

Listonic ads

Raport z branży FMCG: sezon grillowy w Polsce

Co Polacy wrzucają na ruszt?
Kiedy i gdzie robią zakupy?



Spis treści

Listonic ads

Wstęp	1
Metodologia	3
Czym jest Listonic?	4
Sosy	5
Mięso	7
Ryby	8
Produkty wegańskie	9
Napoje	11
Alkohol	13
Akcesoria	14
Podsumowanie	15
O Listonic ads	16

Wstęp

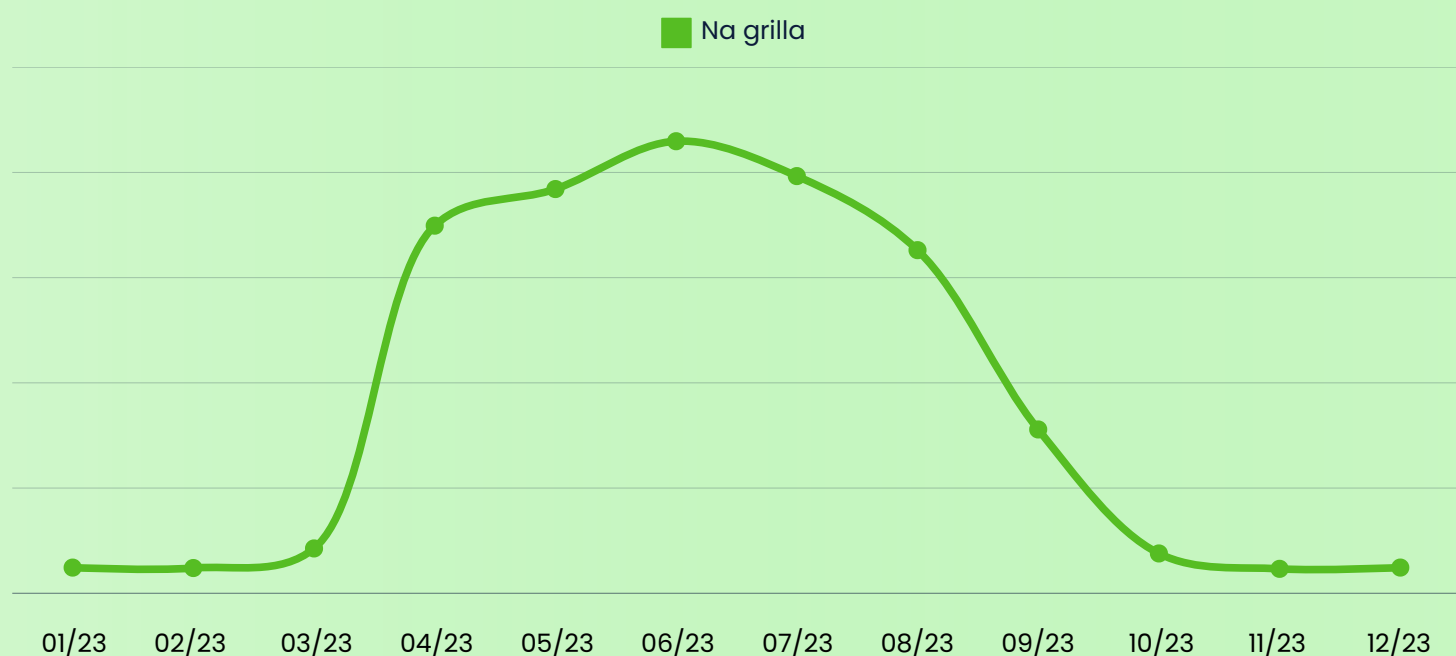
Listonic ads

Zaraz po Bożym Narodzeniu, pełnym prezentów i ozdób świątecznych, tradycja grillowania stała się w Polsce drugim, tak mocno przyjętym z rynku amerykańskiego zwyczajem. Rozpalanie grilla w długi weekend majówkowy stało się nieoficjalnym rozpoczęciem sezonu, który trwa aż do września. Pokazują to wyraźnie analizy list zakupów, na których pojawiają się produkty “na grilla”.

W 2023 roku 66% dodań produktów “na grilla” do kwietniowych list zakupów odbyło się bezpośrednio przed majówką – od 24 do 30 kwietnia. **Szczyt zakupów przypadł na sobotę, 29 kwietnia.**

Produkty na grilla

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023



Zainteresowanie zakupem produktów na grilla przed majówką

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023



Zapraszamy do zapoznania się z raportem, który powstał we współpracy z aplikacją **Moja Gazetka** oraz **Centrum Monitorowania Rynku!**

Metodologia

Listonic ads

Na potrzeby Raportu Grillowego przeanalizowaliśmy polskie listy zakupów stworzone w aplikacji Listonic w 2023 roku. Zbadaliśmy zainteresowanie kupnem poszczególnych produktów w ramach siedmiu kategorii:

- ➔ **Sosy**
- ➔ **Mięso**
- ➔ **Ryby**
- ➔ **Produkty wegańskie**
- ➔ **Napoje**
- ➔ **Alkohol**
- ➔ **Akcesoria**

Dodania produktów do list zakupów przeanalizowaliśmy zarówno w kontekście weekendu majowego (od 24 kwietnia do 3 maja), jak i całego sezonu grillowego (od kwietnia do września).

Wspólnie z aplikacją **Moja Gazetka** oraz **Centrum Monitorowania Rynku (CRM)** sprawdziliśmy także:

- ➔ **Jakim zainteresowaniem cieszą się nowości w kategorii sosów?**
- ➔ **W jakich sklepach najczęściej Polacy robią zakupy przed oraz w trakcie majówki?**
- ➔ **Jakie marki sosów oraz piw wybierają najchętniej?**

Czym jest Listonic?

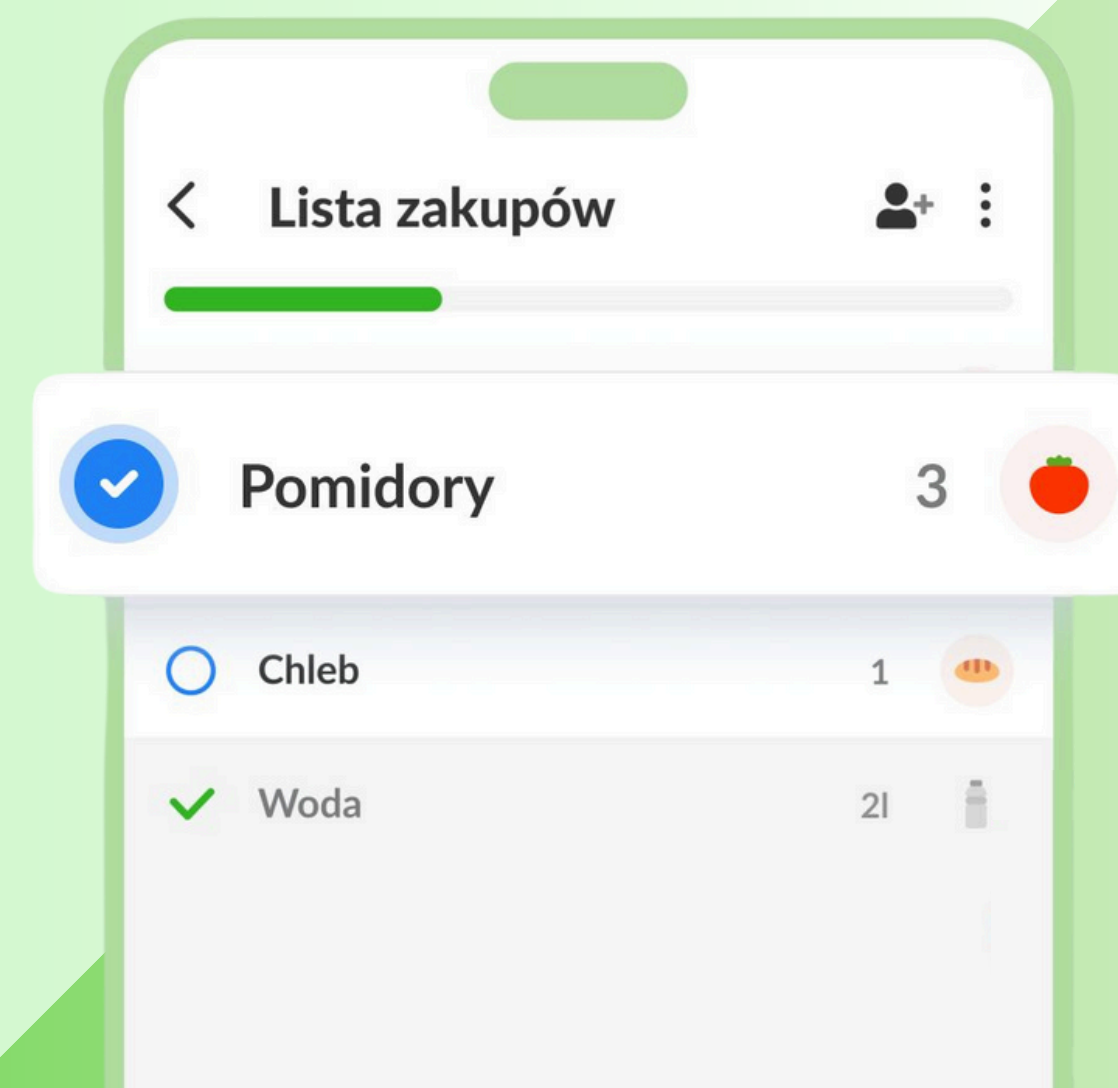
Listonic ads

Listonic to aplikacja umożliwiająca łatwe tworzenie **mobilnych list zakupowych**, a także **przeglądanie ofert promocyjnych** sieci handlowych. Dzięki niej efektywnie zarządzasz domowym budżetem, a proces planowania zakupów staje się znacznie szybszy i bardziej efektywny.

Listonic jest dostępny zarówno w wersji mobilnej, jak i webowej. Użytkownicy to głównie osoby w wieku **25-45 lat**, wśród których kobiety stanowią niemal **60% społeczności**.

Aplikacja odnotowała już imponującą liczbę **18 mln pobrań** na platformach Android i iOS. Co miesiąc aktywnie korzysta z niej **ponad 1,4 mln użytkowników** na całym świecie, z czego blisko **260 tys. w Polsce**.

Średnia liczba list zakupów tworzona przez polskich użytkowników rocznie wynosi **ponad 5 mln**.



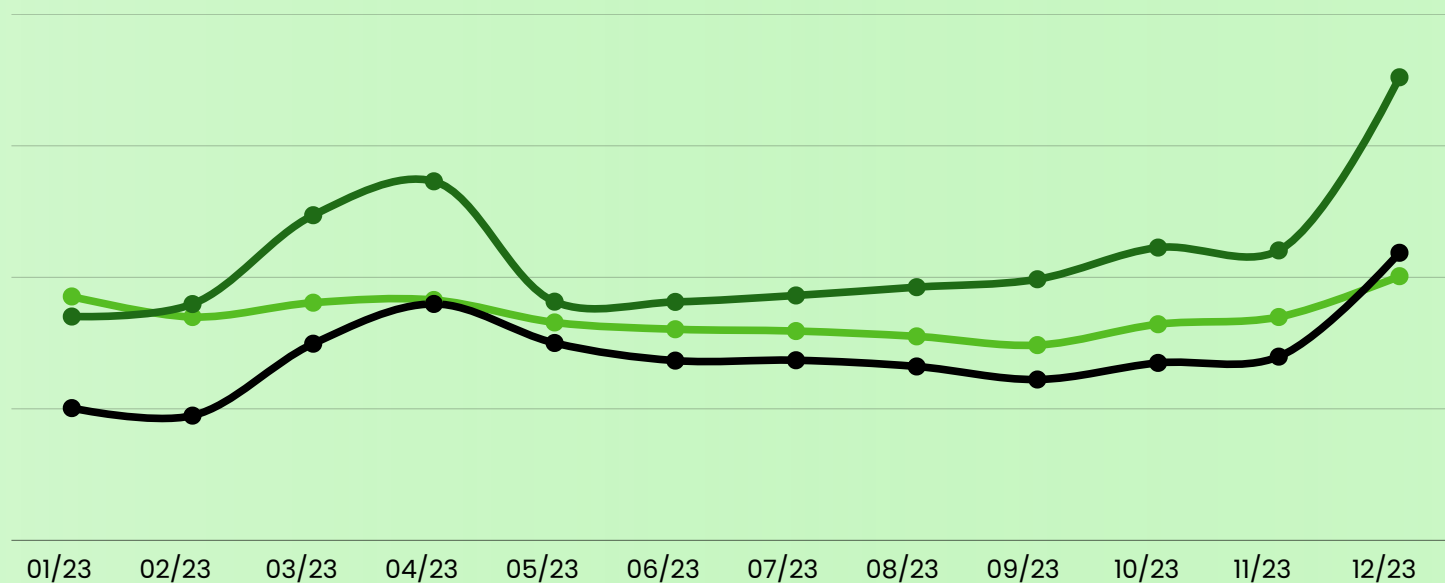
Sosy

Cały sezon grillowy nie przekłada się w kategoriach sosów na wyraźny wzrost popularności. Największym zainteresowaniem cieszą się klasyczne propozycje takie jak **ketchup**, **musztarda** oraz **majonez**.

Ketchup, musztarda oraz majonez

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023

■ Ketchupy ■ Majonezy ■ Musztardy

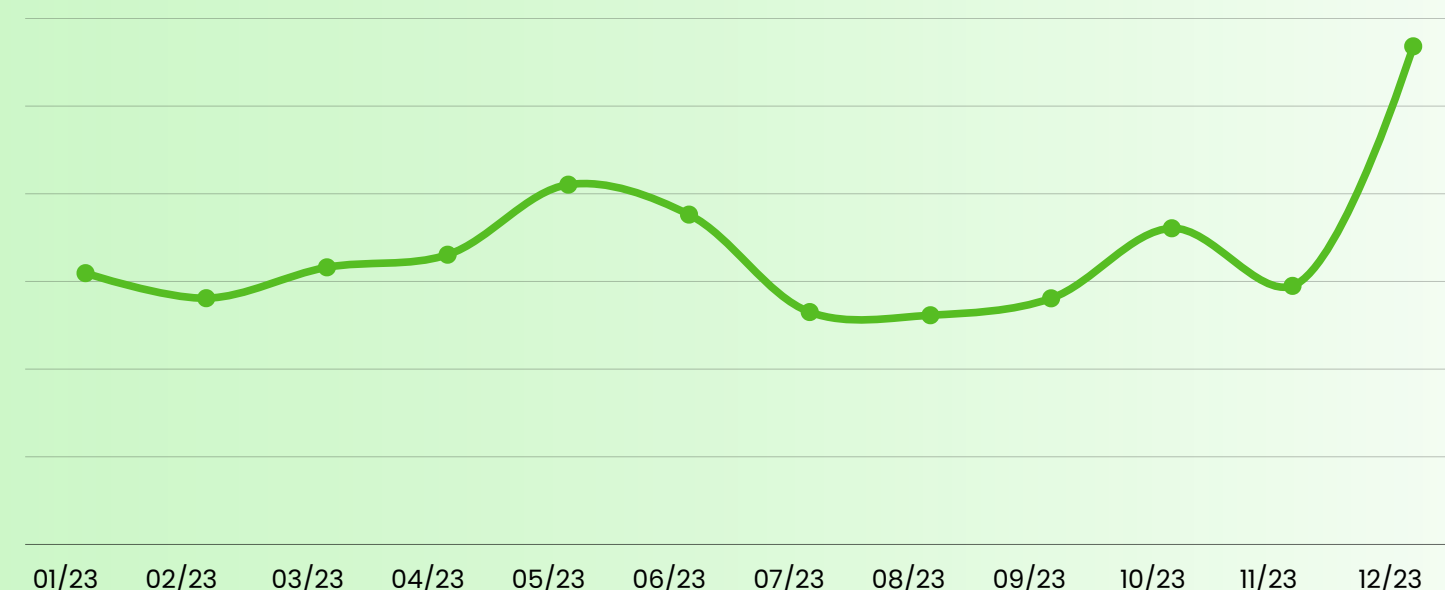


W maju i czerwcu ubiegłego roku natomiast zaobserwowaliśmy wzrost dodań do list zakupów sosów zimnych i dipów takich jak **sos czosnkowy**, **tatarski**, **amerykański**, **hamburgerowy** itp.

Sosy zimne i dipy

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023

■ Sosy zimne, dipy



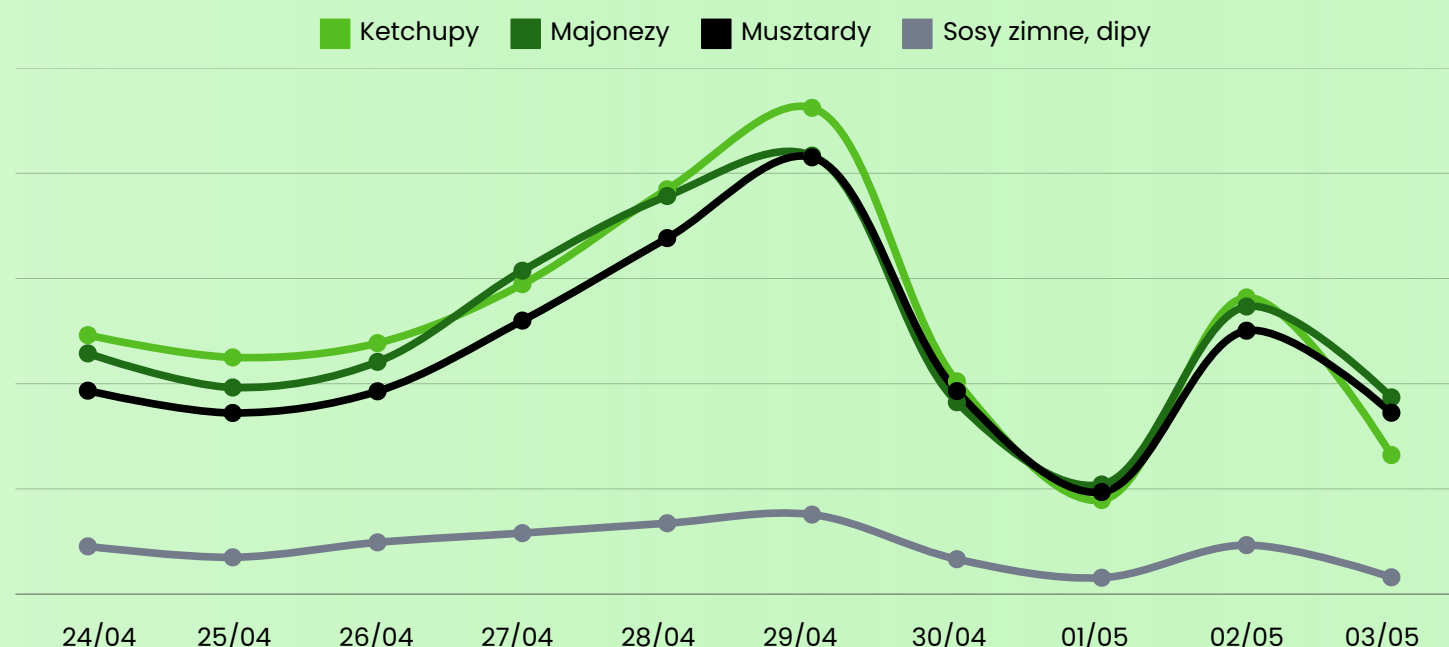
Z badań przeprowadzonych przez aplikację **Moja Gazetka** dodatkowo wynika, że gdyby Polacy mogli wybrać tylko jeden sos na grilla, to najczęściej sięgaliiby po: **ketchup (34,3%** badanych), **sos czosnkowy (19,6%)** lub **musztardę (13,1%)**. Pełne wyniki badań są dostępne [tutaj](#).

Sosy

Jak pokazała analiza, Polacy najliczniej dodawali sosy do list zakupów **29 kwietnia**. Najchętniej wybieranym sosem przed majówką był **ketchup**, na drugim miejscu (z wynikiem niższym zaledwie o **2,5%**) był **majonez**, a na trzecim – **musztarda**.

Zainteresowanie zakupem sosów przed majówką

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023



Co roku na rynku pojawia się wiele intrygujących nowości w kategoriach sosów. Nasze badania pokazują, że **50,2%** Polaków woli sięgać po tradycyjne sosy, **4,5%** preferuje testowanie nowości, a **45,3%** sięga po oba rodzaje równie chętnie. Wśród nowości największym zainteresowaniem cieszą się **musztardy smakowe, sosy ostre, sosy z dodatkiem owoców** oraz **sosy lekkie**. Zaskoczeniem było dla nas, że w kwestii ulubionych marek ankietowani nie mają jednego, wyraźnego faworyta. Marki, które dostały najwięcej głosów to: **Pudliszki (14,4%), Roleski (14,4%), Madero (13,8%), Heinz (12,6%)** oraz **Kotlin (12,7%)**.

Iwona Kaczmarczyk
Moja Gazetka

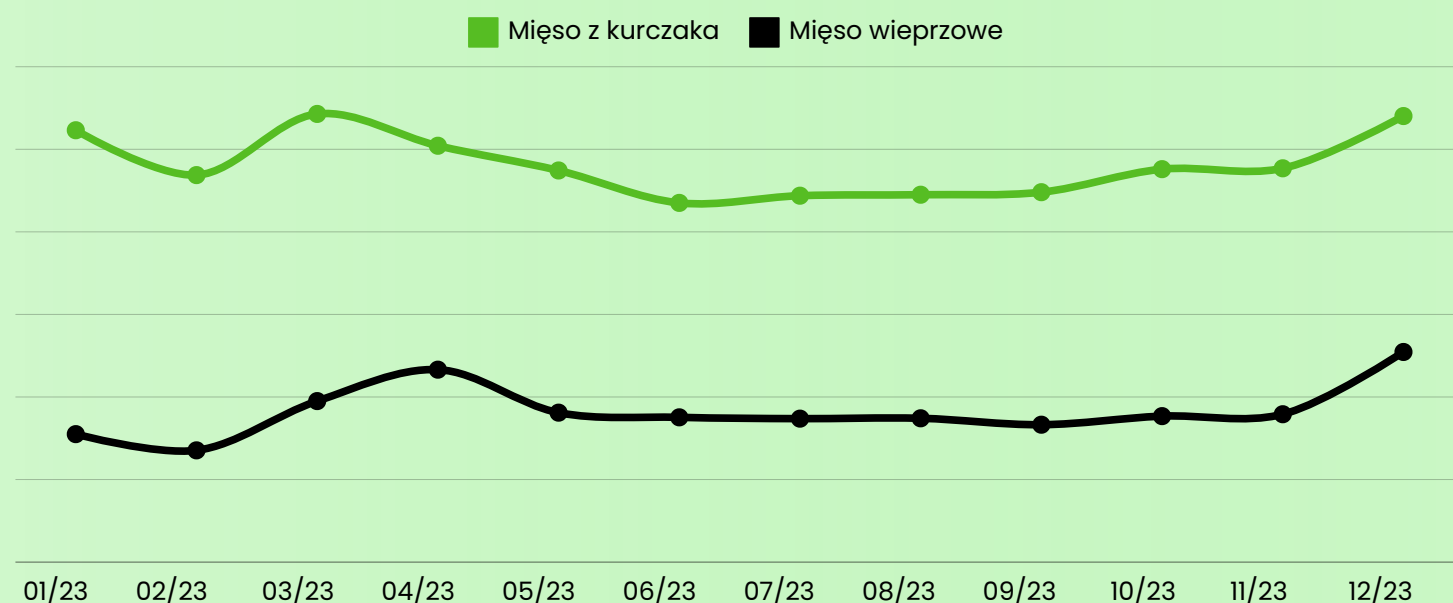


Mięso

Podstawowym produktem na grilla jest mięso. Użytkownicy aplikacji Listonic niezmiennie, zarówno na przestrzeni całego roku, jak i w samym okresie grillowym, najchętniej sięgają po **kurczaka** oraz **mięso wieprzowe**.

Kurczak i mięso wieprzowe

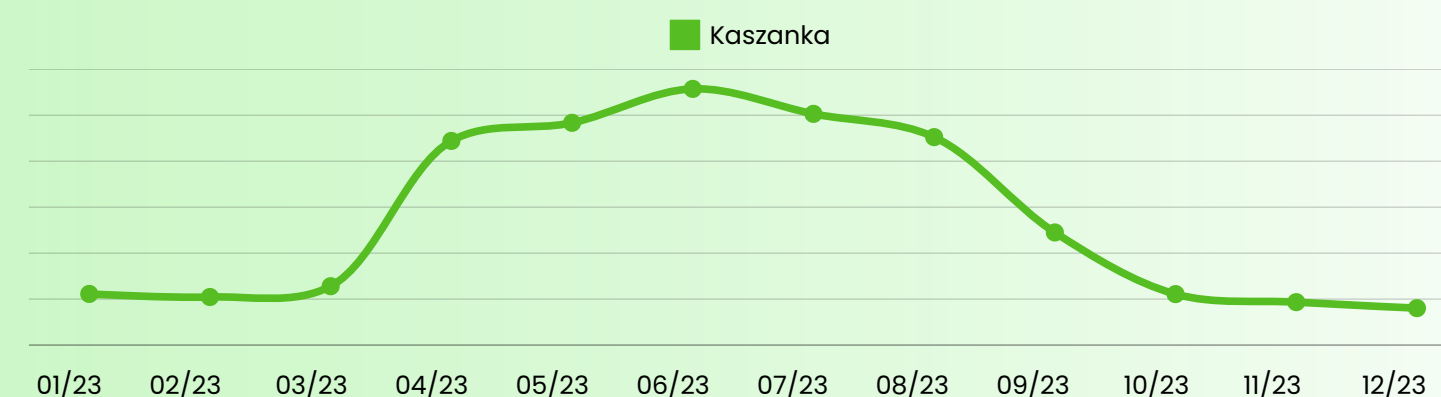
na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023



Szczególny wzrost popularności w sezonie grillowym notuje **karkówka** i **kaszanka**. Ilość dodań karkówki i kaszanki tylko do majówkowych list zakupów, stanowiła odpowiednio **40,5%** oraz **65%** wszystkich dodań tych produktów w kwietniu.

Zainteresowanie zakupem kaszanki

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023



W 2023 roku **60%** paczkowanych kiełbas w sklepach w Polsce sprzedano w II i III kwartale, na które przypada sezon grillowy. W całym 2023 roku za ponad **80% wartości sprzedaży** paczkowanych kiełbas odpowiadały dyskonty.

Nikodem Pankowiak

Analitik danych sprzedażowych, *CMR*



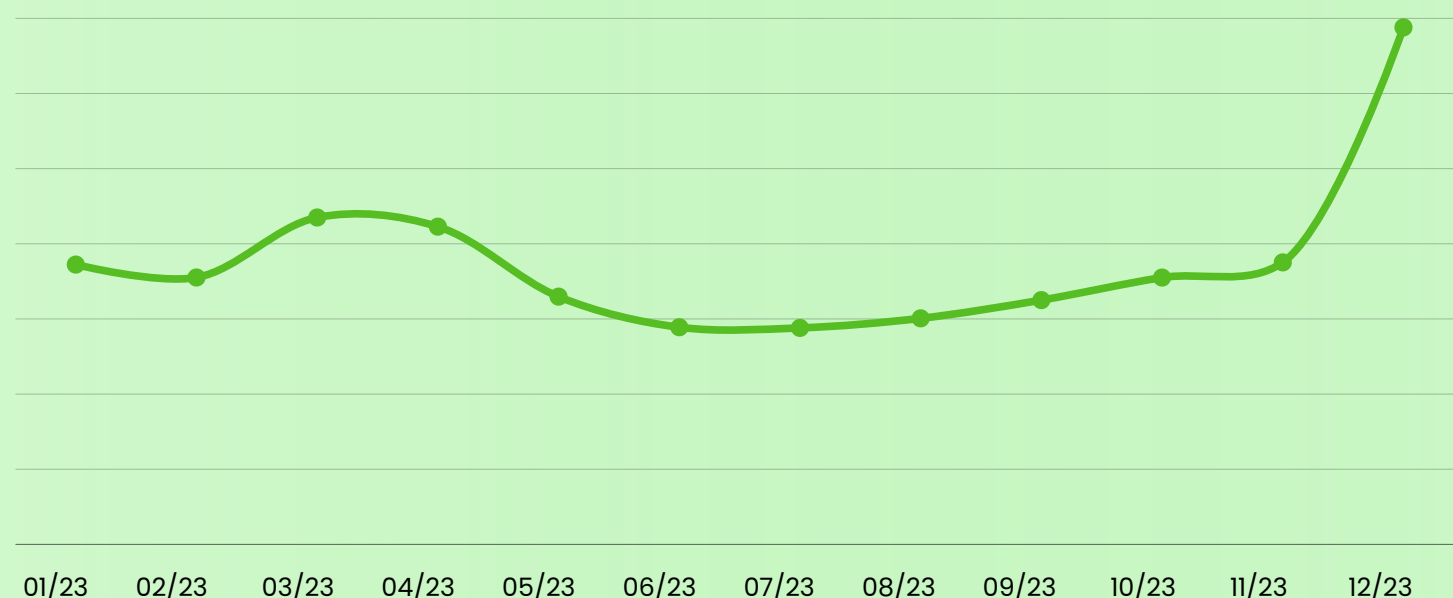
Ryby

Analizując zainteresowanie rybami na przestrzeni całego roku widać wyraźny wzrost popytu wyłącznie w grudniu, w okresie przedświątecznym. Sezon grillowy nie sprawia, że Polacy sięgają po ryby częściej, choć analiza ostatniego tygodnia kwietnia wykazała zauważalny **wzrost zainteresowania zakupem, ryb bezpośrednio przed rozpoczęciem majówki.**

Ryby

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023

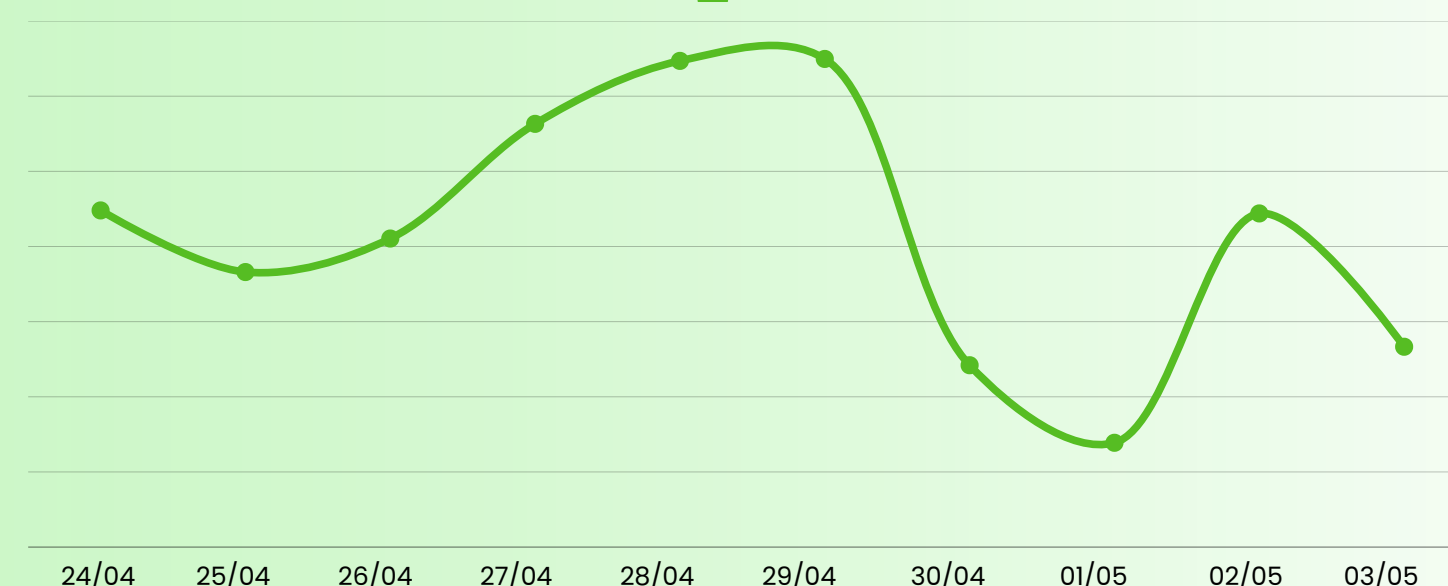
Ryby



Zainteresowanie zakupem ryb przed majówką

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023

Ryby



Niezmiennie przez cały rok najchętniej wybieraną przez użytkowników aplikacji Listonic rybą jest **łosoś**, który stanowi **32,4%** wszystkich dodań ryb do list zakupów w 2023 roku. Co ciekawe, analizując zainteresowanie rybami tylko w okresie przed majówką (24.04-3.05) wynik łososa jest niemal identyczny - wynosi **33,3%**.

Produkty wegańskie

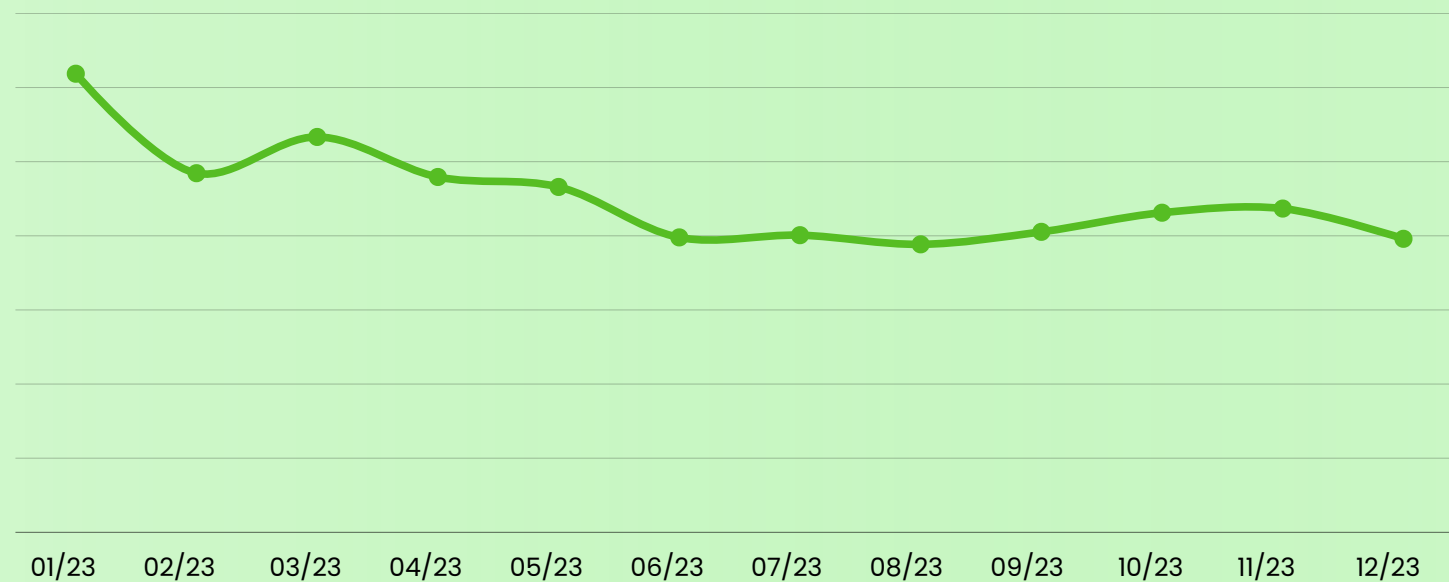
Listonic ads

Liderem popularności spośród wszystkich produktów “wege” jest **tofu**. Zainteresowanie zakupem tego produktu utrzymuje się na stałym poziomie w ciągu całego roku. Tak, jak w przypadku ryb, **sezon grillowy nie sprawia, że tofu pojawia się na listach zakupów częściej.**

Tofu

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023

■ Tofu



Roślinne zamienniki mięsa to kategoria, której sprzedaż napędzają dyskonty – w 2023 roku odpowiadały one za niemal **3/4 wartości sprzedaży** tej kategorii. Najważniejsze podkategorie wśród roślinnych zamienników mięsa to **hummus** i **tofu**, które razem odpowiadają za **około połowę wartości sprzedaży** kategorii i ponad **60%** liczby sprzedanych opakowań roślinnych zamienników mięsa.

Nikodem Pankowiak

Analitik danych sprzedażowych, *CMR*



Produkty wegańskie

Listonic ads

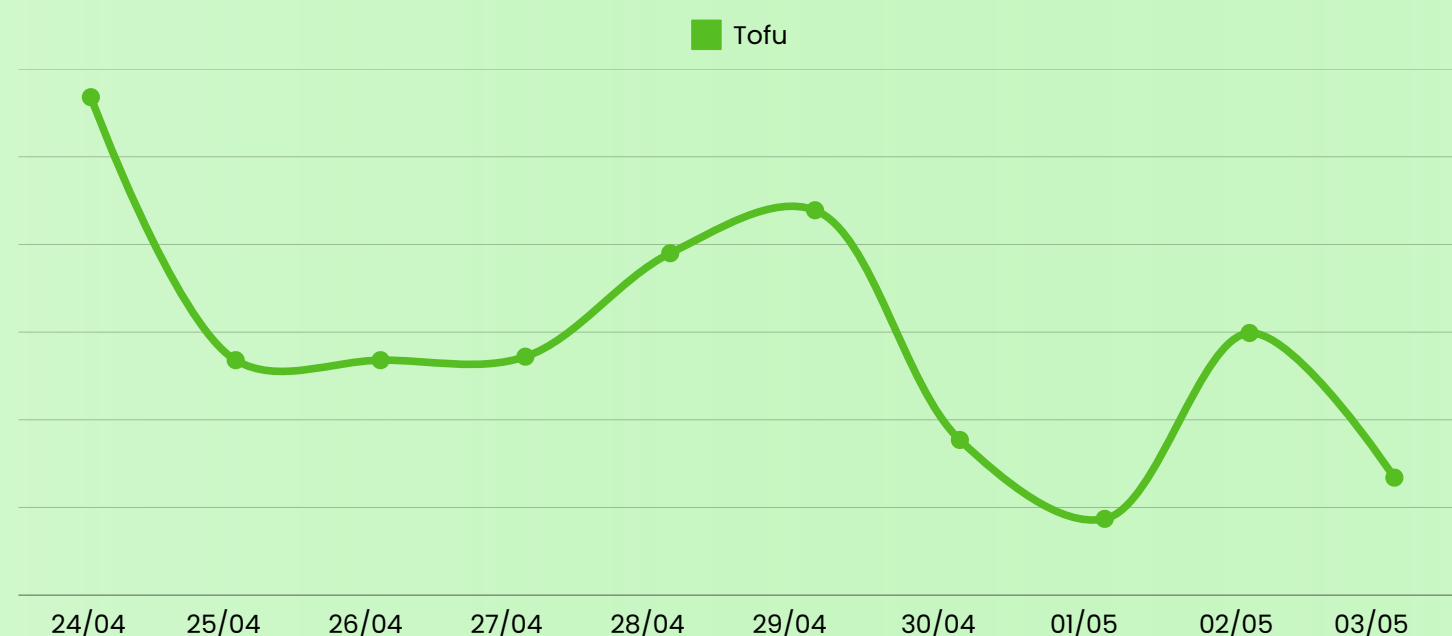
Co zaskakujące, tofu to jedyny produkt (spośród analizowanych w raporcie), który nie był najliczniej dodawany do list zakupów bezpośrednio przed majówką (ostatni tydzień kwietnia).

W sobotę 29 kwietnia ilość dodań tego produktu do list zakupów Listonic była aż **o 22,7% niższa** niż w poniedziałek, 24 kwietnia.

Sprawdziliśmy także dodania do list zakupów produktów **“wege”** oraz **“wege na grilla”**. Ta analiza pokazała już wyraźny wzrost zainteresowania produktami wegańskimi bezpośrednio przed majówką – 29 kwietnia, co pokazuje, że decyzje zakupowe dotyczące produktów wegańskich na grilla są często podejmowane bezpośrednio w sklepie.

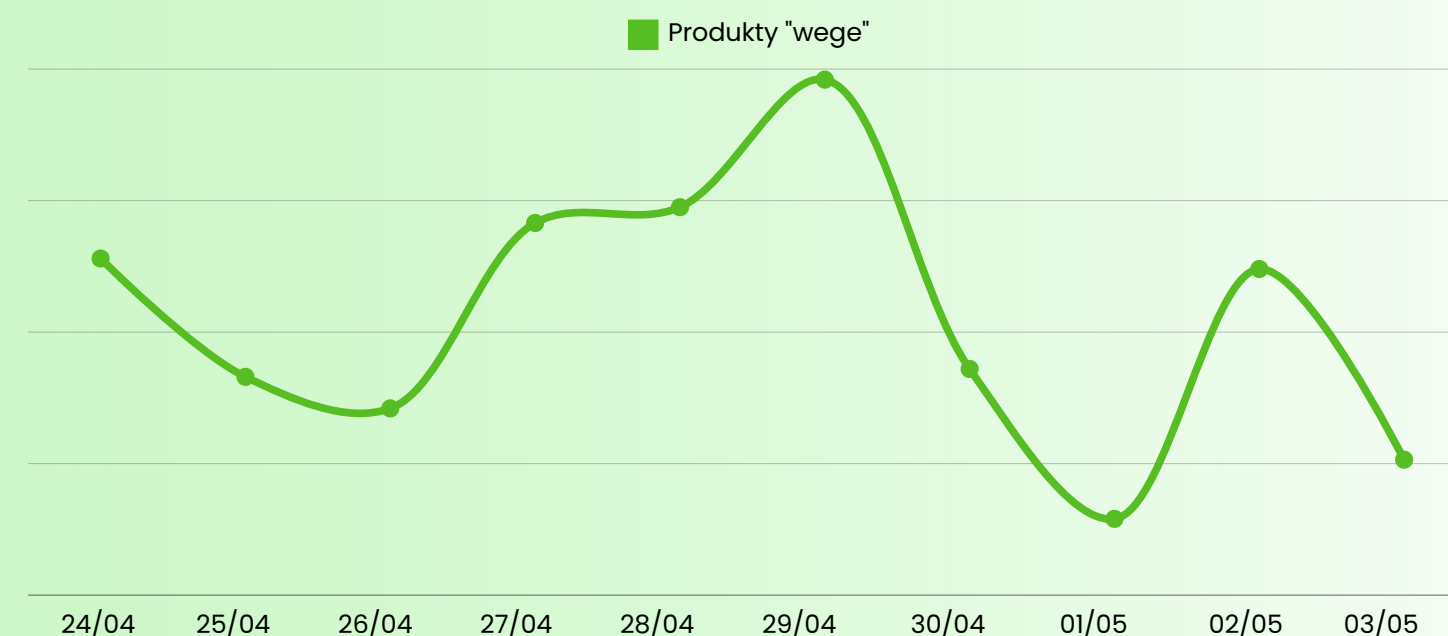
Zainteresowanie zakupem tofu przed majówką

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023



Zainteresowanie zakupem produktów wegańskich przed majówką

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023



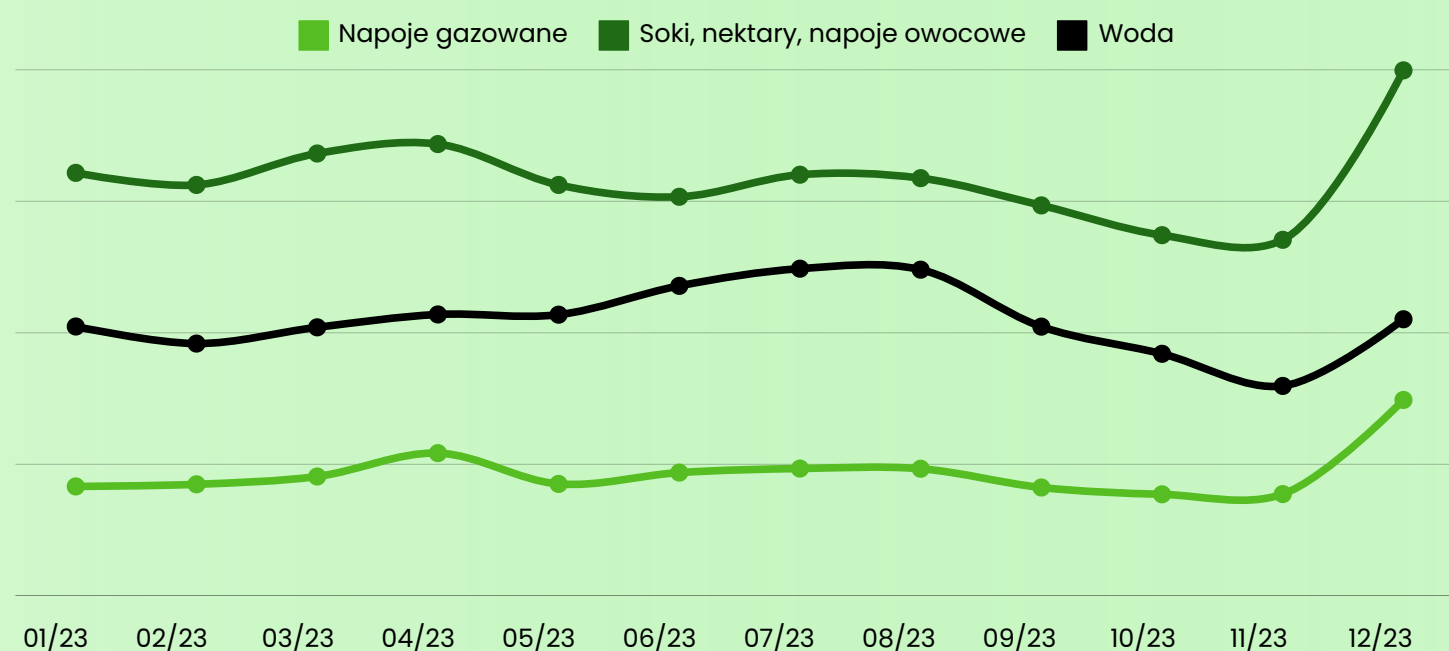
Napoje

Numerem jeden dla Polaków zarówno na przestrzeni całego roku, jak i trakcie sezonu grillowego, są **soki, nektary** oraz **napoje owocowe**. Soki oraz napoje gazowane notują wyraźny wzrost zainteresowania w grudniu i nie rosną wraz z nadejściem sezonu grillowego. Woda natomiast cieszy się porównywalnym zainteresowaniem na przestrzeni całego roku z drobnymi wzrostami w lecie oraz spadkami jesienią.

Analiza wykazała, że w okresie kilku dni przed majówką konsumenci chętniej kierują swoje kroki do sklepów wielkoformatowych, w naszym przypadku do supermarketów, gdzie kupują zapas produktów na długi weekend. Wolumen sprzedaży napojów w supermarketach rośnie średnio (w porównaniu do tygodnia poprzedzającego i tygodnia po majówce) o ok. **10%**. Największy wzrost (o **23%**) generują napoje gazowane, natomiast wody i soki rosną odpowiednio o **7%** i **10%**.

Napoje

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023



Tomasz Rydzewski
Analityk, CMR

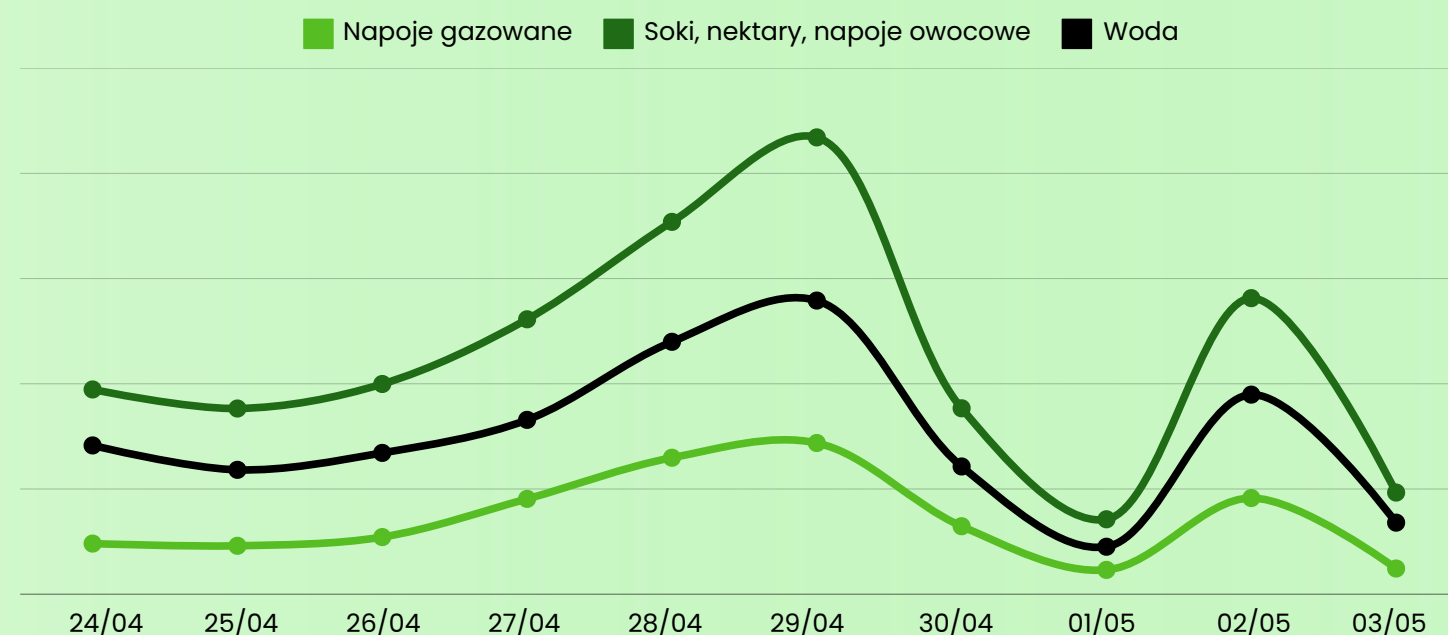


Napoje

Szczyt zainteresowania kupnem napojów przed majówką przypadł w zeszłym roku na sobotę, 29 kwietnia.

Zainteresowanie zakupem napojów przed majówką

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023



We wtorek, 02.05 zanotowano wyraźny wzrost sprzedaży napojów w **sklepach maľoformatowych** w porównaniu do sprzedaży tych produktów w inne wtorki. Spadek sprzedaży napojów nastąpił natomiast w weekend kończący majówkę (06-07.05).

Tomasz Rydzewski
Analityk, CMR



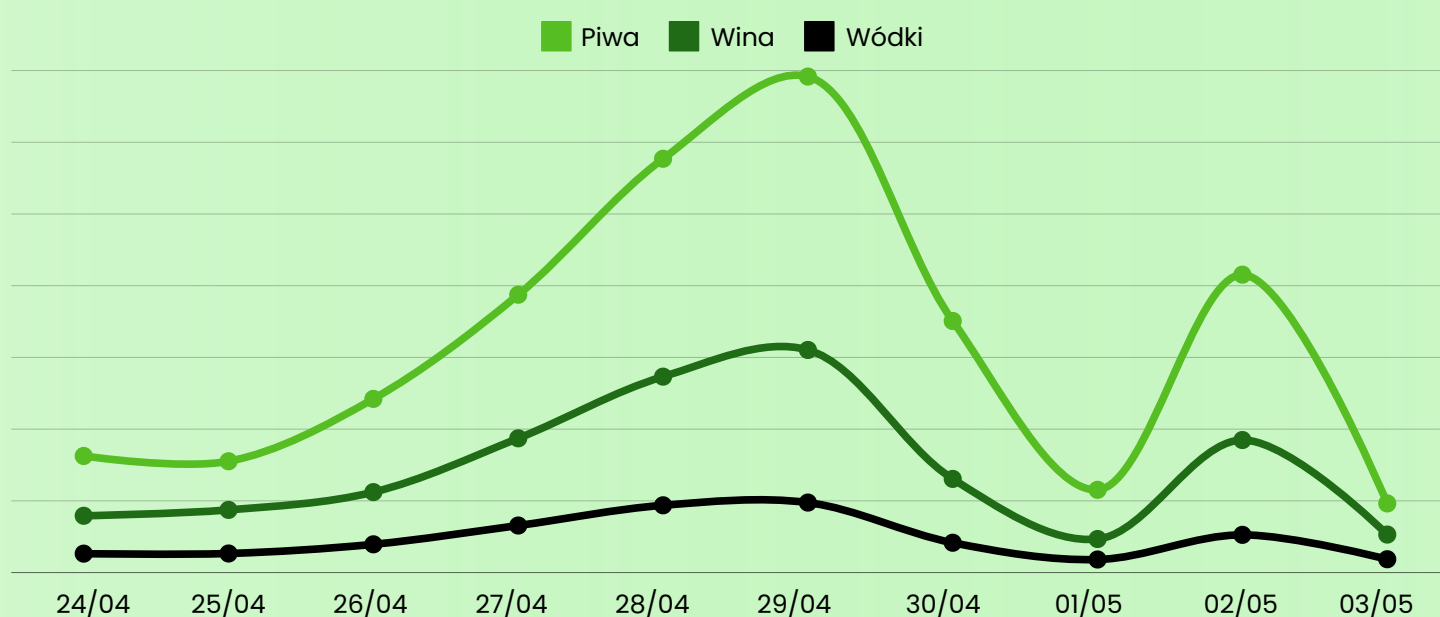
Alkohol

Spośród wszystkich alkoholi wzrost popularności w sezonie grillowym notują tylko **piwa**. Polacy na przestrzeni całego roku chętnie sięgają również po **wino** oraz **wódkę**. Te jednak swój wzrost popularności notują jedynie w grudniu.

Podczas sezonu grillowego, najwięcej dodań alkoholu do list zakupów odnotowaliśmy 29 kwietnia. Wyraźny wzrost był zauważalny także 2 maja. Było to jednak **o 41% mniej** dodań niż 29 kwietnia.

Zainteresowanie zakupem alkoholu przed majówką

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023



Kanał **małych sklepów** do 300m2 jest **najważniejszy dla kategorii alkoholu**. W 2023 roku odpowiadał on za ponad **70%** wartości sprzedaży oraz prawie **80%** liczby transakcji. Najpopularniejszym rodzajem piw są lagery, które stanowiły około **80%** udziałów wolumenowych w sezonie 2023 roku. Prawie **10%** udziału zanotowały piwa mocne oraz ponad **5%** – piwa bezalkoholowe. W majówkę 2023 roku najpopularniejszymi markami były **Żubr** oraz **Tyskie**. Konsumenci również często sięgali po **Harnasia** oraz **Tatrę** i **Żywca**. Polacy w ubiegłym roku rzadziej sięgali po piwa smakowe – nastąpiło przełamanie trwającego od kilku lat trendu wzrostowego tego segmentu. W rynku piwa rosną natomiast udziały piw bezalkoholowych.

Roman Szymanda

CRM



Akcesoria grillowe

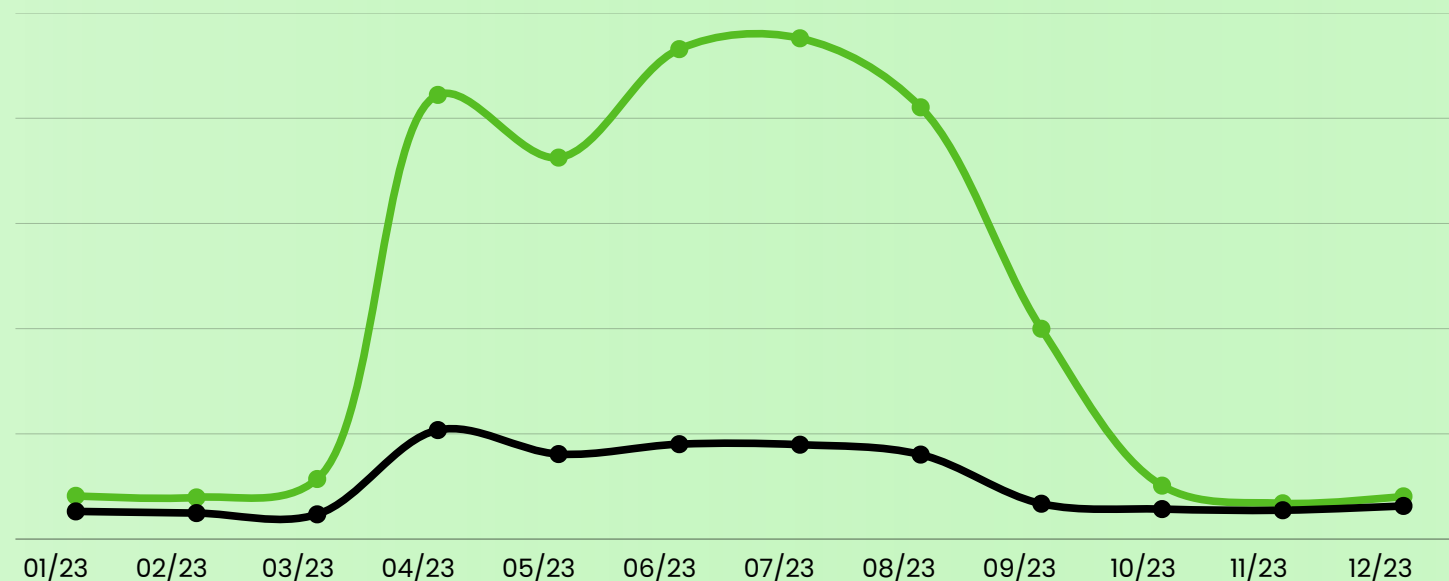
Listonic ads

O tym, ile trwa sezon grillowy w Polsce, wyraźnie mówią nam dodania do list zakupów takich produktów jak **węgiel** i **rozpałka**.

Węgiel i rozpałka

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023

■ Węgiel ■ Rozpałka

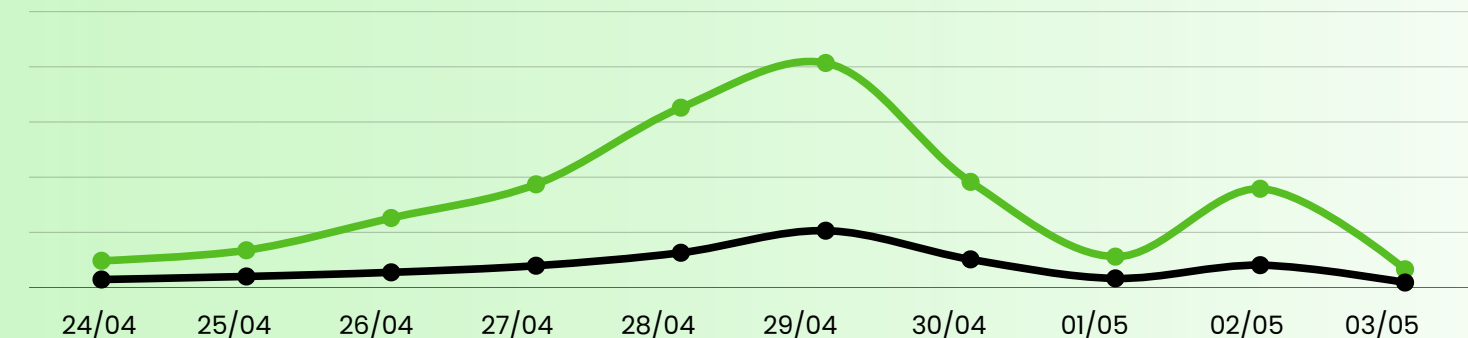


Co ciekawe jednak – w przeciwieństwie do pozostałych produktów – drugiego maja zaplanowano wyraźnie mniej zakupów węgla i rozpałki. Wynik, który odnotowaliśmy tego dnia na listach zakupów, był równy **43%** dodań z 29 kwietnia. Dla pozostałych produktów wynik ten wynosił **około 60%**.

Zainteresowanie zakupem węgla i rozpałki przed majówką

na podstawie danych z aplikacji Listonic w roku 2023

■ Węgiel ■ Rozpałka



Majówka to moment znacznego **skoku sprzedaży** węgla oraz rozpałki. Stanowi **co najmniej dwukrotność** sprzedaży z tygodni wcześniejszych (w przypadku dobrej pogody, nawet czterokrotność). Niezależnie od formatu sklepu, dane CMR wskazują, że weekend majowy to **rekordowa sprzedaż**, nawet w kontekście tygodni letnich.

Roman Szymanda

CMR



Podsumowanie

Listonic ads

Choć sezon grillowy w dużej mierze zależy od warunków pogodowych, listy zakupów pokazują, że trwa od kwietnia do września. W ubiegłym roku zdecydowana większość zakupów grillowych przed majówką została zrealizowana **w sobotę, 29 kwietnia**. Stało się tak pomimo przypadającej dzień później niedzieli handlowej.

Wśród najpopularniejszych produktów na grilla znalazły się: **kielbasa, ketchup, soki, nektary i napoje owocowe** oraz **piwo** (szczególnie Żubr, Tyskie, Harnaś, Tatra oraz Żywiec). Nie mogło zabraknąć także **węgla**, który według danych CMR notuje przed majówką rekordową sprzedaż nawet w porównaniu do tygodni letnich.

Pomimo że 2 maja sklepy były otwarte, zainteresowanie kupnem analizowanych produktów było wówczas niższe o około 40% niż 29 kwietnia. Z analiz CMR wynika jednak, że we wtorek, 2 maja, **wzrost sprzedaży napojów** (w porównaniu do wcześniejszych tygodni) odnotowały **małe sklepy**.

Badania zrealizowane przez aplikację Moja Gazetka pokazują, że Polacy są tradycjonalistami przy wyborze sosów na grilla. Najchętniej wybierają klasyczny **ketchup**, chociaż 45,3% badanych sięga równie chętnie po nowości na rynku. Wśród najpopularniejszych marek sosów znajdują się **Pudliszki, Roleski, Madero, Heinz oraz Kotlin**, a największym zainteresowaniem wśród nowości produktowych cieszą się **musztardy smakowe, sosy ostre, sosy z dodatkiem owoców** oraz **sosy lekkie**.

Szczególnie ciekawe z perspektywy obecnych wyzwań rynku spożywczego, będzie w nadchodzącym (a właściwie – jak pokazują listy zakupów Listonic – już rozpoczętym) sezonie grillowym zainteresowanie kupnem **alkoholu** i **produktów wegańskich**. Czy wzrost popularności piwa bezalkoholowego zrówna straty wynikające ze spadków zainteresowania tradycyjnym piwem? Czy produkty wegańskie zanotują **wyraźny wzrost** w sezonie grillowym?

Nadchodząca majówka da nam pierwsze odpowiedzi na te pytania!

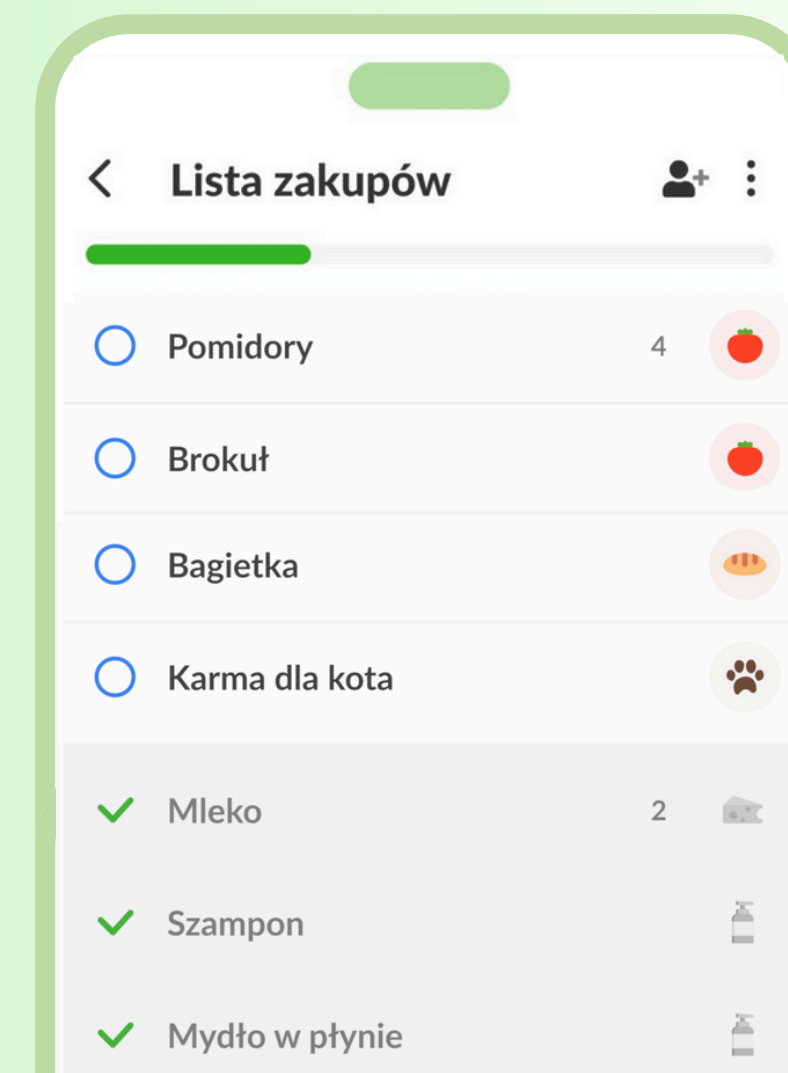
O Listonic ads

Listonic ads

W Listonic ads dostarczamy **rozwiązania reklamowe** dla branży FMCG, sieci handlowych, marek konsumenckich czy finansowych. Sprzedajemy **powierzchnię reklamową premium** w aplikacjach mobilnych: **Listonic** (mobilna lista zakupów), **Moja Gazetka** (aplikacja z gazetkami sieci handlowych), **Momly** (śledzenie przebiegu ciąży) oraz **Waterful** (przypominanie o picciu wody).

Docieramy do najbardziej pożądaných konsumentów – **osób odpowiedzialnych za robienie zakupów** w kluczowym momencie – **gdy zapada decyzja zakupowa**. Kampanie reklamowe targetujemy w oparciu o **preferencje i historię zakupów użytkowników**.

Zajmujemy się również analizą danych. Tworzymy autorskie raporty na podstawie autentycznych danych z list zakupów Listonic. Jesteśmy twórcami corocznego Rankingu Popularności Sieci Handlowych, który tworzymy od 2015 roku.



Listonic ads

Dziękujemy za lekturę!

Więcej artykułów branżowych znajdziesz na **ads.listonic.com**

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI PRZEZ

sales@listonic.com



Gosia Olczak

Head of Sales



Magda Łapa

Senior Account Manager



Kasia Rasala

Senior Account Manager



Iwona Wilewska

Senior Account Manager