

Tisková zpráva

20. března 2019

Mgr. Andrea Patočková
Marketing&PR
+420 296 555 422
andrea.patockova@gfk.com

95 procent českých domácností si v roce 2018 zakoupilo balenou vodu

Praha, 20. března 2019 – 95 procent českých domácností si v roce 2018 zakoupilo balenou vodu. 9 z 10 českých kupujících oslovila široká nabídka minerálních a léčivých vod. O něco méně lidí (8 z 10) zakoupilo vodu stolní nebo pramenitou. Nejvíce domácností utrací za vodu ve středních Čechách, nejméně za ně utratí kupující z Prahy. Ochucené vody představují 60 procent z výdajů domácností na balené vody celkově. Nejoblíbenějšími příchutěmi jsou citron a pomeranč. Tato zjištění pocházejí z GfK Spotřebitelského panelu.

Na 22. 3. je stanoven Světový den vody, a to již od roku 1993. GfK na základě tohoto dne vydává tiskovou zprávu týkající se konzumace vody v České republice.

Voda je pro nás životodárná tekutina. Bez vody by nikdo z nás nemohl fungovat. Ačkoli je voda v Čechách kvalitní a dostupná, lidé zpestřují svůj pitný režim i balenými vodami. Balenou vodu si z nákupu domů v roce 2018 přineslo až 95 procent domácností. Zásoby si doplňujeme poměrně často, přibližně každých 11 dní, v průměrném množství 6,0l při jednom nákupu.

Nejvíce českých kupujících (9 z 10) oslovila široká nabídka minerálních a léčivých vod. Stolní nebo pramenitou vodu si koupilo o něco méně lidí, a to 8 z 10 kupujících. Při pohledu na množství, pak nejvíce vod nakoupíme v hypermarketech a diskontech. Balené vody nakupují domácnosti hlavně při velkých zásobovacích nákupech.

Podíváme-li se, kde domácnosti nejvíce utrací za vody, potom nadprůměrnou útratu mají domácnosti žijící ve středních Čechách, kde každá domácnost za vody utratí v průměru téměř 1700 Kč ročně. Naopak nejméně utrací za balené vody domácnosti z Prahy, a to necelých 1000 Kč

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
140 00 Praha 4
Česká republika

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

Vedení společnosti
Jednatel:
RNDr. Tomáš Drtina
Prokuristé:
RNDr. Zdeněk Skála
Ing. Jiří Nosek

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

ročně.

Jaký je favorit mezi vodami - sycená nebo nesycená?

V nákupech českých domácností převažují sycené a jemně sycené vody nad nesycenými. Za sycené a jemně sycené vody domácnosti utratí téměř ¾ ze svých výdajů za vodu. Nesycené vody loni koupily více než ¼ českých domácností, sodovky oslovily k nákupu 90 procent domácností. Za sycené vody utrácí nadprůměrně zejména domácnosti ze středních Čech a severní Moravy. Po nesycených vodách sahají zejména domácnosti žijící v regionu západních Čech, ale také v severních a středních Čechách.

Akce podporují nákup

Zejména pro sycené vody platí, že zvýhodněná cena pozitivně ovlivňuje velikost nákupu. Pokud je akční nabídka, kupující si z obchodu odnášejí těžší nákup. Zvýhodněné nákupy tvoří až 58 procent z objemu sodovek a 48 procent z objemu nesycených vod.

Citron a pomeranč jsou jasným favoritem

Obecně, ochucené vody představují 60 procent z výdajů domácností na balené vody celkově. Nejoblíbenějšími příchutěmi jsou citron a pomeranč.

O GfK Spotřebitelském panelu

Všechny uvedené údaje jsou výsledkem průzkumu trhu metodou Spotřebitelského panelu v období od ledna do prosince 2018.

Spotřebitelský panel GfK Czech je kontinuální panelový výzkum, založený na detailních informacích o nákupech reprezentativního vzorku českých domácností.

O GfK

GfK propojuje data s vědou. Naše inovativní průzkumná řešení poskytují odpovědi na klíčové obchodní otázky týkající se spotřebitelů, trhů, značek a médií nejenom na dnešních trzích, ale i těch budoucích. GfK, jako výzkumná a analytická společnost, slibuje svým klientům po celém světě "Growth from Knowledge" (růst na základě znalostí). Pro více informací navštivte stránky www.gfk.com/cz nebo sledujte GfK na Twitteru: https://twitter.com/GfK_Czech.