

Ze słabości do słodkości

# Polacy jedzą coraz więcej czekolady

**Jemy coraz więcej słodczy, ale wraz z konsumpcją rośnie świadomość** – jeśli wybieramy nadziewane łakocie, to tylko na bazie naturalnych składników, bez sztucznych dodatków.

Konrad Wojciechowski

Polska jest w czołówce największych producentów czekolady na Starym Kontynencie - tak wynika z badań agencji Nielsen, przeprowadzonych w czerwcu 2021 r. Kontrolujemy 6,7 proc. europejskiego rynku. Do pierwszych Niemców, którzy posiadają aż jedną trzecią udziałów, jeszcze sporo nam brakuje, ale Włosi (15,6 proc.), a zwłaszcza Francuzi (9,2 proc.) i Holendrzy (9 proc.) wydają się być w naszym zasięgu. Dwa lat temu wyprodukowaliśmy 189 tys. ton wyrobów czekoladowych, a cała Unia Europejska - 3,54 mln.

Czekolada - zaraz za mięsem, jabłkami i nabiałem - to jeden z polskich hitów eksportowych. Ale rośnie na nią popyt także na rynku wewnętrznym. W 2007 r. przeciętny Polak zjadał 4 kg czekolady, a w 2020 r. już 5,2 kg.

Na słodczy z dodatkiem kakao wydajemy w ciągu roku 190 zł, co nie jest bez znaczenia w kontekście wartości całego naszego rynku - według analiz Nielsen wyniosła ona w 2021 r. około 7,65 mld zł.

Czy jesteśmy czekoladowym imperium?

- Z tym imperium to był mimo wszystko nie przesadzał - uspokaja Marian Brzozowski, prezes Zakładu „Pomorzanka”, produkującego słodczy, w tym galaretki, żelki, czekolady i praliny. - Z pewnością jesteśmy czekoladowym zagłębiem w Europie. Mamy silną pozycję na globalnym rynku, co jest zasługą utrzymującej się od lat znaczącej pozycji naszego przemysłu spożywczo-cukierniczego, zaplecza technologicznego oraz fachowców. W pozostałych krajach bloku wschodniego rodzime firmy zostały wchłonięte przez zachodnie koncerny i straciły swoją tożsamość. Polska tego uniknęła, stąd tak silne przywiązanie klientów do lokalnych marek.



• Produkcja czekolady w fabryce „Pomorzanka” FOT. MATERIAŁY PRASOWE

## TABLICZKA NADAL NA TOPIE

Klient wie, co dobre. Ale w swoich przyzwyczajeniach bywa dość zachowawczy. Na rynku jest dostępna cała gama najróżniejszych słodczy, a mimo to Polak najchętniej sięga po czekoladę. Prostokątna tabliczka budzi skojarzenia z epoką PRL-u, kiedy z powodu trudności z zaopatrzeniem w importowane kakao, czekoladę produkowano z dostępnych zamienników. Smakoszom musiały więc wystarczyć „wyroby czekoladopodobne” pod różnymi nazwami, np. „tabliczka deserowa”.

Nic dziwnego, że nie potrafimy się uwolnić od kultowej tabliczki. Czekolada w tej formie cieszy się niesłabnącą popularnością - to aż 28,2 proc. polskiego rynku słodczy. Drugie w kolejce - jeśli chodzi o gusta konsumentów - są praliny.

*Na słodczy z dodatkiem kakao wydajemy w ciągu roku 190 zł, co nie jest bez znaczenia w kontekście wartości całego naszego rynku - według analiz Nielsen wyniosła ona w 2021 r. około 7,65 mld zł*

- Cena zwykłej tabliczki z segmentu economy oscyluje w granicach 3-5 zł. Jeżeli mówimy o czekoladach premium, często o bardziej wyrafinowanych smakach i renomowanych marek, sięga ona aż 9-10 zł. Niezależnie jednak od jej wyjściowego poziomu smutna prawda jest taka, że obecnie czekolada drożeje, jak niemal wszystko - mówi prezes „Pomorzanka”.

Ale droższa czekolada na sklepowych półkach nie jest zasługą rosnących cen surowca kakaowego, bo one akurat utrzymują się na stałym poziomie. Tu mamy dość stabilną sytuację - za tonę ziarna kakaowego na londyńskiej giełdzie zapłacimy 1700-1800 funtów. W Ameryce ceny oscylują wokół 2,5 tys. dolarów.

## ŚWISTAK ZAWIJA W CORAZ DROŻSZE SREBERKA

Dlaczego zatem i tak zapłacimy więcej przy kasie za ulubioną tabliczkę? Rosną koszty produkcji czekolady, a w zasadzie komponenty, z których ona powstaje - najbardziej poszły w górę ceny opakowań, w które słynny reklamowy świstak zawija gotowy produkt. Do tego należy doliczyć drożące koszty robocizny - te z kolei przyspieszają postępującą automatyzację procesu produkcji.

Lepsza czekolada więcej kosztuje i klienta, i producenta. - Około 60-70 proc. kosztów pochłaniają podstawowe komponenty: kakao, cukier, produkty mleczne. Do tego trze-

ba doliczyć dodatki smakowe. Są czekolady np. z ekwadorskich ziaren. Taka przyjemność kosztuje - wyjaśnia Marian Brzozowski.

Różnice w cenie na półkach sklepowych są dość widoczne, bo czekolada czekoladzie nierówna - z pewnością jeśli chodzi o prestiż marki. Ale do sklepów trafia coraz więcej tańszych produktów, które są efektem produkcji własnej, bez kolorowych etykiet ze znaną firmą w nazwie. Po odwinieciu sreberka różnice w smaku często się zacierają - czekolada o wieloletniej tradycji jest tak samo dobra jak ta, którą na rynku widać dopiero od niedawna.

Widać coś jeszcze - zmianę nastawienia konsumentów do słodkich wyrobów. Klienci nie kupują mniej, kupują bardziej świadomie. - Widać wzrost w segmencie produktów prozdrowotnych, on dotyczy głównie batonów. Kupujący coraz wnikliwiej czytają skład na opakowaniach. Wybierają produkty, które nie zawierają sztucznych dodatków. Producenci muszą na to reagować, stąd wiele nadziewanych czekolad bazuje na naturalnych składnikach - przekonuje Brzozowski.

## MAKARENA NIE TYLKO DO TAŃCA

„Pomorzanka” od wczesnych lat powojennych orientuje się w gustach Polaków, którzy lubią zjeść coś słodkiego na deser. Sztandarowym produktem jest słynna galaretka w cukrze o smaku owocowym, dostępna w sprzedaży już od lat 70., kiedy firma otwierała nowy zakład w Słupsku.

Losy „Pomorzanka” są dość burzliwe - była zakładem państwowym, przekształciła się w spółkę samorządową, została sprzedana udziałowcom ze Szwajcarii, później ogłosiła upadłość, ale została odkupiona i nadal funkcjonuje na rynku. Można powiedzieć: niezmiennie. Tak jak niezmienna jest słabość konsumentów do słodczy.

- Stawiamy na sprawdzone produkty: galaretki, wyroby nadziewane i piankowe oraz kalendarze adwentowe z czekoladkami. Makarena to nasza najbardziej rozpoznawalna marka. Jakiś czas temu uruchomiliśmy nową linię produkcyjną - Bananaz. To pianki w czekoladzie o smaku bananowym. Liczymy, że dorównają renomą Makarenie - wybiega myślami w przyszłość prezes „Pomorzanka”.

Popyt na słodczy na pewno nie osłabnie. O to można być spokojnym. Pianki, praliny, żelki, galaretki ciągle będą cieszyć podniebienia. I tabliczka czekolady - bez niej naprawdę nie sposób się obejść. ●

## Przetargi, licytacje, zamówienia publiczne.

Bądź na bieżąco



Komunikaty.pl

