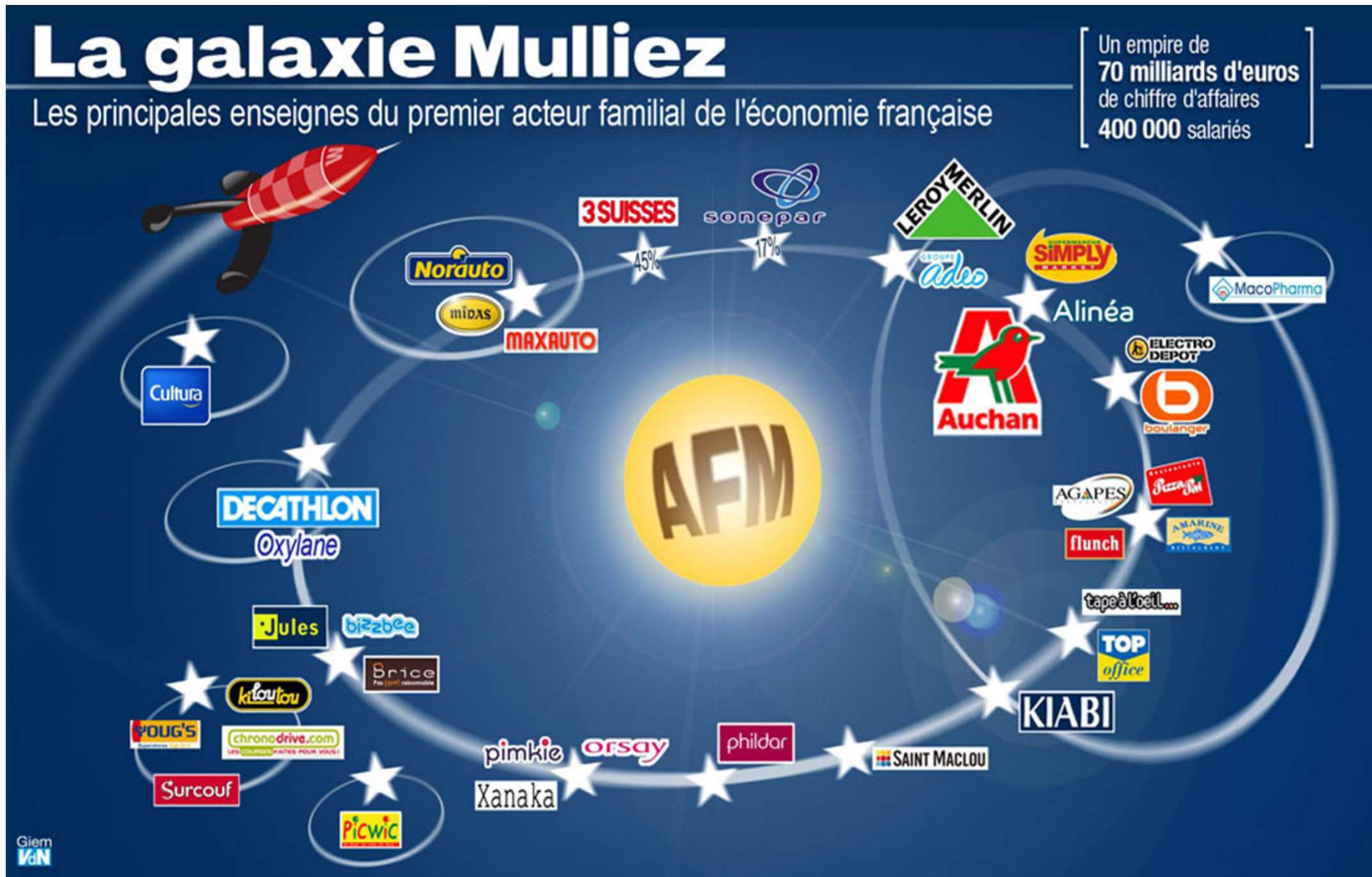


TOJÁS  
FORGALMAZÁSI  
TRENDEK  
AZ AUCHANNÁL  
2019.10.11.



# Vállalkozók családja



## Auchan Retail *számokban*



13<sup>th</sup>

Élelmiszer kereskedő  
a világon\*



35<sup>th</sup>

Munkáltató  
a világon\*\*



351,282

munkavállaló\*\*\*



1<sup>st</sup>

Külföldi munkáltató  
Kínában és Oroszországban

\* Source: Deloitte

\*\* Source: Fortune

\*\*\* At September 2017

# Auchan márka Magyarországon



19 hipermarket



2 superstore



3 super



Élelmiszer: Bp

Nem-élelm.  
országos



18  
benzinkút



autómosó



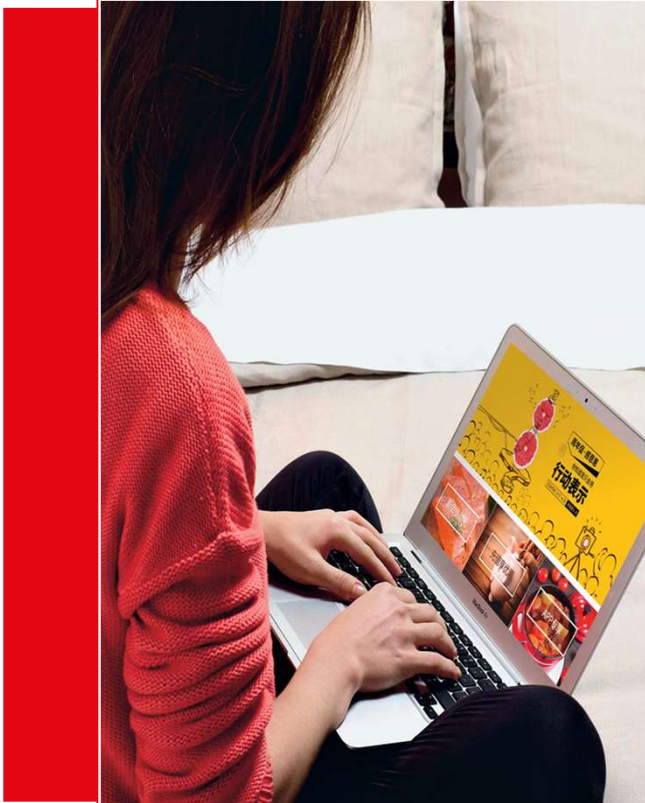
## Alkalmazottak:

- 6547 dolgozó
- 400 MMK
- 17. munkáltatója az országnak

## Ingtalngazdálkodás

- 18 butiksor a CEETRUS üzemeltetésében
- Oney BANK jelenlét 2004 óta
- Decathlon : 21 áruház + e-com

# Omnichannel kereskedelmi modellünk



Hipermarketek  
Superstore áruházak  
Szupermarketek

**Fizikai és  
digitális  
kereskedők  
vagyunk**



Online áruház



Töltőállomások



Click & Collect pontok

# Stratégiánk

- Stratégiánk középpontjában a **vásárló** áll
- Célunk, hogy **jó minőségű, helyi és egészséges** termékekkel tegyük jobbá vásárlóink mindennapjait
- Alkalmazkodunk a **helyi piacokhoz, több csatornás kereskedelmünkkel** választ adunk a változó vásárlási igényekre
- A vásárlói igényekre szabott **modern és dinamikus** kereskedelem hívei vagyunk

# AUCHAN - Megbízható élelmiszer kereskedő



Közvetlen kapcsolat a termelőkkel, gyártókkal, **RÖVID ellátási lánc**

Saját márkás **élelmiszerek fejlesztése 84%-ban magyar cégekkel**

**Termeltetési kapcsolatok** sertés és zöldség-gyümölcs területen

**Gazdától az asztalig** program létrehozása

**Regionális** választék az áruházakban

**Élet kék** program

# Gazdától az asztalig



## JÓ MINŐSÉGŰ – EGÉSZSÉGES - HELYI

Biztonságos áruellátás biztosítása

Minőségen keresztül biztosítani a vásárlók bizalmát

Exkluzív, megkülönböztető termelői-gyártói hálózat

Hosszútávú partnerségi megállapodás

Meghatározott termékspecifikációk ALAPJÁN

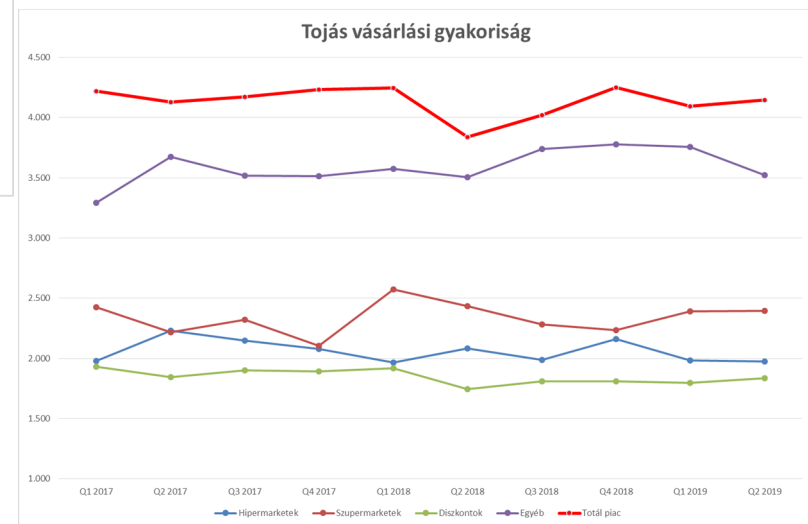
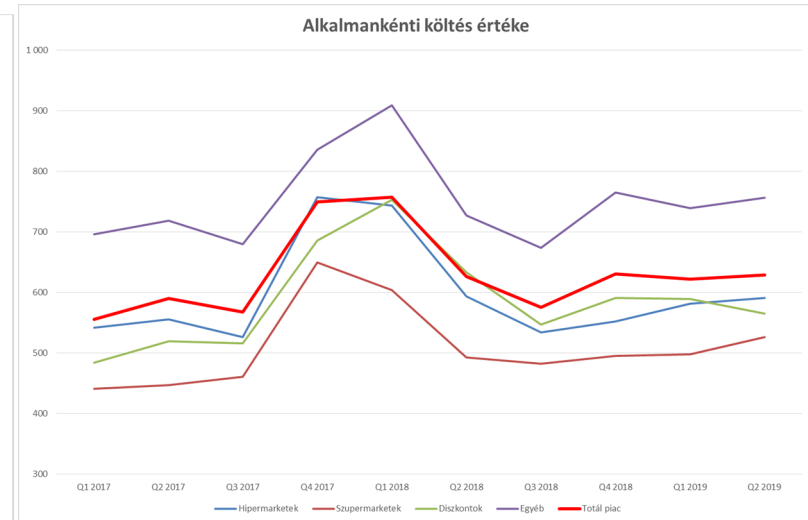
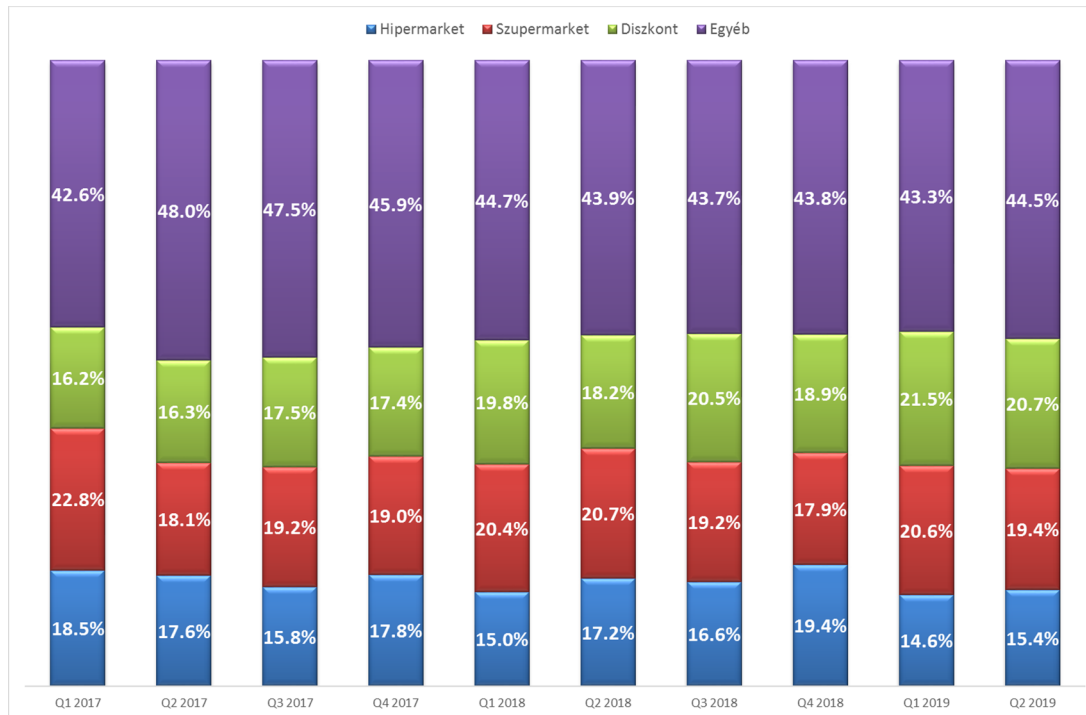


# Tojás vásárlási szokások

Auchan 2014 - 2019

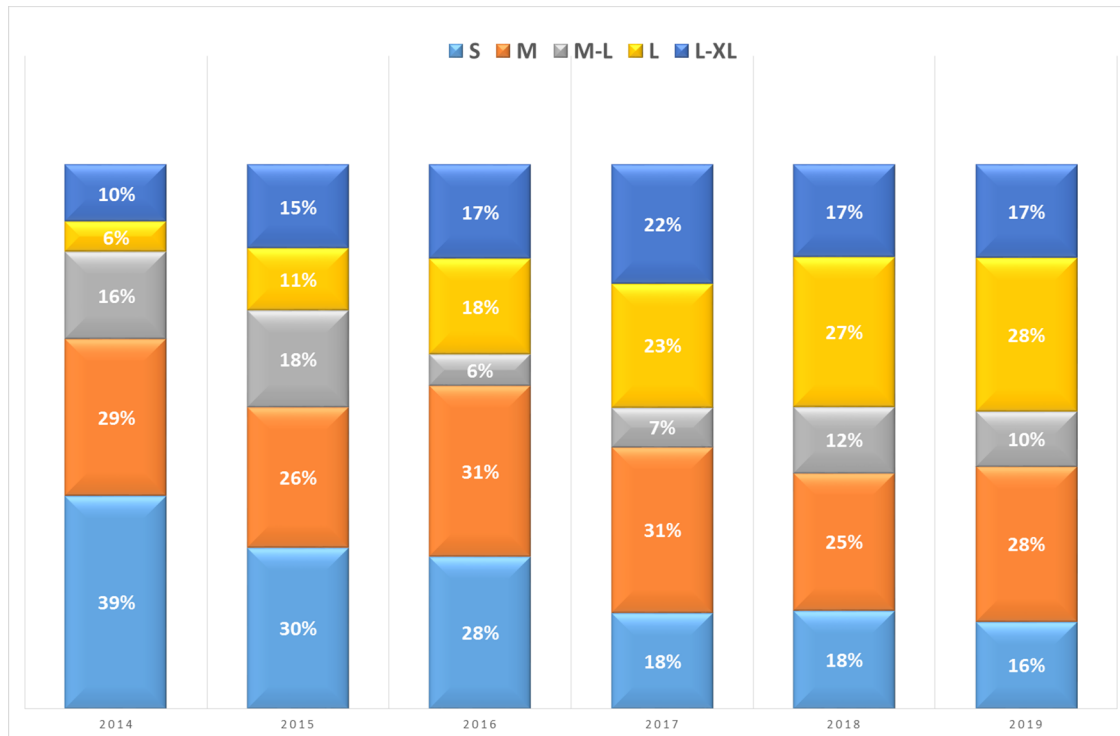
# Továbbra is a tradicionális piacok előttérben

## Tojás értékesítés megoszlása csatornák szerint



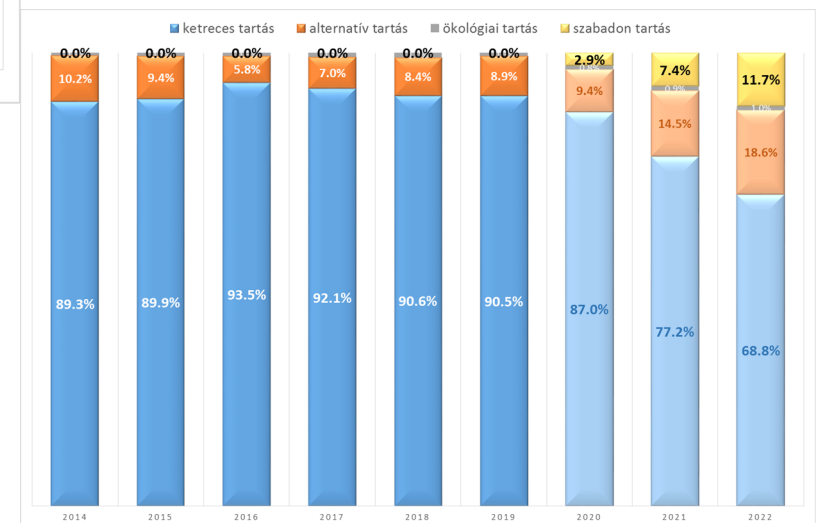
Szezonok a hipereké.  
 Stabil tojás kiskereskedelmi forgalom  
**KOCKÁZAT!** Csökkenő volumenek  
 Átlagos költség erős hatása van a gyakoriságra.  
 Lassú csökkenés a gyakoriságban

# Ár / érték az elsődleges választási szempont



Vásárlói edukáció és a törvényi szabályozás hatása a piacra. A **nagyobb méretek** eladása jelentősen emelkedik, míg „S” méret 5 év alatt felére esett vissza. Reagálva a változásokra, az akcióban is előtérbe kerül a nagyobb méretű tojások.

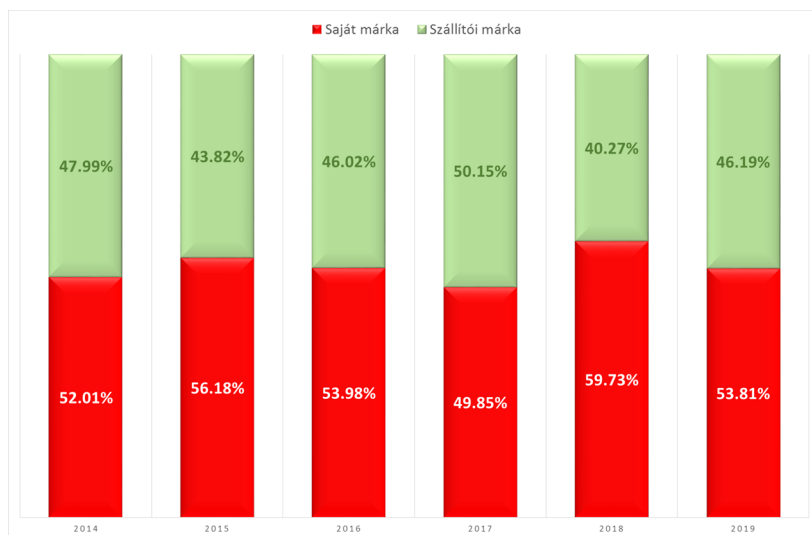
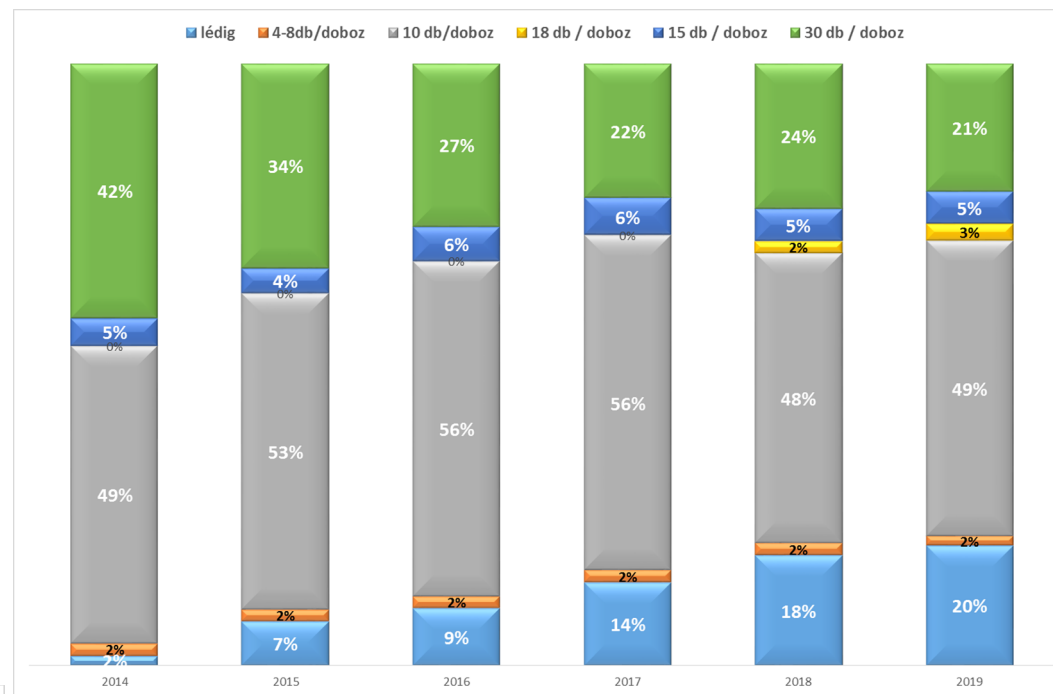
Vásárlásnál még **nem elsődleges döntési szempont a tartás módozata**. **DE** előrejelzések alapján erőteljes növekedés várható a szabadon és alternatív módon tartott tojásoknál



# Tudatos vásárlás előtérbe kerülése

## KISEBB CSOMAGOLÁSI EGYSÉG ERŐSÖDÉSE

Dinamikus fejlődés a lédig tojásnál, amiben Auchan egyedülálló a retailerek közül. Viszont a lédig tojás esetében stabil az átlagos 14 tojás/vásárló. Erős csökkenés a 30as tálcánál.



Forrás: Auchan értékesítési adatok

## Saját márkáink piacrésze stabil.

Fontos a vásárlók számára a megbízhatóság, és jó ár/érték.

Magyar termék döntési szempont a vásárlás folyamán.

**Auchan** | RETAIL  
MAGYARORSZÁG