

Jakie marki kaw i herbat najczęściej wybierają Polacy?



Kawa czy herbata?

Kategoria kaw i herbat plasuje się w pierwszej 10 największych segmentów rynku FMCG.

Rynek kaw i herbat w Polsce systematycznie się rozwija w ciągu ostatnich 10 lat spożycie kawy wzrosło ok. 80%. Prawie co trzeci Polak deklaruje spożywanie kawy i herbaty raz dziennie. Rano decydują się na orzeźwiającą filiżankę kawy, natomiast po południu na aromatyczny kubek herbaty.

Kawa czy herbata?

2019!

66%

66% Polaków pije regularnie kawę. Połowa z tej liczby rozpoczyna w ten sposób dzień

80%

Prawie 80% Polaków pije herbatę codziennie nawet w upalne dni.

rynek kawy
i herbaty



Tylko FMCG

Do niedawna najczęściej wybieranym miejscem do degustacji kawy był dom lub praca. Aktualnie konsumenci coraz chętniej zamawiają ją w kawiarniach. Przekłada się to na zmianę decyzji podczas zakupów do domów. Ważnym aspektem wpływającym na wybór jest kraj pochodzenia oraz marka kawy.

Trendy prozdrowotne wpływają na zwiększoną popularność herbat ziołowych i owocowych kosztem czarnej herbaty. Zakupy z tego segmentu mają najbardziej impulsywny charakter spośród wszystkich kategorii herbat. Wynika to przede wszystkim ze zmiany sposobu życia Polaków, którzy większą wagę przywiązują do produktów naturalnych, smacznych i wysokiej jakości. Rośnie grupa konsumentów, którzy chcą wiedzieć, co kupują, a co za tym idzie poszukują na ten temat informacji w różnych źródłach.

Więcej na temat nowości na rynku kaw i herbat w artykule [<link>](#).

Rynek branży FMCG nieustannie się zmienia i dostosowuje do nowych trendów. Sprawdziliśmy, czy konsumenci w ciągu ostatnich 2 lat zmienili nastawienie do swoich ulubionych marek w porównaniu do lat 2015-2016.

Niżej przedstawiamy TOP 15 największych marek kaw i herbat według danych pochodzących z aplikacji zakupowej Listonic.

Top 15 najczęściej wybieranych marek kaw według aplikacji zakupowej Listonic.

	2015-2016	2017-2019
1.	Inka	Nescafe
2.	Jacobs	Inka
3.	Nescafe	Jacobs
4.	Tchibo	Cafe Prima
5.	Lavazza	Tchibo
6.	Mokate	Lavazza
7.	Cafe Prima	Tassimo
8.	Tassimo	Pedro's
9.	Woseba	Fort
10.	Fort	Caro
11.	MK Cafe	Woseba
12.	Pedro's	Maxwell House
13.	Maxwell House	MK Cafe
14.	Amigos	Mokate
15.	Caro	Dallmayr



Top 15 najczęściej wybieranych marek herbat według aplikacji zakupowej Listonic.

<i>Kawa</i>	2015-2016	2017-2019
1.	Lipton	Lipton
2.	Saga	Saga
3.	Dilmah	Teekanne
4.	Vitax	Dilmah
5.	Tetley	Vitax
6.	Teekanne	Tetley
7.	Loyd Tea	Loyd Tea
8.	Minutka	Posti
9.	Irving	Minutka
10.	Posti	Pu-erh
11.	Ahmad Tea	Irving
12.	Green Hills	Green Hills
13.	Malwa	Malwa
14.	Pu-erh	Ahmad Tea
15.	Bastek	Big-Active



Ciekawym zjawiskiem jest popularność kawy zbożowej Inka. Konsumentami tego napoju są osoby już od 15 roku życia. Powodem jest brak kofeiny w tym wariantcie. Produkt ten sporządzany jest z różnych rodzajów ziaren zbóż, dlatego spożywają ją osoby które mogą mieć problemy gastryczne, nadciśnienie lub chcące delektować się smakiem kawy o każdej porze dnia bez obawy o trudności z wieczornym zasypianiem. Transformacja tej kategorii spowodowała niewielką utratę zainteresowania konsumentów, którzy skierowali swoją uwagę na marki kaw pochodzenia naturalnego. Kawy mielone oraz ziarniste oferowane przez większość człowych producentów to stabilny rynek w którym głównymi liderami są marki Nescafe, Jacobs, Tchibo oraz Cafe Prima.

Najważniejszymi markami w Polsce w segmencie herbat jest niezmiennie Lipton oraz Saga, jednak zauważyć można zwiększenie zainteresowania markami herbat prozdrowotnych tj. Big-Active czy Posti. Wzrasta spożycie herbat owocowych oraz ziołowych, co przyczynia się do spadku sprzedaży herbat ekspresowych. Choć konsumenci oczekują ciągłych nowości i zmian, to przyzwyczajenie do ekspresowych, czarnych herbat pozostaje. Główni liderzy tego segmentu, czyli marka Lipton i Saga wygrywają w swojej kategorii ze względu na dostępność i cenę oferowanych produktów.

Wydatki na marketing

Ważnym czynnikiem wspomagającym przyciągnięcie konsumenta do produktu jest odpowiedni marketing. Liderzy segmentu kaw i herbat dbają o marketing przede wszystkim w mediach takich jak telewizja czy radio. Ponad 80% nakładów reklamowych trafiła do telewizji, reszta rozkłada się na radio, gazety i outdoor.



Wpływ na decyzje zakupowe marek mają również wydatki na marketing i reklamę. Według raportu sporządzonego przez wirtualnemedi.pl w roku 2015 pierwsze miejsce w sektorze kaw zamuje Jacobs, natomiast na rynku herbat króluje Bio-Active.

Marka kawy	Wydatki na reklamę
Jacobs	31 569 019 zł
Nescafe	28 404 155 zł
Mokate	20 388 421 zł
Tchibo	19 718 619 zł
Cafe Prima	13 881 191 zł

Marka herbaty	Wydatki na reklamę
Big-Active	10 298 074 zł
Saga	9 074 342 zł
Lipton	6 497 362 zł
Tet tea	6 015 269 zł
G'Tea	5 309 816 zł