**Sezon grillowy czas zacząć!**

**O sezonie grillowym w Polsce, nowościach od ZM Kania i zwyczajach konsumenckich Polaków, mówi Dominika Rąba z zarządu Zakładów Mięsnych Henryk Kania.**

**Jaki będzie sezon grillowy 2016, czym będzie się charakteryzował, jakie wiążecie Państwo z nim nadzieje, co będzie przyciągać konsumentów?**

Polacy już dawno pokochali grillowanie. Dlatego też z optymizmem czekamy na tegoroczny sezon grillowy. Konsumentów przyciągać będzie z pewnością różnorodność możliwości, jakie niesie ze sobą ten sposób przyrządzania potraw. Popularność programów kulinarnych w Polsce stale rośnie. Wywierają duży wpływ na to, co i jak gotujemy. Coraz chętniej eksperymentujemy i szukamy ciekawych połączeń smakowych. Grillujemy dziś bowiem nie tylko kiełbasy i mięsa, ale także chociażby warzywa, czy nawet owoce. Dla producentów z kolei, okres grillowy oznacza wzrosty ogólnej sprzedaży. To wynik wzbogacania standardowej oferty o produkty grillowe, które chętnie kupowane przez klientów, skutecznie pozwalają zwiększać sprzedaż.

**Jak rozwija się rynek gotowych produktów najczęściej kupowanych na grilla, jakie rodzaje kiełbasy wiodą prym, czy to specjalny segment produkcji? Czy kaszanka jest popularnym produktem grillowym, czy „da się na tym zarobić”?**

Najczęściej kupujemy kiełbasy cienkie w tym tradycyjną śląską, a także karkówkę i boczek. To znane i chętnie wkładane do koszyka pozycje przez polskiego konsumenta. Jeżeli chodzi o kaszankę, to choć nie jest ona produktem pierwszego wyboru w sezonie grillowym, to jednak ma wielu zwolenników. Na przykładzie naszych wyrobów widzimy, że co roku od kwietnia do września, a nawet października, produkt ten dobrze rotuje. Gdyby nie było nim zainteresowania, nie mielibyśmy go w swojej ofercie. A kaszanki proponujemy aż w trzech odsłonach – classic, z boczkiem i z cebulką.

**Jak oceniacie Państwo ten trend zakupowy, czy wygoda i tempo życia wymuszą wzrost takich zakupów, czy to przyszłość oferty grillowej, czego należy się spodziewać w konfekcji „na ruszt” w najbliższym okresie?**

Produkty typu convenience mają przyszłość i z roku na rok stanowić będą coraz większą część produktów kupowanych w sezonie grillowym. Trend ten wpisuje się w generalną zmianę zwyczajów konsumenckich w Polsce. Stawiamy dziś nie tylko na smak i jakość, ale w dużej mierze także na wygodę. Możliwość zakupu smacznego produktu, bez stania w kolejce, który dodatkowo jest już niemal gotowy do spożycia – to wielka oszczędność czasu. Klienci to doceniają i coraz chętniej kupują dziś produkty convenience.

**Czy klienci zwracają uwagę na wartości dodane, jeśli chodzi o produkty grillowe, czy szukają „krótkiej etykiety” z naturalnymi składnikami, czy może jest to dla nich sprawa drugorzędna?**

Bardzo wielu konsumentów zwraca dziś uwagę na jakość produktu przed dokonaniem zakupu. Czytają i analizują etykiety ze składem. Są coraz bardziej świadomi tego, co wkładają do koszyka. Trend ten widoczny jest niezależnie od rodzaju kupowanych produktów, dlatego zauważamy go także w sezonie grillowym. Polacy chętnie wybierają wyroby wartościowe, z dużą zawartością mięsa. Szybki dostęp do najważniejszych informacji dotyczących składu, gwarantują im produkty paczkowane, których popularność stale rośnie.

