

**XLVIII SZKOLENIE  
- KONFERENCJA  
HODOWCÓW RYB  
ŁOSOSIOWATYCH**

**12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023  
GDYNIA**



**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Uważaj na małe wydatki. Niewielki wyciek zatopi wielki statek.

Benjamin Franklin



## Zmiany na rynku ryb i przetworów rybnych

Panel Gospodarstw Domowych GfK Polonia



XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



- 
- **Główne wskaźniki ekonomiczne.**
  - **Rynek FMCG w Polsce.**
  - **Nastroje konsumenckie**
  - **Zwyczaje zakupowe i konsumpcyjne**



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA

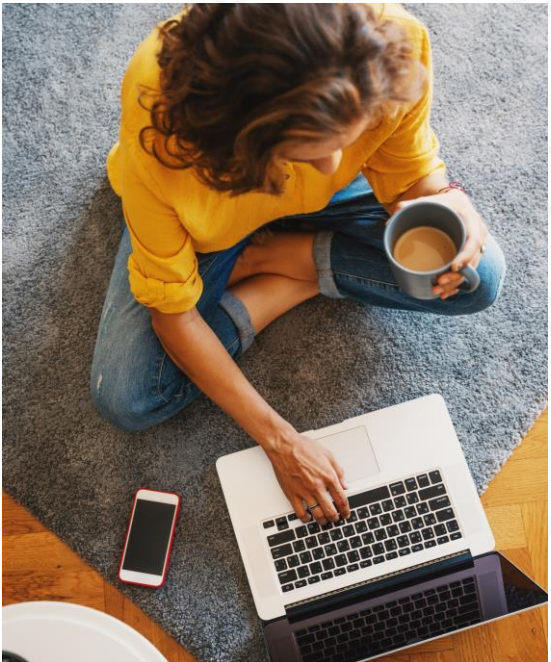


MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

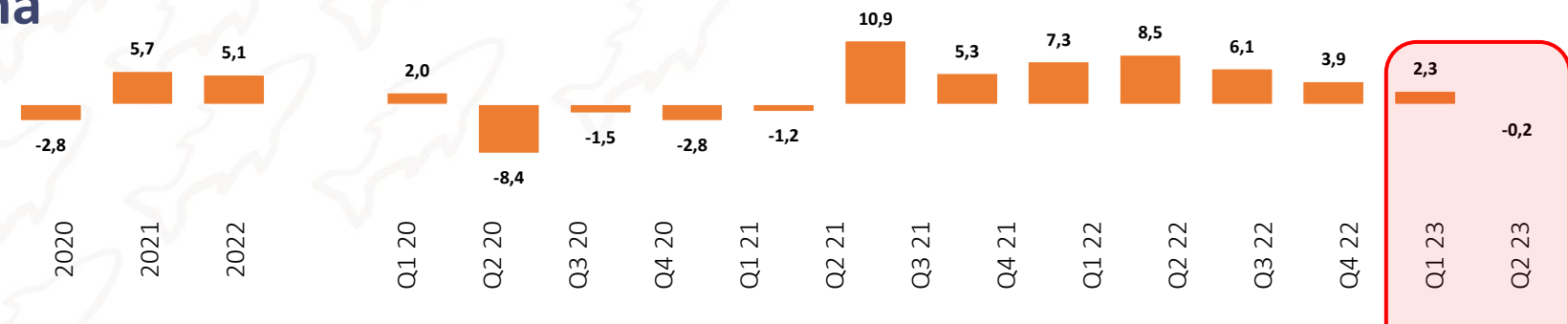
Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



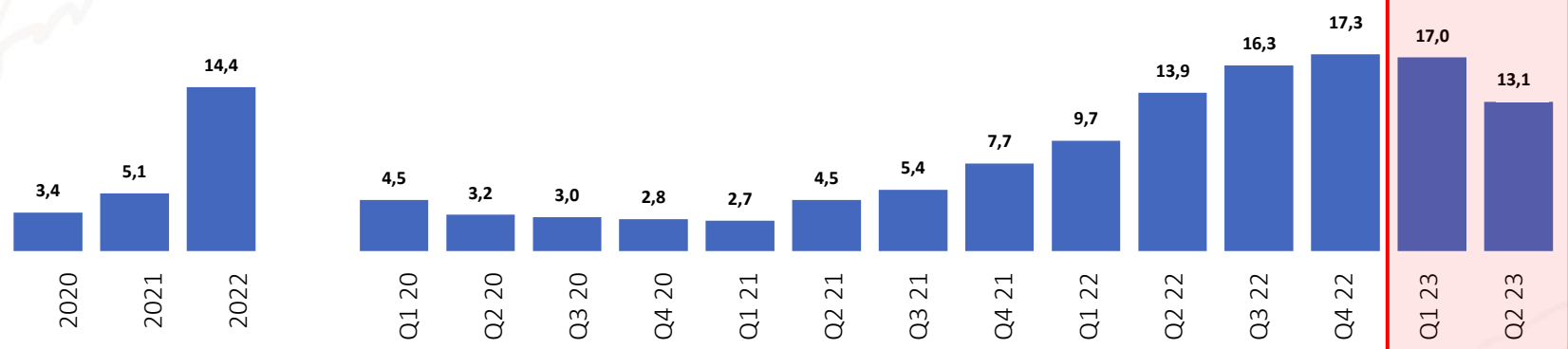
# Obecna sytuacja ekonomiczna



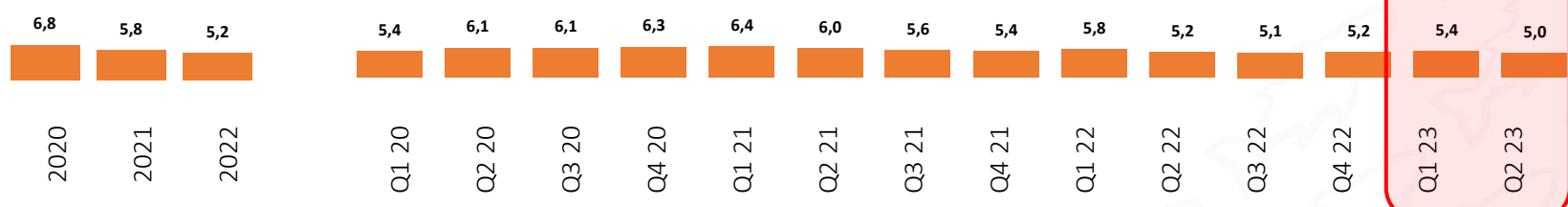
PKB



Inflacja



Stopa bezrobocia



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
 HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
 12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



# Kosz FMCG – Zmiany wartościowe w kategoriach FMCG

W pierwszym półroczu 2023 vs rok wcześniej FMCG wzrósł o 14,5% z powodu inflacji. Wzrost w wartościach absolutnych został zanotowany we wszystkich kosztach, najszybszy w artykułach do domu.

Udział koszyków w Total FMCG:

HY1 2022



HY1 2023

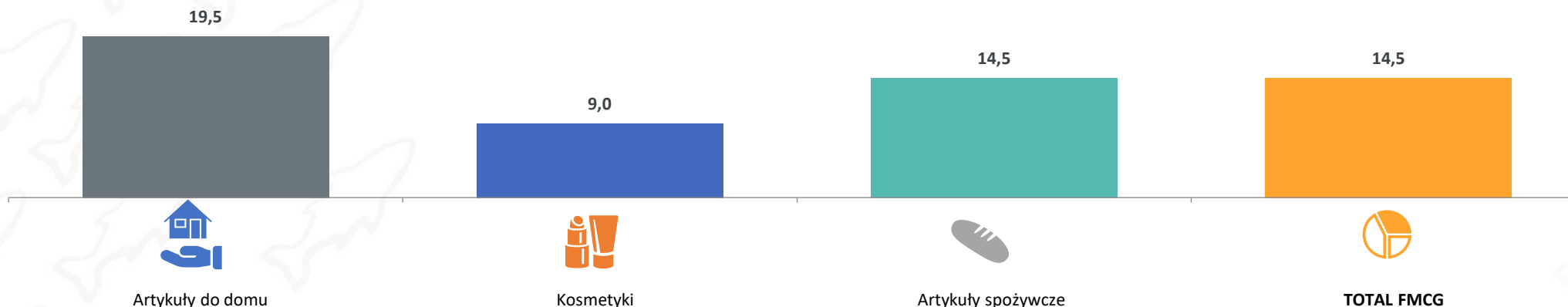


96,3  
mld PLN

+14,5%

110,2  
mld PLN

Zmiana wartości (%) HY1 2023 vs HY1 2022



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Kosz FMCG – udziały wartościowe kategorii spożywczych

W koszyku spożywczym kategorie, które wzrosły najbardziej z powodu inflacji, to **Nabiał**, **Artykuły spożywcze**, **Słone przekąski**. Z drugiej strony jedyny spadek wartościowy odnotowaliśmy dla **Jedzenia dla dzieci**.

Udziały kategorii spożywczych w Total FMCG:

HY1 2022



83,9  
mld PLN

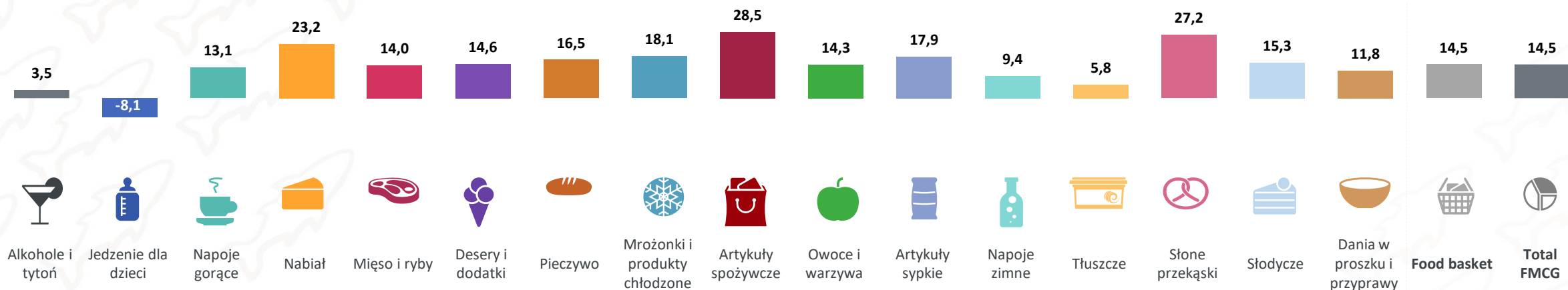
HY1 2023



+14,5%

96,1  
mld PLN

Zmiana wartości (%) HY1 2023 vs HY1 2022



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Kosz FMCG – rozwój kanałów sprzedaży

Supermarkety Lokalne i Dyskonty zwiększyły udziały w stosunku do zeszłego roku. Tylko Supermarkety IKA odnotowały spadek. Na obraz rynku duży wpływ miała inflacja i rosnące koszty utrzymania i prowadzenia działalności

Udziały kanałów sprzedaży w Total FMCG:

HY1 2022



96,3  
mld PLN

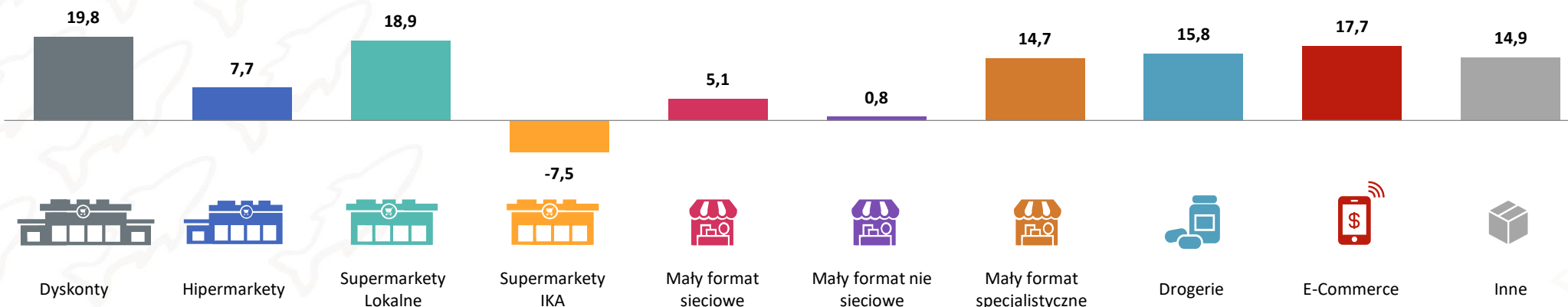
HY1 2023



+14,5%

110,2  
mld PLN

Zmiana wartości (%) HY1 2023 vs HY1 2022



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

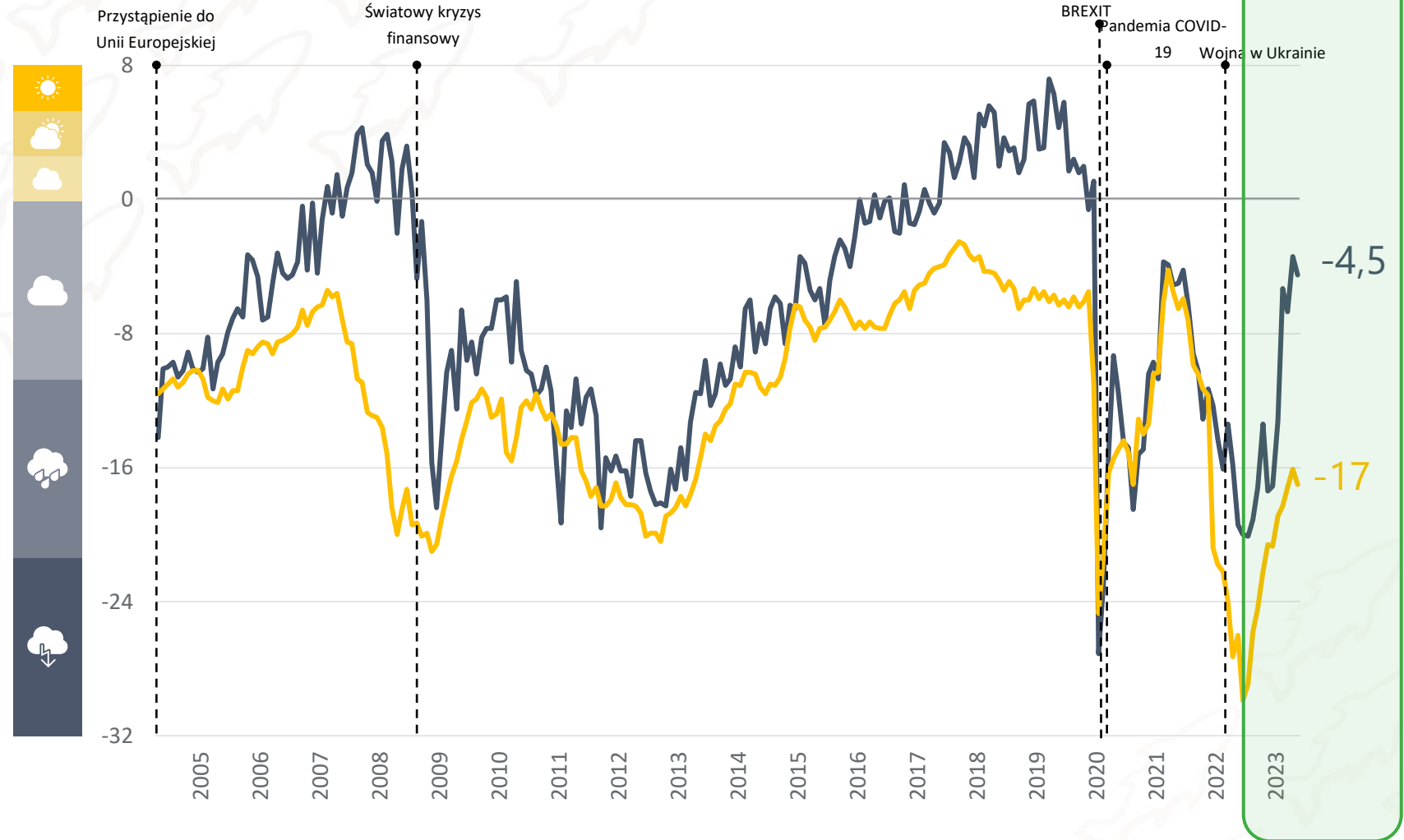
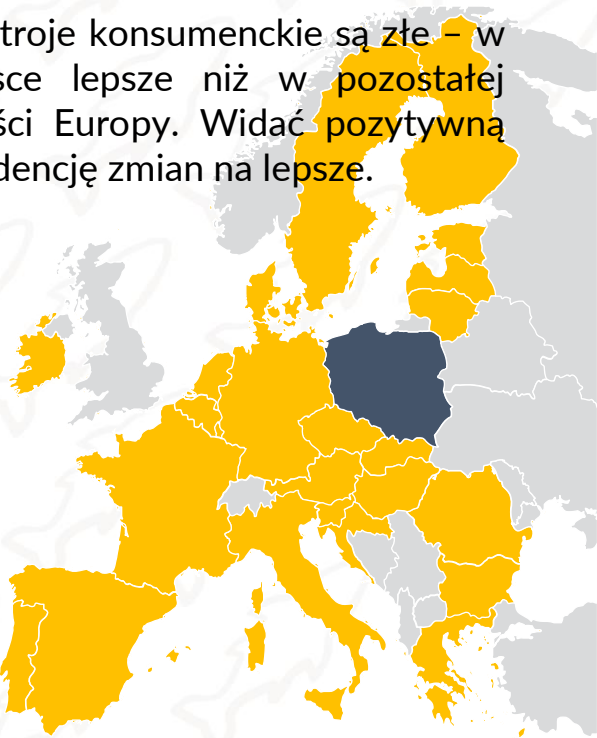
Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Nastroje konsumenckie Polska vs EU

08/2023

Nastroje konsumenckie są złe – w Polsce lepsze niż w pozostałej części Europy. Widać pozytywną tendencję zmian na lepsze.



Źródło: GfK – badanie nastrojów konsumenckich na zlecenie Komisji Europejskiej sierpień 2023; od lutego 2020 roku w wartości indeksu nie są uwzględniani mieszkańcy Wielkiej Brytanii



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki

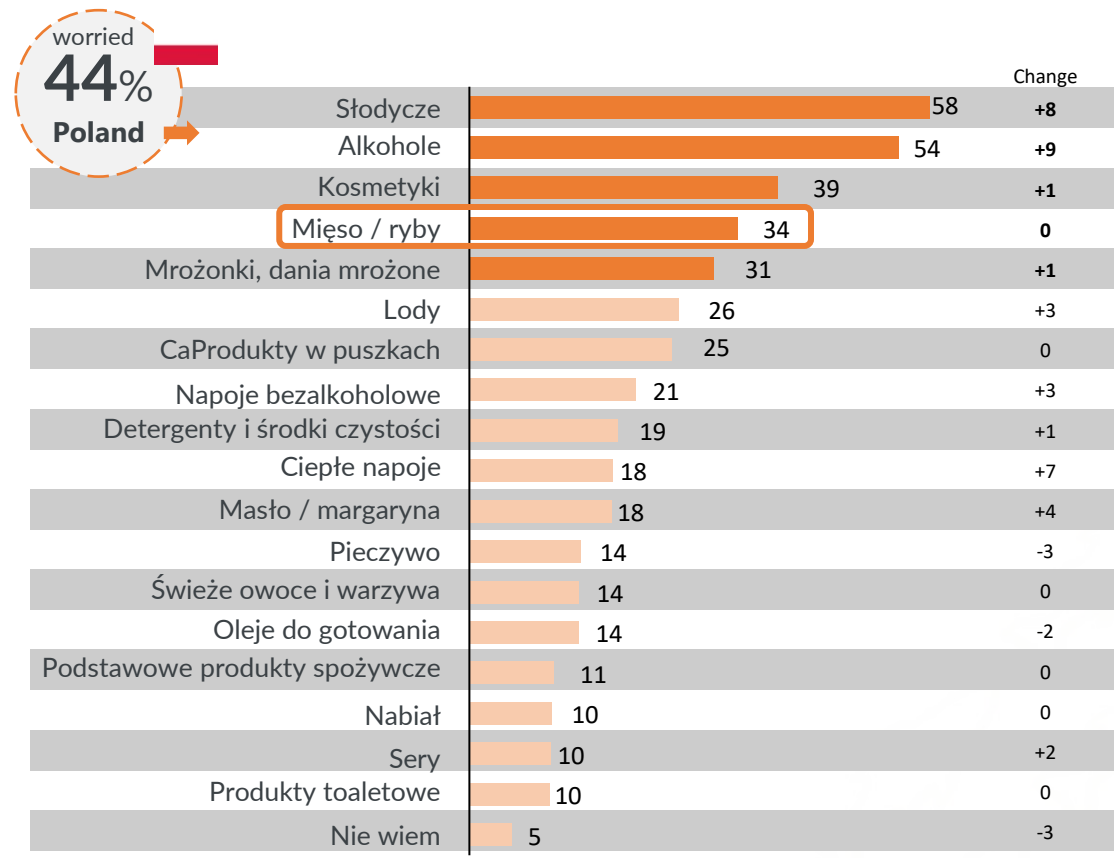
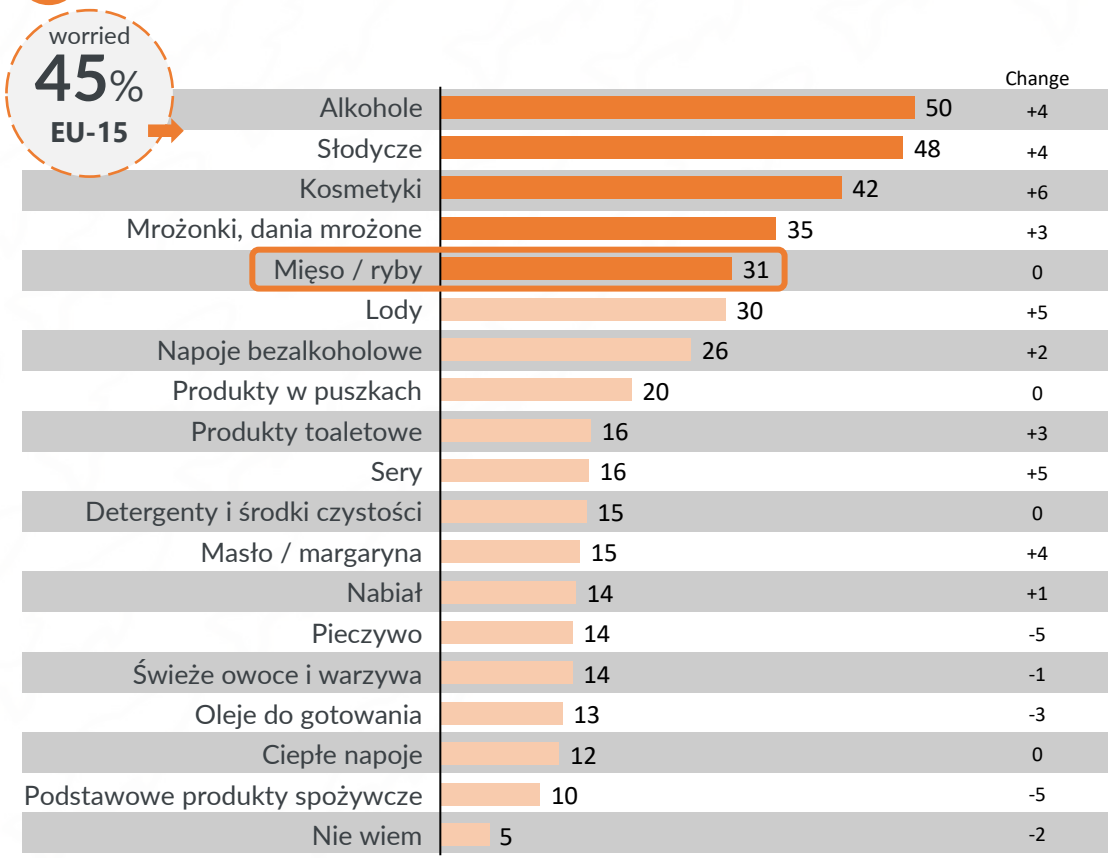


# Zmiana zachowań nasila się wokół głównych kategorii

Najsilniejszy wzrost został odnotowany w segmencie wyrobów cukierniczych i napojów alkoholowych.

## CATEGORY CHANGE

W której z wymienionych kategorii najprawdopodobniej zmienisz swoje zachowania zakupowe, jeśli ceny wzrosną?



W % | EU-15 n=9634, PL n=1036 | Q13 |



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



# Podejście do spożywania mięsa

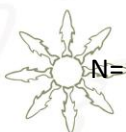
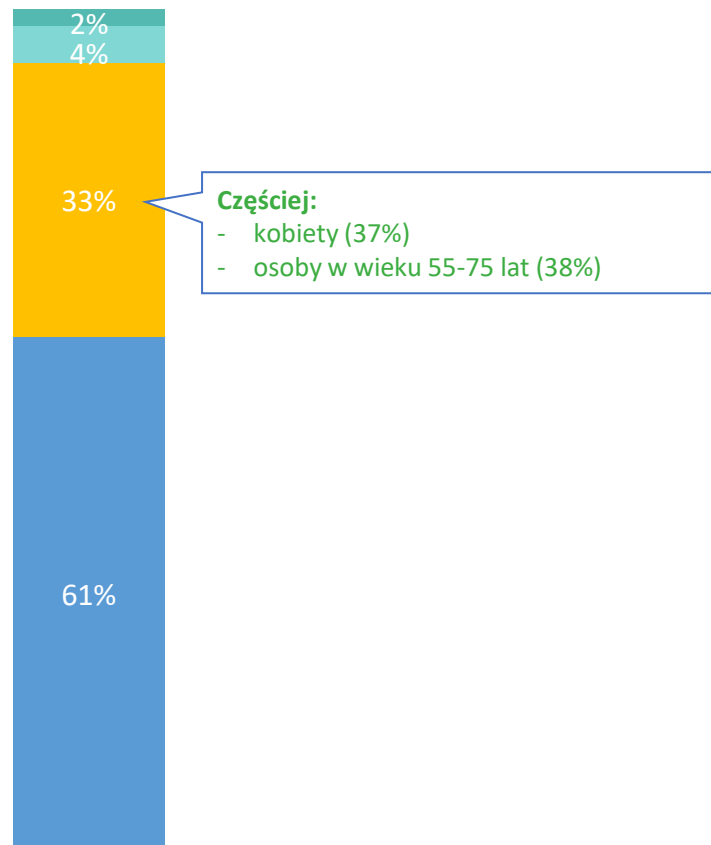
1/3 konsumentów deklaruje, że stara się ograniczać obecność mięsa w swojej diecie – dotyczy to w szczególności kobiet oraz osób starszych. Jako weganinie lub wegetarianie deklaruje się 6% konsumentów.

■ Jestem weganinem\ weganką – nie jem żadnych produktów pochodzenia zwierzęcego

■ Jestem wegetarianinem\ wegetarianką – nie jem mięsa, ale dopuszczam w swojej diecie inne produkty pochodzenia zwierzęcego (np. sery i/lub inny nabiał)

■ Staram się ograniczać spożycie mięsa, ale nie jestem stuprocentowym\ą wegetarianinem\ wegetarianką

■ Nie ograniczam spożycia mięsa w swojej diecie



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
N=1000 DOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



G4. Poniższe stwierdzenia opisują podejście różnych osób do spożywania mięsa. Które z poniższych stwierdzeń najlepiej opisuje Pana(i) dietę? Podstawa: wszyscy respondenci.

# Konsumpcja ryb i przetworów rybnych w przyszłości – przewidywania konsumentów

Około 2/3 konsumentów uważa, że w ciągu najbliższego roku konsumpcja ryb i przetworów rybnych w ich domach nie ulegnie zmianie. Wzrost konsumpcji poszczególnych kategorii ryb przewiduje około 1/5 osób deklarujących ograniczanie spożywania mięsa (fleksitarianie).

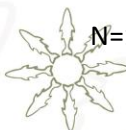
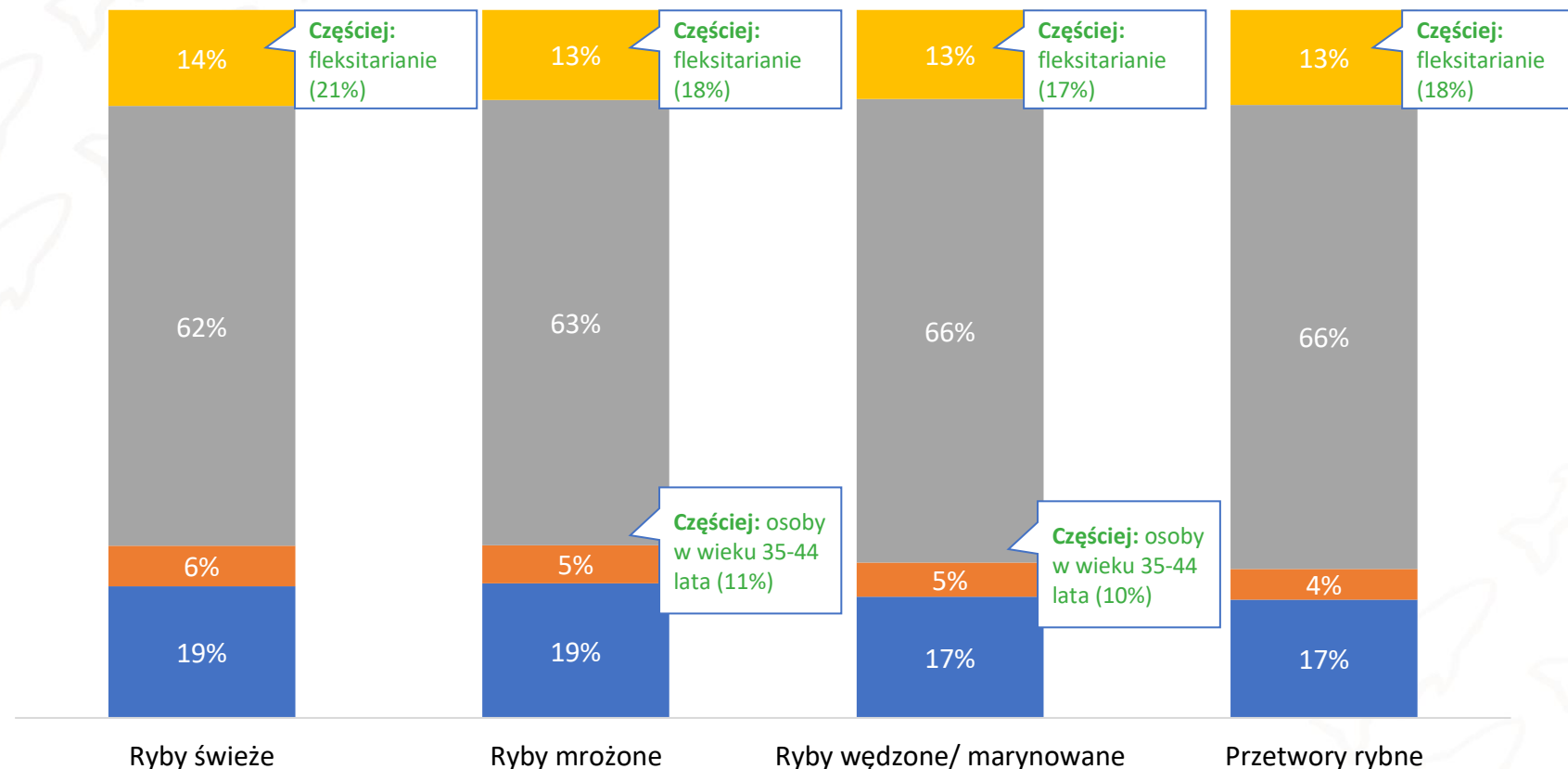
## Tak twierdzili konsumenci – Raport GfK „Machaj wędą ryby będą”, marzec 2022

■ Wzrośnie

■ Pozostanie bez zmian

■ Zmniejszy się

■ Nie wiem\ trudno powiedzieć



N=1000

XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki

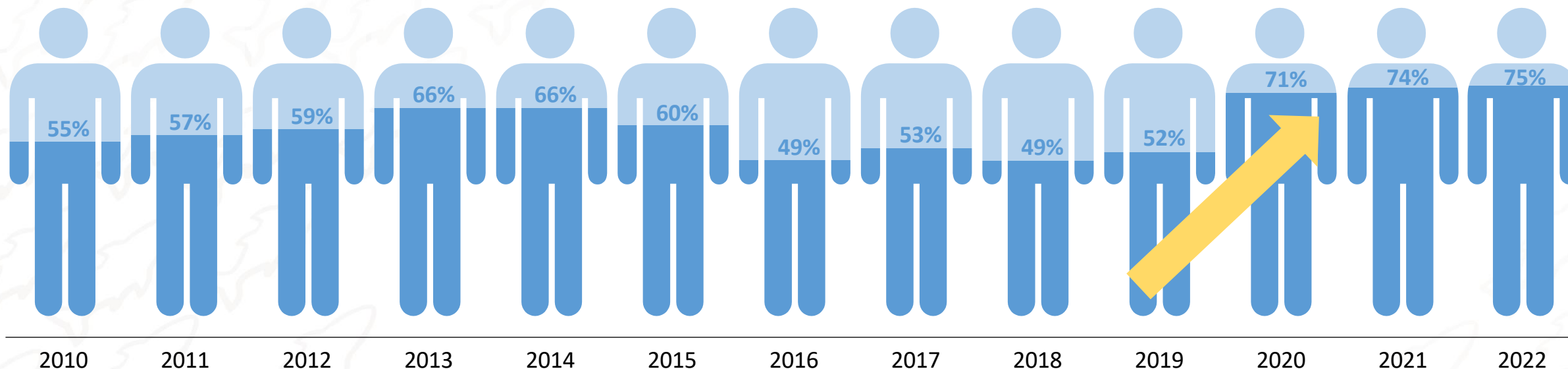


B20. Jak Pan(i) myśli, czy konsumpcja ryb świeżych w Pana(i) domu w ciągu najbliższego roku... / C20. Jak Pan(i) myśli, czy konsumpcja ryb mrożonych w Pana(i) domu w ciągu najbliższego roku... / D20. Jak Pan(i) myśli, czy konsumpcja ryb wędzonych/ marynowanych w Pana(i) domu w ciągu najbliższego roku... / E20. Jak Pan(i) myśli, czy konsumpcja przetworów rybnych w Pana(i) domu w ciągu najbliższego roku...  
Podstawa: wszyscy respondenci.

## Odsetek smart nabywców wśród Polaków

Smart nabywców systematycznie przybywało i w lata 2013-2014 było ich niemal 70%. W latach 2016-2019 utrzymywała się równowaga między smart a pozostałymi nabywcami. Pandemia COVID-19 (pogorszyły się nastroje konsumenckie) – zmiana. Obecnie 3/4 nabywców zachowuje się wg zasad smart shoppingu.

Przeciętnego smart nabywcę w roku 2022 cechowało to, że jego udziałem było 10,9 z 14 reguł smart shoppingu (vs. 10,7 w roku 2021). Czyli **jesteśmy „bardziej smart”**.



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Definicja koncepcji smart shoppingu (1/2)



**Smart shopping** oznacza bycie „mądrzejszym” od sprzedawcy i producenta. Smart shopper dokonuje racjonalnych decyzji na podstawie cech produktu raczej niż na podstawie promocji czy nawet marki, stara się kupować produkty, które są mu naprawdę potrzebne, potrafi efektywnie porównywać ceny różnych produktów i w różnych sklepach. Taka osoba ocenia wartość oferowanych promocji aby móc wybrać najlepszą ofertę.

**Idea smart shoppingu** odzwierciedla więcej, aniżeli jedynie chęć kupowania po jak najniższych cenach – **wiąże się ona z dążeniem do kupowania produktów możliwie najwyższej jakości po możliwie najniższych cenach** (value for money).

**Smart shopper** stara się minimalizować wpływ działań marketingowych producentów i detalistów na swoje zachowania zakupowe poprzez **racjonalne i przemyślane korzystanie z wszelkiego typu promocji**.

**Smart shopping** to stosunkowo nowa koncepcja, która jednakże zdążyła już zdobyć sporą popularność w USA i krajach Unii Europejskiej. Idea, która początkowo była promowana przez organizacje konsumenckie, **staje się coraz częściej także obiektem zainteresowania organizacji rządowych i placówek oświatowych**. Dzieje się tak z uwagi na rosnące przeświadczenie, iż konsumenci muszą być edukowani aby mogli efektywnie wydawać swoje pieniądze w obliczu silnego oddziaływania zaawansowanych rozwiązań marketingowych stosowanych przez producentów.



XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



SMART  
SHOPPING



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejska Unia  
Morski i Rybacki



# Definicja koncepcji smart shoppingu (2/2)

Aby sprawdzić czy smart shopperzy występują także w Polsce, ilu ich jest i kim są, GfK Polonia wyznaczyła zestaw najpopularniejszych cech charakterystycznych dla tego rodzaju nabywców. Zgodnie z sugestiami poradników dla konsumentów **zdecydowaliśmy się nazwać smart shopperami te osoby, które zawsze lub często przestrzegają przynajmniej połowy najpopularniejszych reguł smart shoppingu.**

W rezultacie polski smart shopper to osoba, która zawsze lub często postępuje zgodnie z przynajmniej połową poniższych charakterystyk.



## Charakterystyki związane z zakupami

- 1 **Porównuję** produkty różnych marek, aby wybrać najlepszą ofertę
- 2 Przed pójściem na zakupy **robię listę** rzeczy do kupienia
- 3 Biorę udział w **programach lojalnościowych** sklepów
- 4 Staram się na ogół **sprawdzać skład** kupowanych art. spożywczych i chemiczno-kosmetycznych, których wcześniej nie znałem(a)



## Charakterystyki związane z ceną

- 5 Kiedy porównuję ceny produktów różnej wielkości lub liczby sztuk w opakowaniu, **porównuję ceny jednostkowe** (za kg, sztukę)
- 6 Porównuję **ceny między sklepami**
- 7 Będąc **przy kasie** sprawdzam, czy cena produktu odpowiada cenie **na półce**
- 8 **Znam** dokładnie **ceny** najczęściej kupowanych produktów



## Charakterystyki związane z promocjami

- 9 Gdy do produktu jest dodawane coś **gratis**, zastanawiam się **czy** na pewno jest mi to **potrzebne**
- 10 Gdy do produktu dodawane jest coś **gratis**, staram się ocenić jaka może być tego **wartość**
- 11 Widząc produkt w promocji, zastanawiam się jaka jest jego **cena bez promocji**
- 12 Kiedy wchodzę do sklepu **pamiętam o interesujących promocjach**, o których wcześniej się dowiedziałem(a)
- 13 Staram się **szukać** informacji o promocjach żywności, detergentów i kosmetyków
- 14 Gdy widzę produkt w promocji to na ogół **sprawdzam jego datę ważności**

**Smart shopper** to osoba, która deklaruje, że „zawsze” lub „często” robi zakupy według przynajmniej 7 z 14 reguł zamieszczonych powyżej.



# Odsetek nabywców, którzy zachowują się według reguły smart shopping (2022)



N=842

P. Proszę spojrzeć na poniższe stwierdzenia odnośnie dokonywania zakupów i udzielić odpowiedzi na każde z tych stwierdzeń czy postępuje Pan(i) w ten sposób. Wizualizacja top 2 boxes – odpowiedzi „zawsze” + „często”.



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki





➤ Rynek ryb w Polsce w danych zakupowych (Panel Gospodarstw Domowych GfK Polonia)

Definicja rynku:

- Ryby świeże i wędzone
- Ryby mrożone
- Konserwy rybne
- Ryby przetworzone
- Sałatki rybne



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



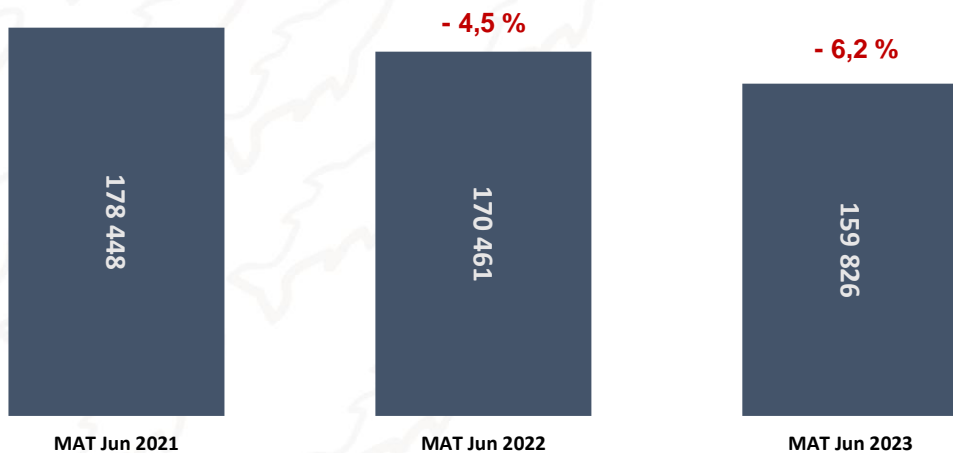
# Rynek ryb w Polsce



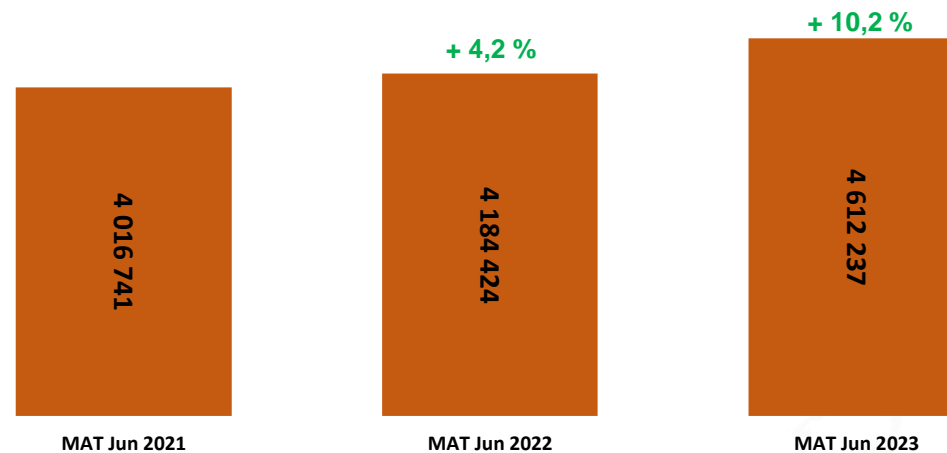
**Wartość zakupów** całej kategorii dokonywanych przez polskie gospodarstwa domowe **rośnie**, podczas gdy **wolumen** zakupów **spada**. Dynamika wzrostu wartości jest wyższa niż dynamika spadku wolumenu. Powodem zaobserwowanych zmian jest dynamiczny wzrost cen (wyższy niż inflacja) wynikający z trudnej sytuacji makroekonomicznej.

Zmiana średniej ceny  
HY1 2023 vs HY1 2022  
**17,5%**

Wolumen (000 kg)



Wartość (000 PLN)



XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



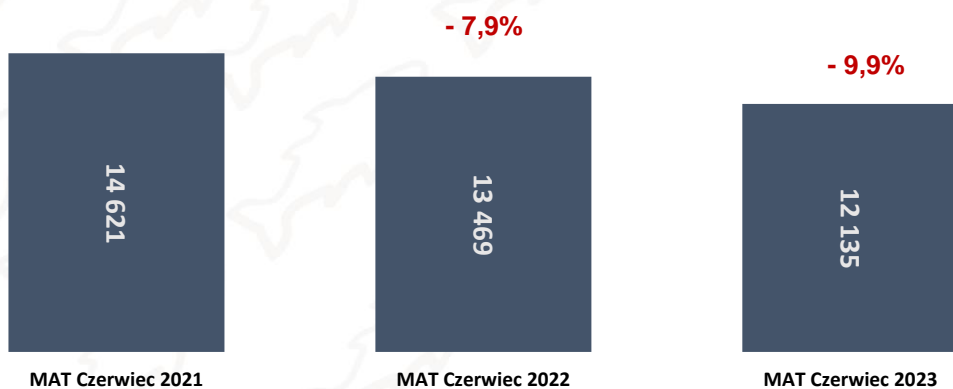
# Łosoś w Polsce



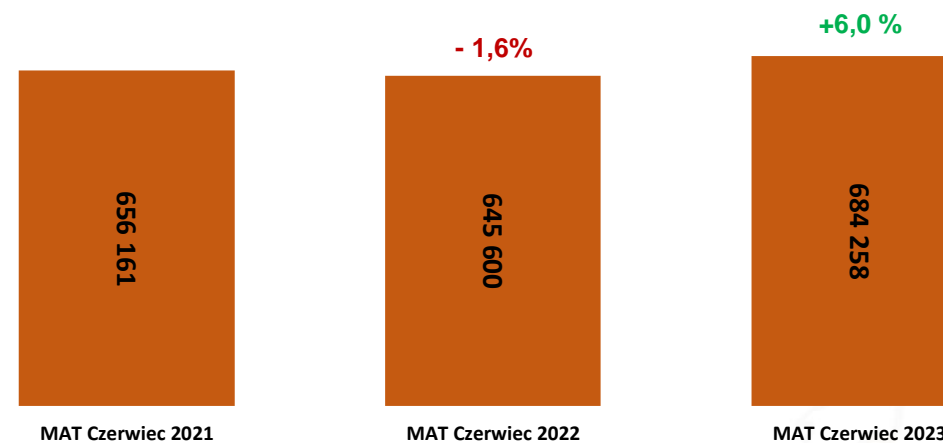
**Wolumen zakupów łososia** w Polsce **zmniejszył się**, a dynamika spadku była wyższa niż dla całej kategorii ryb. Wartość zakupów rośnie wolniej niż w przypadku całej kategorii – łosoś drożeje zdecydowanie dynamiczniej niż kategoria.

Zmiana średniej ceny  
HY1 2023 vs HY1 2022  
**22,2%**

Wolumen (000 kg)



Wartość (000 PLN)



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



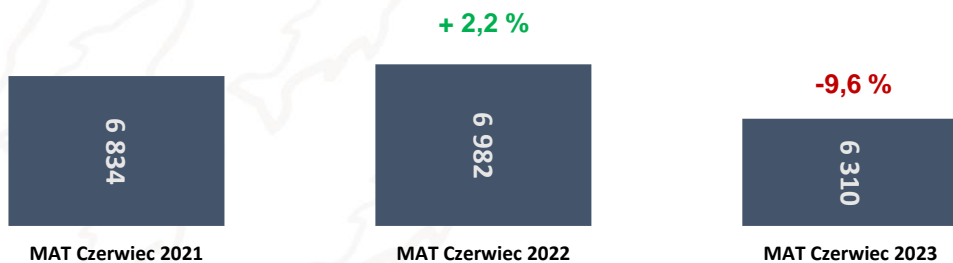
# Pstrąg w Polsce



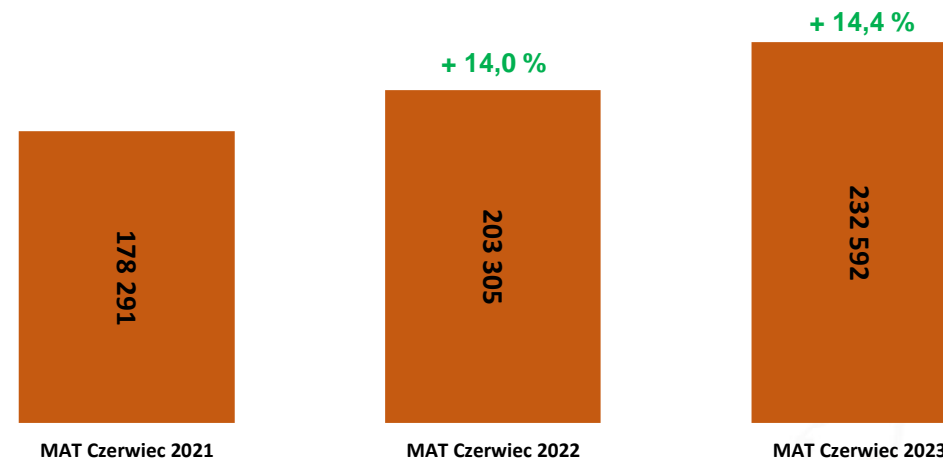
**Pstrąg w ostatnim roku** – po wzroście w poprzednim roku - **zanotował spadek** zakupionego wolumenu. Wolumen zakupów spadł do poziomu **niższego niż było to w roku 2021**. Spadek, podobnie jak w przypadku łososia jest wyższy niż dla całej kategorii ryb. Wartość zakupów pstrąga wzrosła zdecydowanie dynamiczniej niż kategoria. **Dynamika wzrostu cen pstrąga jest 2,5 raza wyższa niż wynosi wskaźnik inflacji.**

Zmiana średniej ceny  
HY1 2023 vs HY1 2022  
**36,5%**

Wolumen (000 kg)



Wartość (000 PLN)



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

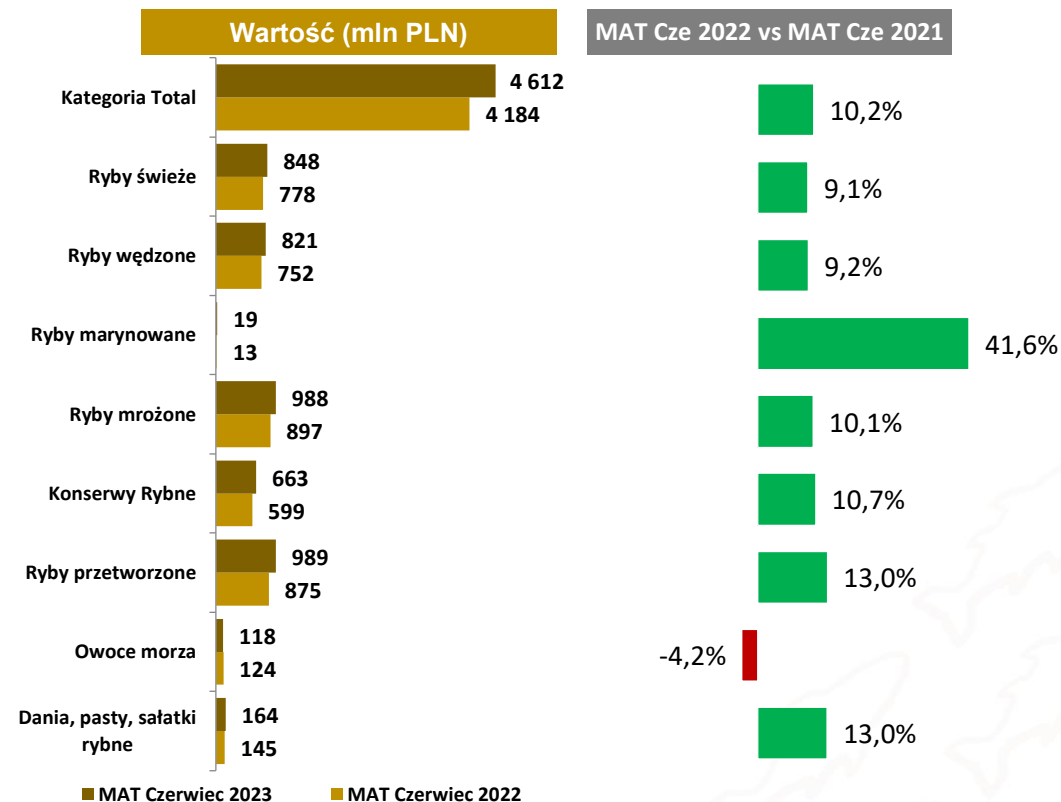
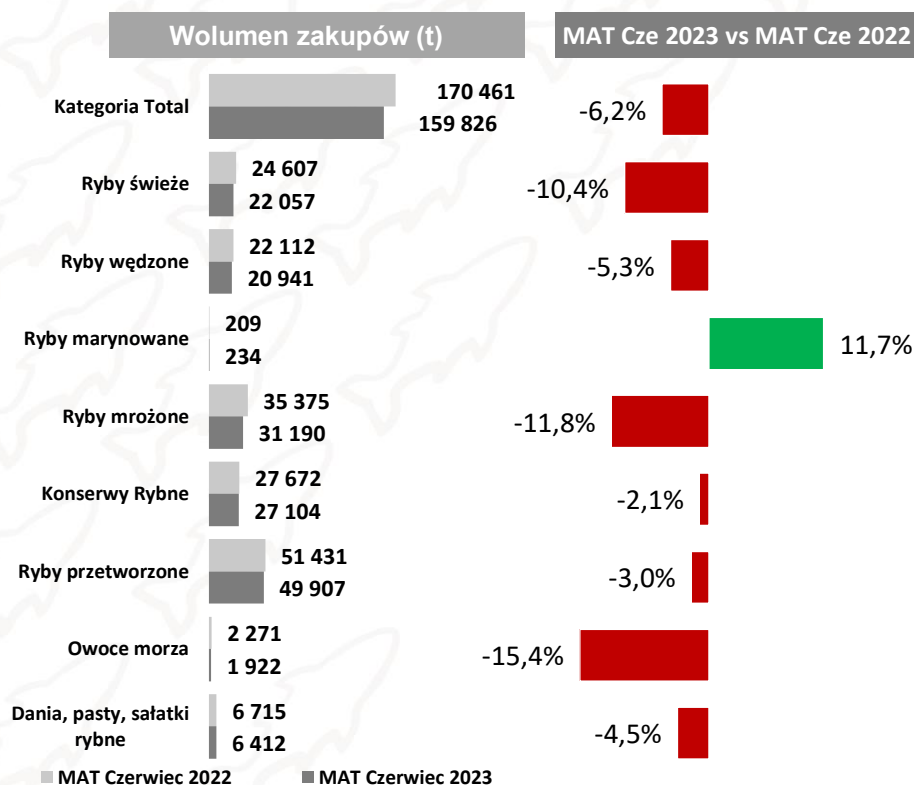
Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Rynek ryb w Polsce – segmenty produktowe

(wolumen i wartość zakupów MAT Cze 2023 vs MAT Cze 2022)

Wolumen zakupów wszystkich analizowanych segmentów spadł w porównaniu z rokiem poprzednim. Wyjątkiem są jedynie ryby marynowane, ale jest to segment niszowy. Zaskakujący wydaje się spadek wartości zakupów ryb świeżych.



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

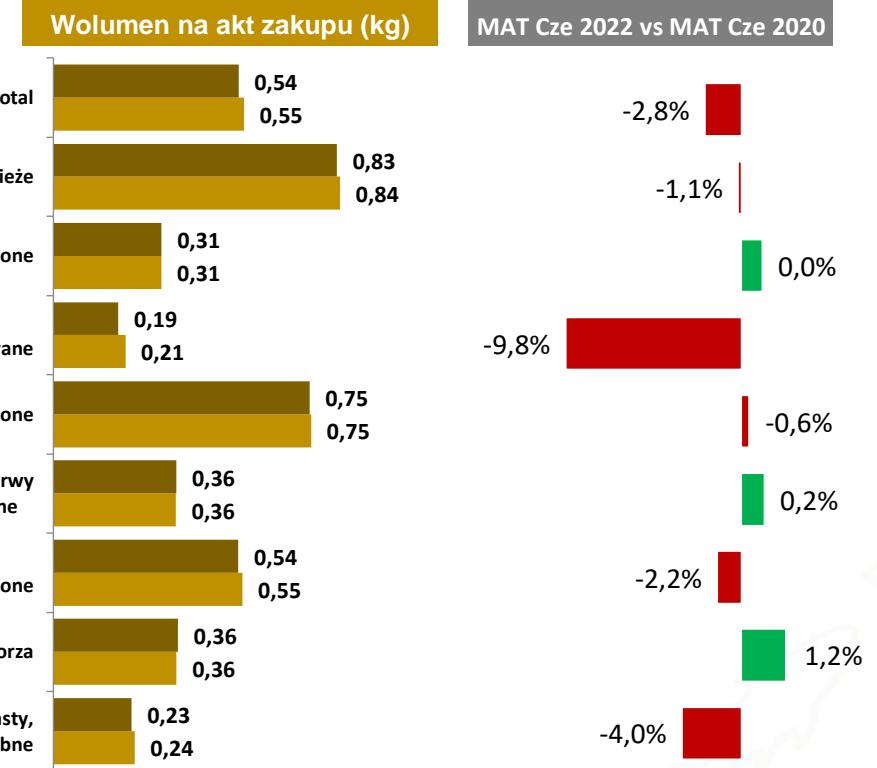
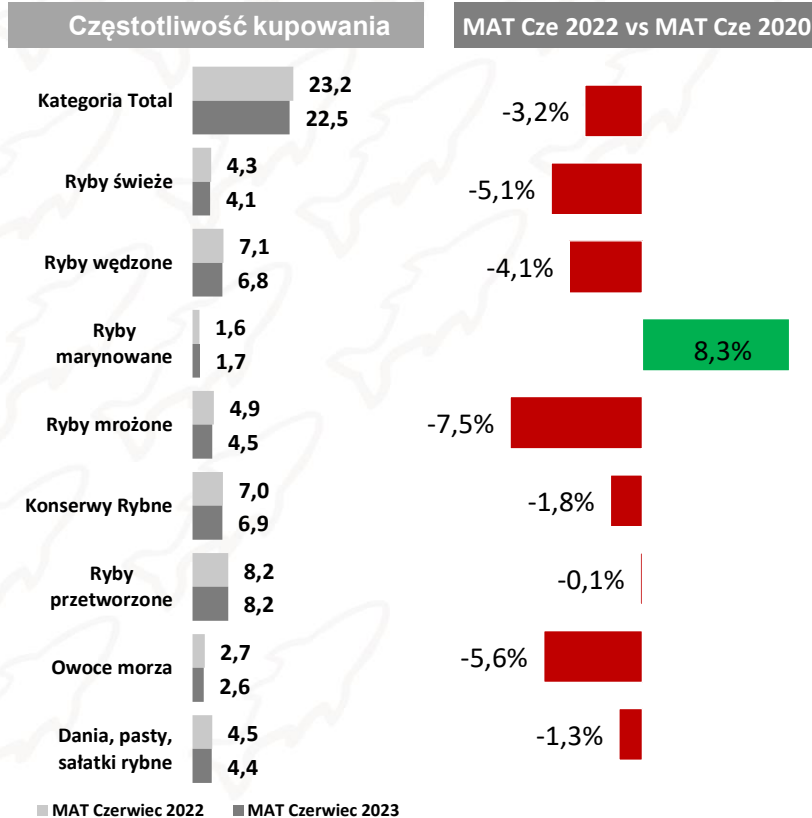
Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Rynek ryb w Polsce – częstotliwość i wolumen na akt zakupu

(częstotliwość i wolumen na akt zakupu MAT Cze 2023 vs MAT Cze 2022)

Można stwierdzić, że ryby (niezależnie od segmentu produktowego) kupujemy rzadziej niż w poprzednim okresie i kupujemy mniej lub co najwyżej tyle samo jednorazowo co w roku 2022.



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Rynek ryb w Polsce – segmenty produktowe

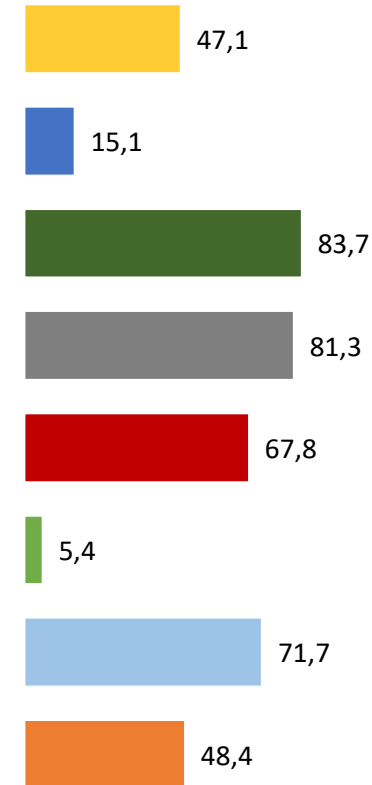
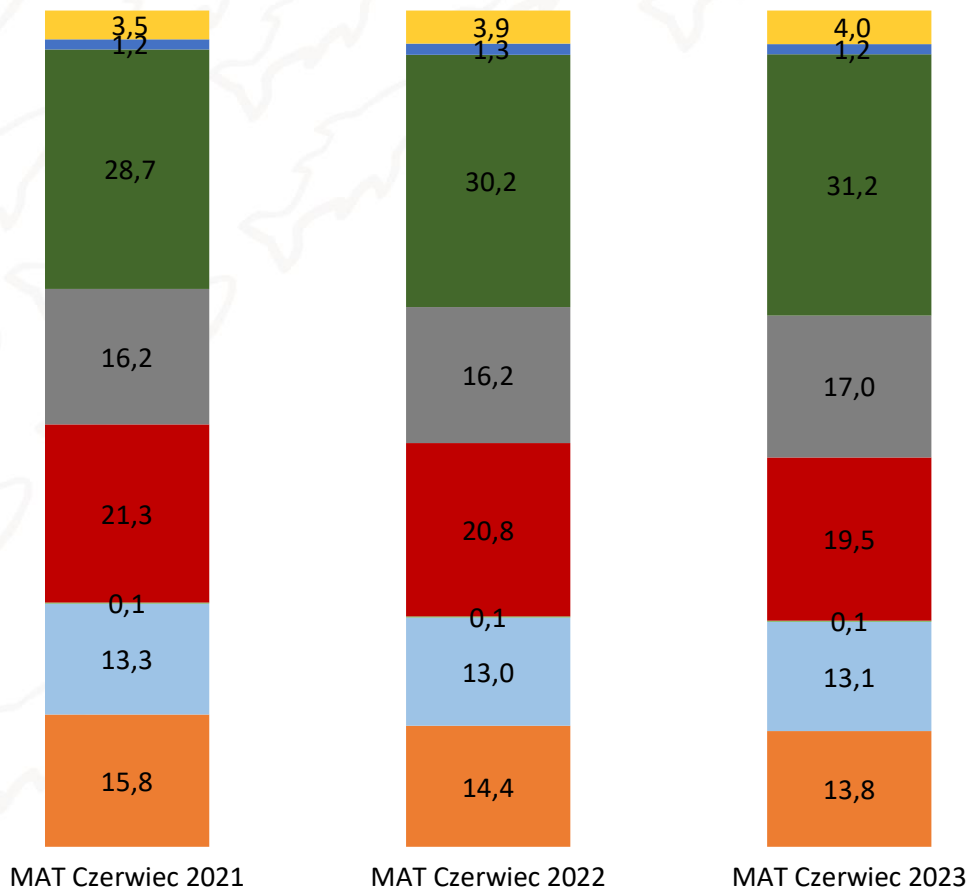
(udziały wolumenowe i penetracja)

Udziały wolumenowe (%)

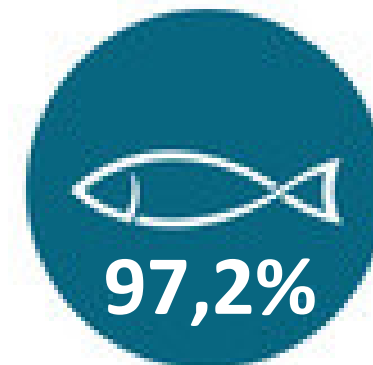
Penetracja MAT Cze 2023 (%)

- Dania, pasty i sałatki rybne
- Owoce morza
- Ryby przetworzone
- Konserwy rybne
- Ryby mrożone
- Ryby marynowane
- Ryby wędzone
- Ryby świeże

Rośnie znaczenie segmentu ryb przetworzonych i konserw rybnych, spada zaś ryb świeżych i mrożonych.



Penetracja kategorii MAT Cze 2023



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
 HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
 12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
 ROLNICTWA  
 I ROZWOJU WSI

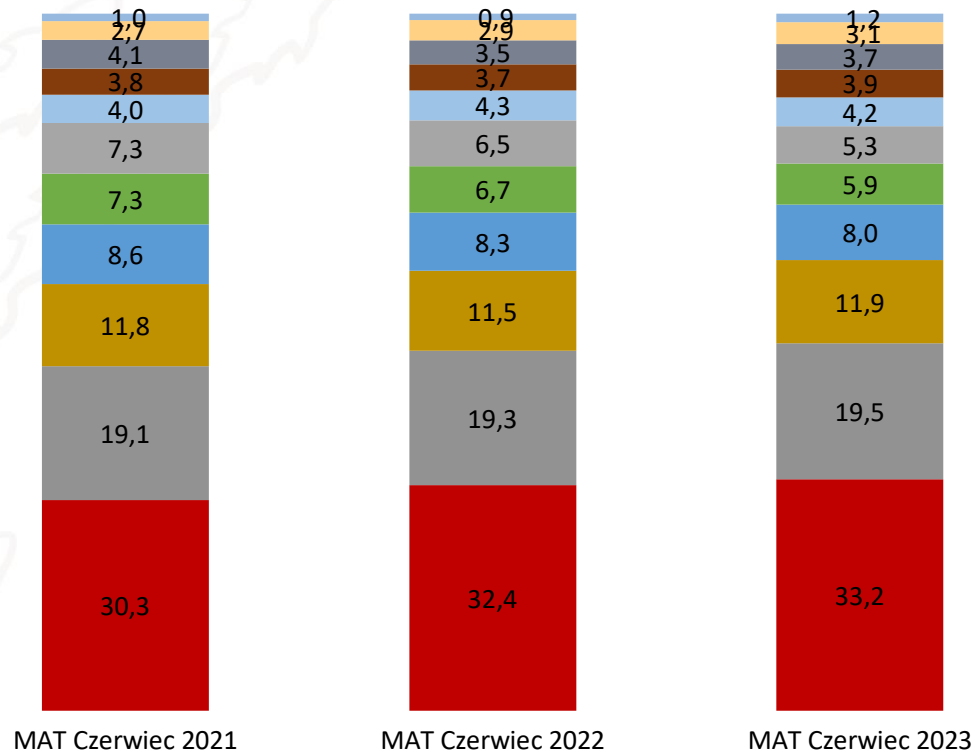
Unia Europejska  
 Europejski Fundusz  
 Morski i Rybacki



# Rynek ryb w Polsce – gatunki ryb

(udziały wolumenowe w %)

- PANGA
- SZPROT
- KARP
- TUŃCZYK
- PSTRĄG
- DORSZ
- MINTAJ
- ŁOSOŚ
- MAKRELA
- INNE
- ŚLEDŹ



Polskie gospodarstwa domowe spośród wszystkich gatunków ryb kupują najczęściej śledzi. Na drugim miejscu jest makrela. **Trzecie miejsce zajmuje łosoś, choć jego udział nieznacznie maleje. Udział pstrąga w zakupach utrzymuje się na stabilnym poziomie, nieco ponad 4%.**



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
 HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
 12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



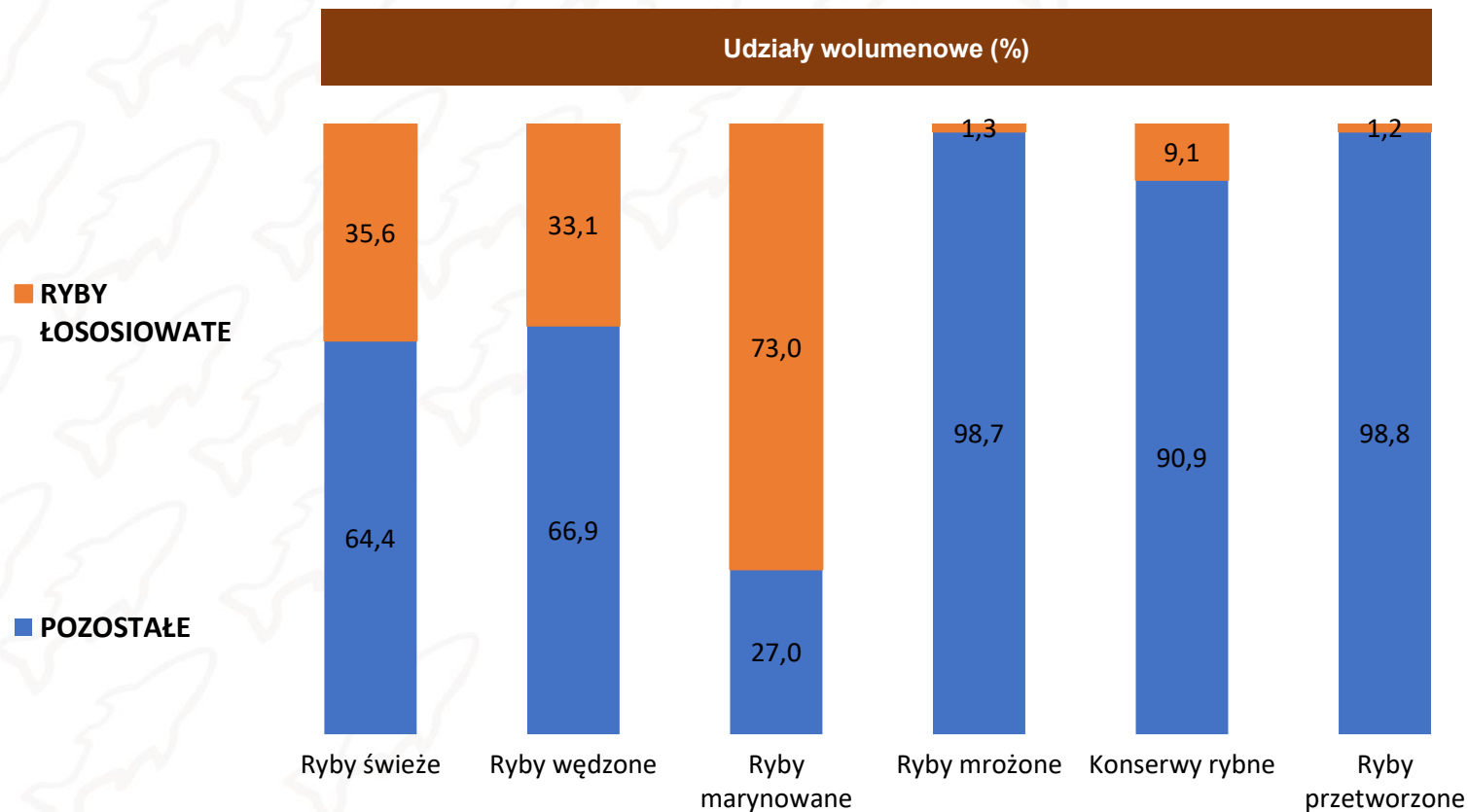
MINISTERSTWO  
 ROLNICTWA  
 I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
 Europejski Fundusz  
 Morski i Rybacki



# Rynek ryb w Polsce – udział ryb łososiowatych

(udziały wolumenowe, MAT Cze 2023)



Ryby łososiowate są widoczne przede wszystkim w rybach marynowanych, świeżych i wędzonych.



XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



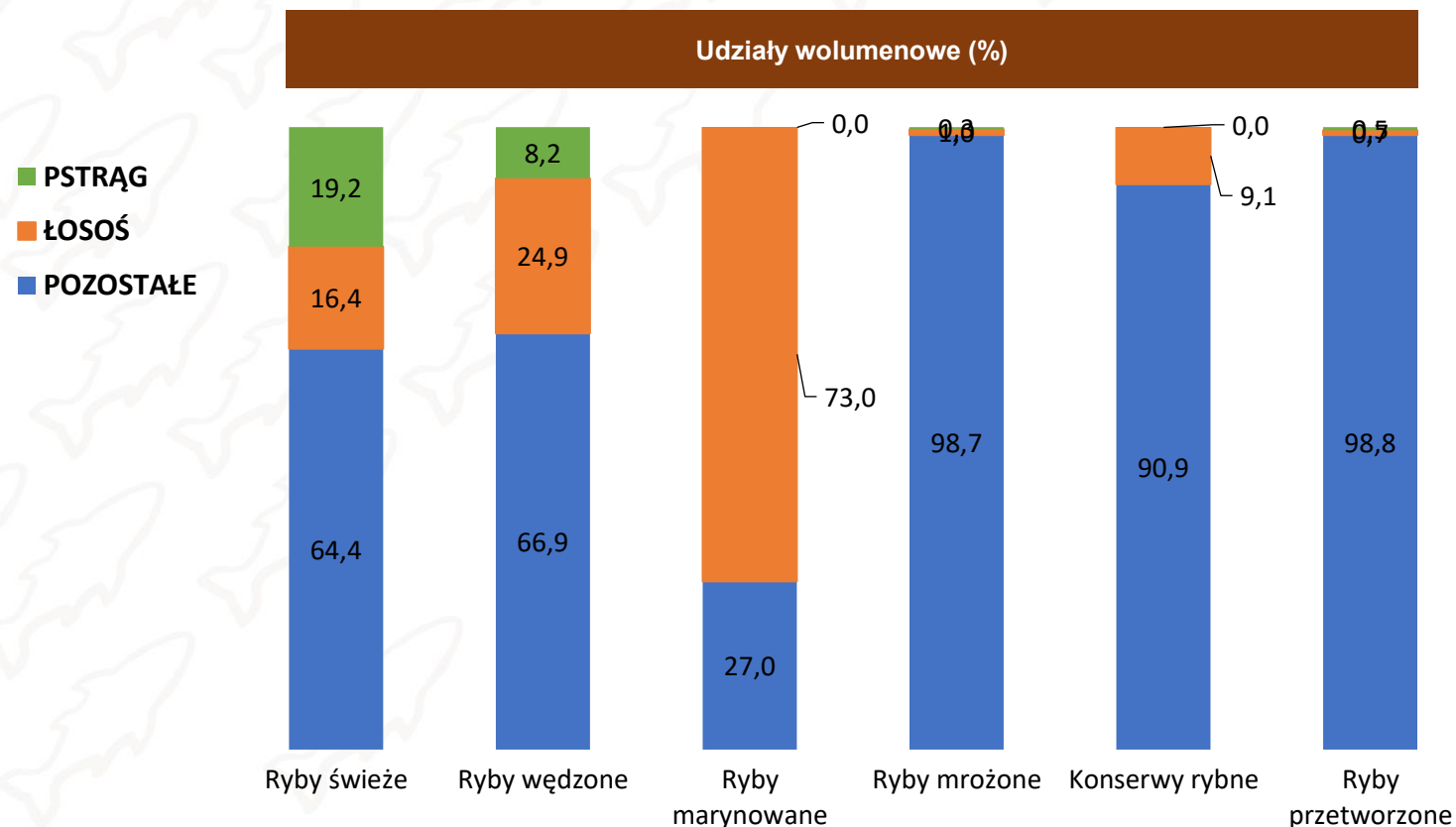
MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Rynek ryb w Polsce – udział łososa i pstrąga

(udziały wolumenowe, MAT Cze 2023)



W rybach świeżych pstrąg ma większe udziały w wolumenie zakupów niż łosoś (ponad 19% vs ponad 16%). **Domena łososa to segment ryb wędzonych**, gdzie stanowi prawie 1/4 wolumenu zakupów dokonywanych przez polskie gospodarstwa domowe.



XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



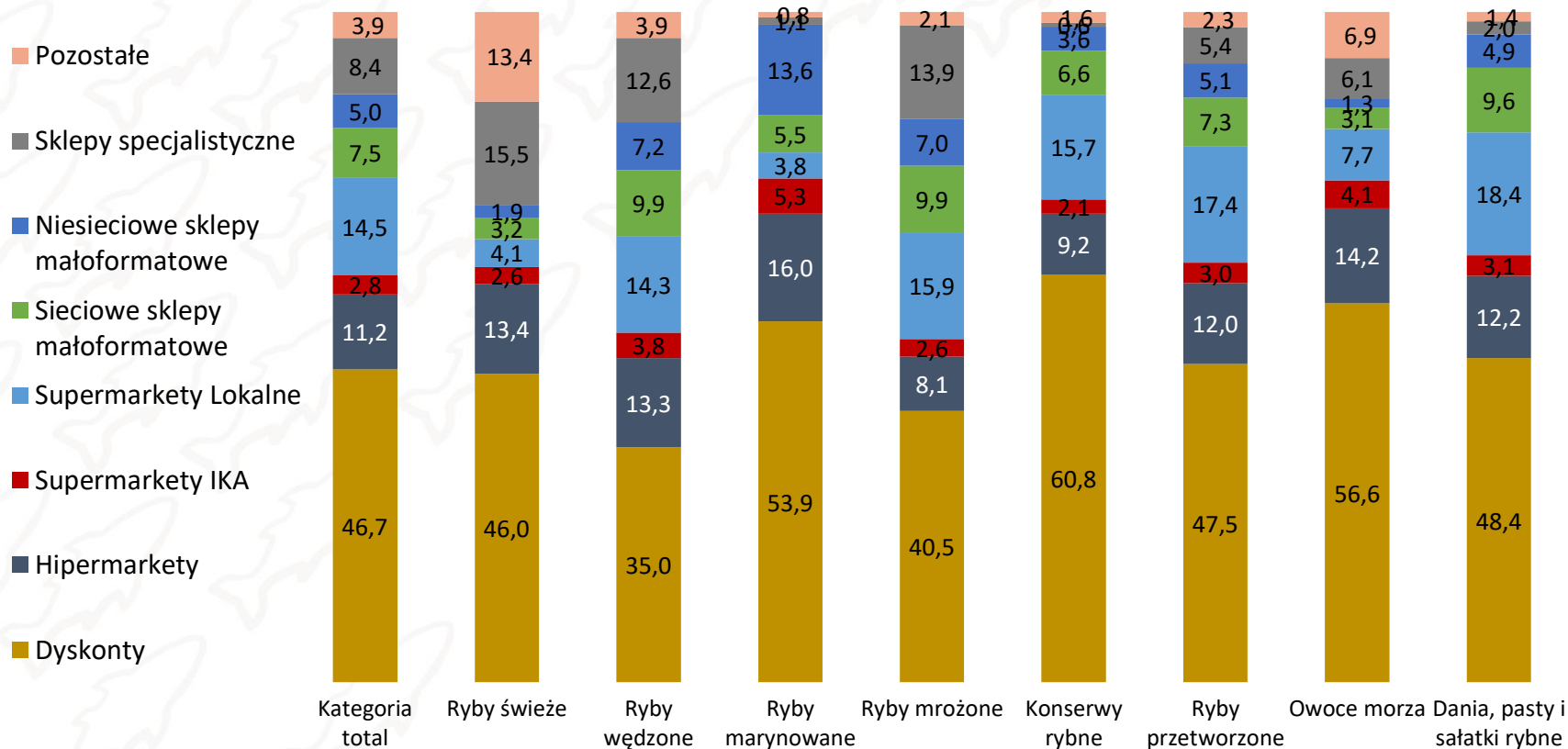
MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Rynek ryb w Polsce

(udziały % kanałów dystrybucji w wolumenie zakupów wybranych segmentów produktowych MAT Cze 2023)



**Dyskonty** były **najważniejszym kanałem zakupowym dla ryb** w okresie MAT Czerwiec 2023. Szczególnie ważne były w segmencie konserw rybnych, gdzie ich udział wyniósł 61%. Dwucyfrowy udział w wolumenie zakupów większości segmentów miały również supermarkety lokalne i hipermarkety.



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
**HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH**  
**12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA**



MINISTERSTWO  
**ROLNICTWA**  
**I ROZWOJU WSI**

**Unia Europejska**  
 Europejski Fundusz  
 Morski i Rybacki





➤ **Święta Bożego Narodzenia w  
kontekście zakupów ryb**



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



**RYBACTWO  
I MORZE**



**MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI**

**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Zakupy ryb w okresie świątecznym

Kupujemy mniej (wolumenowo), wydajemy więcej, dynamicznie rosną ceny... **Czy na pewno możemy tak jednoznacznie powiedzieć?**

Tradycja świąteczna jest w Polsce silniejsza niż inflacja. Śledź i karp w grudniu MUSI być!!!

Pstrąg alternatywą łososia?

Łosoś pozyskuje nabywców, ale „light users” (kupujących niewiele).

Całkowity wolumen zakupów łososia rośnie w okresie świąt.

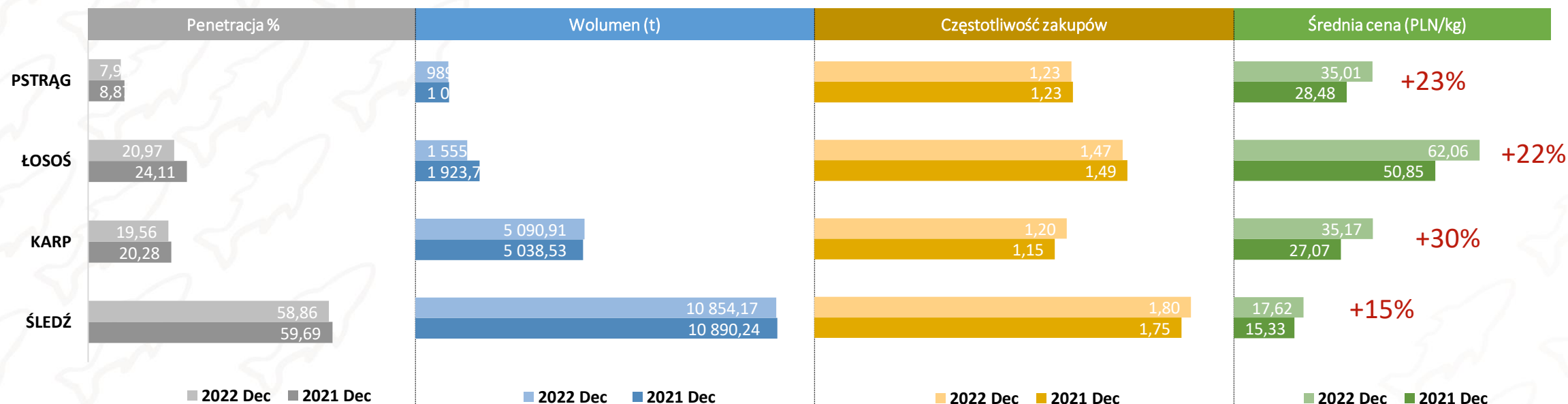
## Grudzień 2022 vs Grudzień 2021

Zmiana wolumenu na akt zakupu:

- Karp -0,3%
- Śledź -1,5%
- Łosoś -5,6%
- Pstrąg +10,5%

Zmiana wolumenu na kupujące gospodarstwo:

- Karp +4,7%
- Śledź +1,1%
- Łosoś -7,0%
- Pstrąg +9,9%



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
 HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
 12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



**Unia Europejska**  
 Europejski Fundusz  
 Morski i Rybacki



\*Dane dla wybranych gatunków dla wszystkich segmentów produktowych.



# ➤ Podsumowanie



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



RYBACTWO  
I MORZE



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



## Podsumowanie

- Kupujemy mniej (wolumenowo), ale wydajemy więcej. Wynika to z dynamicznego wzrostu cen.
- Łososiowate są obecne przede wszystkim w segmentach ryb świeżych, wędzonych i marynowanych
- Racjonalizujemy nasze wydatki szukając korzystnych ofert, zmieniając miejsca dokonywania zakupów, korzystając z promocji – SMART SHOPPING
- Specjalne okazje (np. święta) rządzą się swoimi prawami – polskie przysłowie „zastaw się a postaw się” obowiązuje!
- Łatwiej nie będzie! Sytuacja ekonomiczna i zmiany zwyczajów zakupowych stanowią główne wyzwania dla producentów i detalistów.



XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki



# Dziękuję za uwagę



## Kontakt:

Grzegorz Mech

*Business Development Manager*

Consumer Panel Services GfK

[grzegorz.mech@gfk.com](mailto:grzegorz.mech@gfk.com)

M: +48 505 196 249



**XLVIII SZKOLENIE - KONFERENCJA**  
HODOWCÓW RYB ŁOSOSIOWATYCH  
12 - 13 PAŹDZIERNIKA 2023 | GDYNIA



MINISTERSTWO  
ROLNICTWA  
I ROZWOJU WSI

Unia Europejska  
Europejski Fundusz  
Morski i Rybacki

