



SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft.

Bicske, 2021. április 12.

Sajtóközlemény

Több mint 300 élelmiszertermékkel bővíti idén saját márkás kínálatát a SPAR

Az áruházlánc 3600-nál is több saját márkás árut forgalmaz, amelynek közel fele élelmiszer. A vállalat a hazai beszállítókkal együttműködve és saját élelmiszer-termelő egységeinek bővítésével folyamatosan növeli kapacitását. A bicskei és perbáli Regnum húsüzemek, és az üllői SPAR enjoy. convenience üzem új termékfejlesztéseit a folyamatosan változó fogyasztói szokások indokolják.

„Vállalatunk folyamatosan, évtizedek óta fejleszti a saját márkás termékkínálatát. A mennyiségi növekedésen túl kiemelten fontos szempont a hazai alapanyagok minél nagyobb arányban történő felhasználása. A megbízható, minőségi, egyben pénztárcabarát árucikkek kapcsán áruházláncunk számára elsőbbséget élvez a magyarországi termékek forgalmazása. Választékunk évről évre bővül, mára 31 termékcsalád több mint 3600 saját márkás árucikke érhető el az üzleteink polcain. A vásárlói elvárások folyamatosan változnak, ezért 2021-ben szinte az összes saját márkás áruterületünk kínálatát szélesíteni szeretnénk. A tavalyi év fejlesztési adatait alapul véve idén úgy tervezünk, hogy csak az élelmiszerszegmensben háromszázon felüli új cikkel bővítjük a saját márkás árukínálatunkat. Kiemelkedően sok fejlesztés várható a tejtermékek, a pékáruk és a convenience, azaz a kényelmi árucsoportokban” – mondta Maczelka Márk, a SPAR Magyarország kommunikációs vezetője.

A kényelmi termékeket gyártó SPAR enjoy. convenience üzem 2018-as megnyitása óta egyre szélesebb szendvics- és salátakínálattal látja el az üzletlánc egységeit. A korábbi technológiai beruházások után 2020-ban a termékkörbővítés került fókuszba: év végén megkezdődött a SPAR márkanévű, 350 grammos termékek előállítására, miközben tojás-, burgonya- és kukoricasalátával, franciasalátával és orosz hússalátával gazdagodott a kínálat. Közel egyéves termékfejlesztés eredményeként a saláták vadonatúj receptúrával készülnek, adalékanyagok hozzáadása nélkül. Az elképzelések szerint idén 22 új árucikkal, közöttük saját gyártású, húspogácsás és vegán hamburgerekkel gazdagítja választékát az üllői üzemegység, melyek esetében a húspogácsa a SPAR enjoy. convenience üzemben készül majd, míg a vegán hamburger – az üllői üzem útmutatásai alapján – speciális táplálkozási igények kielégítésére szolgáló termékek gyártására szakosodott beszállító partnernél kerül majd előállításra. Ezek

mellett olyan új kényelmi áruk kerülnek az üzletbe, mint a csípős körözött, a rántott párizsis és csirkemelles szendvics, csirke nuggets, pulled pork szendvics, szénhidrát-csökkentett sonkás szendvics, uborkasaláta és vegán káposztasaláta. A termelést 2021-től egy új gépsor segíti, amely hamburgerek, hot dogok és csirkefalatok csomagolására alkalmas. A hidegkonyhai termékek kereslete a koronavírus világjárvány okozta átmeneti visszaesést követően mostanra kezd visszatérni a pandémia előtti időszak mutatóihoz. A szendvics- és salátakereslet fokozatos emelkedése a SPAR online shopban is látványos. A jövőt illetően ez bizakodásra ad okot, ugyanis a kényelmi-hidegkonyhai piacon jelentős növekedési tartalék rejlik.

A saját márkás termékfejlesztések másik fontos műhelye, a SPAR hálózatának hússal és húskészítményekkel való ellátásáért felelős Regnum Húsüzem és Oktatóközpont. Az egyre növekvő keresletnek köszönhetően a vállalat a gyártási kapacitás bővítése mellett döntött és megvásárolta a ZIMBO Perbál Húsiipari Termelő Kft. perbáli üzemegységét, amely 2020. novemberétől Regnum Húsüzem Perbál néven látja el feladatait. Az akvizíció is szerepet játszott abban, hogy a friss hússal értékesítése az előző évben mintegy 20%-ot emelkedett. A koronavírus-világjárvány a vásárlói szokásokat is befolyásolta: a többszöri kisebb bevásárlásokat felváltották a ritkább, de nagyobb mennyiségben történő friss, pultos és előre csomagolt termék-beszerzések. Ezzel párhuzamosan hozzávetőleg 30%-ot nőtt a csomagolt tálcás hússal és húskészítmények eladása. A felvágottak esetében ugyanez a tendencia figyelhető meg. A friss-hússzegmens az online shopos értékesítésben dinamikus fejlődésnek indult 2020-ban: 2019-hez képest a forgalom a négyszeresére növekedett.

A SPAR Magyarország üzletpolitikájának egyik meghatározó eleme, hogy minél több termék származzon hazai, – akár családi – vállalkozásoktól, előállítóktól, gazdáktól és termelőktől. Ez igaz a saját márkás termékek alapanyagaira is. A másik fontos elem, hogy az üzletlánc az új saját márkás termékek fejlesztésénél, illetve a már meglévő cikkek átcsomagolásakor minden esetben egyeztet a partnerével a védjegyhasználat lehetőségét. Többek között ennek köszönhető a saját márkás, védjegyes termékek cikkeszámban tapasztalható lendületes növekedés: 2019 végén 75 különböző saját márkás árucikken szerepelt védjegy, 2020-ban pedig további 32 termék kapta meg a besorolást, több esetben az egyik legkedveltebb saját márkacsalád, az S-Budget termékei is.

A vállalat legtöbb saját márkás terméke, közel 1700-as darabszámmal, az élelmiszerárak közé tartozik. Az úgynevezett non-food I. kategóriában – például háztartási vegyi áruk, mosó- és tisztítószerek, higiéniai cikkek, testápolási termékek, állateledetek – 210-féle áru található az üzletben, a non-food II. csoport – barkácsruházakban, egyéb szaküzletekben és hipermarketekben értékesített áruk, például szerszámok, autóalkatrészek, kemping-felszerelések, sporteszközök – közel 1300 fajta termékkel képviselteti magát. Az áruházlánc továbbá közel 120 hússzegmens, 70 kényelmi és 200 egyéb gasztroterméket is forgalmaz.

További felvilágosítás:

Maczelka Márk, kommunikációs vezető

SPAR Magyarország Kereskedelmi Kft. · 2060, Bicske, SPAR út

Mobil: +36 20 823 7891 · E-mail: maczelka.mark@spar.hu