

Drahá mliečna dráha

Vysoký dopyt po sušenom mlieku a ďalšie globálne faktory spôsobili nárast cien mlieka a mliečnych výrobkov. Odrazilo sa to na i tak postupnom poklese spotrebiteľského záujmu o túto komoditu. Svetlú výnimku tvorili tri kategórie: kyslomliečne výrobky, bryndza a syry.

V kurze sú syry

Spotreba mlieka na Slovensku klesá. Zatiaľ, čo v uplynulých rokoch bol zjavný presun spotrebiteľov od čerstvého k trvanlivému mlieku, v prvom polroku 2007 spoločnosť GfK už zaznamenala pokles aj trvanlivého mlieka. Kým v roku 2004 tvorilo mlieko 35% z výdavkov domácnosti na mliečne výrobky, v roku 2007 jeho podiel klesol pod 30%. V posledných rokoch rastie výrazným tempom hlavne trh kyslomliečnych nápojov, keď v roku 2006 dosiahol rast 29% v objeme, v roku 2007 nárast trhu o 19%.

Tretinu výdavkov na nákup mliečnych výrobkov minú slovenské domácnosti na nákup syrov. Na Slovensku sa obľube tešia najmä tvrdé syry, tavené syry a bryndza. Syry obsahujú minerály, najmä vápnik, a vitamíny A, B1 a B2. Svojim zložením splňajú funkciu sýtiacej i ochrannej potraviny. Prednosťou syrov je ich ľahká stráviteľnosť a možnosť použitia pre všetky vekové kategórie. Vápnik obsiahnutý v syre a mliečnych výrobkoch vstrebáva telo oveľa ľahšie, ako vápnik z iných potravín.

Keď syr, tak tavený

Obľubu syrov, najmä tavených, potvrdzuje aj prieskum spoločnosti MEDIAN SK^{*1}. Tavené syry jedlo za posledný rok 88,5% opýtaných, prírodné syry 82,8%, zrejúce/plesňové syry iba 41,3%. Tavené syry vznikajú tavením sladkých syrov pri teplote 80 až 85 °C s pridaním taviacich prísad (solí kyseliny citrónovej a fosforečnej). Tieto syry bývajú často s chuťovými prísadami (paprikový, cesnakový, so šunkou a pod.).

Agentúra Nielsen sledovala objem a hodnotu predaja syrov. Čo je zaujímavé, najväčší prírastok objemu predaja pri porovnaní období august/05 – júl/06 a august/06 – júl/07 zaznamenala slovenská špecialita - bryndza kalibrovaná, a to 12,39%.



Ako hodnotí uplynulý rok z pohľadu výrobcu syrov, čo očakáva v roku budúcom, sme sa spýtali riaditeľa marketingu spoločnosti Syraren Bel, Patrika Gartnera.

Ako hodnotíte rok 2007?

Vo všeobecnosti bol tento rok, čo sa týka syrov, úspešným rokom. Kľúčové segmenty akými sú segment tvrdých, čerstvých a tavených syrov majú rastúci trend. Avšak rok 2007 bol negatívne poznačený nárastom cien základných surovín a nielen na Slovensku. Mlieko, maslo a ďalšie produkty dosiahli historickú cenovú úroveň. Aj z tohto dôvodu bol tento rok veľmi náročný. Myslím, že za všetkých výrobcov syra môžem povedať, že to bol rok komplikovaný, s vysokými nákladmi, no dobrým predajom. Naša spoločnosť v súlade s ostatným trhom zaznamenala náročný rok, avšak veľmi úspešný pre naše kľúčové značky. Jedným z veľmi dôležitých momentov

bolo získanie hodnotnej ceny – Zlatá Effie za výsledky značky Karička. Pre Syrokrem Smotane-la sme zvolili repositioning, novú komunikáciu a rozšírenie portfólia, čoho výsledkom bol rast v rámci celého radu. Úspešný štart zaznamenal aj rad ochutených tavených syrov.

Prípravujete s blížiacimi sa vianočnými sviatkami špeciálne balenia, multipackery alebo obalové inovácie s tematikou Vianoc, prípadne kampaň spojenú s týmito sviatkami?

Značka Karička nedávno uviedla na trh nové praktické balenie v kelimku, ktoré je vhodné na príjemné chvíle strávené v kruhu rodiny, čo bezpochyby vianočné sviatky sú. Tento produkt po ochutnávkach vo vybraných predajniach zaznamenal enormný úspech u spotrebiteľov, a preto sme sa ho rozhodli počas Vianoc ho podporiť v TV. A nezabúdame na našich lojálnych zákazníkov, preto sme im v tomto období do okrúhlej krabičky Karička s vianočným dizajnom pribalili aj malé prekvapenie a podakovali za ich dôveru.

Sú to strieborné a zlaté nálepky využiteľné na okná, ako dekorácia na darčeky a navodenie atmosféry Vianoc. V krabičkách sa ukrývajú dve rôzne série nálepiek z každej farby a po Vianociach aj kalendár na rok 2008.

Aké inovácie v kategórii syrov môžu spotrebiteľia očakávať v budúcom roku a ako budú komunikované?

Rok 2008 bude zrejme ďalšou výzvou v súvislosti s cenami surovín. Spotrebiteľia sa tak s najväčšou pravdepodobnosťou dočkajú vyšších cien mliečnych výrobkov. Naša spoločnosť však bude aj naďalej pokračovať v ponuke produktov dobrej kvality a tieto podporovať špeciálnymi aktivitami a taktiež v špeciálnych ponukách. Vo všeobecnosti môžu naši zákazníci očakávať inovácie v praktických baleniach, ako na trhu ochutených syrov, tak aj v ponuke snackov. <

Ďakujeme za rozhovor a poskytnuté informácie
Juraj Púchlo, Zdroj: GfK Slovakia, Nielsen, MEDIAN SK

Podiel vo výdavkoch slovenských domácností na nákup mlieka a mliečnych výrobkov

