

## Tisková zpráva

26. březen 2013

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

### Češi a Slováci zaplatili vloni za cukrovinky víc peněz. Jejich konzumace tak mírně poklesla.

Praha - 26. březen 2013 – Loňský růst spotřebitelských cen neminul ani trh cukrovinek. Češi a Slováci si kvůli zdražení museli sáhnout hlouběji do svých peněženek a za cukrovinky zaplatili v průměru o 12, respektive o 10 procent více než před rokem. Vyšší ceny způsobily, že domácnosti mírně omezily jejich konzumaci. V Čechách poklesl loni prodej cukrovinek o pět procent, na Slovensku o sedm procent. Mezi nejoblíbenější cukrovinky patří oplatky a sušenky. Oba národy si koupily cukrovinku v průměru každých devět dní a v rámci jednoho nákupu vložily do košíku přibližně čtvrt kila cukrovinek. Zjištění vyplynula z kontinuálního panelového průzkumu Consumer Panel Services, který je založen na detailních informacích o nákupech reprezentativního vzorku 3 500 slovenských a českých domácností za období 1/2012 až 10/2012 ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku.

#### Jiné cukrovinky se nakupují více než oblíbená čokoláda

I když z průzkumu vyplynulo, že cukrovinky loni zdražily, Slováci a Češi stále patří mezi mlsné národy. V obou zemích jsou nejoblíbenější oplatky a sušenky a zakoupí si je více domácnosti než čokoládu. Loni si je do košíku vložily téměř všechny domácnosti jak v České republice, tak na Slovensku, a z hlediska prodeje tvořily tři čtvrtiny z celkového množství cukrovinek. Spotřebitelé upřednostňují zejména koupi menších balení do 50 gramů. Oba národy si rádi pochutnají i na piškotech a pernicích, ale ve výrazně menší míře než u nejžádanějších cukrovinek.

#### U lidí nejvíce "letí" suché sušenky a oplatky s částečnou polevou

„Slovenští a čeští spotřebitelé jsou ve svých preferencích odlišní, pokud jde o druh sušenek a oplatek. Zatímco oba národy upřednostňují zejména suché sušenky bez polevy, u oplatek a waflí se jejich preference liší. Češi mají nejraději oplatky celomáčené nebo s částečnou polevou. Slováci si na polevu až tak nepotrpí a preferují více oplatky s polevou částečnou nebo

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

zcela bez ní," upřesňuje Julius Wenig, Account Manager z oddělení Consumer Panel Services společnosti GfK.

### **Který národ je mlsnější? Češi nebo Slováci?**

Z průzkumu Consumer Panel Services vyplynulo, že Češi a Slováci si nakupují cukrovinky přibližně stejně často, ovšem nepatrný rozdíl byl zaznamenán v jejich množství. Kvůli cukrovinkám se oba národy vypraví do obchodu v průměru třikrát za měsíc, což vychází přibližně na každých devět dní. Zatímco na Slovensku připadne na jeden nákup v průměru 265 gramů cukrovinek, český spotřebitel si dopřeje ještě o 15 gramů více.

### **Maloobchodní značky cukrovinek vytlačují klasické výrobce**

„V Čechách a na Slovensku a se během minulého roku dařilo zejména maloobchodním privátním značkám cukrovinek. Na celkovém trhu cukrovinek v obou zemích se loni podílely zhruba jednou třetinou,“ doplňuje Julius Wenig.

### **O průzkumu**

Zjištění vyplynula z kontinuálního panelového průzkumu Consumer Panel Services, který je založen na detailních informacích o nákupech reprezentativního vzorku 2 000 českých a 1 500 slovenských domácností za období 1/2012 až 10/2012 ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku.

### **O GfK**

GfK je jednou z největších světových výzkumných společností s více než 12 000 odborníky, kteří pracují na objevování nových pohledů na způsob, jakým lidé žijí, přemýšlejí a nakupují každý den, na více než 100 trzích světa. GfK je neustále inovativní a využívá nejnovější technologie a nejvhodnější metody, aby svým klientům umožnila jasně pochopit potřeby nejdůležitějších osob na světě: jejich zákazníky. V roce 2012 činily tržby GfK 1,51 mld. EUR.

Pro podrobnější informace prosím navštivte náš web [www.gfk.com](http://www.gfk.com) nebo nás sledujte na Twitteru: [https://twitter.com/GfK\\_en](https://twitter.com/GfK_en).