

Lubimy luksus, także w wersji czekoladowej

Beata Drewnowska 20-08-2008, ostatnia aktualizacja 20-08-2008 08:56

Rośnie sprzedaż słodczy z segmentu premium. W tym roku na czekoladowe słodczy wydamy prawie 3,5 mld zł



źródło: www.chocolissimo.pl

Rodzynki nasączone winem Merlot w mleczno-deserowej czekoladzie z Australii



źródło: Rzeczpospolita

- **Kakaowe imperium**

– Polacy coraz chętniej kupują produkty luksusowe. Trend ten obejmuje także słodczy czekoladowe – mówi Marcin Adler z MM Brown Polska z Poznania, właściciel marki Chocolissimo.

Firma ta od kilku lat sprzedaje w Internecie oraz dostarcza do specjalistycznych sklepów i lokali luksusowe czekolady i ręcznie robione praliny z całego świata.

Ostatnio wprowadziła na rynek czekoladę z Australii z winogronami z tamtejszych szczepów winnych. W MM Brown nie narzekają na brak klientów, mimo że ceny oferowanych przez nich produktów są wysokie. Najtańsze zestawy czekoladek kosztują ok. 30 zł, najdroższe dziesięć razy więcej.

Na rosnącym zainteresowaniu ekskluzywnymi wyrobami korzystają również producenci działający na polskim rynku słodczy czekoladowych. Instytut Euromonitor International szacuje, że w tym roku jego wartość zbliży się do 1,6 mld dol. (ok. 3,5 mld zł.).

W 2008 r. o ok. jedną trzecią sprzedaż w Polsce zamierza zwiększyć szwajcarska firma Lindt & Sprüngli specjalizująca się w produkcji luksusowych czekolad i pralin.

– Popyt na słodczy z tzw. segmentu premium rośnie między innymi dlatego, że zwiększa się siła nabywczą polskich konsumentów – wyjaśnia Carsten Wehrmann, dyrektor generalny Lindt & Sprüngli w Polsce.

Dzięki temu więcej możemy wydawać na wysokiej jakości produkty. Z tego powodu rośnie popyt np. na gorzkie czekolady z dużą zawartością kakao. Firma Nielsen podaje, że od czerwca 2007 r. do maja 2008 r. jej udział w całym rynku czekolad wartym ok. 1,1 mld zł zwiększył się o 1,5 proc. Obecnie wynosi niemal 20 proc.

Poznańska firma Eurovita spodziewa się, że w tym roku sprzedaż gorzkich czekolad należących do niej marek Terravita i Cococara zwiększy się o ok. 30 proc. Spółka zamierza rozwijać ofertę czekolad z większą zawartością kakao, także nadziewanych i smakowych.

Producenci wierzą, że to dopiero początek boomu na gorzkie czekolady w Polsce. – W najbliższych latach można się spodziewać dwucyfrowego wzrostu ich sprzedaży – mówi Paweł Patyra, dyrektor działu wyrobów cukierniczych Nestle Polska, właściciela ekskluzywnej marki czekolad Nestle Noir.

Barierą, która może zahamować szybki rozwój wyrobów czekoladowych, a szczególnie gorzkich czekolad, jest coraz droższe kakao. W lipcu jego cena była najwyższa od 22 lat. Skutkiem podwyżek

na rynku surowca są rosnące ceny gotowych produktów. – Nasze gorzkie czekolady zdrożeją w 2008 r. w sumie o ok. 15 proc. – przyznaje Tomasz Trela z giełdowej firmy Wawel.

Masz pytanie wyślij e-mail do autora: b.drewnowska@rp.pl

Rzeczpospolita