

# Tlačová správa

## 96 percent slovenských domácností si v roku 2018 zakúpilo balenú vodu

20. marca 2019

Mgr. Andrea Patočková  
Marketing&PR  
+420 737 263 113

andrea.patockova@gfk.com

**Bratislava, 20. marca 2019 – 96 percent slovenských domácností si v roku 2018 zakúpilo balenú vodu. 9 z 10 slovenských kupujúcich oslovila široká ponuka minerálnych vôd. O niečo menej domácností (8 z 10) zakúpilo vodu stolovú alebo pramenitú. Najviac utrácajú za balenú vodu domácnosti na Západnom Slovensku, najmenej na ne minú kupujúci z Bratislavského kraja. Ochutené vody predstavujú 27 percent z výdavkov domácností na balené vody celkovo. Najobľúbenejšími príchutami sú pomaranč a citrón. Tieto zistenia pochádzajú z GfK Spotrebiteľského panelu.**

Na 22. 3. je stanovený Svetový deň vody, a to už od roku 1993. GfK na základe tohto dňa vydáva tlačovú správu týkajúcu sa nákupov vody na slovenskom trhu.

Voda je pre nás životodarná tekutina. Bez vody by nikto z nás nemohol fungovať. Hoci je voda z kohútika na Slovensku kvalitná a dostupná, ľudia spestrujú svoj pitný režim aj balenými vodami.

Balenú vodu si z nákupu domov v roku 2018 prinieslo až 96 percent domácností. Zásoby si dopĺňujeme pomerne často, približne každých 11 dní, pričom priemerne pri jednom nákupe kúpime 6,3l.

Najviac slovenských kupujúcich (9 z 10) oslovila široká ponuka minerálnych vôd. Stolovú alebo pramenitú vodu si kúpilo 8 z 10 kupujúcich. Najviac vôd nakúpime v hypermarketoch a diskontoch. Balené vody nakupujú domácnosti hlavne pri veľkých zásobovacích nákupoch.

Nadpriemernú útratu za balené vody celkovo majú domácnosti žijúce na Západnom Slovensku, kde každá na ne minie v priemere 65 EUR ročne. Najmenej míňajú na vody domácnosti z Bratislavského kraja, a to 54 EUR ročne.

**Radšej sýtené ako nesýtené**

GfK Slovakia, s.r.o.  
Račianská 153  
831 54 Bratislava  
Slovenská republika

Tel. +421 2 5737 1101  
Fax +421 2 6241 3764

Manažment:

Konateľ  
RNDr. Tomáš Drtina  
Prokurista:  
Mgr. Miroslav Žák

Spoločnosť je zapísaná  
v Obchodnom registri  
Okresného súdu Bratislava I.  
Vložka číslo: 366/B

V nákupoch prevažujú sýtené a jemne sýtené vody nad nesýtenými. Na sýtené a jemne sýtené vody domácnosti minú viac ako  $\frac{3}{4}$  zo svojich výdavkov na vodu. V porovnaní s nesýtenými vodami sú tieto o viac ako 20 percent lacnejšie. Nesýtené vody v minulom roku kúpili viac ako  $\frac{3}{4}$  slovenských domácností, sýtené vody oslovili k nákupu viac ako 90 percent domácností. Na sýtené vody míňajú nadpriemerne rodiny s deťmi nad 15 rokov a rodiny s dospelými členmi. Po nesýtených vodách siahajú najmä rodiny s deťmi do 5 rokov a taktiež domácnosti s dospelými členmi.

### **Akcie podporujú nákup**

Najmä pre nesýtené vody platí, že zväčšená cena pozitívne vplyva na veľkosť nákupu. Ak je akciová ponuka, kupujúci si z obchodu odnášajú ťažší nákup. Zväčšené nákupy tvoria 42 percent z objemu nesýtených vôd, 38 percent z objemu sýtených vôd.

### **Pomaranč je jasným favoritom**

Všeobecne, ochutené vody predstavujú 27 percent z výdavkov domácností na balené vody celkovo. Najobľúbenejšou príchuťou je pomarančová, druhou najviac nakupovanou je citrónová.

### **GfK Spotrebiteľský panel**

Všetky uvedené údaje sú výsledkom prieskumu trhu metódou Spotrebiteľského panelu v období od januára do decembra 2018. Spotrebiteľský panel GfK Slovakia je kontinuálny panelový výskum, založený na detailných informáciách o nákupoch reprezentatívnej vzorky slovenských domácností.

### **GfK**

GfK prepája dáta s vedou. Naše inovatívne prieskumné riešenia poskytujú odpovede na kľúčové otázky týkajúce sa spotrebiteľov, trhov, značiek a médií nielen na dnešných trhoch, ale aj na tých budúcich. GfK ako prieskumná a analytická spoločnosť, sľubuje svojim klientom po celom svete "Growth from Knowledge" (rast na základe znalosti). Pre viac informácií navštívte stránky [www.gfk.com/sk](http://www.gfk.com/sk) alebo sledujte GfK na Twitteri: <https://twitter.com/GfK>.