

Bratislava, 27. november 2018

TRŽBY ZA POTRAVINY RASTÚ PRED SVIATKAMI RÝCHLEJŠIE AKO POČAS ROKA

Je samozrejmosťou, že s blížiacimi sa vianočnými sviatkami rastú aj výdaje slovenských spotrebiteľov - nielen na darčeky, ale aj na potraviny. Nerastú však len v porovnaní s predchádzajúcimi jesennými či letnými mesiacmi, ale aj v porovnaní s predvianočným obdobím minulých rokov. Čiže stále častejšie si koncom roka doprajeme viac a utratíme vyššie sumy za potraviny. Podľa údajov maloobchodného auditu spoločnosti Nielsen dosiahli tržby za potraviny* v predvianočnom období posledných dvoch mesiacov roka 2017 hodnotu 627 miliónov eur (maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra) a obrat v novembri a decembri 2017 rástol výraznejšie ako počas zvyšku roka - v porovnaní s rovnakým dvojmesačným obdobím roku 2016 došlo k navýšeniu tržieb o 8 %. Od začiatku roka do októbra 2017 došlo medziročne k miernejšiemu nárastu tržieb o 6 %, čím sa zvyšuje podiel predvianočných nákupov potravín z celoročného obratu potravinárskeho košíka a blíži sa k 20 %.

SLOVENSKO – PREDVIANOČNÁ SEZÓNA	Hodnota predaja v mil. EUR		Medziročná zmena
	Nov16 - Dec16	Nov17 - Dec17	
Potraviny*	580	627	+ 8 %

Trh: Total SR (maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra), Zdroj: Nielsen

*pozn. balené potraviny bez tzv. fresh potravín ako napr. chlieb, pečivo, ovocie, zelenina, mäso...

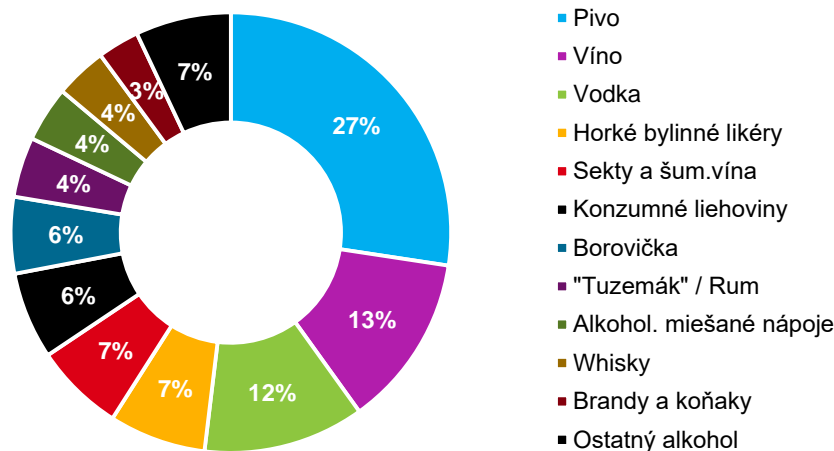
NAJVIAC MÍŇAME NA TRVANLIVÉ POTRAVINY.

ŤAHÚŇOM PREDVIANOČNÝCH TRŽIEB SÚ ČERSTVÉ POTRAVINY A ALKOHOL

Pred Vianocami míňajú slovenskí spotrebiteľia najviac na tzv. **trvanlivé potraviny** (t.j. s dlhou trvanlivosťou), ktoré tvoria viac ako pätinu z celkového predvianočného obratu (22 %). Ich celkový obrat v tomto období dosahuje 138 miliónov eur, čo je síce o 6 % viac ako rok predtým, no v porovnaní so zvyškom roka, kedy tržby rástli podobným tempom, je zrejmé, že výdaje slovenských spotrebiteľov rástli celoročne rovnako. Aj v porovnaní s tržbami ostatných produktových skupín trvanlivé potraviny zaznamenali najmenší nárast.

Kým u českých susedov tvorí alkohol najväčšiu časť výdajov v predvianočnom období, u nás je to druhý najvýznamnejší segment a z celkového koša si ukrajuje 21 %. Spotrebiteľia na Slovensku minuli na **alkoholické nápoje** v novembri a decembri minulého roka 129 miliónov eur, čím zaznamenali medziročný nárast 8 %. V období od začiatku roka do októbra rástli tržby za alkohol pomalšie na úrovni 6 %. Alkoholické nápoje boli ťahúňom rastu predvianočných výdajov, predovšetkým však „tvrdý“ alkohol s medziročným rastom 10 %. Z hodnotovo významnejších segmentov najviac - o približne 20 % - rástli v tržbách whisky, brandy a koňaky či slivovica. Darí sa aj typicky sezónnym sektom a šumivým vínam či perlivým vínam s rastom viac ako 14 %, vodka navýšila tržby o 11 % a horké bylenné likéry o 13 %.

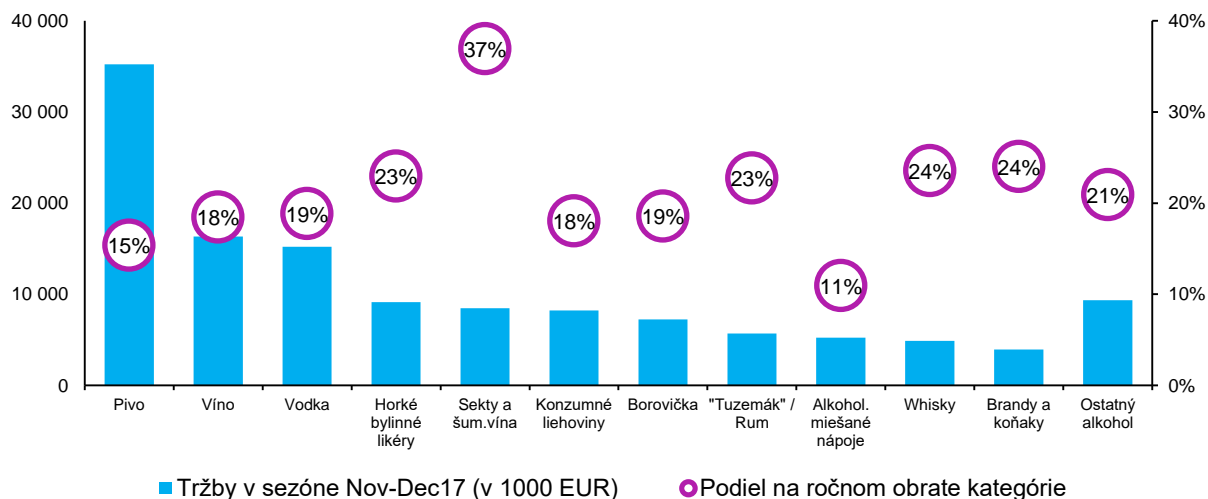
ALKOHOLICKÉ NÁPOJE - PODIEL NA TRŽBÁCH V PREDVIANOČNEJ SEZÓNE



Trh: Total SR (maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra), Sezóna: Nov-Dec17; Zdroj: Nielsen

Pri alkoholických nápojoch tvoria nákupy v období posledných dvoch mesiacov roka takmer pätinu z ich celoročných tržieb, ale napríklad v prípade extrémne sezónnych sektov a šumivých vín je to dokonca až 37 %. Výrazne sezónne sú aj horké bylinné likéry, rum „tuzemák“, či whisky alebo brandy s koňakmi, ktorých koncoročné tržby ukrajujú takmer štvrtinu ročného obratu.

NAJPREDÁVANEJŠIE SKUPINY ALKOHOLICKÝCH NÁPOJOV V PREDVIANOČNEJ SEZÓNE



Trh: Total SR (maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra), Zdroj: Nielsen

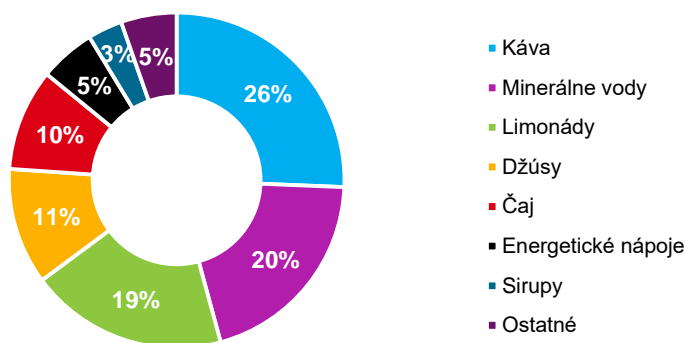
Do peňaženiek siahneme viac tiež pri **cukrovinkách a snackoch**, po ktorých v tomto období rastie dopyt, najviac po čokoládových dezertoch a typických vianočných sezónnych produktoch ako sú kolekcie, arabesky, salónky, figúrky, adventné kalendáre a iné špeciality. Spolu za cukrovinky a snacky dosiahli tržby v októbri a novembri minulého roka 124 miliónov eur, z toho za sezónne vianočné cukrovinky minuli slovenskí spotrebitelia 13,5 milióna eur, čo je o takmer 2 milióny viac ako rok predtým (+ 16 %).

Veľmi silné postavenie majú aj **čerstvé a chladené potraviny*** s predvianočným obratom takmer 118 miliónov eur, ktorý spomedzi všetkých produktových skupín rástol najvýraznejšie – až o 12 %, čo bolo spôsobené predovšetkým navýšením priemernej ceny u mliečnych výrobkoch. Práve mliečne produkty tvoria veľkú časť tržieb čerstvých potravín a medzi ich najväčšie kategórie patria maslá a margaríny, často využívané hlavne pri pečení vianočných dobrôt, ale aj jogurty a syry.

**pozn. balené potraviny bez tzv. fresh potravín ako napr. chlieb, pečivo, ovocie, zelenina, mäso...*

Rýchlejší rast tržieb v sledovanom období sprevádzal aj **nealkoholické nápoje**, za ktoré sme zaplatili medziročne o 7 % viac a celkovo sa tržby vyšplhali na vyše 100 miliónov eur, kým od začiatku roka do októbra 2017 bolo tempo rastu tržieb pomalšie, na úrovni okolo 3 %. V sezóne pred Vianocami najviac míňame na kávu, ktorá spolu s limonádami ťahá celkový rast výdajov na nealko segment. Ešte intenzívnejší rast o 16 % zaznamenal menšinový segment energetických nápojov, ktorých obľuba z roka na rok rastie.

NEALKOHOLICKÉ NÁPOJE - PODIEL NA TRŽBÁCH V PREDVIANOČNEJ SEZÓNE



Trh: Total SR (maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom, bez Metra),
Sezóna: Nov-Dec17, Zdroj: Nielsen

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.