

ČERSTVOSŤ A POHODLIE OVPLYVŇUJÚ TRENDY PRI NAKUPOVANÍ KÁVY

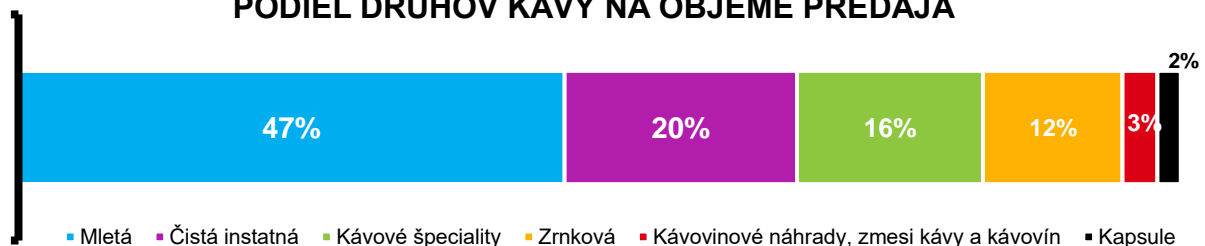
Bratislava, 20. novembra 2019 – V jesenných a zimných mesiacoch sa zvyšuje konzumácia najobľúbenejšieho teplého nápoja – kávy a popularita tejto kategórie sa prejavila aj v náraste jej medziročnej spotreby. V nákupných zvyklostiach slovenských spotrebiteľov však sledujeme v posledných rokoch zmeny. Mnohí si radi priplatia za prémiové segmenty a začínajú si viac vychutnávať kávu z čerstvo zomletých kávových zrníek. Rýchly spôsob života a pohodlná príprava tiež prispieva k zvýšenému záujmu o kávové kapsule.

MLETÁ KÁVA JE SÍCE STÁLE NAJOBĽÚBENEJŠIA, ALE STRÁCA SVOJICH PRIAZNIVCOV

Podľa aktuálnych údajov spoločnosti Nielsen Slováci nakúpia v maloobchode okolo 10 700 ton kávy. Spotreba medziročne rastie o 2 % a dopomohlo k tomu najmä prvých päť mesiacov tohto roka, kedy bol predaj kávy vyšší ako v rovnakom mesiaci predchádzajúceho roka. K najsilnejším mesiacom patrí už aj november, no na čele predajov kávy je v posledných dvoch rokoch sviatočný december. Celoročné tržby za posledný rok (od októbra 2018 do septembra 2019) dosiahli 143 miliónov eur, čím sa káva zaradila medzi 10 obratovo najvýznamnejších kategórií balených potravín.

Najpredávanejším typom v maloobchode ostáva **mletá káva**. Jej celoročný objem predaja dosahuje okolo 5 300 ton, čo je necelá polovica z celkového objemu predaja kávy. Toto prvenstvo je nemenné počas posledných rokov, pod čo sa okrem dostupnosti podpisuje aj nižšia priemerná cena ako väčšina typov kávy. Avšak z roka na rok výraznejšie posilňujú svoje postavenie iné typy káv a mletá káva tak stráca svojich skalných priaznivcov. Jej spotreba medziročne klesla o 3 %, čo predstavuje stratu až 141 ton. Druhým najobľúbenejším typom je **čistá instantná káva**. Spotrebovalo sa jej takmer 2 200 ton a jej pätinový podiel z koláča ostal v poslednom roku nemenný.

PODIEL DRUHOV KÁVY NA OBJEME PREDAJA



Trh: Maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra. Obdobie od októbra 2018 do septembra 2019. Zdroj: Nielsen

ZRNKOVÁ KÁVA JE NAJVÄČŠÍM SKOKANOM V RÝCHLOSTI RASTU. VEĽKÝM POTENCIÁLOM SÚ AJ KAPSULE

Kávové špeciality (napr. typu 3 v 1, cappuccino) si zatiaľ udržiavajú stabilnú tretiu priečku. K najväčším zmenám však došlo pri **zrnkovej káve**. Menia sa chute spotrebiteľov aj dopyt po kvalite, ktorú majú spotrebiteľia spojenú s pitím lahodného nápoja pripraveného z čerstvo zomletej kávy. A to nielen v kaviarňach, ale aj v prostredí domova. Prvýkrát zrnková káva prekročila v poslednom roku hranicu tisíc ton až na úroveň 1 229 ton. Stala sa dokonca skokanom roka v rýchlosti rastu, keď spomedzi všetkých typov kávy dokázala najrýchlejšie navýšiť celkové objemy. Slováci jej nakúpili až o tretinu viac ako rok predtým, čo predstavuje navýšenie o viac ako 300 ton ročne. Rastúcu obľúbenosť reflektuje aj skutočnosť, že za posledné tri roky došlo k navýšeniu predaja zrnkovej kávy v objeme o viac ako polovicu. Dopomohli tomu tak pol kilogramové alebo aj kilogramové balenia viacerých výrobcov, avšak v nákupných košíkoch sa stále viac objavuje kilogramové balenie.

Klesajúci trend zaznamenávajú dlhodobu **kávovinové náhrady, zmesi kávy a kávovín**, ktoré sú ale malým segmentom (tvoria 3 % z objemového koláča). Veľký potenciál sa skrýva okrem zrnkovej kávy aj v najmenšom, ale dynamicky rastúcom segmente - **kapsuliach**. Tie síce tvoria aktuálne len 2 % na objemovom koláči kávy, ale ich predaj aj napriek vyššej cene stúpa medziročne o takmer 10 %, čo je druhý najrýchlejší rast po zrnkovej káve. V posledných rokoch sa zmenili zvyklosti slovenských spotrebiteľov – rýchle tempo života, vyššie príjmy, lepšia dostupnosť kapsúl aj túžba po pohodlí dopomáhajú rastu tohto prémiového segmentu. Aj z hľadiska obratu ide o dôležitý segment – na celkových tržbách sa kapsule podieľajú až 8 %. Prinášajú maloobchodníkom ročne okolo 11 miliónov eur aj vďaka najvyššej priemernej cene spomedzi všetkých typov kávy.

KONTAKT:

Mária Hukelová

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

O SPOLOČNOSTI NIELSEN

Nielsen je globálna výskumná a analytická spoločnosť, ktorá poskytuje najkomplexnejší a najdôveryhodnejší 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.