

# Brandy, koniaki i winiaki

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



**Grecka Metaxa czy markowy koniak? Niektóre marki brandy stają się mniej popularne...**

## Deklaracje dotyczące preferencji konsumentów

W ramach badania poproszono konsumentów koniaków, brandy i winiaków o wskazanie marek, które były najczęściej przez nich spożywane w 2013 roku. Zgodnie z deklaracjami sympatyków tych alkoholi mocnych najchętniej wybieranymi markami w minionym roku były: Metaxa – napój winny greckiego pochodzenia oraz koniak Hennessy (po 28,6%). Na drugiej pozycji uplasowały się ex aequo dwa koniaki, Napoleon i Davidoff (21,4%). Zestawienie pięciu najchętniej spożywanych marek koniaków, brandy i winiaków, zgodnie z deklaracjami konsumentów, prezentuje wykres 1.

## Brandy i koniaki kupowane są głównie w sklepach monopolowych

Koniaki, brandy i winiaki są charakterystyczne ze względu na miejsce ich zakupu – ponad połowa konsumentów nabywa je w sklepach monopolowych (46,7%). Może być to wynikiem tego, iż takie sklepy specjalizują się tylko w sprzedaży alkoholi, przez co jest tam zdecydowanie większy wybór marek i duża różnorodność. Przy okazji zakupów w supermarkecie 66,7% sympatyków brandy, koniaków i winiaków zaopatruje się tam w ulubione trunki, a co piąta osoba, robiąc zakupy w hipermarkecie (20,0%), decyduje się na zakup tego rodzaju alkoholi. Niewiele osób po swoje ulubione alkohole chodzi do sklepu osiedlowego czy delikatesów.

## Ten rodzaj napoju alkoholowego spożywany jest głównie w gronie rodziny

Spożycie koniaków, brandy i winiaków ma, podobnie jak większość gatunków alkoholi w Polsce, charakter prywatny. Ponad

trzy czwarte konsumentów deklaruje, iż tego rodzaju trunki pije najczęściej podczas odwiedzin u znajomych bądź rodziny (71,4%). Ponad połowie osób alkohole te smakują najlepiej we własnym domu (64,3%). Zaledwie co czternasty sympatyk brandy, koniaków i winiaków pije swoje ulubione trunki w pubach i restauracjach (po 7,1%).

Najczęściej osoby spożywające brandy, koniaki i winiaki dają się skusić na zakup, gdy mogą otrzymać drugie opakowanie za niższą ceną (33,3%). Kolejną atrakcyjną promocją cenową jest większe opakowanie w standardowej cenie – co dziesiąty konsument dokonuje zakupu w takiej promocji (13,3%). Ponad jedna czwarta smakoszy tej grupy alkoholi lubi otrzymywać do zakupu swojej ulubionej marki gratisowe dodatki, takie jak szklanka czy sok (26,7%). Niewielki odsetek konsumentów brandy, koniaków i winiaków jest członkiem programów lojalnościowych i zbiera punkty, które można później wymienić na prezent.

## Wysoka jakość przesądza o wyborze koniaku

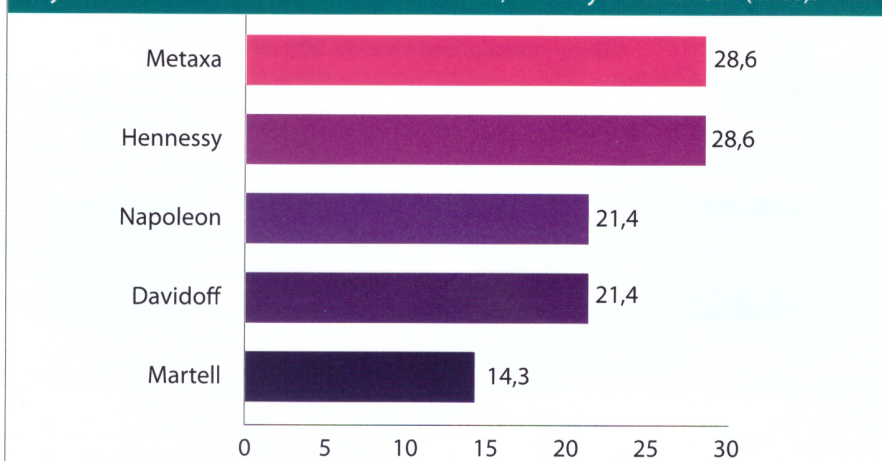
Na wybór danej marki brandy, koniaków i winiaków w bardzo dużym stopniu wpływa

jakość trunku (66,7%) oraz przyzwyczajenie do smaku (46,7%), a także atrakcyjna cena produktu (40,0%) lub prestiż danej marki (26,7%).

Konsumenti alkoholi takich jak koniaki, brandy czy winiaki, to często osoby, którym podejmowanie decyzji nie sprawia problemu. Gdy już dokonają wyboru, chcą mieć pewność, że była to dobra decyzja, dlatego zazwyczaj decydują się na sprawdzone i lubiane produkty. Idąc do sklepu często dokonują zakupów impulsywnych oraz porównują ceny wybranego produktu w różnych placówkach.

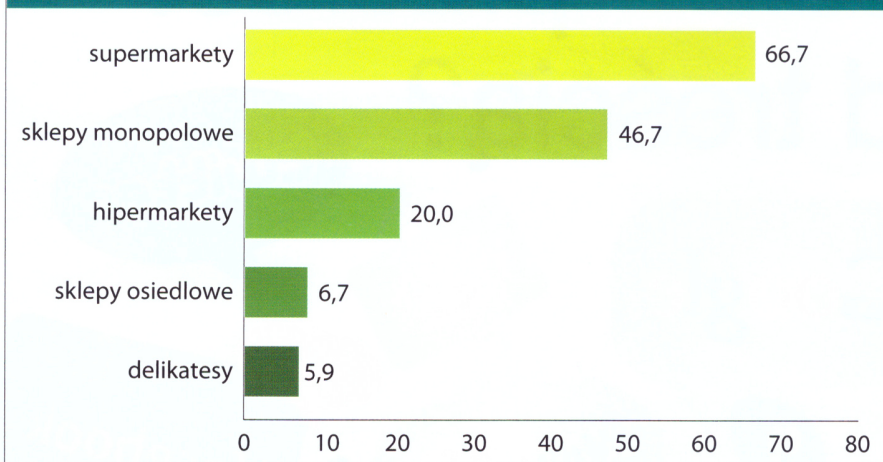
Kolejna XXXI tura badań rynku napojów alkoholowych w Polsce została przeprowadzona przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR w I połowie grudnia 2013 r. Badaniu poddano reprezentatywną kwotową próbę dorosłych mieszkańców Polski liczącą 1000 osób. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy zestandaryzowanego narzędzia – bezpośrednich (face-to-face) wywiadów kwestionariuszowych.

Wykres 1. Preferowane marki koniaków, brandy i winiaków (w %).

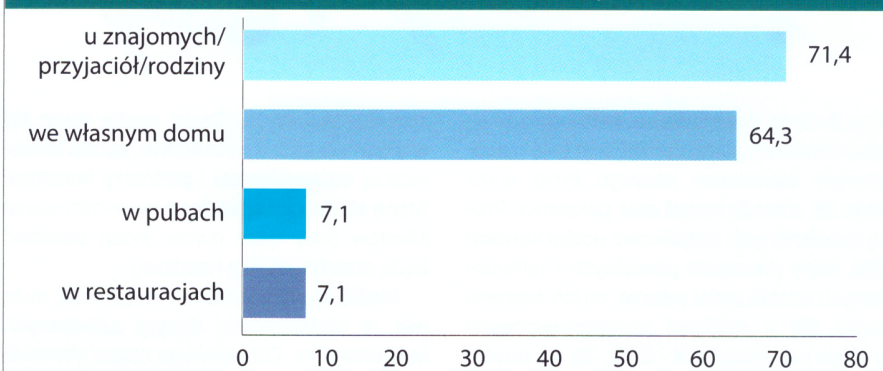




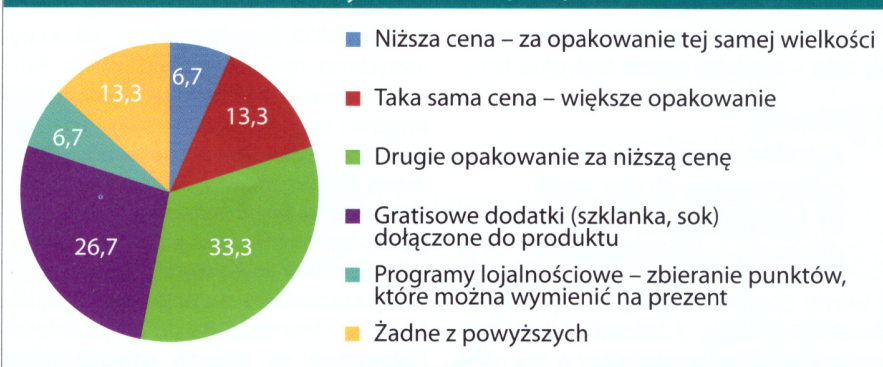
Wykres 2. Miejsca kupowania koniaków, brandy i winiaków (w %).



Wykres 3. Miejsca spożywania koniaków, brandy i winiaków (w %).



Wykres 4. Preferowane rodzaje promocji wśród konsumentów koniaków, brandy i winiaków (w %).



Wykres 5. Czynniki uwzględniane przy wyborze marki koniaków, brandy i winiaków (w %).

