

Bratislava, 9. júla 2020

NEALKO SEGMENT MÁ PRED SEBOU DÔLEŽITÚ SEZÓNU

Letná sezóna prináša so sebou rast dopytu po sezónnych kategóriách, pre ktoré sú mesiace jún až august najsilnejším obdobím roka. Po prvom kvartáli dochádza každoročne ruka v ruke so zvyšovaním teplôt k nárastom predajov aj pri nealkoholických nápojoch, avšak koronavírusová pandémia zamiešala karty a predaje sa vymykajú štandardnému vývoju.

Z aktuálnej analýzy pokladničných dát maloobchodných predajní realizovanej spoločnosťou Nielsen vyplýva, že v období posledných 12 mesiacov* dosiahli maloobchodné tržby za **skupinu nealkoholických nápojov** (t. j. balené vody, ochutené sytené nápoje, džúsy, energetické nápoje a ľadové čaje) hodnotu takmer 372 miliónov EUR. V medziročnom porovnaní to znamená pokles o 1 % a celkový ročný obrat bol nižší o 3,2 miliónov EUR. Z hľadiska predaného objemu celý nealko segment klesol ešte výraznejšie a postihol všetky druhy nealkoholických nápojov. Slovenskí spotrebitelia nakúpili takmer 775 miliónov litrov nealko nápojov ročne, čím sa maloobchodná spotreba znížila o 4 % oproti predchádzajúcemu obdobiu.

Začiatok roka bol pre celú skupinu nealko segmentu menej dramatický z hľadiska poklesu spotreby v maloobchode, kedy sa predaje počas prvých troch mesiacov znížili len o necelé percento. Segment nealko nápojov však patril počas pandemických marcových nákupov k pomalšie rastúcim kategóriám a spotrebitelia utrácali oveľa viac na iné skupiny trvanlivých potravín či drogistického tovaru. Koronavírusová pandémia ešte výraznejšie ovplyvnila prvé dva mesiace druhého štvrťroku, ktoré boli pod minuloročným priemerom. V podobnom duchu sa rozbehol aj jún, u ktorého očakávame nižšie predaje ako boli minulý rok, jednak vzhľadom na aktuálny trend a zároveň minuloročný jún bol najsilnejším mesiacom roka vďaka priaznivému počasiu.

AKO SA DARÍ NEALKOHOLICKÝM NÁPOJOM?

NAJRADŠEJ MÁME VODY

V rámci nealko segmentu nakupujú Slováci najviac **balené vody** (t. j. minerálne, stolové, pramenité, dojčenské), ktoré tvoria dominantnú časť spotreby (takmer 60 %) a putujú na ne 4 z 10 EUR výdavov na nealko. Spotreba vôd sa medziročne znížila o 3 % na úroveň 457 miliónov litrov, čo v prepočte na jedného obyvateľa predstavuje priemerne 84 litrov vôd ročne. V susednom Česku je to až 97 litrov na obyvateľa.

Z hľadiska spotrebiteľských preferencií dlhodobo sledujeme prevahu minerálnych vôd, ktoré tvoria 58 % z celého koláča vôd a medziročne posilnili svoju pozíciu, nasledujú stolové a pramenité vody (35 %) a menší segment dojčenských vôd (7 %). V rámci typov vôd majú slovenskí spotrebitelia najradšej jemne perlivé vody, ktoré tvoria takmer dve pätiny z nákupov a záujem o ne z roka na rok rastie. Perlivé vody si ukrajujú 37 % z celkového objemu vôd a najmenšiu časť – necelú štvrtinu (24 %) - tvoria neperlivé vody. Trendom ostáva aj dlhodobý záujem o neochutené vody, ktoré tvoria viac ako ¾ z celkových predajov. Ak sa už spotrebiteľ rozhodne pre ochutenú vodu, pri výbere preferuje hlavne príchuť pomarančovou, citrónovou a jahodovou.

PODIEL SEGMENTOV NA SPOTREBE NEALKOHOLICKÝCH NÁPOJOV



Zdroj: Nielsen. Dáta vyjadrujú predaje na maloobchodnom trhu obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra, čerpacích staníc a bez gastro zariadení. Obdobie: jún 2019 až máj 2020.

Druhým najpopulárnejším typom nealko nápojov po vodách sú **malinovky**. Patria sem predovšetkým kolové, pomarančové, citrónové či iné ochutené sytené nápoje. Ich ročná spotreba je na úrovni nad 225 miliónov litrov, čo je o 5 % menej ako pred rokom. Za poklesom celej kategórie sú všetky príchute od kolovej po hroznovú, s výminkou menšinovej tonikovej príchute, ktorej predaj ako jedinej stagnoval. Kolová príchuť však ostáva suverénne najobľúbenejšia - tvorí takmer dve tretiny z celého predaného objemu malinoviek.

Treťou najpredávanjšou skupinou nealko nápojov sú **džúsy**, ktoré zaznamenali medziročný pokles spotreby (-7 %) aj tržieb (-3 %). Slovenskí spotrebitelia nakúpili v maloobchode za posledný rok 56,6 miliónov litrov džúsov a zaplatili za ne viac ako 67 miliónov EUR. V rámci príchuťí vedie pomaranč, multivitamín a trojicu dominantných preferencií uzatvára jablková príchuť.

V posledných rokoch zaznamenali dynamický vývoj **energetické nápoje** aj napriek najvyššej priemernej cene v rámci nealko nápojov (viac ako 2 EUR / liter). Ich maloobchodná spotreba aj tržby však v posledných 12 mesiacoch poklesli – spotreba približne o 7 % na 19 miliónov litrov a obrat o 3 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom.

V najmenšej miere Slováci míňajú za **ľadové čaje**, za ktoré sme ročne minuli 11 miliónov EUR a ich maloobchodná spotreba bola nižšia než pri energetických nápojoch, t. j. 17 miliónov litrov.

Na rozdiel od väčšiny produktových skupín potravín zaznamenali nealkoholické nápoje medziročný pokles tržieb, a tak bude úspech tohtoročných predajov celého nealko segmentu závisieť od nasledujúcich prázdninových mesiacov. Pre celý nealko segment bude dôležitý predovšetkým záujem spotrebiteľov o balené vody, pre ktoré sú letné mesiace najdôležitejšie - dôležitosť vôd na celom objeme predaja počas teplých mesiacov sa blíži k dvom tretinám z celého koláča nealko segmentu.

*Pozn. Maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra, čerpacích staníc a bez gastro zariadení. Porovnávaný rok: 12 mesiacov jún 2019 až máj 2020 vs. predchádzajúcich 12 mesiacov.

KONTAKT:

Mária Hukelová, Marketing & Communications CZ&SK, Nielsen
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 neustranným a spoľahlivým metrikám, ktoré sú spoločným základom pre pôsobenie v tomto odvetví. Divízia Nielsen Global Connect poskytuje výrobcov a obchodníkov 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.