

ONE PAGER VALENTÍN

ČOKOLÁDOVÉ BONBONIÉRY



BONBONIÉRY IDÚ NA DRAČKU

Aj keď sa Valentín v dnešnej dobe stále častejšie spája s hmotnými darčekom, stále k nemu neodmysliteľne patrí aj sladká pochúťka. Potvrdzujú to aj údaje agentúry Nielsen, ktorá sleduje predaje v maloobchodných predajniach s potravinami a zmiešaným tovarom. Najväčšie tržby pritom v rámci čokoládových sladkostí dosahujú počas valentínskeho týždňa bonboniéry, pre ktoré je sviatok zamilovaných druhým najvýznamnejším predajným obdobím v roku, hneď po vianočných sviatkoch. Z celkových tržieb za čokoládové sladkosti si bonboniéry v čase Valentína ukrajú presnú polovicu, zatiaľ čo priemer v roku je len okolo 30 %. Valentín má na svedomí, že obrat za bonboniéry sa viac ako zdvojnásobuje v porovnaní s priemerným týždňom v roku. Tržby rastú aj vzhľadom k rapidnému nárastu predajov v akciách - zatiaľ čo v priebehu "nesviatočných" týždňov sa podiel promočných predajov čokoládových bonboniér pohybuje okolo 45 %, počas sviatkov, akými sú Valentín, Veľká noc, Deň matiek, posledný júnový týždeň či Vianoce, sa podiel predajov v zľavách približuje k takmer trom štvrtinám.

Slováci mívajú najviac peňazí za bonboniéry v supermarketoch a hypermarketoch (70 % z celkového obratu), zatiaľ čo v maloformátových predajniach pod 400m² utratia 30 %. A o tom, že slovenskí zákazníci si majú z čoho vyberať, svedčí aj fakt, že len v priebehu minulého roka sa predalo na maloobchodnom trhu viac ako 1100 rôznych druhov bonboniér. Na druhej strane je však zaujímavosťou, že až 70 % celoročného obratu za čokoládové bonboniéry si medzi sebou delilo vlni len päť značkových výrobcov a vo februári ich dôležitosť ešte výraznejšia narástla (v abecednom poradí Ferrero, Lindt, Mondelēz International, Nestlé a Storck). Privátnym značkám bonboniér sa v medzročnom porovnaní veľmi nedarilo a svoju pozíciu v segmente bonboniér oslabili – ich aktuálny podiel je na úrovni 11 %.

VALENTÍNSKE BONBONIÉRY V ČÍSLACH



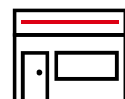
BONBONIÉRY tvoria až **50 %**
z obratu za čokoládové sladkosti



Takmer **75 %** tržieb za bonboniéry
tvoria predaje **V ZĽAVE**



NÁRAST TRŽIEB za bonboniéry **+130 %**
vs. priemerný týždeň v roku



70 % obratu bonboniér sa realizuje
v **HYPER** a **SUPERMARKETOCH**

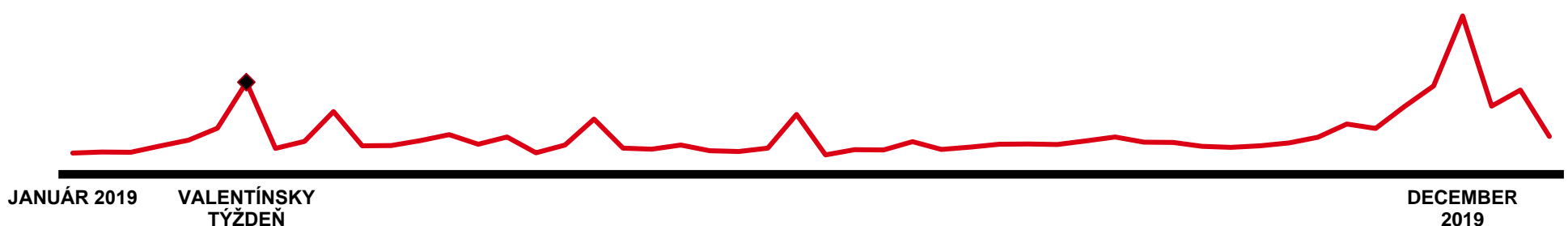


TOP 5 ZNAČKOVÝCH
VÝROBCOV = až **70 %** z obratu
bonboniér



11 % z tržieb si ukrajújú
PRIVÁTNE ZNAČKY

Valentínsky týždeň je po Vianociach **DRUHÝM NAJSILNEJŠÍM** obdobím v roku



Tržby za čokoládové bonboniéry v roku 2019.

Pozn. Údaje vyplývajú z maloobchodného auditu Nielsen v roku 2019. Trh: Maloobchodné predajne s potravinami a zmiešaným tovarom v SR.

Copyright © 2020 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved.