

PORADNIK DETALISTY

# SMAKUJ LATO

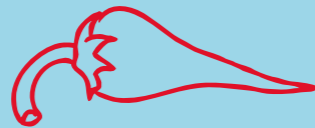


 **EUROCASH**  
CASH & CARRY

 **EUROCASH**  
DYSTRYBUCCJA



# ZYSK PROSTO Z GRILLA



Sezon grillowy stwarza szansę sklepom małaformatowym na zwiększenie obrotów.

Pojawiają się sezonowi klienci, częstsze są też szybkie zakupy – lody, piwo i napoje chłodzące, sezonowe owoce i artykuły na grilla. Te decyzje podejmowane są często pod wpływem impulsu.

Istotne, by wyjść naprzeciw oczekiwaniom klientów.

Sklep powinien być czysty i pachnący, wentylacja i klimatyzacja sprawne, a produkty i ich ceny łatwe do znalezienia.

Szczególnie w upalne dni ważne jest monitorowanie stoisk z artykułami świeżymi i eksponowanymi w lodówkach – w tym też z lodami.

Pracownie badania rynku przewidują, że tegoroczny sezon grillowy może być podobny do ubiegłorocznego, zarówno w zakresie wolumenu sprzedaży jak i kontynuacji trendów konsumenckich.

W kategorii produktów grillowych prym wiodą mięso i kiełbasy, jednak z większym naciskiem na samodzielne przygotowanie potraw. Dlatego warto dobrze wyeksponować dodatki podkreślające smak i pozwalające samodzielnie przygotować marynatę – musztardy, ketchupy, dipy oraz przyprawy.

Jednocześnie można się też spodziewać stabilizacji wolumenów gotowych produktów oznaczonych jako grillowe [1].

Podobne zachowania klientów dotyczą kategorii based meat, czyli roślinnych zamienników mięsa i jego przetworów. Według badań już w 2022 roku kupowało je ponad 16% polskich gospodarstw domowych (ok. 2,2 mln nabywców), dlatego warto je wyeksponować jako dedykowane na grilla [1].

Wśród napojów (ważne, by były schłodzone!), prym wiodzie piwo (84% konsumentów) i woda (52%), na dalszych miejscach są alkohole mocne, soki i napoje gazowane [2].

Zachęcamy do lektury Poradnika, w którym znajdują się też inne ważne i ciekawe informacje.







# LETNI KOSZYK

Nadchodzi czas grillowania! Wielu spośród kupujących, to prawdziwi pasjonaci biesiad na świeżym powietrzu, którzy uwielbiają pichcić pod chmurką i zawsze są otwarci na nowości. Warto w sklepach przygotować nową ekspozycję rotujących kategorii oraz propozycję atrakcyjnych promocji i wyjątkowych ofert. Klienci chcą się cieszyć najwyższą jakością produktów bez konieczności rezygnacji z korzystnych cen.



## KIEŁBASA I WARZYWA

Kiełbasa i warzywa to atrakcyjna, komplementarna oferta. Podane z grilla wzajemnie podkreślają swój smak. Pamiętaj o tym połączeniu szykując ofertę na majówkę.

## SAŁATKI

Świeże sałatki z warzyw i owoców to nieodzowny element każdego grilla. W sklepie powinny znaleźć się także gotowe sałatki, które będą alternatywnym dodatkiem do letnich przyjęć.



## LODY I OWOCE

Połączenie lodów i świeżych owoców to prawdziwa uczta dla podniebienia, szczególnie w ciepłe popołudnia. Nie zapomnij o promocjach w tych kategoriach.



## KAWA I GOFRY

Miłośnicy słodczy z pewnością nie będą mogli się oprzeć gofrom i aromatycznej kawie. Letnie wersje kawy mrożonej w puszkach mogą być hitem tego lata, więc warto je uwzględnić w ofercie sklepu.



## PIWO I CHIPSY

Zimne piwo i chrupiące chipsy to idealna kombinacja na nadchodzący sezon. Zadbaj o to, aby chipsy były wyeksponowane w pobliżu lodówki z piwem, aby jeszcze bardziej podkreślić tę klasyczną parę.



## ZADBAJ O DOSTĘPNOŚĆ TYCH PRODUKTÓW:

kiełbasy, kaszanka, mięso, ryby, sery, warzywa, owoce, zioła, oliwa, dipy, sosy, musztarda, ketchup, przyprawy, pieczywo, tortilla, napoje, piwo, alkohole, przekąski: nachosy, chipsy, węgiel drzewny, podpałka do grilla, zapałki, tacki i folia aluminiowa, kubki i talerze papierowe, papierowe obrusy i serwetki, kremy z filtrem i repelenty.





### Strefa info

- informacje prawne
- zarządzanie personelem
- porady sprzedażowe
- funkcjonalność eurocash.pl



### Strefa kategorii

- informacje wspierające sprzedaż
- top produkty
- trendy rynkowe



### Strefa marek

- kampanie
- wskazówki sprzedażowe producentów
- porady ekspozycyjne



### Akcje handlowe

- Twoje osiągnięcia



### Strefa alkoholi

- porady sprzedażowe i ekspozycyjne
- najnowsze trendy
- 4 kategorie: alkohole premium, alkohole mocne, wino, piwo

**Rzuć okiem,  
bądź na bieżąco,  
zwiększaj zyski!**

## PRACOWNIK NA URLOPIE

**Zasady pracowniczych urlopów wypoczynkowych są nieodłącznym elementem funkcjonowania każdego przedsiębiorstwa, niezależnie od jego wielkości. W małych sklepach, gdzie każdy pracownik ma znaczenie, właściwe zarządzanie urlopami staje się kluczowym elementem harmonijnego funkcjonowania biznesu.**

### JAK ZARZĄDZAĆ SKLEPEM W LETNIM SEZONIE URLOPOWYM?

1. planuj urlopy,
2. zaplanuj reorganizację zadań,
3. ustal liczebność pracowników na każdej zmianie,
4. pomyśl o wprowadzeniu płatnych nadgodzin,
5. rozważ możliwość zmiany czasu pracy,
6. zapobiegaj problemom, uwzględniaj potrzeby pracowników,
7. pomyśl o ewentualnym zatrudnieniu pracowników sezonowych.

### WARTO WIEDZIEĆ

Urlopy w małych sklepach wymagają starannej organizacji i elastyczności zarówno ze strony pracowników, jak i pracodawcy. Świadome zarządzanie urlopami w małym zespole przyczynia się nie tylko do efektywnej pracy oraz pozytywnej atmosfery w miejscu pracy.

Korzystaj z Wiem Więcej, aby mieć dostęp do najaktualniejszych treści prawnych oraz porad dla właścicieli sklepów!

Najbardziej popularne artykuły znajdziesz w aplikacji mobilnej Cash&Carry.

PEŁNA SEKCJA WIEM WIĘCEJ DOSTĘPNA JEST NA eurocash.pl online.

- Znajdź pomarańczowy przycisk w menu głównym na eurocash.pl.
- Dane do logowania na eurocash.pl są takie same, jak do eurocash.pl Cash&Carry.
- Jeśli nie pamiętasz danych do logowania, skontaktuj się z Kierownikiem hurtowni lub Przedstawicielem Handlowym.

### WARTO WIEDZIEĆ

Plan urlopów warto przygotować w formie tabeli, wydrukować i umieścić w widocznym miejscu, np. w pomieszczeniu socjalnym.

### JAKIE SĄ NAJWAŻNIEJSZE ZASADY DOTYCZĄCE UDZIELANIA URLOPÓW WYPOCZYNKOWYCH PRZY UMOWIE O PRACĘ?

1. ilość dni urlopu uzależniona jest od stażu pracy,
2. urlop udzielany jest na wniosek pracownika,
3. za niewykorzystany urlop przysługuje pracownikowi ekwiwalent pieniężny,
4. odmowa udzielenia urlopu, gdy nieobecność pracownika zagraża interesom przedsiębiorstwa, wyrażona powinna być na piśmie.



# PROFIL SKLEPU MAŁOFORMATOWEGO NA FACEBOOKU

W dobie cyfrowej, kiedy dla firm coraz większe znaczenie ma przestrzeń wirtualna, prowadzenie profilu małego sklepu na Facebooku wydaje się być krokiem w stronę skutecznego rozwoju swojej marki.



## WARTO WIEDZIEĆ

Dzięki komunikacji na platformie mediów społecznościowych, firmy mogą szybko odpowiadać na pytania klientów oraz reagować na opinie i sugestie. Otwiera to drzwi do budowania lojalności klientów poprzez osobisty kontakt i wsparcie.

## KORZYŚCI Z PROWADZENIA PROFILU SKLEPU MAŁOFORMATOWEGO NA FACEBOOKU:

1. bezpośredni kontakt z klientami,
2. tworzenie własnej społeczności,
3. dotarcie do nowych klientów,
4. promocja produktów dostępnych w sklepie,
5. reklama sklepu,
6. możliwość analizy danych.

## WARTO WIEDZIEĆ

Jak reagować na negatywne opinie w komentarzach? Ważne jest indywidualne, przyjazne i profesjonalne podejście do klienta. Jeśli krytyka jest uzasadniona, lepiej być szczerym i przyznać się do błędów, zamiast próbować je ukrywać [1].

## WARTO WIEDZIEĆ

Przed zakupami 30% respondentów twierdzi, że korzysta z mediów społecznościowych, przy czym największy wpływ na ich decyzje mają Facebook i YouTube. Ponadto czterech na pięciu klientów podczas podejmowania decyzji zakupowych korzysta z urządzeń cyfrowych [2].

## JAKIE SĄ MINUSY PROWADZENIA PROFILU SKLEPU MAŁOFORMATOWEGO NA FACEBOOKU?

1. konieczność regularnej aktywności oraz bieżącego dostarczania treści,
2. możliwość pojawienia się negatywnych komentarzy,
3. możliwość pojawienia się słownej awantury pomiędzy komentującymi profil,
4. złe zarządzanie platformą może negatywnie wpłynąć na wizerunek sklepu.

## KROK PO KROKU...

# JAK ZAŁOŻYĆ PROFIL SKLEPU NA FACEBOOKU?

Gdy wyruszasz w podróż po świecie Facebooka i stawiasz pierwsze kroki w tworzeniu profilu sklepu, potrzebujesz kilku niezbędnych informacji, które pomogą założyć własny Fanpage na tej platformie mediów społecznościowych.

## DLACZEGO WARTO ZAŁOŻYĆ STRONĘ NA FACEBOOKU?

27 milionów Polaków regularnie korzysta z mediów społecznościowych, spędzając na nich średnio 1 godzinę i 49 minut dziennie. Najpopularniejsze platformy to Facebook 88,1% oraz Instagram 59,6% [1].

FANPAGE pozwala na prezentowanie oferty Twojego biznesu:

- bieżących promocji,
- ciekawostek z życia placówki handlowej,
- zdjęć i filmów prezentujących akcje specjalne, konkursy lub wprowadzane zmiany.

## JAK ZAŁOŻYĆ I PRZYGOTOWAĆ FANPAGE?

Aby utworzyć stronę sklepu na Facebooku, potrzebujesz jedynie konta osobistego na platformie. Proces tworzenia strony sklepu jest darmowy, bardzo prosty i intuicyjny.

- kluczowe jest wybranie nazwy, która powinna być nazwą sklepu,
- wybór atrakcyjnych zdjęć, które będą wizytówką sklepu (w tle oraz zdjęcie profilowe),
- wpisanie informacji o sklepie: jego adres oraz godziny otwarcia,
- publikacja treści.

## JAK EFEKTYWNIJE PROWADZIĆ STRONĘ FIRMOWĄ NA FACEBOOKU?

Posty są paliwem dla fanpage'a, koniecznie dodawaj je regularnie. Nowe treści planuj z wyprzedzeniem. Zastanów się, co będzie się działo w Twoim sklepie w najbliższym czasie. Planujesz promocje, wyjątkowe wydarzenia lub ciekawe konkursy dla klientów? Publikuj informacje i nie zapominaj o dobrej jakości umieszczanych postów.

W kolejnym numerze zapraszamy do zapoznania się z tematem „Jak pisać posty na Facebooku?”

## CZY PRZEDSIĘBIORCY POTRZEBUJĄ MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH?



Facebook to dla mnie bardzo dobra forma komunikacji z klientem i sympatykami sklepu. Konsumenci są na bieżąco nie tylko z promocjami, ale również z wydarzeniami lokalnymi.

Lojalność i zacieśnianie relacji z klientami są dla mnie ważne i to nasz główny cel.  
Marzena – Kierownik sklepu Lewiatan, Warszawa



Moimi głównymi klientami są zazwyczaj rodziny z dziećmi, ale również osoby 60+. Dla mnie to naturalne, że teraz starsze osoby obsługują Facebooka.

Stronę prowadzę na własną rękę, jestem autorem zdjęć i treści postów. W pisaniu tekstów pomaga mi często osoba z rodziny.  
Marek – Właściciel sklepu ABC, Sosnowiec



Fanpage jest sklepowi potrzebny. My prowadzimy go na bieżąco. Uważam, że ważne jest, by robić to z zaangażowaniem. Dzięki temu klienci wiedzą, że jesteśmy dla nich prawdziwi i autentyczni.

Facebook jest dla nas dobrym miejscem na prezentowanie produktów.  
Bogdan – Kierownik sklepu Groszek, Poznań



# SZUKASZ PRODUKTU, KTÓREGO NIE MA NA PÓŁCE?

**Zamów go u Kierownika Hurtowni**

## ZIELONA KRAINA

Klienci decydują się na zakup świeżych owoców, by stworzyć wyjątkowe, 100% naturalne soki, galaretki i desery. Zadbaj o dostępność sezonowych smaków, w tym:

- agrestu
- ananasa
- arbuza
- borówki
- maliny
- limonki
- porzeczki
- truskawki

Lato to sezon świeżych owoców i warzyw. Wielu kupujących czeka na ten okres, aby cieszyć się smakiem tych produktów pod wieloma postaciami. Warto o tym pamiętać i przygotować swój warzywniak.

### WARTO WIEDZIEĆ

Większość Polaków uwielbia soki: owocowe, warzywne lub wielosmakowe. Z badań wynika, że sięga po nie 94% konsumentów. Osoby, które deklarują rezygnację z tego napoju wybierają wodę (47%) lub same świeże owoce (35%) [1].

Jakie warzywa są najchętniej kupowane do sałatek serwowanych przy grillu:

- cebula
- kapusta pekińska
- rzodkiewka
- sałata
- ogórek
- papryka

Warzywa z powodzeniem mogą zastąpić tradycyjne mięsne steki z grilla. Są także doskonałym uzupełnieniem do serwowanych grillowych kiełbasek. Warzywa najczęściej kupowane na grilla, to:

- bakłażan
- batat
- cukinia
- kalafior
- kapusta wczesna
- papryka
- pieczarki
- szparagi
- ziemniaki

### WARTO WIEDZIEĆ

Polacy, z ziół chętnie kupują bazylię i kolendrę. Jednak najpopularniejsza jest mięta, która dodawana jest do wszystkiego: od soków, po mięsa i desery [2].



# SZYBKO I SMACZNIE



Marka SŁONECZNY OGRÓD posiada bogaty wybór warzyw konserwowych w puszkach i słoikach, koncentrat pomidorowy 30% oraz przecier pomidorowy.



Warzywa konserwowe SŁONECZNY OGRÓD są smacznym i wartościowym dodatkiem do wielu potraw. Zawierają wiele składników odżywczych takich samych jak świeże warzywa, dlatego smakują wyśmienicie.



## PRZEPIS NA ZAKUPY

kukurydza, ogórki konserwowe, papryka, majonez, musztarda, sól i pieprz

## INSPIRACJA KULINARNA:

Sałatki w różnych kolorach mają wielu miłośników. Klienci, tworząc potrawy z warzyw konserwowych, często sięgają po kilka różnych odmian tego produktu. Dlatego ważne jest, aby zapewnić w sklepie ich szeroki wybór.



## WARTO WIEDZIEĆ

Gotowe sałatki w słoiku mają swoich amatorów wśród osób poszukujących nowych smaków i ceniących wygodę. Zaoferuj swoim klientom kilka sałatek, aby mieli w czym wybierać: pikantną, szwedzką lub wielowarzywną.

## Nasze Marki <sup>EC</sup>

Na początku sezonu letniego kuszącą alternatywą świeżych warzyw są produkty konserwowe. Używane są zazwyczaj do przygotowania sałatek lub jako dodatek do dania głównego.

# OKAZJA CZYNI KLIENTA

Coraz więcej właścicieli sklepów stacjonarnych wykorzystuje profil sklepu w mediach społecznościowych jako platformę informacyjną do ogłaszania nowych produktów i promocji. Poniżej znajdziesz okazje, które możesz wykorzystać do promowania produktów w sklepie.

»PRZYDASIE»  
Zestaw okazji, które można wykorzystać przygotowując w sklepie akcje promocyjne

## ŚWIĘTA TYPOWE I NIETYPOWE

19 kwietnia	Dzień Czosnku	26 maja	Dzień Matki
20 kwietnia	Dzień Docenienia Męża	28 maja	Dzień Hamburgera
24 kwietnia	Europejski Dzień Śniadania	30 maja	Światowy Dzień Soku
27 kwietnia	Dzień Zięcia	1 czerwca	Dzień Dziecka
28 kwietnia	Dzień Sera Camembert	9 czerwca	Dzień Przyjaciela
1 maja	Ogólnopolski Dzień Kaszanki	12 czerwca	Międzynarodowy Dzień Falafela
2 maja	Dzień Grilla	18 czerwca	Międzynarodowy Dzień Sushi
2 maja	Dzień Tuńczyka	1 lipca	Dzień Psa
4 maja	Dzień Piekarza	3 lipca	Dzień Czerwonej Ostrej Papryczki Chili
6 maja	Międzynarodowy Dzień bez Diety	4 lipca	Święto Hot Doga
13 maja	Międzynarodowy Dzień Hummusu	7 lipca	Światowy Dzień Czekolady
17 maja	Światowy Dzień Pieczenia	21 lipca	Dzień Lodów
18 maja	Międzynarodowy Dzień Whisky	3 sierpnia	Światowy Dzień Musztardy
20 maja	Międzynarodowy Dzień Płynów do Mycia Naczyni	8 sierpnia	Międzynarodowy Dzień Kota
22 maja	Dzień Praw Zwierząt	25 sierpnia	Dzień Zupy Błyskawicznej
25 maja	Dzień Piwowara	26 sierpnia	Międzynarodowy Dzień Psa



# WIĘCEJ NIŻ POSITEK



73% Polaków najchętniej grilluje w ogrodzie i doraźnie uzupełnia brakujące produkty w małych sklepach. Pamiętaj, aby artykuły na grilla były zawsze dostępne, szczególnie przed weekendem. Pomyśl o komplementarnych promocjach.

## WARTO WIEDZIEĆ

Według badania 45% Polaków biesiaduje przy grillu raz w tygodniu, a 28% częściej. Dopasuj ofertę sklepu do preferencji w Twojej okolicy.

Polacy najchętniej grillują w czasie weekendu. W jakie produkty warto zatowarować sklep i kto je kupuje?

### KARKÓWKĘ

● 80% mężczyzn ● 72% kobiet

### KIEŁBASY

● 74% mężczyzn ● 75% kobiet

### KURCZAKA

● 68% mężczyzn ● 68% kobiet

### RYBY

● 34% mężczyzn ● 29% kobiet

### WARZYWA

● 66% mężczyzn ● 69% kobiet

### BOCZEK, KASZANKĘ, KISZKĘ

ZIEMNIACZANĄ, SER, PIECZYWO

● 12% mężczyzn ● 20% kobiet

## WARTO WIEDZIEĆ

80% Polaków grilluje podczas majówki, którą traktuje jak otwarcie sezonu. Zwracaj uwagę, by oferta produktów wymagających rygoru chłodniczego była szczególnie atrakcyjna i na bieżąco uzupełniana.

Jakie kwoty są przeznaczane na jednorazowy zakup produktów do grillowania (w tym dodatki):

34% do 100-200 zł,

16% do 300 zł,

7% do 50 zł.



MORLINY, jedna z wiodących marek w portfolio Animexu, oferuje produkty, których smak kojarzy się z tradycyjnym, rzemieślniczym wyrobem wędlin. Atrakcyjne formy pakowania wpływają na duże zainteresowanie kupujących.

89% konsumentów szuka produktów do grillowania, w tym kiełbas w promocji [1].



## WARTO PAMIĘTAĆ

W kategorii wędlin tradycyjnych i kiełbas wolumen zakupów w okresie maj-wrzesień wzrasta o około 2,5% [2].



Nasze Marki

EC

NOWOŚĆ

# ZACNY WĘDLINY

Smak ponad wszystko!

ŚLĄSKA  
Konkretna

KASZANKA  
Grillowa



# PEŁNA OFERTA



WARTO PAMIĘTAĆ

Musztarda, majonez i ketchup to dodatki do wielu kanapek, hamburgerów i hot dogów, w połączeniu z nimi także sałatki i sosy do grillowanych potraw szybko znajdują swój idealny smak.

W drugim kwartale każdego roku wzrostem popularności wśród klientów cieszą się musztardy, ketchupy, sosy i przyprawy; dlatego ważne jest regularne uzupełnianie tego asortymentu na półkach. Nie zapomnij zaplanować zamówienia, aby zapewnić stałą dostępność tych artykułów.

## WARTO WIEDZIEĆ

Wielu entuzjastów kulinarnych ceni sobie samodzielne przyprawianie i marynowanie mięs. Musztarda jest podstawowym składnikiem wzbogacającym wszelkie marynaty.

OD 1845

# Develey

#TakSmakujeJakość





# BEZMIĘSNY GRILL

Roślinne zamienniki mięsa lub kiełbasy na grillu to nie tylko alternatywa dla wegetarian i wegan, ale także ciekawy sposób na zróżnicowanie posiłków dla wszystkich miłośników grillowania. Wyjdź naprzeciw swoim klientom i skorzystaj z oferty pręźnie rozwijającej się kategorii roślinnych zamienników mięsa i wędlin.

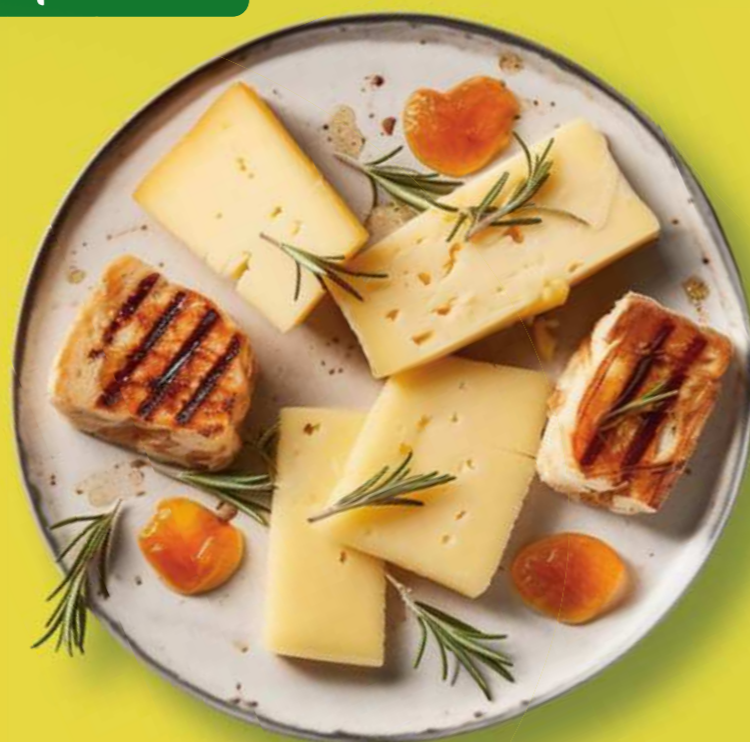
Jakie produkty warto eksponować w sklepie jako roślinne zamienniki mięsa na grilla?

- **ZAMARYNOWANE ZAMIENNIKI MIĘSA:** gotowe do grillowania
- **BEZMIĘSNE BURGERY:** na bazie składników roślinnych, potrafiące zaskoczyć nawet największych mięsożerców,
- **VEGE ROLKI:** sprawdzają się na grillu po lekkim podgrzaniu,
- **VEGE KABANOSY:** znakomite na przekąskę,
- **TOFU:** idealne do grillowania oraz jako dodatek do sałatek,
- **SERY:** typu halloumi oraz pleśniowe typu camembert,

Pamiętaj, aby zaoferować na półkach przynajmniej kilka rodzajów takich produktów.

## WARTO WIEDZIEĆ

Według badań, 88% osób poszukuje nowych inspiracji do przygotowania potraw na ruszcie; potrawy bezmięsne grilluje 60% kobiet i 41% mężczyzn [2].



## WARTO WIEDZIEĆ

Na początku 2023 r. liczba zamienników mięsa i wędlin zwiększyła się o 20% w porównaniu do analogicznego okresu w 2022 r. [1].

# SMAK I WYGODA



Nasze Marki

EC

Wychodząc naprzeciw trendom, zaproponuj swoim klientom świat aromatycznych bułek, chrupiących bagietek i elastycznych tortilli. Odkryj przed swoimi klientami szeroki wybór pieczywa gotowego.



Bułki z sezamem to harmonijne połączenie tradycji wypiekowej i delikatnej egzotyki. Każda bułka posypana jest ziarnami sezamu, które dodają niepowtarzalnego smaku i aromatu. Klienci poszukują jej do domowych burgerów.



Bagietka z masłem i czosnkiem to połączenie klasyki i wygody. Klienci kupują ją jako dodatek do zup, sałatek, potraw z grilla, lub jako samodzielną przekąskę. Gotowa do spożycia po odpieku.



Tortille doskonale nadają się do przygotowywania tradycyjnych dań kuchni meksykańskiej, takich jak tacos, burrito czy quesadillas. Klienci chętnie po nie sięgają doświadczając w domu smaków świata. Dzięki nim można stworzyć własne, niepowtarzalne kompozycje.



# ZAKUPOWE WYBORY



Nasze Marki <sup>EC</sup>

**KANKA**

Marka KANKA znalazła się w gronie Laureatów 14. edycji ogólnopolskiego, ponadbranżowego Programu Dobra Marka – Jakość, Zaufanie, Renoma.

Kanapki bez sera? Nie wchodzą w grę! Na pieczywie najchętniej układamy ser żółty, jajka, wędlinę, warzywa. 56% z nas smaruje pieczywo masłem. Jako dodatek do kanapek 65% Polaków używa ketchupu, a prawie 30% kupuje produkty kanapkowe w sklepie małego formatu [1].



# NATURALNE ŹRÓDŁA

Rynek fermentowanych przetworów mlecznych, w tym kefirów, stale rośnie. Produkty te doskonale gaszą pragnienie i dostarczają organizmowi niezbędnych składników odżywczych. Cenią je szczególnie młodzi ludzie, którzy lubią zdrowy tryb życia [1]. Napoje owocowe na bazie kefiru cieszą się dużym powodzeniem szczególnie latem, kiedy dostępność świeżych owoców takich jak truskawki, jagody, maliny czy jeżyny jest największa. .

## CIĘKAWE

Kefir do Polski trafił około 200 lat temu z górzystych terenów Kaukazu. Jest jednym z najstarszych mlecznych napojów fermentowanych na świecie [3].

## WARTO WIEDZIEĆ

W letnie dni aż 35% Polaków cieszy się smakiem młodych ziemniaków z kefirem, co czyni tę potrawę jedną z ulubionych [1]. Upewnij się, że produkty są dostępne w sklepie.



Kefir jest dostępny w 8 na 10 placówek sklepów małego formatu [2].

## WARTO PAMIĘTAĆ

Kiedy Polacy najczęściej jedzą kanapki? 88% na śniadanie, 44% na drugie śniadanie lub lunch, 72% na kolację [1].

### PRZEPIS NA ZAKUPY

Pieczywo, masło, ser żółty, wędliny, sałata, pomidory, majonez.

### INSPIRACJA KULINARNA:

Przygotuj promocyjną ofertę łączącą na produkty nabiałowe z sezonowymi warzywami. Dzięki temu klienci chętniej sięgną na półki, po te produkty.





# LODOWY RAJ



## PORZĄDEK TO PODSTAWA!

- Utrzymuj lodówkę w idealnym porządku i czystości. Klienci chętniej kupią produkt, gdy jest on dobrze widoczny.
- Pilnuj jej zamykania. Szron obniża jej wydajność i powoduje większy pobór energii.
- Ład w lodówce sprawi, że kupujący nie będą wywracać jej zawartości do góry nogami. Pamiętaj, aby na bieżąco uzupełniać towar.
- Lody rodzinne poukładaj w równe rzędy, uwzględniając ich rodzaj i cenę. Najdroższy asortyment rozłóż w lewym górnym rogu, a najtańszy w prawym dolnym. Pamiętaj o wyraźnym oznaczeniu cen!
- Materiały dodatkowe - standy oraz informacje o promocjach, zaprezentuj także w strefie przykasowej [2].

Lody to produkt sezonowy, na który popyt rośnie wraz ze wzrostem temperatury. Konsument chętniej sięgają po tę kategorię wiosną, a duże wyprzedaże trwają zwykle do końca wakacji.

Jednak zarówno początek, jak i koniec sezonu wyznaczają nie dni kalendarzowe, a temperatura, która jest kluczowym czynnikiem wpływającym na popyt [1].

## WARTO WIEDZIEĆ

Według badania Polacy najczęściej kupują lody gałkowe (30%), rodzinne (29%), na patyku (18%) oraz rożki (14%) [2].

Umieść zamrażarkę w łatwo dostępnym i widocznym miejscu.



Pamiętaj o nowościach, które warto wprowadzić do sklepu i wyeksponować.

Lody impulsowe najczęściej są kupowane w upalne dni.



## WARTO PAMIĘTAĆ

Wybierając lodówkę zwróć uwagę na jej ekonomiczność (zużycie energii), obecność analogowego termometru zewnętrznego i kompletny zestaw koszy. Producenci lodów sugerują umieszczenie w sklepie lodówki ich marki, jednak oferta ta wiąże się z pewnymi ograniczeniami. Często wymaga to przestrzegania wytycznych dotyczących prezentacji i ekspozycji asortymentu oraz zakazu umieszczania w niej produktów konkurencji [2].

## WARTO WIEDZIEĆ

Lody impulsowe (popularne lody porcjowane) są najczęściej kupowane w sklepach małoformatowych do 300 m<sup>2</sup>. Najlepiej umieścić je w lodówce w pobliżu kasy. Codziennie sięga po nie ponad 25% ankietowanych [1].

eurocash

.pl

## PROGRAM DLA KLIENTÓW

Eurocash Dystrybucja i Eurocash Cash&Carry

1.04-30.09.2024

# Zimny VIP 2024

Kupuj produkty z kategorii lody-mrożonki, realizuj targety, gromadź punkty i osiągnij jak najwyższą pozycję w rankingu.

Do wygrania nagrody o wartości

od 3,5 tys. do nawet

# 13 tys. zł!



Szczegóły programu u kierownika hurtowni. Akcja dotyczy wybranych hurtowni na: południu, południowym wschodzie i zachodzie.

Nie zwlekaj! Wejdź na:  
**zimny.vipeurocash.pl**  
i zarejestruj się w programie  
do 30.04.2024 r.



# SMIAK RADOŚCI



Nasze Marki <sup>EC</sup>

Dessimo

DESSIMO to jedna z najchętniej wybieranych marek w kategorii ciastek przez klientów Eurocash Cash&Carry. W jej szerokim portfolio można znaleźć wiele rodzajów, smaków między innymi wafli, biszkoptów z galaretką, pierników oraz cieszących się bardzo dużą popularnością w okresie letnim gofrów.

Ciepłe promienie słońca i gofry z bitą śmietaną! To idealne połączenie, które inspirowa kulinarną rozrywkę dla całej rodziny, szczególnie podczas weekendów.

Klienci chętnie decydują się na wspólne robienie pysznych gofrów i delectowanie się nimi zwłaszcza z dziećmi.



## WARTO PAMIĘTAĆ

Kupując gotowe gofry klienci szukają w sklepie dodatków: bitej śmietany, dżemu w różnych smakach, świeżych owoców, polewy czekoladowej oraz bakalii.



## WARTO WIEDZIEĆ

Dżemy oraz marmolady znajdują się w jadalniach prawie ośmiu na dziesięć polskich gospodarstw domowych [1].



# PŁYNNNE WYBORY



## WARTO PAMIĘTAĆ

Przygotowując ekspozycję kawy mrożonej w sklepie pamiętaj o zaproponowaniu klientom jej różnych wariantów smakowych.



Lato to dla miłośników kawy szansa na odkrycie nowych smaków. W gorące dni klienci sięgają po kawy mrożone.

Polacy kochają kawę, a latem mogą cieszyć się jej wyjątkowym aromatem w orzeźwiającej odświeżeniu.

## WARTO WIEDZIEĆ

Badania wykazały, że 30% Polaków latem wybiera jako napój kawę mrożoną, a 36% respondentów lemoniadę [1].

Nasze Marki <sup>EC</sup>



DREAM BEAN COFFEE





# NA SŁONO

Polacy mają słabość do słonych przekąsek. Z badań wynika, że aż dwie trzecie populacji przynajmniej raz w tygodniu sięga po chipsy, chrupki, prażynki i nachosy, a 18% respondentów czyni to codziennie. Oznacza to wysoką wartość polskiego rynku chipsów [1].



## WARTO WIEDZIEĆ

Chipsy, paluszki, krakersy, prażynki i orzechy – to produkty, których nie może zabraknąć na sklepowych półkach. Producenci nieustannie zaskakują konsumentów atrakcyjnymi smakami o dużym potencjale sprzedażowym [1].

Nasze Marki <sup>EC</sup>



# NEW

# Flamin' Hot®



**WIODĄCE MARKI JUŻ TERAZ  
Z NAJBARDZIEJ INTENSYWNYMI SMAKAMI**

DOSTĘPNE W HURTOWNIACH EUROCASH CASH&CARRY OD MAJA 2024





# System Kaucyjny zniszczy polski lokalny handel



≤ 200 m<sup>2</sup>



> 200 m<sup>2</sup>

1 stycznia 2025 r. – wejście ustawy w obecnym kształcie  
to zagrożenie dla polskich małych i średnich przedsiębiorstw

Sklepy poniżej 200 m<sup>2</sup> – nieprzystąpienie do systemu  
może spowodować spadek obrotów o ok. 30%

Brak możliwości zwrotu opakowania? – Ponad 30%  
konsumentów deklaruje, że uda się do innego sklepu

Działający butelkomat – 1 z 3 głównych kryteriów  
wyboru sklepu

Wzmocnienie pozycji dużych i dysponujących zasobami  
finansowymi sieci zagranicznych w ramach ustawy

**Oddaj swój głos poparcia!**

Podpisz petycję





OWOCUJE PEŁNIĄ SMAKU  
**Bahama**

Nasze Marki <sup>EC</sup>



**NOWOŚĆ!**  
500 ml

**KLASYCZNY  
SMAK**



\*LIGHT CAFFEINE - lekkość dzięki zmniejszeniu 56% zawartości kofeiny względem TIGER Classic Energy Drink.

**BEZ KOFEINY**

**Pssst!**



Nasze Marki <sup>EC</sup>



**Fala orzeźwienia**

Nasze Marki <sup>EC</sup>

**WYBIERZ SWOJEGO V-MAXA!**

**V-MAX**



**14 mg**  
KOFEINY/100 ml





# LETNIE DRINKI



Eksperti z branży alkoholowej na początku każdego roku starają się przewidzieć trendy na nadchodzące miesiące. W 2024 przewidują rosnącą popularność napojów NoLo, czyli trunków o niskiej lub zerowej zawartości alkoholu. To wynika z większej liczby abstynentów i rosnącego zainteresowania takimi napojami [1].

## WARTO WIEDZIEĆ

Badania pokazują, że osoby przyłączające się do trendu NoLo nie są absolutnymi abstynentami. Zauważono, że coraz częściej sięgają po koktajle alkoholowe, zwłaszcza te na bazie kawy, które mogą być hitem nadchodzącego sezonu [1].

## Jakie czynniki wpływają na wybór alkoholu?

- SMAK 87% • CENA 71% • JAKOŚĆ NAPOJU 68%
- OPINIA ZNAJOMYCH 56% • PRESTIŻ MARKI 55%
- ATRAKCYJNE OPAKOWANIE 42%
- MODA NA MARKĘ 38% [3].

W letnie dni klienci chętniej sięgają po lekkie wina białe, różowe, wermuty oraz wina musujące.

W ciągu ostatniej dekady sprzedaż wina w Polsce wzrosła o ponad 50% [4].

Wino jest też składnikiem letnich drinków

26% z osób ankietowanych kupuje wino w kwocie 20-30 zł [4].

## WARTO PAMIĘTAĆ

Osoby lubiące koktajle alkoholowe, często mają ustalone preferencje.

Wśród najczęściej wybieranych są:

- Mojito, które cieszy się popularnością na poziomie ok. 31% respondentów,
- Whisky z colą, preferowane przez ok. 12% badanych,
- Gin z tonikiem, wybierane przez ok. 3,5% osób [2].



Źródła: 1. <https://www.horecabc.pl/nolo-na-fali-wzrost-zainteresowania-napojami-bezalkoholowymi-i-nisloprocentowymi/>  
 2. <https://www.pornalopozyczy.pl/raporty/wiadomosci/woda-temoniada-pivo-czym-polacy-gasca-pragnienie-latem,175155.html>  
 3. [https://issuu.com/med/docs/hurt\\_deal\\_04\\_fm\\_rozmowa](https://issuu.com/med/docs/hurt_deal_04_fm_rozmowa)  
 4. <https://www.horecabc.pl/nolo-na-fali-wzrost-zainteresowania-napojami-bezalkoholowymi-i-nisloprocentowymi/>  
 5. <https://www.horecabc.pl/nolo-na-fali-wzrost-zainteresowania-napojami-bezalkoholowymi-i-nisloprocentowymi/>  
 6. [https://decofre.pl/raport\\_grillowy\\_decofre\\_2023.pdf](https://decofre.pl/raport_grillowy_decofre_2023.pdf)

# BURSZTYNOWE SŁOŃCE



Piwo zawsze zyskuje na popularności wraz ze wzrostem temperatury na zewnątrz. Jest nie tylko sposobem na ugaszenie pragnienia, ale także kojarzy się z chwilami relaksu i spędzania wolnego czasu z rodziną czy przyjaciółmi.

## WARTO WIEDZIEĆ

Miejscem, w którym klienci często poszukują piwa są małe sklepy. Jednak dwie trzecie z nich rezygnuje z zakupu ze względu na cenę. Ponad połowa ankietowanych jest gotowa zapłacić za piwo do 5 złotych [1].

## WARTO PAMIĘTAĆ

Prawie co trzeci Polak pije piwo 2-3 razy w tygodniu. Najpopularniejszymi rodzajami są lagery, piwa smakowe, bezalkoholowe, regionalne i mocne [4].

Piwo z lodówki zwłaszcza latem sprzedaje się najlepiej.

Ponad 50% osób preferuje opakowania piwa w pojemności pół litra [1].

Piwa bezalkoholowe stanowią około 6% rynku piwa [5].

Piwa jasne preferuje 27% ankietowanych, a piwa smakowe 22% [4].

Podczas grillowania, piwo spożywa 81% kobiet i 84% mężczyzn [6].

Rośnie zainteresowanie piwami nitro czyli nasyconymi azotem [5].



Źródła: 1. <https://www.pornalopozyczy.pl/raporty/wiadomosci/decyfry-polacy-chofta-piwo-216648.html#text=Z20najnowszych20badaniach20CS94%20konsumenci20wymia,sklep%20secewe20oraz20poc%20CS94%20wielkopowierzchnowe>  
 2. <https://www.pornalopozyczy.pl/raporty/wiadomosci/decyfry-polacy-chofta-piwo-216648.html#text=Z20najnowszych20badaniach20CS94%20konsumenci20wymia,sklep%20secewe20oraz20poc%20CS94%20wielkopowierzchnowe>  
 3. <https://www.pornalopozyczy.pl/raporty/wiadomosci/decyfry-polacy-chofta-piwo-216648.html#text=Z20najnowszych20badaniach20CS94%20konsumenci20wymia,sklep%20secewe20oraz20poc%20CS94%20wielkopowierzchnowe>  
 4. <https://www.pornalopozyczy.pl/raporty/wiadomosci/decyfry-polacy-chofta-piwo-216648.html#text=Z20najnowszych20badaniach20CS94%20konsumenci20wymia,sklep%20secewe20oraz20poc%20CS94%20wielkopowierzchnowe>  
 5. <https://www.pornalopozyczy.pl/raporty/wiadomosci/decyfry-polacy-chofta-piwo-216648.html#text=Z20najnowszych20badaniach20CS94%20konsumenci20wymia,sklep%20secewe20oraz20poc%20CS94%20wielkopowierzchnowe>  
 6. [https://decofre.pl/raport\\_grillowy\\_decofre\\_2023.pdf](https://decofre.pl/raport_grillowy_decofre_2023.pdf)



**SOMERSBY**  
PINK GRAPEFRUIT  
*light*

**LESS SWEET TASTE\***  
alk. 4,0% obj.

**SOMERSBY**  
PINK GRAPEFRUIT  
*light*

**SOMERSBY**  
PINK GRAPEFRUIT  
*light*

- MNIEJ SŁODKIE\***
- MNIEJ KALORII**
- WIĘCEJ CYTRUSOWEGO ORZEŹWIENIA**

\*ZMNIJSZONA WARTOŚĆ ENERGETYCZNA Z UWAGI NA MNIEJSZĄ ILOŚĆ CUKRU O MIN. 60% W PORÓWNIANIU DO INNYCH WARIANTÓW SOMERSBY 4,5%.

# KIBICUJ PRZY GRILLU

przygotuj swój sklep na promocję konsumencką

Rusza promocja Warka  
Od 01.04 do 31.08.2024  
codziennie do wygrania  
złoty medal o wartości 10 000zł  
oraz co godzinę 200 zł  
[www.warka.com.pl](http://www.warka.com.pl)

W roku wielkich emocji sportowych rusza ogólnopolska loteria marki Heineken. Codziennie od 15 marca do 31 sierpnia do wygrania wyjazdy na niezapomniane wydarzenia. Więcej na [www.heineken.com](http://www.heineken.com)

## KORZYSTNIE WPŁYWA NA NASTRÓJ\*

\*DZIĘKI WITAMINOM KWAS PANTOTENOWY WSPIERA SPRAWNOŚĆ UMYSŁOWĄ, A BIOTYNA I WITAMINA B12 DBAJĄ O ZDROWIE UKŁADU NERWOWEGO I KONDYCJĘ PSYCHOLOGICZNĄ.

## POCZUJ SMAK IMPREZY INSPIROWANY WŁOSKĄ FIESTĄ.

ORZEŹWIAJĄCY SMAK INSPIROWANY WŁOSKIM KOKTAJLEM. ODKRYJ LATO ZAMKNIĘTE W BUTELCE

**Seth & Riley's GARAGE EUPHORIQ**

**Seth & Riley's GARAGE ORANGE SPRITZ**

**Seth & Riley's GARAGE ORANGE SPRITZ**

## Nasze Marki <sup>EC</sup>

**FOX** ROYAL TASTE  
JASNE  
alk. 4,7% obj.

**FOX** ROYAL TASTE  
MOCNE  
alk. 7% obj.

**FOX** ROYAL TASTE  
SUPER MOCNE  
alk. 9% obj.

**FOX** ROYAL TASTE  
EXTRA MOCNE  
alk. 12% obj.



# MARTINI

## MARTINI BEZALKOHOLOWE

~0%  
ALK\*



Gama wyśmienitych, bezalkoholowych Aperitivo premium inspirowanych 160 letnim doświadczeniem **MARTINI** w winie i ziołach.

Wykonane bez sztucznych aromatów i kolorów. Stworzone z myślą o momentach, gdy nie chcesz pić alkoholu, ale nadal chcesz cieszyć się wyrafinowanym doświadczeniem **MARTINI**.

\*Martini Vibrante zawiera mniej niż 0,5% alkoholu

[pijodpowiedzialnie.pl](http://pijodpowiedzialnie.pl)

Nasze Marki <sup>EC</sup>

NADCIĄGA  
PRZYGODA  
Z FLAMINGIEM



## BOMBAY SAPHIRE

*Stir Creativity*

BOMBAY JEST MARKĄ DLA WSZYSTKICH TYPÓW KREATORÓW - ISTNIEJE BY INSPIROWAĆ. KREATYWNOŚĆ JEST SILNIE ZAKORZENIONA W NASZYM DNA ZACZYNAJĄC OD PROCESU DESTYLACJI PARĄ WODNĄ, KTÓRA WYRÓŻNIA NAS NA TLE INNYCH MAREK POPRZEZ NASZĄ NIEZWYKŁĄ NIEBIESKĄ BUTELKĘ, KTÓRA JEST MANIFESTEM NASZEJ WYJĄTKOWOŚCI, AŻ PO NASZE UNIKALNE AKTYWACJE. TO WYSOKIEJ JAKOŚCI LONDON DRY GIN O AROMACIE DOJRZAŁYCH CYTRUSÓW, WONNYCH PRZYPRAW I SZCZYPTY JAŁOWCA.

[PIJODPOWIEDZIALNIE.PL](http://pijodpowiedzialnie.pl)

Nasze Marki <sup>EC</sup>





# DRINER'S

READY TO SERVE



**SEZON NA  
DRINER'SY!**  
**NOWOŚĆ**

FRIZZANTE

MOJITO  
MOSCATO



Orzeźwienie  
*a la Italiana*



MONTE SANTI

*A La Italiana*



FAKTORIA  
— WIN —

Dobry wybór wina  
na każdą okazję



# KUMALA grilluje i chilluje!

Nadchodzi lato, kiedy to można cieszyć się piękną pogodą oraz spędzaniem czasu na świeżym powietrzu, a do tego to sezon grillowy. Kolekcja win Kumala od Faktorii Win idealnie sprawdza się na popołudnia w towarzystwie potraw z grilla, podkreślając ich smak.



Przedstawiamy nasze propozycje  
foodpairingu win do wybranych dań z grilla:



Do grillowanych owoców morza polecamy dobrać wino **Kumala Chardonnay**. Jego bogaty, owocowy charakter idealnie podkreśli smak np. krewetek.



Do grillowanej białej ryby np. chrupiącego pstrąga oraz soczystego, grillowanego kurczaka najlepiej sprawdzi się **Kumala Reserve Chenin Blanc**. Uzupełni delikatny smak potrawy, a także wyróżni się na tle posiłku.



Soczysta karkówka, krwisty stek czy burger z grilla dobrze komponuje się z winem czerwonym. Wśród naszych propozycji znajdziecie **Kumala Merlot**, **Kumala Pinotage** oraz **Kumala Reserve Pinotage**. Dopełnią one smak i podbiją wyrazistość serwowanego mięsa.



A jeśli chodzi o grillowane warzywa np. papryka, cukinia to tutaj zdecydowanie najlepiej będzie łączyć się **Kumala Chenin Blanc**. Wino sprawi, że smaki wzajemnie będą się uzupełniać.



Rozpocznij sezon z Kumalą od Faktorii Win i ciesz się podróżą przez smaki ze swoimi ulubionymi potrawami.



## KUMALA PINOTAGE

RPA

CZERWONE

PÓŁWYTRAWNE

nuty smakowe:  
czerwone owoce

idealne do  
czerwonego mięsa



## KUMALA CHENIN BLANC

RPA

BIĄŁE

PÓŁWYTRAWNE

nuty smakowe:  
złote owoce

idealne jako  
aperitif



## KUMALA MERLOT

RPA

CZERWONE

PÓŁSŁODKIE

nuty smakowe:  
czerwone owoce

idealne do  
czerwonego mięsa



## KUMALA CHARDONNAY

RPA

BIĄŁE

PÓŁSŁODKIE

nuty smakowe:  
złote owoce

idealne do  
owoców morza



## KUMALA RESERVE PINOTAGE

RPA

CZERWONE

WYTRAWNE

nuty smakowe:  
czerwone owoce

idealne do  
czerwonego mięsa



## KUMALA RESERVE CHENIN BLANC

RPA

BIĄŁE

PÓŁWYTRAWNE

nuty smakowe:  
złote owoce

idealne do ryb







FAKTORIA  
— WIN —

## Wystartowaliśmy z nową komunikacją skierowaną do Twoich Klientów!

Do wyjątkowego świata Faktorii Win zaprasza **“Zgrana Para od wina i gara”!** On — **szeff kuchni topowych restauracji w Polsce**, ona — **pasjonatka wina**. Razem **pokazują, dlaczego warto sięgnąć po wina z oferty Faktorii Win w Twoim sklepie!**

## Nowa kampania wzmocni sprzedaż win w Twoim sklepie.

### CO ZYSKASZ?

#### WIARYGODNOŚĆ

— nowi ambasadorzy to eksperci w swoich dziedzinach, którzy zaserwują Twoim Klientom sporą dawkę wiedzy. Pokażą, dlaczego warto sięgnąć po wina z regatów Faktorii Win w Twoim sklepie!

#### ZAINTERESOWANIE

— w komunikacji w oryginalny sposób przykujemy uwagę Twoich Klientów, która przełoży się na sprzedaż! W mediach społecznościowych pojawią się aktywacje z atrakcyjnymi nagrodami, które zachęcą do zakupów win Faktorii Win w Twoim sklepie.

#### ZWIĘKSZONĄ ROTACJĘ

— Zgrana Para będzie promować różne rodzaje win, dzięki czemu Twoi Klienci będą chętniej i częściej je kupować.



## Poznaj Zgraną Parę i dowiedz się, dlaczego Konsumenty im zaufają!

### Monika Gruszfeld

@thestol.pl

Znawczyni win i specjalistka od warsztatów oraz degustacji, która jest “winna” zarażania pasją do wina! **Chętnie pokaże, po jakie wina z oferty Faktorii Win sięgnąć.**



### Marcin Popielarz

@popek\_52

Szeff kuchni, który z pasją podzieli się inspiracjami kulinarnymi w oparciu o wina Faktorii Win! **Jego przepisy będą bodźcem zakupowym dla Twoich Klientów.**

Więcej informacji w mediach społecznościowych Faktorii Win

 @faktoria\_win

 @faktoriawin



# BEZ PROBLEMÓW



## WARTO WIEDZIEĆ

Umieszczając węgiel drzewny i podpałki do grilla w niedalekiej odległości od lad mięsnych zapewnimy łatwe, szybkie i sprawne zakupy. Klienci będą zadowoleni z oferowanej wygody.

Podpalanie węgla drzewnego potrafi być uciążliwe, ale z odpowiednią podpałką wszystko staje się proste. Zapewnij ją zawsze swoim klientom.

## WARTO PAMIĘTAĆ

Klienci, którzy nie mają możliwości korzystania z dużych grilli ogrodowych często wybierają grille jednorazowe. Podczas ekspozycji w sklepie umieszczaj je obok węgla drzewnego, brykietów i podpałek.



Przygotowanie do grilla to też zakup odpowiednich akcesoriów. Zadbaj o to, aby oferta sklepu zawierała szeroki wybór asortymentu do rozpalania.



## CELEBRUJ LATO W PEŁNI

\*Sarantis za NielsenIQ - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska (Drug), sprzedaż wartościowa w PLN oraz sprzedaż ilościowa w sztukach w okresie 44 tygodni 2022 - 43 tygodni 2023 w kategorii: Kosmetyki do pielęgnacji słonecznej



# BROS



**CIEKAWOSTKA:**  
Czy wiecie, że komaryce jednorazowo wypijają średnio około 4 - 5 mg krwi, czyli dwukrotnie więcej niż same ważą!

**CIEKAWOSTKA:**  
Mimo, że komary to owady latające, to swoje pierwsze dni życia spędzają w wodzie. Larwy rozwijają się w jeziorach, stawach, rzekach czy też na bagnach i mokradłach. Właśnie z tego powodu na tych terenach jest ich znacznie więcej.



