

Tisková zpráva

4. června 2013

Mgr. Andrea Winklerová
Marketing & Communication
+420 737 263 113
andrea.winklerova@gfk.com

Češi holdují nejvíce pivo. Přibližně tři čtvrtiny alkoholu vypijí v nejlevnějších podnicích.

Praha – 4. června 2013 - U Čechů patří pivo k nejrozšířenějšímu alkoholickému nápoji a loni za poslední půlrok ho Češi konzumovali v 83 procentech konzumace alkoholu mimo domov. Tvrdý alkohol a víno lidé konzumovali v 18 procentech, respektive v 15 procentech, případů konzumace alkoholu mimo domácnost. Přibližně tři čtvrtiny alkoholu vypijí Češi v nejlevnějších podnicích, pětina alkoholu se zkonsumuje v zařízeních střední cenové kategorie a jen minimum (2 procenta) v nejvyšší cenové úrovni. V rámci jednoho posezení vypili Češi pivo v průměru za dvě a půl hodiny, víno téměř za tři a tvrdý alkohol za téměř čtyři hodiny. Vyplynulo to z průzkumu zaměřeného na spotřebu alkoholu nejméně jednou měsíčně mimo domácnosti pod názvem OOHAC (Out-of-Home-Alcohol Consumption) v České republice během druhého pololetí minulého roku.

„V rámci průzkumu jsme se podívali nejen na údaje o konzumaci alkoholických nápojů samostatně, ale i v jejich různých kombinacích. Jelikož pivo patří k nejrozšířenějšímu alkoholickému nápoji, sledovali jsme, jaký podíl příležitostí představuje konzumace samotného piva a v kombinaci s jinými destiláty, přičemž jako destiláty chápeme alkoholické nápoje s vyšším obsahem alkoholu, než má pivo a víno. Zjistili jsme, že Češi nemají příliš rádi míchání několika alkoholických nápojů současně a více konzumují tyto nápoje samostatně. Například při 10 procentech příležitostí konzumovali Češi pivo v kombinaci s tvrdým alkoholem, přičemž samotné pivo konzumovali v 69 procentech příležitostí,“ doplňuje Mgr. Marcela Barvínková, Senior Research Consultant ze společnosti GfK.

Nejvíce alkoholu se vypije v nejlevnějších podnicích, minimum v drahých lokálech

Přibližně tři čtvrtiny veškerého alkoholu vypili Češi v nejlevnějších podnicích. Pětina alkoholu se zkonsumovala v zařízeních střední cenové kategorie a jen minimum (2 procenta) v nejvyšší cenové úrovni. Mezi dvě nejfrekventovanější zařízení, kde lidé vypili nejvíce alkoholu, patří hospody a restaurace, případně pizzerie. Ve zmíněných zařízeních se uskutečnilo 70 procent všech příležitostí konzumace alkoholu. V

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
Praha 4 14000
Česká republika

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti
Ing. Martin Mravec, PhD.
Ing. Dušan Očkaik
Mgr. Miroslav Žák
Ing. Robert Palán, MBA

Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
Oddíl C, vložka 1326

hospodách se zkonsumovaly necelé dvě pětiny alkoholu, v restauracích případně v pizzeriích se vypila třetina alkoholu. Na kulturních a sportovních událostech, diskotékách a v klubech lidé zkonsumovali 13 procent alkoholu a podíl ostatních zařízení (bufety, bary, vinárny, kavárny) je kolem pěti procent, případně méně.

V rámci jednoho posezení jsme zkonsumovali pivo v průměru za dvě a půl hodiny, tvrdý alkohol za přibližně čtyři hodiny

Během posledních šesti měsíců loňského roku byla průměrná délka příležitosti, při které se zkonsumovalo pivo přibližně dvě a půl hodiny. Víno jsme pili o něco déle a průměrná délka příležitosti byla zhruba tři hodiny. Příležitost, při které konzumujeme tvrdý alkohol, byla nejdelší a trvala téměř čtyři hodiny.

Loni během posledního pololetí Češi vypili na sedm půllitrů piva, dvě deci vína a téměř dva panáky tvrdého alkoholu

Zajímavým údajem je konzumace těchto nápojů podle počtu vypitých sklenic u lidí, kteří alespoň jednou za měsíc pijí alkohol mimo domov. U piva jsme vzali v úvahu půl litrové sklenice, při víně dvoudecové a při destilátech panáka o objemu 0,04 litru. Podle počtu vypitých sklenic jsme zjistili, že za poslední půlrok minulého roku u mužů na necelých osm půllitrů piva připadla necelá sklenka vína a téměř dva panáky destilátů. U žen je podíl vypitých alkoholických nápojů jiný než u mužů. Ženy vypijí větší podíl vína a tvrdého alkoholu a menší podíl piva než muži. Ženská populace pije ve větší míře destiláty s nižším obsahem alkoholu (ovocné vodky, likéry případně koktejly) a muži preferují spíše ovocné destiláty, tuzemské rupy případně whisky. Konzumace některých kategorií například neochucených vodek, hořkých bylinných likérů je u obou pohlaví srovnatelná.

Mladí do 24 let vypijí nejvíce skleniček tvrdého alkoholu a nejméně piva

V rámci průzkumu jsme se podívali i na konzumaci alkoholu u mladých lidí ve věku od 18 do 24 let a zjistili jsme, že lidé do 24 let konzumují v průměru nejvíce panáků tvrdého alkoholu ve srovnání s ostatními věkovými kategoriemi. Tito mladiství zkonsumovali ve sledovaném období zhruba 25 panáků tvrdého alkoholu, přičemž lidé starší zkonsumovali 20 a méně pohárků zmíněného alkoholu. Zvýšená konzumace destilátů u lidí do 24 let se odrazila v nižší konzumaci piva v porovnání s ostatními věkovými

skupinami.

O průzkumu

Údaje pocházejí z deníkových online průzkumu zaměřeného na spotřebu alkoholu mimo domácnosti pod názvem OOHAC (Out-of-Home-Alcohol Consumption) v České republice během druhého pololetí minulého roku na měsíčním vzorku 1500 respondentů. Do průzkumu se zapojili lidé od 18 let, kteří konzumují alkohol mimo domov minimálně jednou za měsíc.

Skupina GfK

GfK je jednou z největších průzkumných společností na světě. Pracuje pro ni 13 tisíc expertů, kteří se den co den snaží objevovat nové hloubkové pohledy na způsob, jakým lidé žijí, myslí a nakupují ve více než 100 zemích světa. GfK se soustavně věnuje inovacím a používá nejnovější a nejinteligentnější technologie a metody, aby umožnila svým klientům jasně pochopit ty nejdůležitější lidi na světě: jejich vlastní zákazníky. V roce 2012 tržby GfK dosáhly 1,51 miliardy eur. Pro podrobnější informace prosím navštivte náš web www.gfk.com nebo nás sledujte na Twitteru: https://twitter.com/GfK_en