowolenie w Europie jest zatem niemalże dwa razy wyższe, niż w Polsce.

Według badań GfK w styczniu 2023 r. Polacy określali swoją aktualną sytuację ekonomiczną jako gorszą w porównaniu z grudniem ub.r. (-19,4 wobec -15,8 z grudnia 2022 r.). W przyszłość spoglądają jednak z umiarkowanym optymizmem (średni wskaźnik wyniósł -14,5 wobec -20,3 sprzed miesiąca). Jednocześnie, niecałe 53 proc. badanych spodziewa się, że 2023 rok przyniesie wzrost bezrobocia (niemalże co piąty badany prognozuje zdecydowany wzrost). Równocześnie już prawie co drugi z nas, bo 48,7 proc. jest zdania, że inflacja utrzyma dwucyfrową dynamikę, a ceny towarów i usług będą rosnąć w tempie przekraczającym 10 procent.

To specyficzny czas z punktu widzenia badania nastrojów konsumenckich. Zwłaszcza po tak trudnym roku, który zamiast oczekiwanej stabilizacji przyniósł kolejne duże, gwałtowne zmiany w gospodarce i w handlu. W styczniu nasze portfele „odpoczywają” po świątecznych i sylwestrowych zakupach, a my odcinamy grubą kreską poprzedni rok i wchodzimy w nowy z nadzieją, że będzie lepiej. Niemniej wiele czynników wciąż negatywnie wpływa na nasze codzienne decyzje zakupowe i znacząco utrudnia planowanie domowych budżetów. Ze względu na ciągłą niepewność, presję cenową i ograniczone promocje na podstawowe produkty, większość z nas utrzymuje strategię zaciskania pasa. Przybywa także tzw. smart shopperów. Każdą wydaną złotówkę oglądamy bardzo dokładnie, unikamy zbędnych wydatków i powszechnie szukamy okazji oraz miejsc, gdzie możemy kupić taniej. Tak będzie jeszcze co najmniej przez kilka miesięcy – mówi Michał Pawelczyk, Senior Consultant w GfK.

W styczniu ujemne nastroje konsumenckie dotyczyły wszystkich grup wiekowych analizowanych przez GfK. Najwyższy wynik odnotowano w grupie od 23 do 29 lat (-2,3), a najniższy wśród 40-latków, gdzie wskaźnik osiągnął -21,6.

W przypadku podziału na płeć różnice pomiędzy kobietami i mężczyznami były znacznie mniejsze niż w poprzednich miesiącach, z minimalnie wyższym wynikiem wśród kobiet.

Duża dysproporcja pojawia się w zestawieniu różnych poziomów wykształcenia: najlepsze nastroje GfK odnotowało wśród konsumentów z wykształceniem podstawowym (-8,1), zaś najgorsze u osób z wykształceniem wyższym (-19). Co ciekawe, pierwsza grupa jednogłośnie wskazała, że ich poziom komfortu finansowego nie zmieni się na przestrzeni następnych 12 miesięcy, natomiast wynik wskaźnikowy drugiej grupy wynosi aż -19,9.

Polska sieć franczyzowa Nasz Sklep dynamicznie się rozwija

Ostatnie otwarcia to m.in. **Delikatesy Premium PSS Społem Ozorków**. Sklep mieści się w budynku po **Delikatesach Miła**, a sala sprzedaży to 400 mkw.

W sklepie przeprowadzono generalny remont oraz wprowadzono standardowe stoiska w nowoczesnym loftowym stylu. Na uwagę zasługują pięknie rozbudowane stoisko alkoholowe, powiększone i świetnie zaopatrzone stoiska świeże: pieczywo, warzywniak, nabiał oraz stoisko mięsno-wędliniarskie. Klienci po tragicznym pożarze poprzedniego sklepu z niecierpliwością oczekiwali na nową placówkę i tłumnie przybyli na otwarcie.

W Psarach w oddziale łódzkim ruszyły **Delikatesy Premium** państwa Bartkowiaków. Sklep znajduje się w wyremontowanym na potrzeby sklepu spożywczego budynku, posiada profesjonalne oświetlenie sali sprzedaży oraz duży parking.



źródło: Nasz Sklep

Aldi rezygnuje z kas samoobsługowych w jednym ze sklepów w Niemczech

Jeden z niemieckich sklepów sieci Aldi zrezygnował z niedawno zamontowanych kas samoobsługowych. Powodem były kradzieże.



źródło: Aldi

Niemiecki serwis internetowy express.de podał, że jeden ze sklepów sieci Aldi w Kolonii zdecydował o likwidacji dopiero co zainstalowanego systemu kas samoobsługowych. Decyzja spowodowana była licznymi kradzieżami bułek i wypieków przez okoliczną młodzież, która wykorzystywała brak sprzedawców i wyносиła produkty poza linię kas.

W Polsce znajdują się 253 sklepy niemieckiej sieci i w żadnym z nich nie ma kas samoobsługowych. – Dziś stawiamy przede wszystkim na profesjonalną i bezpośrednią obsługę klienta oraz

podnoszenie jej standardów – wyjaśnia biuro prasowe Aldi Polska.

Michał Sadecki wesprze Grupę Chorten w umacnianiu marki

Grupa Chorten podpisała umowę o współpracy ze spółką **MSL Consulting**, której jednym z udziałowców jest **Michał Sadecki**, współzałożyciel i wieloletni prezes Polskiej Grupy Supermarketów **Top Market**. Będzie on doradcą zarządu spółki **Chorten Mazowsze**, z którą działa obecnie blisko 300 sklepów.

Grupa Chorten w strategii wpisana ma dynamiczną ekspansję polegającą na łączeniu sił polskich detalistów. W skali ogólnopolskiej to już ponad 2500 sklepów partnerskich, a część z nich działa pod skrzydłami spółek regionalnych takich jak **Chorten Mazowsze**. Z Nowym Rokiem wspierać będzie ją w rozwoju wysokiej klasy menadżer z 20-letnim doświadczeniem w sprzedaży, zakupach i logistyce przede wszystkim w branży.



Czy embargo na ropopochodne paliwa z Rosji przełoży się na kolejny wzrost cen?

W związku z inwazją Rosji na Ukrainę Unia Europejska wprowadza kolejne sankcje. Od 5 lutego br. obowiązuje embargo na import produktów ropopochodnych z Rosji, w tym na olej napędowy. Czy w związku z tym, wzrosną ceny na stacjach paliw, a co za tym idzie, zwiększą się koszty transportu? Czy dalej przełoży się to na ceny produktów w sklepach?



Dwa miesiące temu, 5 grudnia 2022 roku, wprowadzono zakaz importu rosyjskiej ropy do UE, a od 5 lutego tego roku sankcjami objęto jeszcze import rafinowanych produktów ropopochodnych z Rosji, w tym oleju napędowego. Większość samochodów ciężarowych wyposażona jest w silnik wysokoprężny (silnik Diesla), który działa na olej napędowy. Jeśli wzrośnie cena oleju, wzrosną też koszty transportu, od którego uzależniony jest handel. Producenci, dostawcy zwiększone koszty zapewne przerzucą na odbiorców, czyli na sklepy, a ostatecznie pokryją je klienci. Czy będzie tak i tym razem?

Na szczęście, jak twierdzą analitycy serwisu e-petrol.pl, razie nie grozi nam znaczny wzrost cen na stacjach paliw, ponieważ na rynku od dłuższego czasu gromadzono zapasy i obecnie są one tak duże w UE i Polsce, że można się wręcz spodziewać spadku cen oleju napędowego. Według serwisu, w piątek 3 lutego, tuż przed wprowadzeniem embarga, trzeba było zapłacić w sprzedaży hurtowej 5,89 zł/ litr oleju napędowego w hurcie. Były to najniższe ceny od początku roku. Analitycy serwisu przewidują, że w tygodniu od 6 do 12 lutego br., ceny oleju na stacjach paliw będą się kształtować w granicach od 7,57 do 7,70 zł/ litr.

Nowy certyfikat zielonej energii dla Anwim

Anwim S.A. kontynuuje współpracę ze spółką Axpo sp. z o.o. na dostawy energii elektrycznej. Operator sieci stacji paliw MOYA otrzymał nowy, aktualny certyfikat gwarantujący, że 100% energii zużytej w 2023 roku będzie pochodzić z odnawialnych źródeł oraz potwierdzający dołączenie do grona świadomych i odpowiedzialnych odbiorców energii.

Axpo jest obecne na polskim rynku już od ponad 20 lat, gdzie stało się jednym z wiodących niezależnych odbiorców zielonej energii. Klienci w Polsce mogą korzystać z dopasowanych do swoich potrzeb ofert na odkup i dostawy energii w oparciu o strukturyzowane i długoterminowe umowy, bilansowanie handlowe, obrót prawami majątkowymi czy gwarancjami pochodzenia. W ciągu ostatnich lat Axpo znacząco rozwinęło swoją ofertę w sektorze SME (małych i średnich przedsiębiorstw) i posiada portfolio 25 000 klientów.

Zielona energia Axpo zasila budynek centrali Anwim oraz stacje własne spółki. Jest to jedna z wielu inicjatyw ekologicznych operatora sieci stacji paliw MOYA. Sieć na wielu obiektach instaluje panele fotowoltaiczne, a już wkrótce będzie rozwijać punkty ładowania pojazdów elektrycznych.



To jednak nie wszystko, ponieważ firma chętnie uczestniczy w wielu inicjatywach proekologicznych, takich jak odnawianie lasów, sprzątanie świata i wiele innych. spółka jest również członkiem m.in. Polskiego Stowarzyszenia Paliw Alternatywnych.

Zmiany na stanowiskach dyrektorskich w Zakładzie Produkcji Mleczarskiej SM Mlekpól w Grajewie

Z początkiem 2023 roku funkcję Dyrektora Zakładu Produkcji Mleczarskiej SM Mlekpól w Grajewie obejmuje Piotr Dzięgielewski, który w grajewskim oddziale mleczarni od dwóch lat pełnił funkcję Zastępcy Dyrektora. Jego wcześniejsze obowiązki przejął Marcin Piskorski, w latach 2020–2022 pracujący w Mlekpolu na stanowisku Kierownika Wydziału Mechanicznego i Wydziału Energetycznego.

Zmiany kadrowe na stanowiskach dyrektorskich w ZPM w Grajewie spowodowane są objęciem od 01.01.2023 roku przez Tadeusza Mroczkowskiego, dotychczasowego Dyrektora zakładu, prezesury w SM Mlekpól.

Nowo powołany Dyrektor Piotr Dzięgielewski z przedsiębiorstwem związany jest od lipca 2009 roku, natomiast jego Zastępca Marcin Piskorski – od sierpnia 2012 roku.



źródło: Mlekpól

Spółdzielnia Mleczarska Mlekpól w Grajewie w 2021 roku, jako pierwszy podmiot w Polsce, przekroczyła pułap 2 mld litrów skupionego mleka. To blisko 5,5 milionów litrów pozyskanych dziennie od blisko 8500 dostawców-członków Spółdzielni. Wyroby Mlekpól powstają w 13 nowoczesnych i wysoko wyspecjalizowanych zakładach przetwórczych zlokalizowanych w różnych częściach kraju. Zakład Produkcji Mleczarskiej SM Mlekpól w Grajewie działalność gospodarczą prowadzi od 1980 roku i jest najstarszym, a zarazem największym oddziałem przedsiębiorstwa.

Kolejna inwestycja środowiskowa Sokołów

Sokołów sfinalizował kolejną inwestycję, której celem jest minimalizacja wpływu procesów produkcyjnych na środowisko naturalne. Jest nią nowa przyzakładowa oczyszczalnia ścieków w Oddziale Osie. To działanie wpisujące się w długofalową strategię społecznej odpowiedzialności firmy, której kluczowym elementem jest zrównoważona produkcja żywności.



źródło: Sokołów

Firma Sokołów od lat kładzie nacisk na wdrażanie inwestycji, które zwiększają potencjał produkcyjny przy jednoczesnym ograniczaniu oddziaływania na środowisko i zmniejszaniu zużycia surowców naturalnych.

Kolejnym działaniem w ramach tej strategii jest oddanie do użytku nowo wybudowanej przyzakładowej oczyszczalni ścieków w Oddziale w Osiu. To zwieńczenie 2-letniej inwestycji, o wartości blisko 6 mln złotych, która miała na celu poprawę jakości ścieków

produkcyjnych kierowanych do systemu kanalizacji Gminy Osie. Wybudowany obiekt pozwala na przefiltrowanie 35m³ zanieczyszczonej wody w ciągu godziny, dzięki czemu w ciągu doby można rozłożyć z udziałem mikroorganizmów aż 400 m³ materii organicznej. Taka wydajność powoduje, iż w stosunku do stanu bez oczyszczalni zredukowano podstawowy wskaźnik zanieczyszczeń ChZT (chemiczne zapotrzebowanie na tlen tj. ilość tlenu potrzebna do zredukowania materii organicznej) o blisko 75%.

– To kolejna inwestycja, dzięki której możemy minimalizować wpływ funkcjonowania zakładu na jego bezpośrednie otoczenie – mówi Dariusz Soszyński, Dyrektor Zakładu Sokołów S.A w Osiu. – Jej finalizacja oznacza, że Gminna Oczyszczalnia Ścieków w Osiu, może zwiększyć wydajność procesu oczyszczania ścieków komunalnych, a bezpośrednimi beneficjentami stają się mieszkańcy gminy oraz środowisko naturalne.