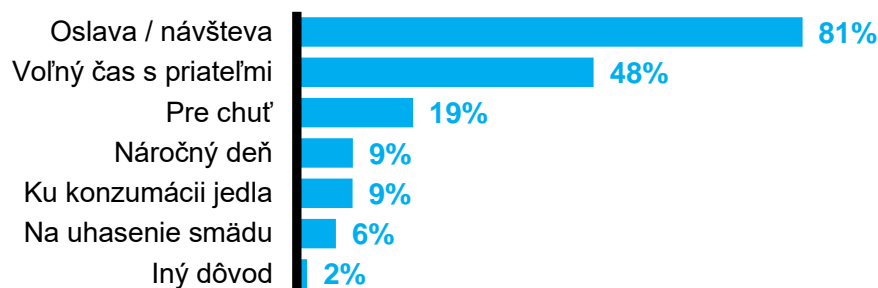


PREDVIANOČNÉ NÁKUPY TVRDÉHO ALKOHOLU

Bratislava, 19. decembra 2019 – Koncom roka mŕňajú slovenskí spotrebitelia zo všetkých potravinových skupín najviac za alkoholické nápoje. Najčastejšie ich pijú pri oslavách alebo návštevách. Favoritom v rýchlosti rastu tržieb v poslednom mesiaci roka je tvrdý alkohol, ktorý je zároveň najväčším alkoholovým segmentom.

Alkohol patrí k nápojom, ktoré sú oddávna spojené s bežnými či výnimočnými udalosťami nášho života. Podľa aktuálneho prieskumu Nielsen Admosphere je u Slovákov najčastejším dôvodom konzumácie alkoholu oslava alebo návšteva, čo deklaruje viac ako 80 % konzumentov. Takmer polovica si rada vypije vo voľnom čase strávenom s priateľmi a pätina alkohol jednoducho chutí a pijú ho pre jeho chuť. Necelá desatina si rada vypije po náročnom dni alebo si nalejú pohárik ku jedlu. A pokiaľ ide o konzumáciu alkoholu počas roka v porovnaní s vianočnými sviatkami, z prieskumu jednoznačne vyplynulo, že mnohí pijú alkohol len počas sviatkov - kým počas roka nepije 14 % Slovákov, cez Vianoce sú to len dve percentá.

AKÝ JE NAJČASTEJŠÍ DÔVOD VAŠEJ KONZUMÁCIE ALKOHOLU?



Zdroj: Nielsen Admosphere Slovakia. Internetová populácia 18+, December 2019 (pozn. deklarácie konzumentov alkoholu)

A čo Slováci najviac nakupujú, už potvrdzujú údaje maloobchodného auditu Nielsen. Z nich vyplýva, že práve alkoholické nápoje prinášajú zo všetkých potravinových skupín v poslednom mesiaci roka maloobchodníkom najvyššie tržby, až v tesnom závесе za nimi nasledujú mäso a mäsové výrobky. V rámci alkoholu jednoznačne dominuje tvrdý alkohol, ktorý tvorí takmer polovicu celého obratu alkoholických nápojov.

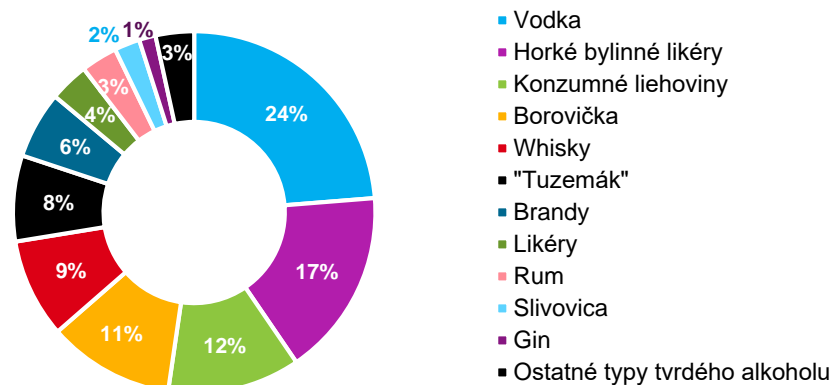
ZAÚJÍMAVOSTI V TRENDCH TVRDÉHO ALKOHOLU

Ak sa pozrieme na celkový trend, v medzoročnom porovnaní (t. j. november 2018 až október 2019 vs. rovnaké obdobie pred rokom) narástli predaje tvrdého alkoholu v tržbách o štyri percentá, avšak celkové nákupy objemovo mierne klesli o 1 percento. Podľa údajov maloobchodného auditu Nielsen dosiahli celoročné predaje tvrdého alkoholu viac ako 303 miliónov eur. Rýchlejší rast tržieb je ťahaný presunom spotrebiteľov ku drahším alkoholom, čo je viditeľné na raste kategórií, ako napríklad whisky, regionálne destiláty, rum či horké bylinné likéry. V poslednom roku najdynamickejšie rástli trstinové rummy. Do tejto kategórie vstúpil jeden z hlavných hráčov s úspešnou novinkou, čo ovplyvnilo rast celej kategórie o 27 %. Medzi zaujímavo rastúcimi kategóriami, ktoré si u Slovákov získavajú v posledných rokoch popularitu, je aj whisky. To súvisí tak s chuťovými preferenciami, ako aj zvýšenou kúpnou silou obyvateľstva, keďže whisky sa priemernou jednotkovou cenou viac ako 19 eur za liter dostáva vysoko nad priemer celého segmentu tvrdého alkoholu. Aj slivovici a ostatným regionálnym destilátom sa darí zvyšovať predaje. Avšak aj keď došlo medzoročne k nárastu ich obratu o 4 %, tento rast v poslednom roku výrazne spomalil z dvojciferného tempa rok predtým. Z menších kategórií si medzoročne významne polepšili v maloobchodných tržbách gin a medovina, ktorým sa podarilo zvýšiť obrat o necelú pätinu a patrili spolu s rumom k najrýchlejšie rastúcim tvrdým alkoholom.

V DECEMBRI NAJVIAC POSILŇUJÚ SVOJU POZÍCIU HORKÉ BYLINNÉ LIKÉRY, WHISKY, ALE AJ TUZEMÁK A LIKÉRY

Vodka ostáva najpopulárnejšou voľbou tvrdého alkoholu nielen počas roka, ale aj v decembri, kedy si ukrajuje približne štvrtinu z celkového koláča maloobchodných tržieb. Jej dôležitosť v poslednom mesiaci roka však z roka na rok výrazne klesá na úkor druhej najpopulárnejšej skupiny horkých bylinných likérov, ktoré, naopak, v decembri najviac zvyšujú svoj podiel. Ďalšími najpredávanějšími druhmi počas sviatkov sú konzumné liehoviny a borovička, ktoré tvoria viac ako desatinu z celkových tržieb, avšak pri lacnejších liehovinách sledujeme trend poklesu nielen celoročnej spotreby, ale aj odklon zákazníkov pred sviatkami.

PODIEL TYPOV NÁPOJOV NA OBRATE TVRDÉHO ALKOHOLU V DECEMBRI



Zdroj: Nielsen. Maloobchodný trh predajní s potravinami a zmiešaným tovarom, SR, december 2018

TVRDÝ ALKOHOL SA PRED SVIATKAMI PREDÁVA HLAVNE V CENOVÝCH AKCIÁCH

Tvrдый alkohol patrí do skupín najčastejšie promovovaných segmentov z celého koša potravín. Mnohé, hlavne drahšie alkoholy, sa často predávajú v promóciách, t. j. v zľave alebo sú v letákovkej ponuke. A v decembri ešte výrazne pribúdajú aj promočné darčekové balenia. Viac ako 60 % z celoročných predajov celého segmentu tvrdého alkoholu sa realizuje v akcii, v období pred vianočnými sviatkami toto číslo výrazne narastá a dostáva sa na úroveň okolo 70 %. Tzv. promočná špirála je nie raz akcelerovaná v predvianočnom období do extrémov, keď niektoré značky predajú takmer 90 % svojho tovaru v promóciách. Tento problém „prepromovanosti“ v decembri sa týka najmä horkých bylinných likérov, u ktorých sme zaznamenali až 86 % predajov realizovaných v akcii. Nad 70 % dosahujú promočné predaje aj v kategórii brandy & koňaky a whisky.

KONTAKT:

Mária Hukelová

maria.hukelova@nielsen.com, +421 907 912571

O SPOLOČNOSTI NIELSEN

Nielsen Holdings plc (NYSE: NLSN) je globálna výskumná a analytická spoločnosť, ktorá poskytuje najkomplexnejší a najdôveryhodnejší pohľad na trhy a spotrebiteľov celého sveta. Spoločnosť Nielsen je rozdelená do dvoch divízií. Divízia Nielsen Global Media poskytuje mediálnemu a reklamnému priemyslu pravdivý obraz o trhu vďaka nestranným a spoľahlivým metrikám, ktoré sú spoločným základom pre pôsobenie v tomto odvetví. Divízia Nielsen Global Connect poskytuje výrobcovi a obchodníkovi s rýchloobrátkovým tovarom presné a praktické informácie, ako aj komplexný obraz o zložitom a neustále sa meniacom prostredí, ktorý spoločnosti potrebujú pre svoje inovácie a rast. Náš prístup prepájajúci Nielsen dáta s ďalšími zdrojmi informácií umožňuje klientom na celom svete pochopiť, čo sa deje práve teraz, čo sa bude diať v budúcnosti a ako najlepšie tieto znalosti využiť.

Nielsen je súčasťou indexu S&P 500 a pôsobí vo viac ako 100 krajinách, čím pokrýva viac než 90 % svetovej populácie. Pre viac informácií navštívte www.nielsen.com.