

Bratislava, 11. februára 2019

SLOVÁCI FAJČIA Z ROKA NA ROK VIAC 17 % CHCE FAJČENIE OBMEDZIŤ

Viac ako dve tretiny slovenskej populácie si dali do nového roka 2019 nejaké predsavzatie a jedným z nich bolo tiež obmedzenie fajčenia, ktoré uviedlo 17 % respondentov. Trh s klasickými cigaretami však z roka na rok rastie, kvôli rastu cien sa dynamickejšie ako predaný objem navýšili tržby. Na nákup cigariet najviac preferujeme klasické obchody s potravinami, ale do popredia sa dostávajú zatiaľ menšinové čerpacie stanice, ktorých obľuba v posledných rokoch stúpla.

Zo **spotrebiteľského prieskumu*** spoločnosti Nielsen vyplýva, že viac ako dve tretiny slovenskej populácie si dali do nového roka 2019 nejaké predsavzatie, prípadne sú rozhodnutí, že sa niektorým oblastiam budú viac venovať. To je v porovnaní s Českou republikou o polovicu viac (v ČR uviedlo 35 %). Nie je prekvapujúce, že Slováci sa najviac snažia o zmenu životného štýlu, kde to uviedla takmer polovica z nich (48 %), kým u českých susedov to deklarovalo 41 % respondentov. V rámci zdravého životného štýlu sa najviac zo Slovákov prikláňa k zámeru viac sa venovať športu (48 % SR vs. 43 % v ČR) a schudnúť (40 % v SR vs. 32 % ČR). Ďalšou oblasťou je sporenie, kde 41 % Slovákov plánuje viac šoriť a lepšie si strážiť svoje výdavky (32 %). Necelá tretina (31 %) uviedla, že chce v novom roku vylepšiť organizáciu svojho voľného času, aby sa mohli viac venovať svojej rodine a priateľom. Slováci si dávajú záväzky aj na obmedzovanie nezdravých návykov, konkrétne obmedzenie konzumácie sladkostí a čokolády uviedlo 36 % z nich (v ČR len 27 %), k obmedzeniu konzumácie tukov sa prihlásilo 21 % Slovákov, čo je opäť viac ako to deklarujú Česi (17 %) a obmedzenie konzumácie alkoholu uviedlo iba 11 % respondentov.

Obvyklým novoročným predsavzatím je aj **obmedzenie fajčenia**, čo uviedlo 17 % Slovákov a 5% zo všetkých oslovených respondentov zvažuje prechod na inú formu fajčenia (v ČR iba 1 %).

**Prieskum sme realizovali v spolupráci so spoločnosťou Nielsen Admosphere v januári 2019 na reprezentatívnej vzorke slovenskej populácie vo veku 18+ rokov.*

Čísla o reálnej spotrebe cigariet z dlhodobého pohľadu však potvrdzujú, že predaj cigariet na Slovensku z roka na rok stúpa. Podľa Inštitútu finančnej politiky rastie aj množstvo fajčiarov, predovšetkým medzi mladými. Na základe údajov **maloobchodného auditu** spoločnosti Nielsen vyplýva, že v minulom roku 2018 sa v obchodoch s potravinami a zmiešaným tovarom (bez Metra), na čerpacích stanicích, v tabakových predajných miestach a gastro zariadeniach nakúpilo celkom 6,9 miliardy kusov cigariet v hodnote 1,1 miliardy eur. **Spotreba tak medziročne stúpla o viac ako 4 %**, čo v prepočte znamená nárast o 273 miliónov kusov cigariet. Vyšší dopyt spolu s navýšením ceny v priemere o 3 % akcelerovali nárast tržieb o takmer 7 % a slovenskí spotrebiteľia tak za cigarety minuli o 74 miliónov eur viac ako v roku 2017. Kým v roku 2017 zaplatil fajčiar v priemere za jednu krabičku 3,20 EUR, minulý rok to bolo o 10 centov viac. Najdrahšie značky nárastom ceny trpeli najviac a Slováci sa tak priklonili k lacnejším variantám. Dopad plánovaných zmien cien cigariet na spotrebu v dôsledku zvýšenia spotrebnej dane, ktorá platí od 1. februára tohto roka, ako aj nariadenie Európskej komisie o identifikačných a ochranných prvkoch pre pohyb cigariet v Európe, budeme vyhodnocovať v priebehu roka 2019.

| SLOVENSKO | Hodnota predaja v mil. EUR | | Medziročná zmena | Objem predaja v mil. ks | | Medziročná zmena |
|-----------|----------------------------|-------|------------------|-------------------------|-------|------------------|
| | 2017 | 2018 | | 2017 | 2018 | |
| Cigarety | 1 069 | 1 143 | 6,9 % | 6 642 | 6 915 | 4,1 % |

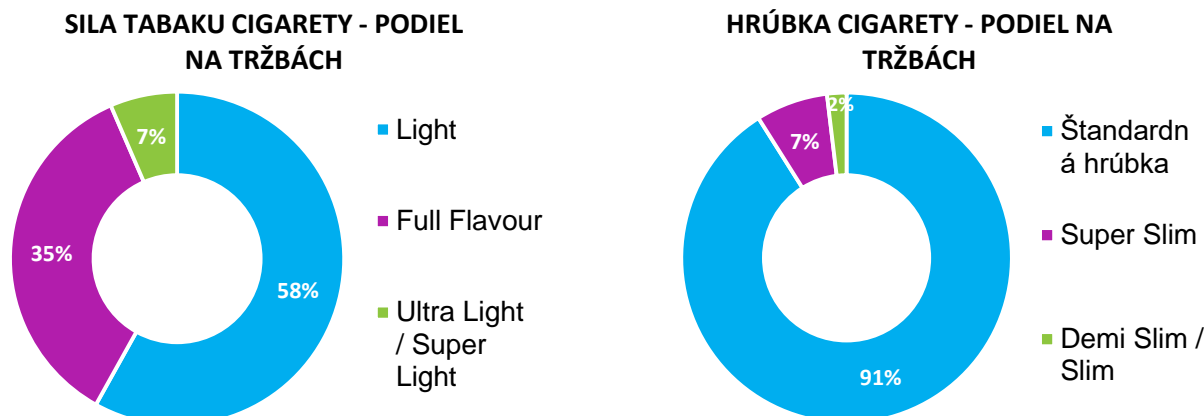
Dáta vyjadrujú predaje na Total SR, t.j. maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom (bez Metra), čerpacie stanice, tabakové predajné miesta a gastro zariadenia; Zdroj: Nielsen

Z pohľadu **sezóny** platí, že viac ako štvrtina ročnej spotreby cigariet sa predá v letnom období od júna do augusta. V minulom roku však nástup teplého počasia začal už v apríli a príjemné teploty pokračovali až do októbra, čo výrazne prispelo k navýšeniu spotreby, nakoľko pobyt či posedenia vonku dávajú väčší priestor aj príležitostným fajčiarom. Naopak, v zimnom období január až marec je spotreba cigariet najnižšia, na čo majú, okrem chladnejšieho počasia, vplyv aj novoročné predsavzatia.

Najvýznamnejším **predajným kanálom** sú už dlhodobo maloobchodné predajne s potravinami a zmiešaným tovarom, kde sa zrealizuje až 45 % tržieb. Na trhu s cigaretami v posledných rokoch evidujeme pokles dôležitosti tabakových predajní, ktoré však stále tvoria takmer 30 % tržieb. Takýto vývoj súvisí jednak so zmenou štruktúry maloobchodných prevádzok, kedy počet tabakových predajní z roka na rok klesá a na druhej strane sledujeme postupný nárast počtu čerpacích staníc. Nakupovanie cigariet na čerpacích staniaciach sa stáva u Slovákov populárnejšie – ide o tzv. convenience nákupný kanál, ktorý v súčasnosti tvorí už 15 % z celoročného obratu cigariet. Z pohľadu možnosti propagácie sú to práve čerpacie stanice, ktoré umožňujú väčšiu podporu predaja vďaka reklame a vystaveniu jednotlivých značiek. Rôzne obmedzenia týkajúce sa ochrany nefajčiarov sa významne neprejavujú na predajoch cigariet v gastro zariadeniach (tzv. Horeca), ktoré si stále udržiavajú významnosť okolo 10 %.

Segmentácia cigariet

Spotrebitelia najviac preferujú tzv. light cigarety, ktoré tvoria nadpolovičnú väčšinu tržieb (58 %). V súvislosti s preferenciou zdravšieho životného štýlu ich obľúbenosť v posledných rokoch narastá na úkor klasických “full flavour” cigariet, ktoré predstavujú viac ako tretinu celkového obratu (35 %). Tržby za klasické cigarety síce rastú, no dynamickejšie rastú tržby za spomínané “light” cigarety a ešte viac za menšinový segment “ultra light” cigariet. Ľahšie verzie si upevňujú svoju pozíciu aj vďaka tenkým variantám, ako sú “super slim” (7 %), ktorých tržby sa medziročne zvýšili až dvojciferným tempom, avšak z pohľadu hrúbky prevládajú naďalej cigarety v štandardnej hrúbke (91 %).



Dáta vyjadrujú podiel typov cigariet v roku 2018 na Total SR, t.j. maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom (bez Metra), čerpacie stanice, tabakové predajné miesta a gastro zariadenia; Zdroj: Nielsen

KONTAKT:

Mária Hukelová

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.