

Bratislava, 2. júla 2019

STUDENÝ MÁJ VÝRAZNE OVPLYVNIL SPOTREBU PIVA A RADLEROV

Z medziročného porovnania dát maloobchodného auditu spoločnosti Nielsen vyplýva, že slovenskí spotrebitelia síce nakúpili v posledných 12 mesiacoch viac piva, ale len o necelé percento a tržby maloobchodníci navýšili o 3 %. Vývoj spotreby piva je najviac ovplyvnený počasím. Kľúčovú úlohu na celkových číslach mal tento aj minulý rok mesiac máj: kým tento rok boli teploty v máji výrazne nízke, naopak, minuloročný máj bol extrémne teplý. Spotreba piva práve v máji tohto roka klesla o takmer 20 % v porovnaní s minuloročným májom. K medziročnému pozitívnemu vývoju sa teda máj nepodpísal a len vďaka úspešnejšiemu druhému polroku 2018, kedy bola spotreba piva na Slovensku vyššia ako tomu bolo v roku 2017, je celkový ročný objem vyšší. Radlerom sa darilo v poslednom roku viac ako pivu: ich spotreba v maloobchode narástla o takmer 4 %, rovnako rýchlo rástli aj tržby. Tento pozitívny trend nezmenil ani veľmi slabý máj, aj keď radlery zaznamenali v piatom mesiaci tohto roka ešte väčší pokles objemu ako pivo - až o 30 % - v porovnaní s májom 2018.

Podľa údajov maloobchodného auditu spoločnosti Nielsen nakúpili slovenskí spotrebitelia v maloobchodných predajniach s potravinami a zmiešaným tovarom 265 miliónov litrov piva a radlerov (z toho piva sme nakúpili 230 miliónov litrov a radlerov 35 miliónov litrov) za posledných 12 mesiacov (jún 2018 - máj 2019) a minuli za túto kategóriu 290 miliónov eur. Pri prepočte na jedného obyvateľa vychádza priemerná týždenná spotreba piva a radlerov zakúpených v maloobchode na takmer jeden liter. Pre porovnanie v Českej republike, ktorá je považovaná za „pivnú“ krajinu a kde je spotreba piva na obyvateľa najvyššia na svete, je to až 1,45 litra. S predajmi čapovaného piva a radlerov, ktoré nie sú započítané v maloobchodných dátach, by to bolo výrazne viac.

V PIVE DOMINUJE STÁLE VÝČAPNÉ, ALE Z ROKA NA ROK RASTIE POPULARITA LEŽIAKOV

Z pohľadu typu piva Slováci najčastejšie nakupujú tzv. desiatky (výčapné pivo) - až sedem z desiatich litrov piva (podiel 71 % na objeme kategórie) - ale ich konzumácia mierne poklesla. Oveľa viac sa darí ležiakov, tzv. dvanástkam, ktorých podiel z roka na rok kontinuálne rastie a v poslednom roku dosahoval už 20 %. Pritom cena ležiakov je o 70 % vyššia ako u výčapného piva: kým za pol litra desiatky sme zaplatili v priemere 45 centov, pri dvanástke bola v poslednom roku priemerná cena za pol litra 76 centov.

Tretiu priechku zastávajú v rámci piva nealkoholické varianty, ktoré si z pivného koláča ukrajú 5 %. Zvyšné štyri percentá tvoria špeciálne piva, jedenástky a ostatné typy.

KEĎ RADLER, TAK JEDNOZNAČNE NEALKO

Mimoriadne obľúbené na slovenskom trhu sú radlery, o čom svedčí kontinuálny nárast spotreby aj tržieb, aj keď kvôli slabému tohtoročnému máju došlo k spomaleniu rastu. Objem maloobchodných predajov sa vyšplhal na viac ako 35 miliónov litrov ročne, čo predstavuje medziročné navýšenie o 4 % a rovnako rýchlo rástli aj tržby, ktoré sa v poslednom roku dostali na úroveň 48,5 miliónov eur.

Za posledné roky prejavujú slovenskí spotrebiteľia rastúci záujem hlavne o nealkoholické radlery. Tie výrazne zmenili svoje postavenie v rámci radlerov a ich podiel sa z roka na rok významne zvyšuje: pred šiestimi rokmi tvorili nealko varianty radlerov približne štvrtinu z celkových predajov radlerov, v súčasnosti tvoria už 85 %. Naopak, kedysi dominantné alkoholické radlery strácajú svojich spotrebiteľov a v poslednom roku ich spotreba klesla dokonca o tretinu. Cena je pri radleroch porovnateľná, aj keď stále v prospech alkoholických verzií: priemerná cena pollitrového balenia alkoholického radlera sa pohybuje na úrovni 64 centov, pri nealko variante je to 69 centov, ale tá z roka na rok mierne klesá a stáva sa pre konečných spotrebiteľov dostupnejšia.

CIDROM SA NA SLOVENSKU NEDARILO

Cidrom sa u nás v poslednom roku nedarilo a ich spotreba výrazne klesla. Kým u našich českých susedov ročná maloobchodná spotreba dosahuje viac ako 12,5 miliónov litrov ročne a z roka na rok rastie, na Slovensku sme nakúpili za posledných 12 mesiacov necelé tri milióny litrov, čo predstavuje pokles spotreby o 21 %. Celkovo sme za cidre v maloobchode minuli ročne 3,9 milióna eur.

KONTAKT:

Mária Hukelová

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

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.