

Bratislava, 8. novembra 2018

PRACIE PROSTRIEDKY A AVIVÁŽE KUPUJEME V AKCIÁCH

Na pracie prostriedky mŕňajú slovenskí spotrebitelia viac. Tržby medziročne narástli o takmer 1,3 milióna eur na úroveň 64,3 miliónov eur ročne, čo predstavuje rast o dve percentá. Vývoj ovplyvnili hlavne vyššie tržby za tekuté a gélové formy pracích prostriedkov, ako aj dvojciferný medziročný nárast tržieb kapsúl a gélových tabliet. Naopak, klesá spotreba aj tržby za kedysi tradičné práškové formy, u ktorých sledujeme dlhodobý pokles.

Podobne ako za pracie prostriedky, aj za aviváže mŕňame v medziročnom porovnaní viac, dokonca rast tržieb zaznamenal až 7 %. Na aviváže spotrebitelia na slovenskom trhu minuli o 1,6 milióna eur viac ako rok predtým a celkovo sa tržby vyšplhali na takmer 24 miliónov eur

SLOVENSKO	Hodnota predaja v mil. EUR		Medziročná zmena
	Okt16 - Sep17	Okt17 - Sep18	
Pracie prostriedky	63,0	64,3	+ 2,0 %
Aviváže	22,3	23,9	+ 7,1 %

*Total SK (maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom bez Metra) + drogérie;
Zdroj: Nielsen*

Podľa údajov maloobchodného auditu spoločnosti Nielsen dosahujú celkové tržby za pracie prostriedky a aviváže za posledných 12 mesiacov (október 2017 až september 2018) hodnotu vyše 88 miliónov eur ročne a sú najväčšou skupinou v rámci drogistických kategórií. Obe kategórie sú dlhodobo charakteristické extrémne vysokým podielom predajov realizovaných v promóciách, teda v cenových či letákových akciách a sú dokonca „najpromovanejšie“ drogistické kategórie na slovenskom maloobchodnom trhu. Približne dve tretiny z celkových tržieb vo väčších formátoch predajní s potravinami a zmiešaným tovarom a v drogériách tvoria predaje v zľave, kým priemerný podiel promočných predajov v iných drogistických kategóriách je oveľa nižší. Vzhľadom na časté akciové ponuky si slovenskí spotrebitelia radi počkajú na zľavu a kúpia „značkový“ produkt - pracie prostriedky aj aviváže sú totiž typickými predstaviteľmi značkových produktov, keď len okolo 6 % z celkových tržieb putujú na produkty privátnych značiek, pričom podiel privátnych značiek v priemernej kategórii drogistického koša je 22 %.

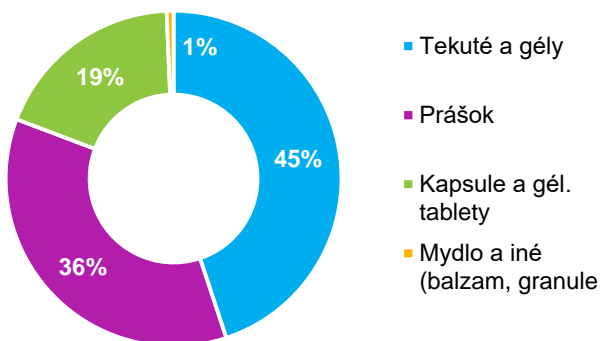
Slovenskí spotrebitelia preferujú nákup pracích prostriedkov aj aviváží v „potravinových“ typoch predajní, kde sa produkty častejšie predávajú v zľave. Svedčí o tom fakt, že nižšie percento tržieb oboch kategórií sa realizuje v drogériách - približne 21 %, kým priemer z drogistických kategórií je okolo 35 %. Je však nutné dodať, že síce dominujú predaje v hyper a supermarketoch, silnie pozícia drogérií, kam sa z roka na rok presúva väčšia časť tržieb - a to platí nielen pre pracie prostriedky a aviváže, ale aj drogistický koš ako celok.

TEKUTÉ A GÉLOVÉ PRACIE PROSTRIEDKY NAJPOPULÁRNEJŠIE NADPRIEMERNE SA DARÍ KAPSULÁM A GÉLOVÝM TABLETÁM

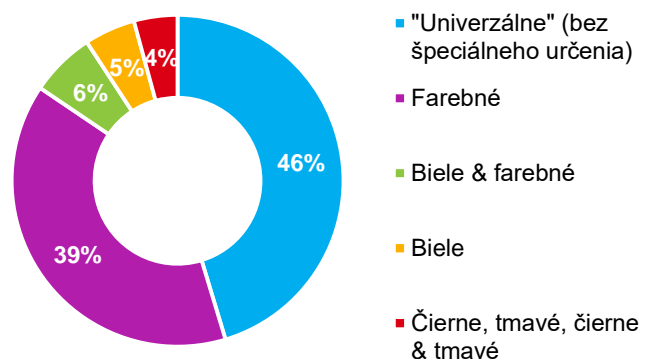
Z pohľadu druhu sú dlhodobu najviac preferovanými pracími prostriedkami **tekuté a gélové formy**, ktoré tvoria skoro polovicu z celkových tržieb: spotrebitelia na slovenskom trhu na ne minú 4,50 z 10 eur. Významnosť tekutých a gélových foriem postupne rastie na úkor klesajúcich **práškov**, ktorých spotreba výrazne klesá z roka na rok, medziročne približne o 724 ton a ich tržby klesajú o 5 %. Svoju pozíciu upevňuje menší segment **kapsúl a gélových tableť**, o čom svedčí medziročný rast ich tržieb o 10 % a v absolútnom meradle je to nárast až o 1,1 miliónov eur. Na tieto meniace sa trendy reagujú aj výrobcovia, ktorí rozširujú portfólio o ďalšie nové výrobky v radoch kapsúl a tableť. Novinky pribúdajú aj v segmente tekutých gélov, kde je vzhľadom na veľkosť kategórie širšia ponuka.

Z hľadiska starostlivosti o farbu Slováci stále najviac obľubujú „univerzálne“ pracie prostriedky bez špeciálneho určenia ochrany farby oblečenia - tie tvoria 46 % z koláča tržieb. Druhú priečku si udržiavajú pracie prostriedky na farebné oblečenie (tvoria takmer 40 %) a najobľúbenejšiu trojicu uzatvára segment na biele & farebné oblečenie s podielom 6 %.

**PODIEL DRUHOV PRACÍCH
PROSTRIEDKOV NA TRŽBÁCH**



**STAROSTLIVOSŤ O FARBU - PODIEL
PRACÍCH PROSTRIEDKOV NA TRŽBÁCH**



Total SK (maloobchodný trh obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom bez Metra) + drogérie;
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.