

Whisky, whiskey i bourbon

Jan Garlicki, Centrum Badań Marketingowych Indicator, jgarlicki@indicator.pl

INDICATOR
CENTRUM BADAŃ MARKETINGOWYCH

Nazwa whisky (uisque beatha) pochodzi z języka celtyckiego a znaczy dosłownie „woda życia”. Dzisiaj whisky to narodowa wódka Anglosasów, którą zna i pije cały świat.

Czyżby Polakom whisky się znudziła

Wyniki najnowszego badania przeprowadzonego przez CBM INDICATOR są nieco zaskakujące w kwestii whisky. Otóż po kilku wcześniejszych latach wzrostu spożycia tego typu trunków nastąpił proces odwrotny. Jak wynika z deklaracji naszych respondentów, spożywali oni w minionym 2014 roku mniej tego rodzaju alkoholu. Wynik różni się w porównaniu z poprzednim rokiem aż o dwa punkty procentowe i trzeba dodać, że jest to pierwszy spadek od 5 lat. Szczegółowe dane na ten temat znajdziemy w wykresie 1.

Johnnie najbardziej znany, Jack tuż za nim

Test znajomości spontanicznej i wspomaganą whisky służy wyłonieniu dominujących marek na naszym rynku. W najnowszym teście liderem znów okazał się Johnnie Walker. Tę markę wymieniła blisko połowa respondentów, natomiast w teście znajomości wspomaganą została ona rozpoznana przez 59,8% badanych. Na drugiej pozycji – i tu znów kolejne zaskoczenie w porównaniu z poprzednim rokiem – znalazł się Jack Daniel's, który w testach znajomości wyprzedzał w ostatnich latach już wyraźnie markę Johnnie Walker i wciąż zdobywa sobie na polskim rynku coraz większą

popularność. Jack Daniel's spadł więc o jedno miejsce względem poprzedniego badania. Wspomniany został spontanicznie przez 41,7% ankietowanych. Wynik w teście znajomości wspomaganą był już jednak bardzo bliski liderowi. Na trzeciej pozycji znalazła się marka Ballantine's. Top 5 zamykają marki Jim Beam oraz Grant's ze wskazaniami spontanicznymi poniżej 20%. Szczegółowy rozkład danych zawiera wykres 2.

Ballantine's najchętniej spożywany

Rozpoznawalność spontaniczna i wspomaganą marki nie przekłada się jednak na jej spożycie, co zostało przedstawione szczegółowo na wykresie 3. Jak wynika z ostatnich sondaży, Polacy, którzy spożywają whisky, przyznają, że preferują markę Ballantine's wskazaną przez 26,7% respondentów. Co czwarty amator trunków o szkockiej recepturze upodobał sobie marki Jack Daniel's lub Grant's. Blisko co piąty respondent sięga po markę Johnnie Walker, a jeden na dziesięć badanych pije bourbona Jim Beam. Preferencje wobec marki pokrywają się całkowicie ze skłonnością do polecenia, co szczegółowo przedstawia wykres 4. Konsumenci whisky pozostają wierni swojej marce i polecają najchętniej te, które sami spożywają.

Po whisky biegniemy do supermarketu

W celu zakupu ulubionego trunku miłośnicy whisky najchętniej udają się do supermarketów, które zyskały na popularności wzglę-

dem ubiegłorocznego badania. W 2013 roku w supermarketach whisky kupowało 38,3% respondentów, jednak według najnowszych wyników badania CBM Indicator blisko połowa konsumentów whisky zaopatrzyła się w tego rodzaju sklepie. Drugim najpopularniejszym miejscem zakupów są sklepy wielkopowierzchniowe, popularnie nazywane hipermarketami. Na trzecim miejscu znalazły się wyspecjalizowane sklepy monopolowe, które w poprzednich edycjach badania cieszyły się największą popularnością wśród miłośników whisky. Respondenci kupują szkocką najrzadziej na stacjach benzynowych, w pubach oraz sklepach osiedlowych. Szczegółowe dane przedstawione są na wykresie 5.

Zdecydowana większość konsumentów whisky sięga po swój ulubiony trunek, by się odstresować i zrelaksować. Blisko co trzeci respondent pije go przy okazji różnego rodzaju uroczystości rodzinnych. Co piąty z miłośników whisky spożywa ją podczas świąt lub na imprezie, co ilustruje wykres 6.

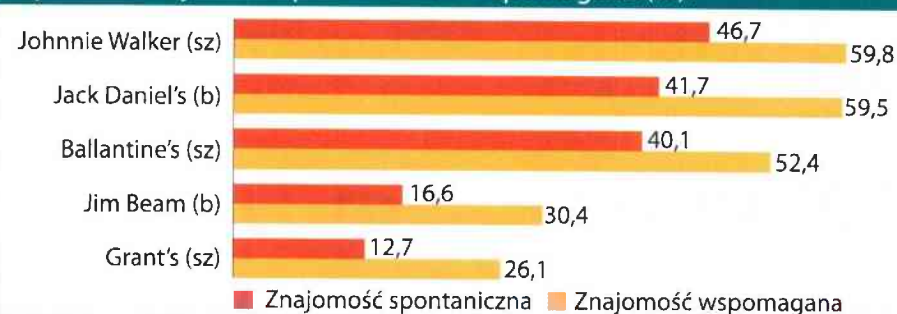
Ludzie pijący whisky są najczęściej lojalni wobec swojej ulubionej marki. Blisko połowa respondentów zawsze kupuje tę samą markę niezależnie od ceny. Co czwarty ankietowany zmienia markę, ale tylko na taką o podobnej jakości. Co piąty zaś za najważniejszy wskaźnik uznaje cenę produktu i przy zakupie zwraca uwagę na różnego rodzaju promocje. Zaledwie 8,6% miłośników whisky poszukuje najtańszych produktów. Szczegółowe dane na temat sposobu dokonywania zakupu whisky zawarte są na wykresie 7. ■

Wykres 1. Spożycie whisky (%).

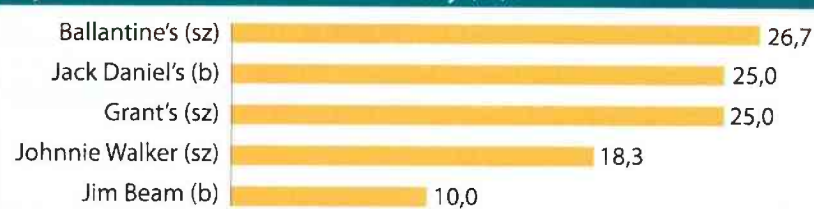


Kolejna XXXII tura badań rynku napojów alkoholowych w Polsce została przeprowadzona przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR w I połowie grudnia 2014 r. Badaniu poddano reprezentatywną kwotową próbę dorosłych mieszkańców Polski liczącą 1000 osób. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy zestandaryzowanego narzędzia – bezpośrednich (face-to-face) wywiadów wspomaganých komputerowo (CAPI).

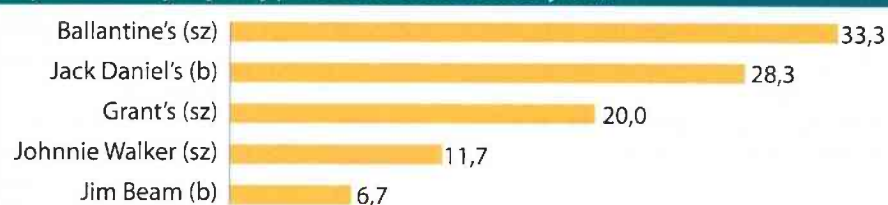
Wykres 2. Znajomość spontaniczna i wspomagana (%).



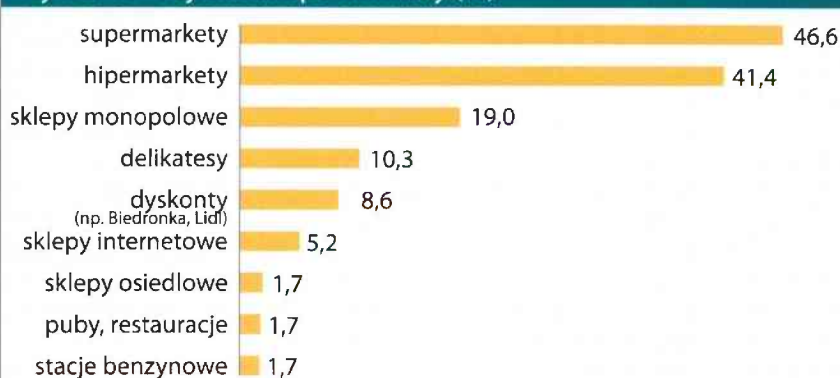
Wykres 3. Preferowane marki whisky (%).



Wykres 4. Najczęściej polecane marki whisky (%).



Wykres 5. Miejsca zakupów whisky (%).



Wykres 6. Okazje, podczas których spożywa się whisky (%).



Wykres 7. Sposób dokonywania zakupu (%).

