

Sajtószolgálat

2014. június 26.

A zöldségpiacon a modern csatornák szerepe erősödik

2014. augusztus 11.

Tisza Andrea
B&P Consulting
Tel.: (+36-1) 349-2939
Fax: (+36-1) 269-2504
E-mail:
andrea.tisza@braunpartners.hu

Az alma, burgonya, paprika és paradicsom a sláger

Zöldségből és gyümölcsből a magyar háztartások egyre kevesebbet és ritkábban vásárolnak annak ellenére, hogy e friss áruk töretlenül a legkedveltebb élelmiszerek közé tartoznak. A beszerzési helyeket tekintve a hagyományos csatornák még mindig fontos szerepet játszanak. Gyümölcsből legtöbb nyáron fogy, a zöldségek iránt pedig a friss idénytermények megjelenésével ugrik meg a kereslet.

A friss zöldség és gyümölcs továbbra is a legkedveltebb élelmiszerek közé tartozik Magyarországon, és ennek nyomán minden magyar család asztalára kerül is. A vásárlói kör stabil, ugyanakkor az elmúlt évek tendenciái azt mutatják, hogy a magyar háztartások mind zöldségből, mind gyümölcsből összességében és alkalmanként is kevesebbet, ráadásul ritkábban vásárolnak. Egy átlagos háztartás egy év alatt közel 70 kilogrammnyi gyümölcsöt és 130 kilogrammnyi zöldséget vett 2013-ban. A legintenzívebb zöldség- és gyümölcsvásárlók az idősebb, 50 évnél idősebb háziasszony által vezetett, valamint a magasabb jövedelemmel rendelkező háztartások.

A háztartások **beszerzési forrásai** közül a hagyományos kereskedelmi csatornák (piacok, utcai árusok, zöldség- és gyümölcsboltok, kistermelők) továbbra is fontos szerepet játszanak: otthoni fogyasztásra mind a zöldség-, mind a gyümölcsmennyiség közel 40 százalékát itt szerzik be. A gyümölcs esetében a hagyományos csatornák részesedése évek óta stabil, a hipermarketek csökkenő piaci részesedését leginkább a diszkontok, hazai láncok, valamint a független kisboltok növekvő szerepe ellensúlyozta a tavalyi évben. A zöldségpiacon a hagyományos beszerzési helyek fontossága ellenben csökkenőben van és a modern kereskedelmi csatornák (szupermarketek, hipermarketek, valamint diszkontok) szerepe erősödik.

A hagyományos piacokat, zöldségeseket és a kistermelői helyeket a nagyobb városokban élő háztartások kedvelik, hiszen nekik nincs, vagy kisebb mértékben van lehetőségük saját maguknak megtermelni a friss zöldséget és gyümölcsöt. Míg a budapesti háztartások kétharmada vásárolt gyümölcsöt a szakosodott helyeken 2013-ban, addig az 5000 főnél kisebb településeken élők körében ez az arány kevesebb, mint negyven százalék volt.

Friss gyümölcsöt 2013-ban átlagosan másfél hetente vásároltak a háztartások és egy-egy alkalommal közel 2 kilogrammot. Slágernek továbbra is

GfK Hungária
Piackutató Intézet
Visegrádi u. 31.
1132 Budapest

Tel.: (+36-1) 452-3050
Fax: (+36-1) 320-1776
www.gfk.hu
www.facebook.com/gfkhungaria
firm@gfk.com

Igazgató:
Kozák Ákos

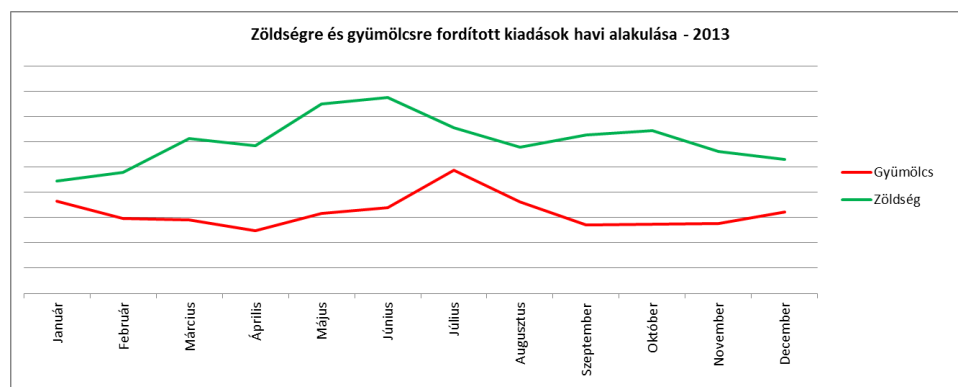
az alma és a banán számít, amelyekből a háztartások évente átlagosan 10-11 alkalommal tesznek kosarukba. E két gyümölcsfajtán kívül a barack, a narancs és a dinnye tartozik a legkedveltebb és legnagyobb arányban fogyasztott gyümölcsök közé. Ez az öt gyümölcsfajta adja a háztartások által vásárolt éves mennyiség több mint 70 százalékát.

A gyümölcsök népszerűségi listája az egyes fajták egy év alatt vásárolt mennyiségi és forgalmi részesedése alapján, 2013 (az adatok százalékban kifejezve)

Gyümölcsfajta	értékben	mennyiségben
Alma	16	21
Banán	15	13
Barack	10	8
Narancs	9	11
Dinnye	9	20

Forrás: Háztartáspanel, GfK

A háztartások által gyümölcsre fordított **kiadások havi megoszlásából** az látszik, hogy a legtöbbet tavaly csakúgy, mint máskor is a nyári hónapokban költöttek a vásárlók. Ekkor a befőzéshez is használt nyári idénygyümölcsökre (eper, cseresznye, meggy, illetve barack), valamint dinnyére költik a legtöbbet. A téli hónapokban természetesen a déligyümölcsök forgalma nő meg. Míg az év egy átlagos hónapjában minden hatodik háztartás vásárol gyümölcsöt a hagyományos beszerzési helyeken, addig a nyári csúc szezon hónapjaiban a piacok, utcai árusok, illetve zöldségesek vásárlói bázisa megugrik, és havi szinten minden negyedik háztartás vesz gyümölcsöt ilyen szakosodott



helyeken.

Forrás: Háztartáspanel, GfK

A **zöldségek** iránti kereslet a friss zöldségek megjelenésével – az április, május és júniusi hónapok alatt – nő meg a leginkább. Friss zöldségféléket a gyümölcsnél gyakrabban, átlagosan hatnaponta vásárolnak a háztartások,

alkalmanként 2,1 kilogrammot. A zöldségek közül paprika és paradicsom kerül leggyakrabban a bevásárlókosárba, de mennyiségben és értékben is a burgonya vezeti a zöldségfélék toplistáját, hiszen ez adja a vásárolt zöldségmennyiség egyharmadát. Mindazonáltal, kedvező árszintjéből adódóan a kategória forgalmának kevesebb, mint egyötödét adja.

Zöldségek népszerűségi listája az egyes fajták egy év alatt vásárolt mennyiségi és forgalmi részesedése alapján, 2013 (az adatok százalékban kifejezve)

Zöldségfajta aránya	értékben	mennyiségben
Burgonya	18	32
Paprika	14	9
Paradicsom	12	9
Vöröshagyma	5	9
Káposzta	5	8

Forrás: Háztartáspanel, GfK

A GfK-ról

A GfK megbízható forrásként, releváns piaci és fogyasztói információkkal segíti ügyfeleit sikeres üzleti döntéseik meghozatalában. 80 évnyi tudományos tapasztalatunk meghatározza több mint 13 000 elkötelezett szakértőnk mindennapi munkáját. Globális megoldásaink, valamint helyi piaci ismeretünkön alapuló insightjaink képezik szolgáltatásunk alapját világszerte több mint 100 országban. Innovatív technológiáink és kutatási megoldásaink alkalmazásával adatainkat insightokká alakítjuk, így biztosítva ügyfeleink számára, hogy versenyelőnyhöz jussanak és széleskörű ismeretekkel rendelkezzenek a fogyasztó viselkedéséről és döntéseiről. További információért kérjük, látogassa meg a www.gfk.com/hu oldalt.