

Bratislava, 7. júna 2019

## PIJEME VIAC NEALKOHOLICKÝCH NÁPOJOV

**Začala sa letná sezóna a s ňou rastie aj dopyt po typicky sezónnych kategóriách, medzi ktoré sa jednoznačne radia aj nealkoholické nápoje. Letné mesiace jún až august sú celkovo najsilnejším obdobím pre túto skupinu produktov, čo platí predovšetkým pre minerálne vody, energetické nápoje a ľadové čaje. Výnimkou sú ochutené sýtené nápoje a džúsy, ktorých spotreba síce stúpa aj v letných mesiacoch, no ich vrcholnou sezónou je koniec roka.**

Ako sa darí jednotlivým druhom nealkoholických nápojov a aké sú súčasné trendy? Z aktuálnej analýzy dát z pokladníc maloobchodných predajní realizovanej spoločnosťou Nielsen vyplýva, že v období posledných 12 mesiacov\* dosiahli maloobchodné tržby za skupinu nealko nápojov (t. j. minerálne a stolové vody, ochutené sýtené nápoje, džúsy, energetické nápoje a ľadové čaje) hodnotu takmer 375 miliónov eur, čo predstavuje medziročný nárast o 19 miliónov eur (+ 5 %). Výrobcovia aj predajcovia nealka tak majú za sebou mimoriadne úspešný rok, čomu napomohlo hlavne dlhé leto minulého roka, avšak dopyt rástol aj v mimosezónnych obdobiach tohto roka od januára do apríla. Nielen tržby, ale aj spotreba sa dostala do pozitívnych čísiel, keď zaznamenala medziročný rast o 3 %. V poslednom roku Slováci nakúpili 812 miliónov litrov nealko nápojov, čo v prepočte na jedného Slováka znamená priemerne 149 litrov nealkoholických nápojov za rok. V porovnaní s našimi susedmi je to o 11 litrov menej, keďže priemerný Čech vypije až 160 litrov. Rozdiel je ťahaný predovšetkým vyššou konzumáciou minerálnych a stolových vôd a džúsov u Čechov, kým Slováci naopak vypijú viac ochutených sýtených nápojov na osobu.

\*Pozn. Obdobie máj 2018 až apríl 2019. Trh: maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra a čerpacích staníc.

### KOLKO LITROV NEALKOHOLICKÝCH NÁPOJOV VYPIJE V PRIEMERE ZA ROK



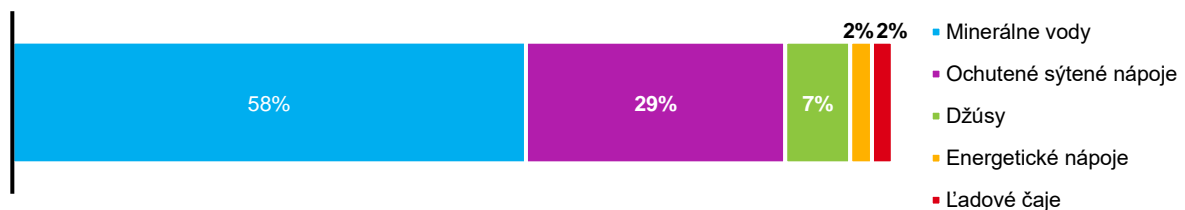
Zdroj: Nielsen. Dáta vyjadrujú predaje na maloobchodnom trhu obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra a čerpacích staníc. Obdobie: máj 2018 až apríl 2019. Údaj o počte obyvateľov – štatistický úrad.

## ZA MINULOROČNÝM ÚSPECHOM SÚ HLAVNE VODY

Slováci najviac zo všetkých nealkoholických nápojov nakupujú **minerálne a stolové vody**, ktoré tvoria dominantnú časť spotreby nealka (58 %) a putujú na ne 4 z 10 eur výdajov na nealko. Minerálky boli absolútnym ťahúňom rastu spotreby aj tržieb, čo značne podmienil nadpriemerne teplý rok 2018. Rekordné nákupy boli na úrovni 474 miliónov litrov, čo predstavuje medziročný rast o 4 %. V obrate bol rast trochu rýchlejší o 5 % a celkové tržby sa priblížili na hranicu 150 miliónov eur. Slovenský spotrebiteľ nakúpi v priemere 87 litrov minerálnych a stolových vôd ročne a minie na ne 27 eur.

Z hľadiska trendov a preferencií dlhodobo sledujeme stálu prevahu minerálnych vôd, nasledujú stolové vody a malý segment dojčenských vôd. Preferujeme hlavne perlivé vody, ktoré tvoria 39 % z nákupov, jemne perlivé vody si ukrajujú iba o niečo menej z celkového koláča vôd (36 %) a najmenšiu časť – štvrtinu - tvoria neperlivé vody. Počas posledných troch rokov však mierne stúpa záujem o neperlivé vody. Ďalším dlhodobým trendom je prevaha spotreby neochutených vôd (77 %). Pri výbere ochutených vôd Slováci preferujú dominantne dve príchute: citrón a pomaranč, tretie miesto obsadila jahoda, ktorá posunula lesné ovocie z tretej na štvrtú priečku.

### PODIEL SEGMENTOV NA SPOTREBE NEALKOHOLICKÝCH NÁPOJOV



Zdroj: Nielsen. Dáta vyjadrujú predaje na maloobchodnom trhu obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra a čerpacích staníc. Obdobie: máj 2018 až apríl 2019.

Druhým najvýznamnejším typom nealko nápojov sú **ochutené sýtené nápoje**. Patria sem predovšetkým kolové, pomarančové, citrónové či iné ochutené nápoje. Ich ročná spotreba bola na úrovni 239 miliónov litrov (+ 1 %), kým tržby s výškou 106 miliónov eur rástli niekoľkokrát rýchlejšie (+ 5 %). Za nárastom ceny je vyšší záujem slovenských spotrebiteľov o značkové produkty ako aj medziročné navýšenie cien. V porovnaní s inými potravinárskymi kategóriami dosahujú privátne značky v tomto segmente výrazne podpriemerný podiel v tržbách - okolo 8 %, pričom za posledné roky dokonca ešte aj klesá. Veľmi podobný medziročný vývoj ako ochutené nápoje zaznamenali aj o niečo menej predávané **džúsy**. Slovenskí spotrebiteľia vypili za posledný rok takmer 60 miliónov litrov (+ 1 %) a zaplatili za ne 68 miliónov eur (+ 5 %). Väčšinu predaja tvoria ovocné nápoje a nektáry. V rámci príchutí vedie pomaranč, multivitamín a trojicu uzatvára jablko, dlhodobo však rastie obľúbenosť ananásových džúsov.

## KONZUMÁCIA ENERGETICKÝCH NÁPOJOV SA DYNAMICKY ZVYŠUJE

V poslednom roku zaznamenali najdynamickejší vývoj **energetické nápoje**, ktoré majú najvyššiu priemernú cenu (2 eurá za liter). Ich spotreba aj tržby boli o 13 % vyššie ako pred rokom a v poslednom roku sa ich vypilo takmer 20 miliónov litrov v hodnote 39 miliónov eur. Jedinou kategóriou, o ktorú Slováci prejavili menší záujem a ktorých obrat aj spotreba klesla, boli **ľadové čaje**. Minuli sme za ne spomedzi nealka najmenej. Ročný obrat predstavoval 12 miliónov eur (medziročný pokles o 4 %), pričom spotreba je porovnateľná na úrovni energetických nápojov, okolo 19 miliónov litrov.

Motívy nákupu jednotlivých druhov nealkoholických nápojov sú rôzne - kým vody najčastejšie nakupujeme na uhasenie smädu, ochutené sytené nápoje a džúsy preferujeme nakupovať hlavne pri návštevách a na oslavy. Energetické nápoje nakupuje necelá polovica Slovákov, a to najčastejšie pri cestovaní a športovaní.\*

*\*Zdroj: Nielsen Admopshere, Omnibus na reprezentatívnej vzorke online populácie 15+*

### **KONTAKT:**

Mária Hukelová, Marketing & Communications CZ&SK, Nielsen  
maria.hukelova@nielsen.com, +421 907 912571  
www.nielsen.com

### **O SPOLOČNOSTI NIELSEN**

Nielsen je globálna výskumná a analytická spoločnosť, ktorá poskytuje najkomplexnejší a naj dôveryhodnejší pohľad na trhy a spotrebiteľov celého sveta. 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. Už viac ako 90 rokov Nielsen poskytuje dáta a analýzy založené na vedeckom prístupe a inováciách. Neustále vyvíjame nové spôsoby riešenia najdôležitejších otázok spoločností pôsobiacich v oblasti maloobchodu, médií a reklamnom priemysle. Nielsen je súčasťou indexu S&P 500 a pôsobí vo viac ako 100 krajinách, čím pokrýva viac než 90 % svetovej populácie.