

Rynek pstrągów w świetle badań rynkowych

Tomasz Kulikowski
„Magazyn Przemysłu Rybnego”



Elementy rynku (także pstrąga)

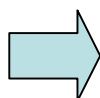


I. Produkt

- Rozwój produktów z pstrąga – dobry temat na obszerną prezentację



Cały na lodzie



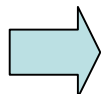
Patroszony na lodzie



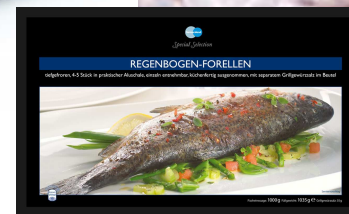
Płaty, filety na lodzie



Patroszony, filety MAP



?



Produkty wygodne w użyciu (*convenience*)

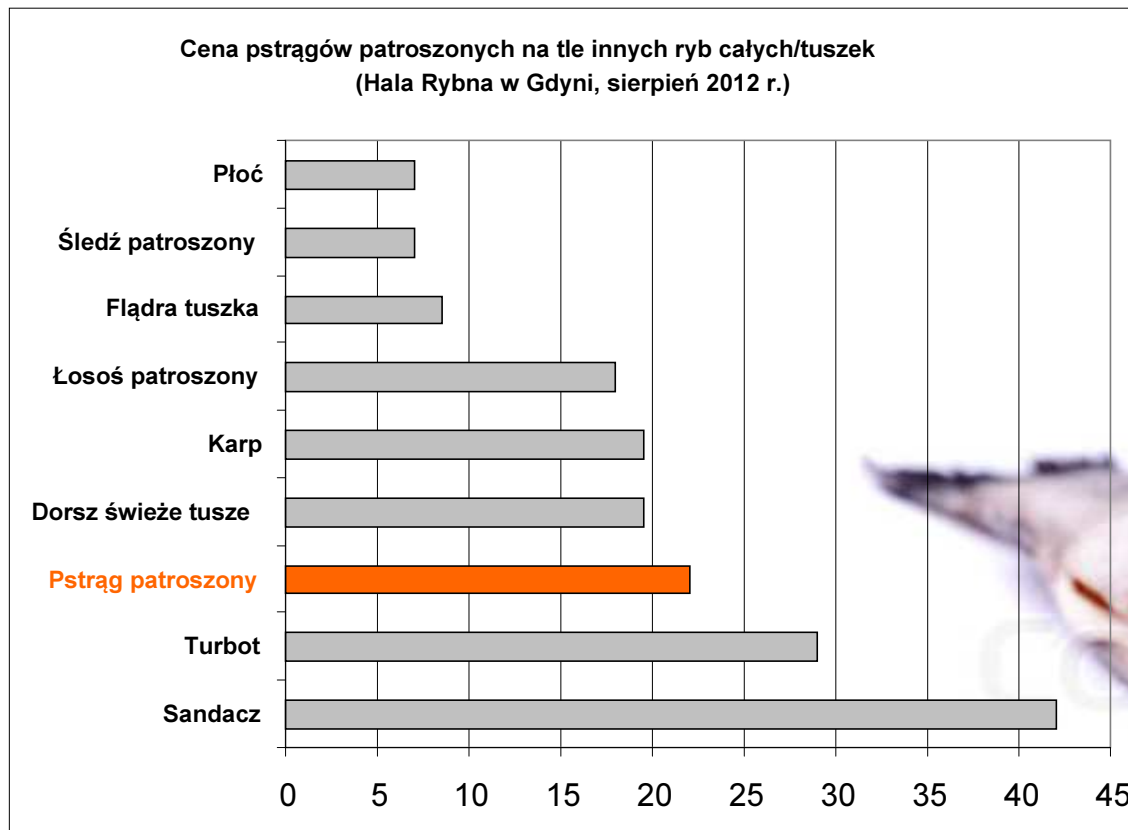
II. Cena

- Pstrąg w handlu detalicznym – tani czy drogi?
- Nie ma półki z pstrągiem, jest lada z rybami.
Porównanie wynika z sąsiedztwa



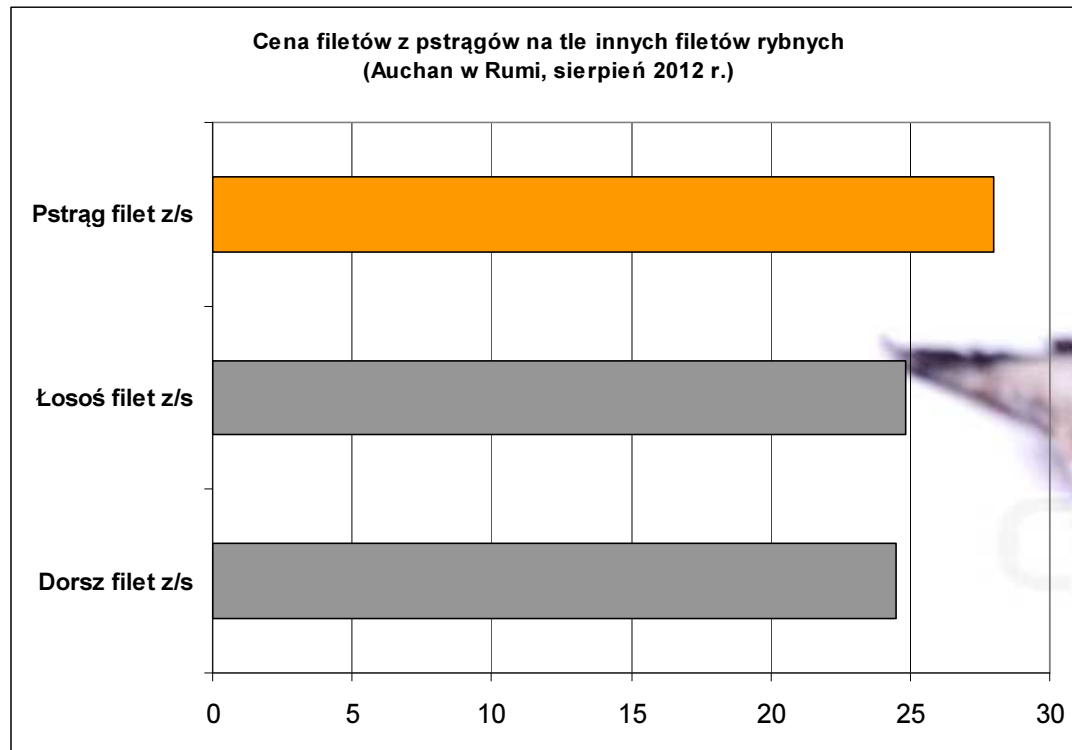
II. Cena

- Pstrąg patroszony na tle innych ryb (Hala Rybna Gdynia)



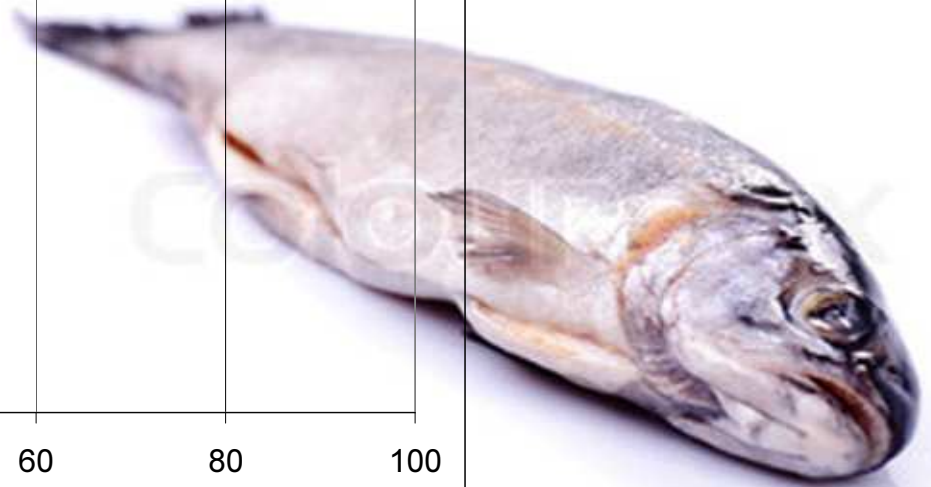
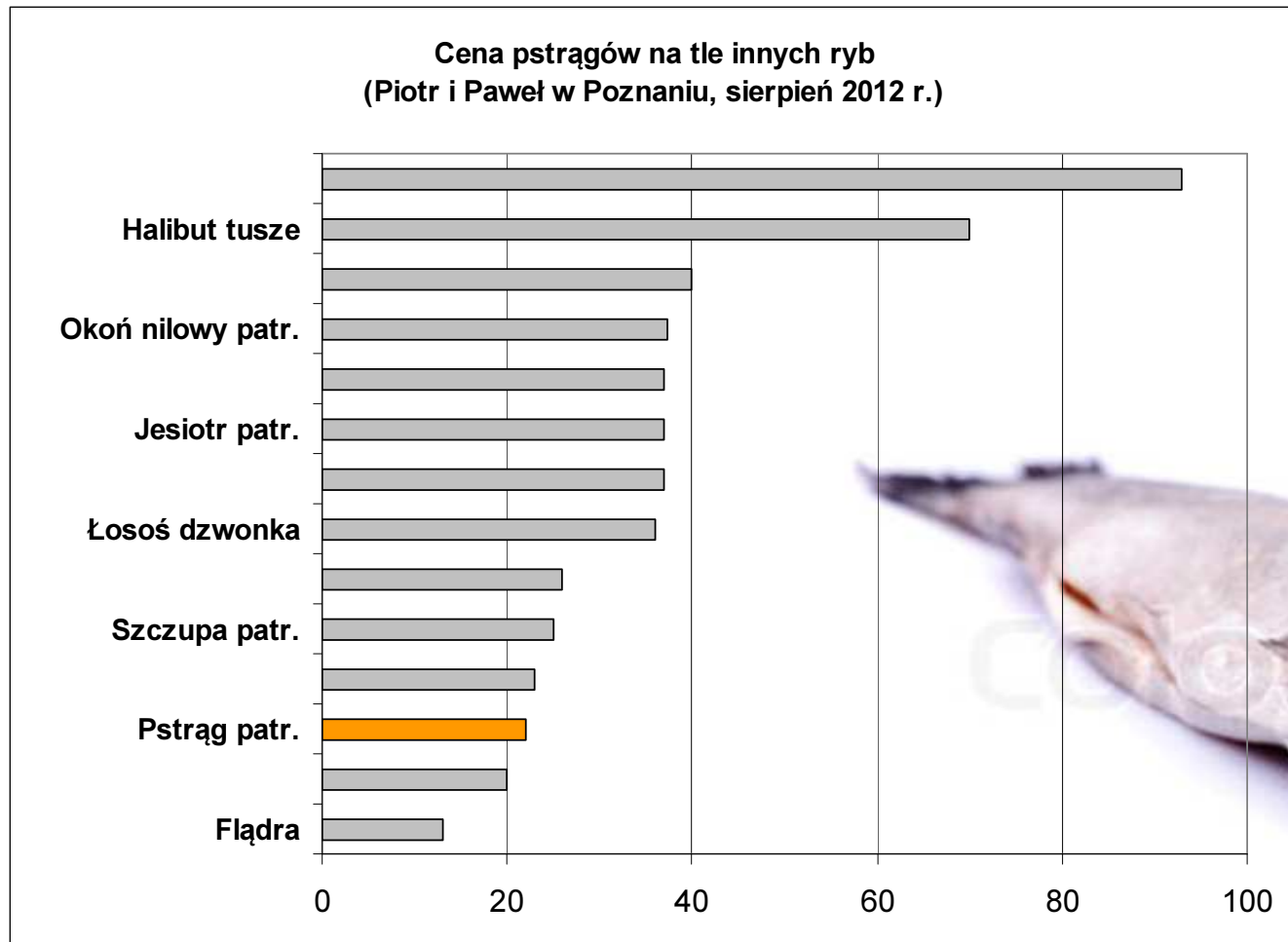
II. Cena

- Filet z pstrąga na tle filetów z innych ryb (Auchan Rumia)



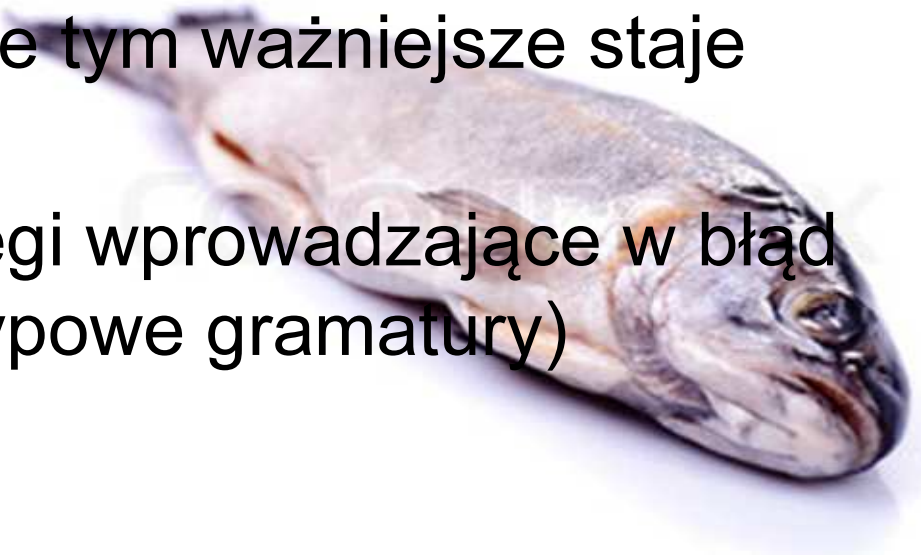
II. Cena

- Pstrąg na tle innych ryb i filetów (Piotr i Paweł Poznań)



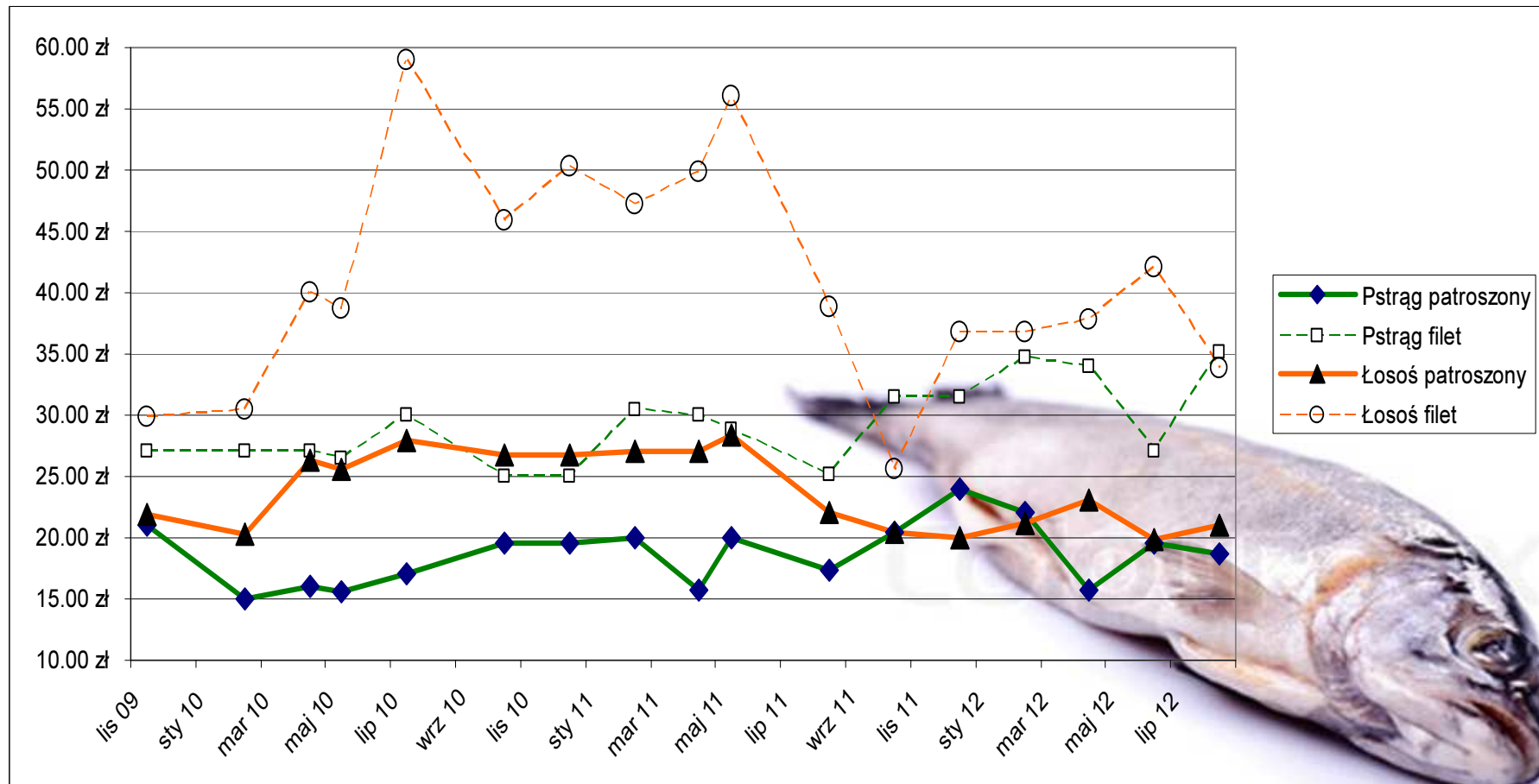
II. Cena

- **Konkluzje:**
 - Postrzeganie ceny jest subiektywne
 - Pstrąg patroszony może być postrzegany jako ryba o umiarkowanej cenie
 - Filety z pstrąga są raczej drogie
 - Im mniej ryb w ofercie tym ważniejsze staje się porównanie ceny
 - Handel stosuje zabiegi wprowadzające w błąd (cena za 100 g, nietypowe gramatury)



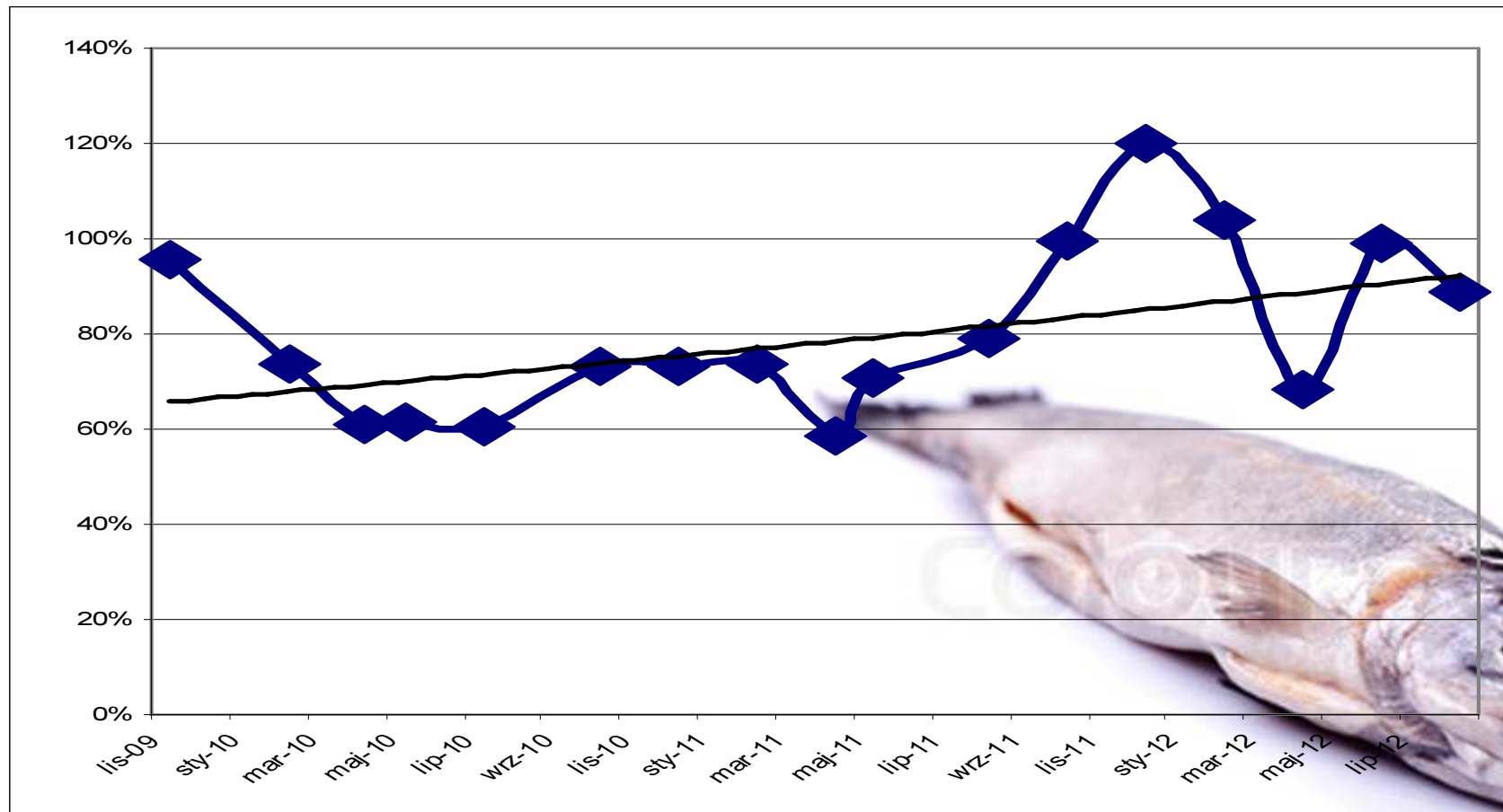
II. Cena

- Pstrąg ver. łosoś (ceny bieżące)



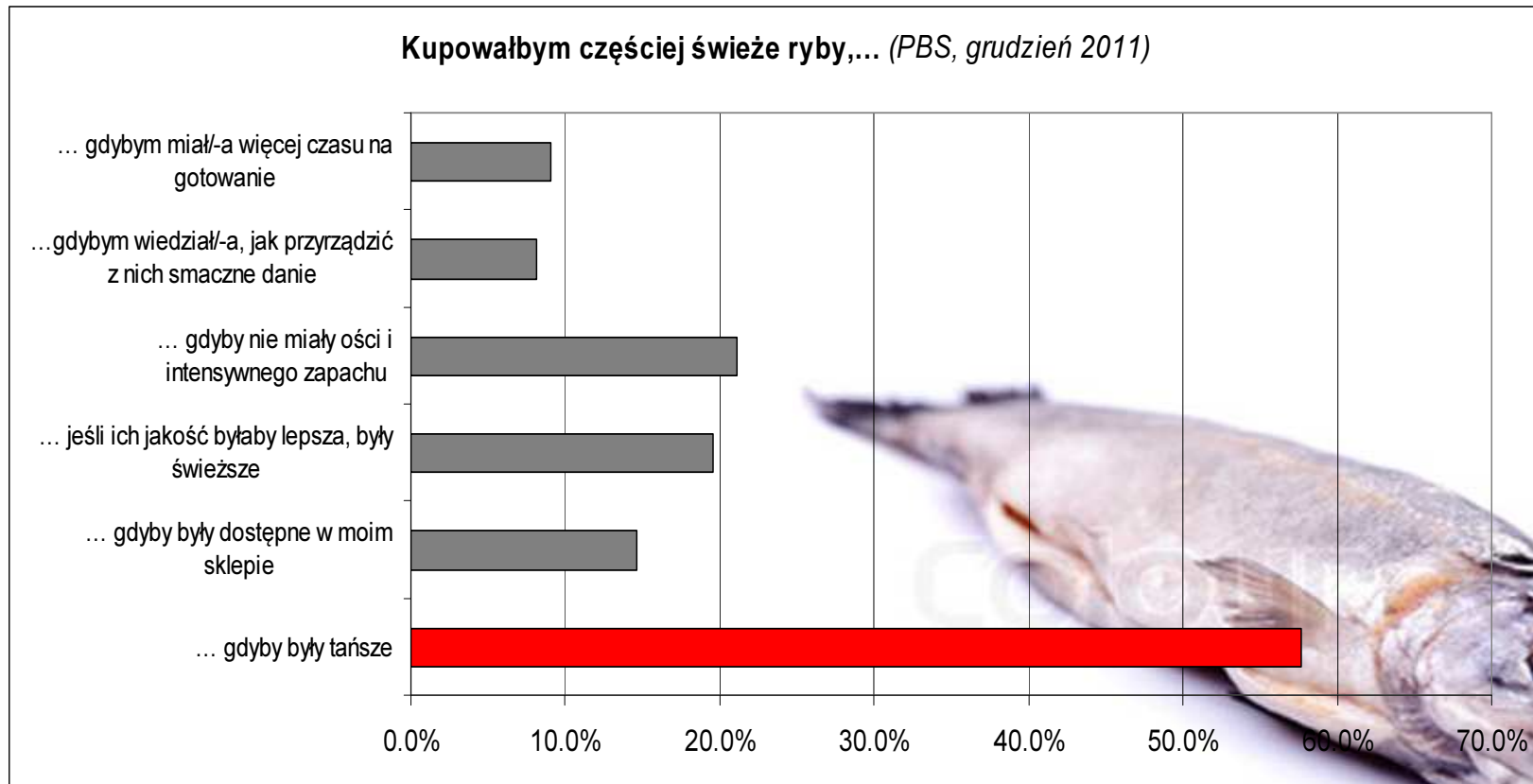
II. Cena

- Pstrąg ver. łosoś (relacja)



II. Cena

- Cena jako bariera zakupu ryb świeżych



III. Dystrybucja

- Sieć dystrybucji świeżych produktów z pstrągów przed 2012 r.

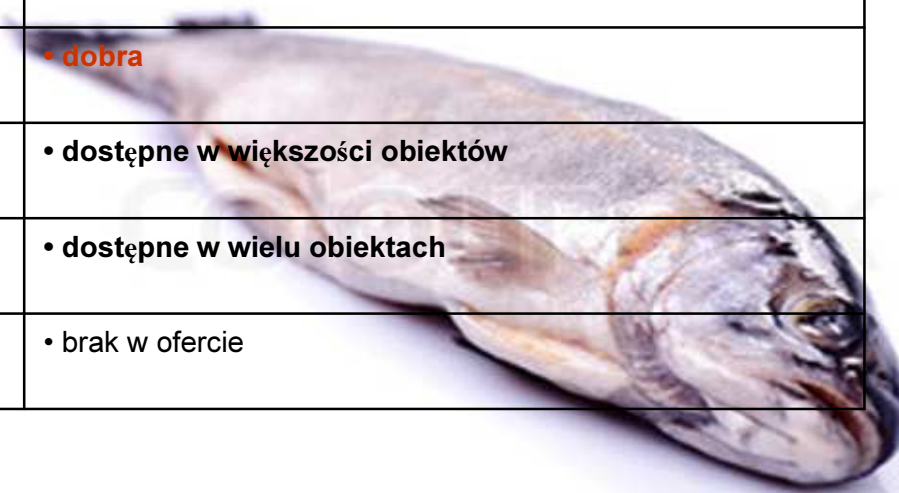
Rodzaj placówki	Dostępność świeżych pstrągów
Hipermarkety	• doskonała
Sklepy rybne	• dobra
Delikatesy spożywcze	• w zależności od sieci
Hodowle pstrągów	• dostępne w większości obiektów
Łowiska specjalne	• dostępne w wielu obiektach
Supermarkety	• brak w ofercie
Sklepy spożywcze	• brak w ofercie



III. Dystrybucja

- Sieć dystrybucji świeżych produktów z pstrągów w 2012 r.

Rodzaj placówki	Dostępność świeżych pstrągów
Hipermarkety	• doskonała
Sklepy rybne	• dobra
Delikatesy spożywcze	• dobra
Supermarkety	• dobra
Hodowle pstrągów	• dostępne w większości obiektów
Łowiska specjalne	• dostępne w wielu obiektach
Sklepy spożywcze	• brak w ofercie



III. Dystrybucja

- Rzeczpospolita Dyskontowa
 - 60% Polaków robi zakupy w dyskontach minimum 1 raz w miesiącu
 - w tym 72% robi takie zakupy raz w tygodniu
 - Dyskonty są wskazywane jako preferowane przez Polaków miejsce robienia zakupów
 - 46% Polaków mieszka w odległości do 1 km od supermarketu dyskontowego
 - 2007 r.: 1650 sklepów dyskontowych
 - 2012 r.: 2970 sklepów dyskontowych
 - Do 2015 –r.: 1 000 Biedronek więcej i blisko 5000 dyskontów ogółem



III. Dystrybucja

- **Biedronka – 2000 sklepów**, do 2015 r. 3000 sklepów. Świeży pstrąg – kilka, kilkanaście razy rocznie
- **Lidl – 438 marketów**. Świeży pstrąg – kilka, kilkanaście razy rocznie
- Netto – 241 marketów.
- Aldi – 51 marketów.

Rocznie **900 000 000** odwiedzin klientów.

A do tego ryby świeże wchodzą do:

- sieci **Delikatesy Centrum** (grupa Eurocash) – 500-800 lokalizacji,
- marketów **Kaufland – ok. 150 marketów**.

Łącznie: w latach 2011-2012 roku przybyło ponad 3 000 lokalizacji sprzedaży świeżych ryb!



III. Dystrybucja

- Konkluzje:
 - Pstrąg ma dobrą pozycję w dyskontach (zbliżoną do łososa)
 - Konkurencjami pstrąga w dyskontach są głównie: łosoś i dorada
 - Teza: rozwój sieci dyskontów ma obecnie kluczowy wpływ na dostępność i wolumen sprzedaży pstrągów (+ 1,5-2,0 tys. ton ?)



IV. Promocja

- Do 2011 r. – Rzeczpospolita Piknikowa



BURMISTRZ DZIERZGONIA
ZAPRASZA NA KAMPANIĘ PROMOCYJNĄ RYB I PRODUKTÓW RYBNYCH
PH - "RYBY DOBRE NA WSZYSTKO"

w programie:
*GWIAZDA FESTYNU AKTOR
JAREK JAKIMOWICZ
ORAZ TOMASZ KALCZYŃSKI,
KTÓRZY UGOTUJĄ COŚ PYSZNEGO NA SCENIE

koncerty:
*ORKIESTRA DĘTA ZE SZTUMU
*FORMACJA WIKI AND
*FORMACJA SUSE
*GRUPA METRUM
*FORMACJA JUNIOR - GWIAZDA DISCOPOL
*JUMPING GOATS-ZESPÓŁ
TANECZNIKÓW z ZS IM C.K. NORWIDA
W DZIERZGONI
darmowa degustacja ryb i potraw rybnych

4 września 2011
GODZ. 15.00
DZIERZGÓŃ, WZGÓRZE ZAMKOWE

RYBY

Zarząd Powiatu Sztumskiego zaprasza na
Kampanię promocyjną - "Ryby zdrowa dieta"

**Festyn
pożegnanie lata z rybą**

17 września 2011
godz. 12-22
**Dziedziniec zamku
w Sztumie**

W programie:
gotowanie potraw rybnych na żywo
darmowa degustacja potraw z ryb
konkursy tematyczne z nagrodami
występy zespołów
oraz wiele darmowych atrakcji

Operacja pn. „Ryby zdrowa dieta – organizacja kampanii promocyjnej ryb i produktów rybnych w powiecie sztumskim” współfinansowana przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rybackiego w ramach Programu Operacyjnego „Zrównowaczenie rozwój sektora rybołówstwa i nadbrzeżnych obszarów rybackich 2007-2013”

Uzyskane dofinansowanie wyniosło 100% wartości projektu.



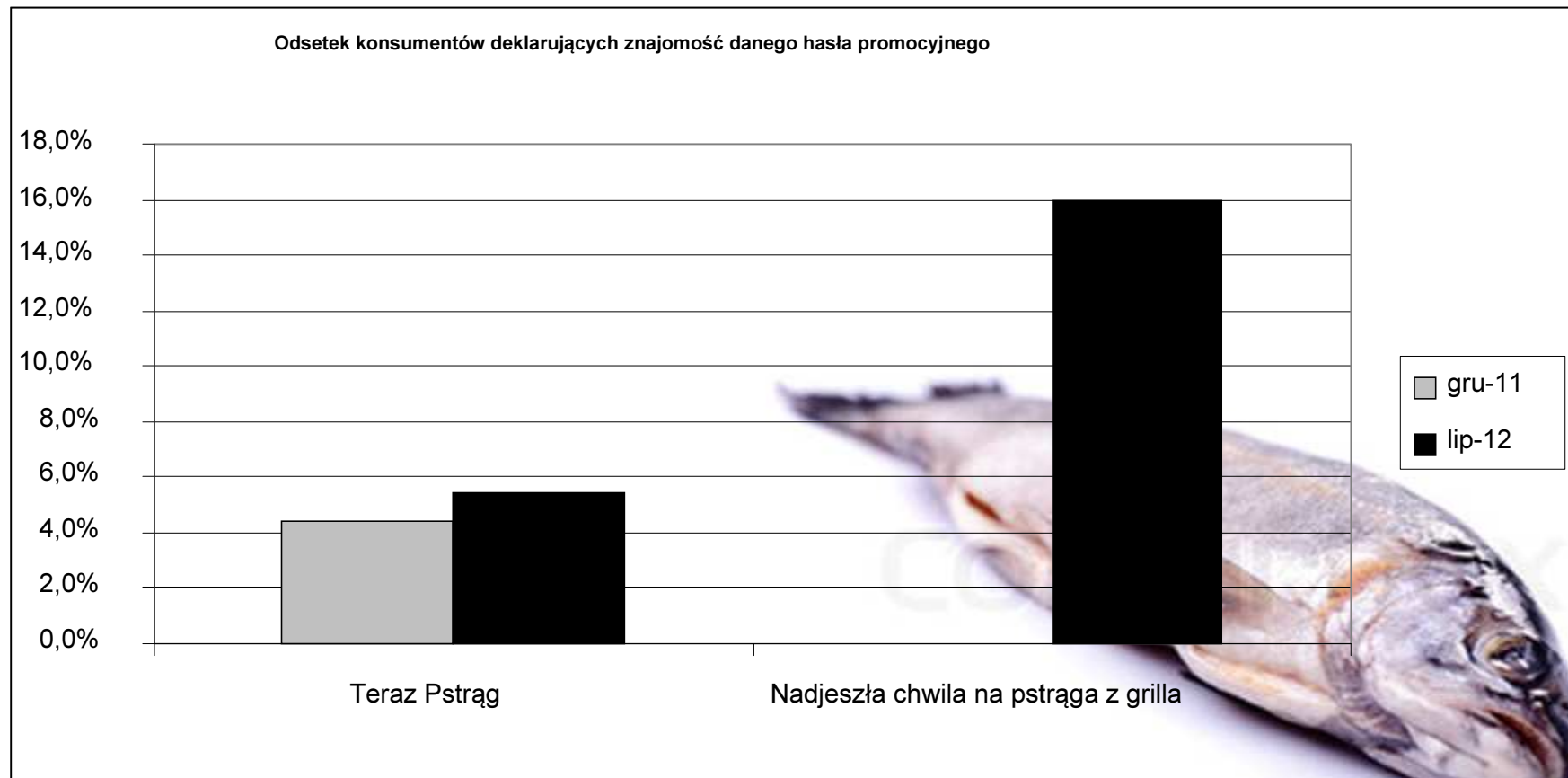
IV. Promocja

- Ocena skuteczności kampanii Teraz Pstrąg



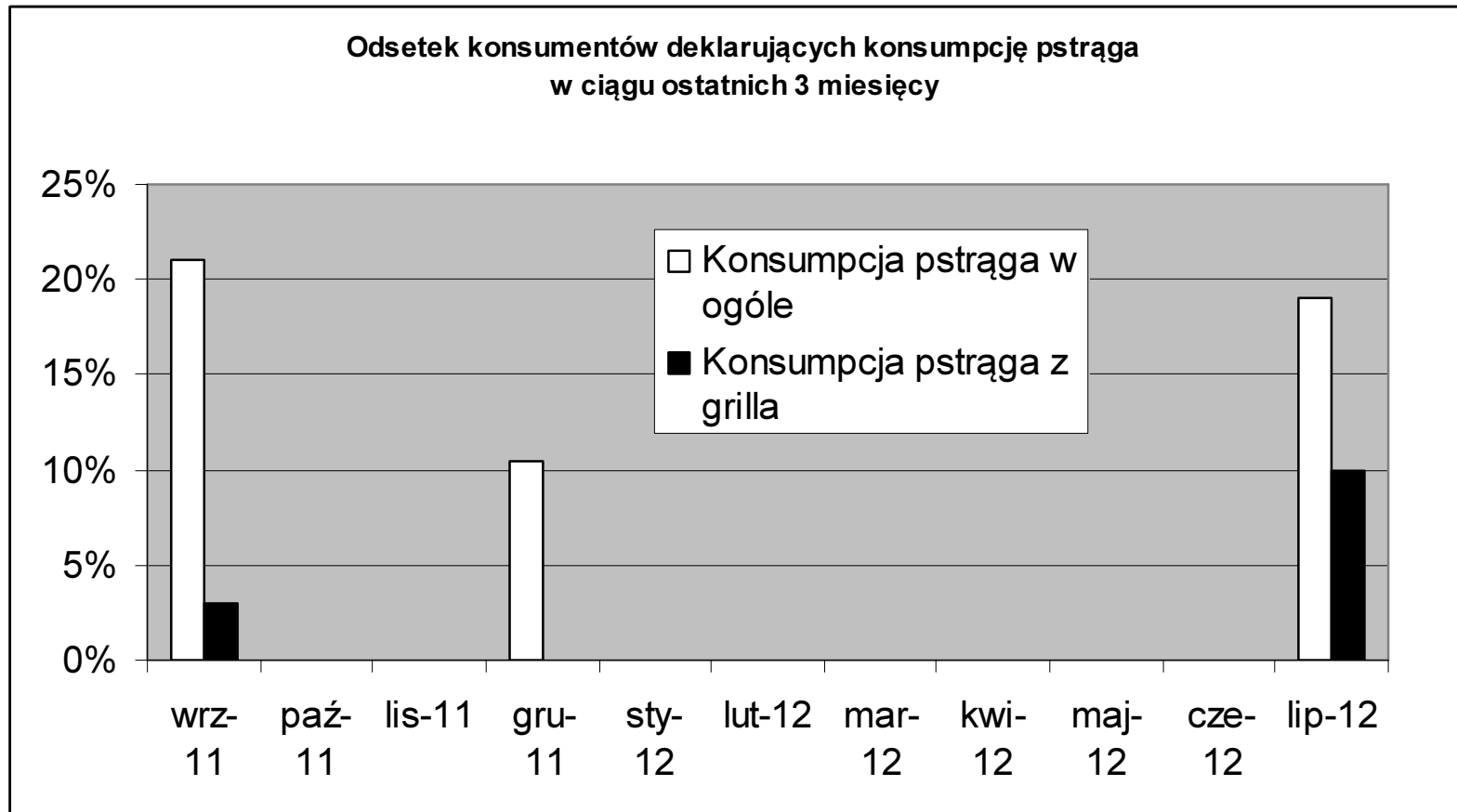
IV. Promocja

- Znajomość haseł promocji pstrągów



IV. Promocja

- Deklaratywne spożycie pstrągów (odsetek deklarujących konsumpcję)



IV. Promocja



Zamiast podsumowania

- Rynek ryb świeżych jest nadal dość słaby w Polsce, a rynek HoReCa rozwija się wolniej niż oczekiwano, jednak:
 - ryby świeże oraz pakowane ryby wędzone to jedyne kategorie produktów rybnych, których sprzedaż rośnie,
 - sieć dystrybucji ryb świeżych dynamicznie rozwija się,
 - **karp** jest nadal traktowany jako produkt sezonowy,
 - **dorada** jest produktem niszowym, choć jej sprzedaż może wzrosnąć z poziomu 100 do 250-350 ton rocznie (dzięki dyskontom)
 - **dorsz** – ograniczone zasoby, presja eksportu,
 - **tilapia** – wysoka cena przy słabej reputacji,



Zamiast podsumowania

- Realna szansa na znaczące wzrosty: **łosoś i pstrąg.**
- Na rzecz łososia świadczą:
 - umiejętnie prowadzone działania PR (vide wizyta króla),
 - duża dostępność surowca,
 - dobra renoma wśród mediów, szefów kuchni, establishmentu,
 - spadająca cena.
- Czy pstrąg umie umiejętnie odpowiedzieć na konkurencję łososia?
 - Zwiększenie produkcji i dostępności,
 - Zagwarantowanie wysokiej jakości,
 - Umiarkowana cena, niższa od łososia,
 - Kontynuacja udanej kampanii promocyjnej.

