

Giny, rumy i tequile

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

Centrum Badań Marketingowych Indicator od wielu lat prowadzi cykliczne badania poświęcone zwyczajom i zachowaniom konsumentów na rynku napojów alkoholowych. Wyniki najnowszego sondażu dotyczącego kategorii rumów, ginów i tequili wskazują, że alkohole te w dalszym ciągu pozostają trunkami o niskowym spożyciu.

Jak wskazują szczegółowe analizy porównawcze, owo i tak niewielkie spożycie w ostatnim roku jeszcze nieco spadło w porównaniu z wcześniejszymi deklaracjami. Największy spadek odnotowały alkohole z kategorii rumów – o 0,3 punktu procentowego i obecnie ich spożycie deklaruje 1,6%

badanych. Najmniejszy spadek o 0,1 punktu procentowego, a więc mieszczący się w granicach błędów, odnotowały giny. Ich deklarowane spożycie w 2015 roku kształtuje się na poziomie 1,8%. Więcej na ten temat znajdziemy na wykresie 1.

Znajomość marek

Wszystkie trzy omawiane przez nas rodzaje alkoholi mają swoją markę nr 1 wskazywaną przez zdecydowaną większość respondentów. W kategorii wódek jałowcowych niezmiennie najpopularniejszy jest od wielu lat Gin Lubuski, wśród rumów zwycięża zdecydowanie Malibu, a w kategorii meksykańskich wódek niezmiennie króluje Sierra Tequila.

GIN

Oryginalny w smaku gin to wódka jałowcowa, wytwarzana na bazie spirytusu rektyfikowanego, aromatyzowanego owocem jałowca. Lecz nie tylko jałowiec stanowi o smaku ginu – dodaje się do niego również anyż, arcydzięgiel, kardamon, kminek, kolendrę, skórki owoców cytrusowych, korę kasji, kwiat nagietka, cynamon, liść laurowy, gorzkie migdały, lukrecję. Jednakże pełna receptura znana jest wyłącznie producentom i stanowi pilnie strzeżoną tajemnicę firmy.

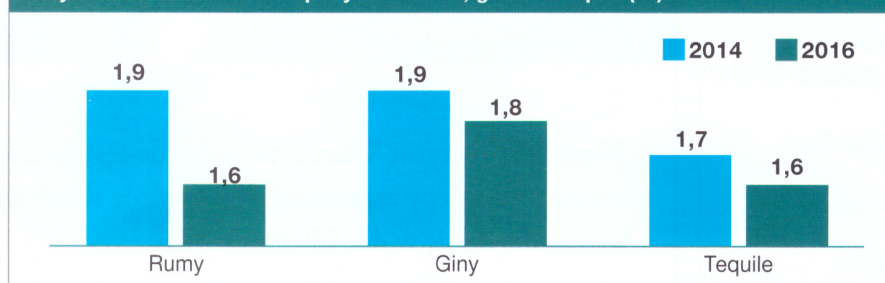
Wśród marek ginów od lat króluje jeden producent – Henkell & Co. Polska, zdecydowanie wyprzedzając konkurencję. Jego gin Lubuski został spontanicznie wskazany przez 69% respondentów, a w teście znajomości wspomaganą przez ponad trzy czwarte respondentów. Tę dominację dobrze obrazuje wynik marki, która zajęła drugie miejsce wśród najczęściej wskazywanych marek ginów. Stock Gin w teście spontanicznej znajomości został wskazany przez niespełna 19% respondentów, a w teście znajomości wspomaganą przez 30% ankietowanych. Jest to ponad połowę niższy wynik niż ten, który osiągnął Gin Lubuski. Więcej na ten temat znajdziemy na wykresie 2a.

RUM

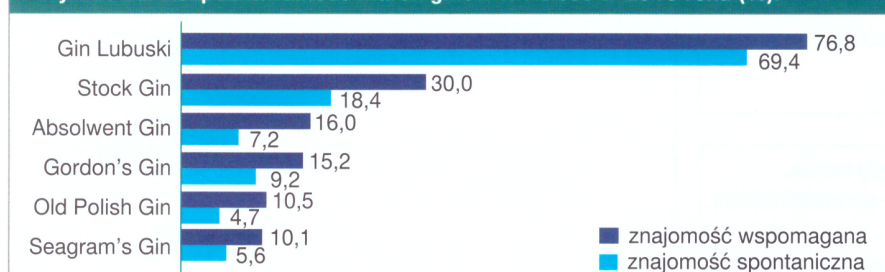
Napój wysoko alkoholowy wytwarzany ze sfermentowanego soku z trzciny cukrowej, koncentratu tego soku lub melasy. Po utworzeniu Unii Europejskiej i norm unijnych określenie „rum” jest zastrzeżone do produktów wytwarzanych tylko i wyłącznie z trzciny cukrowej. Szlachetne odmiany rumu pije się na czysto, jednak trunek ten bardziej znany jest jako składnik wielu drinków.

Najczęściej wskazywanymi przez respondentów markami rumów w najnowszym sondażu były: Malibu Rum (znajomość spontaniczna – 44%, wspomaganą – 53%) oraz Bacardi (znajomość spontaniczna – 24%, wspomaganą – 37%). Za tymi markami, również z dobrym wynikiem, choć wyraźnie słabszym od wymienionych, plasuje się rum Havana Club (znajomość spontaniczna – 12%, wspomaganą – 18%). Szczegółowe informacje dotyczące najpopularniejszych rumów w Polsce znajdują się na wykresie 2b.

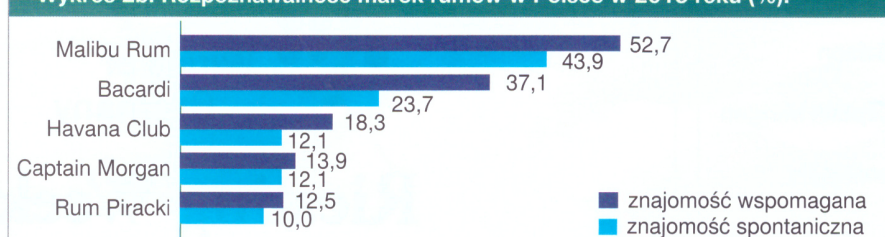
Wykres 1. Deklarowane spożycie rumów, ginów i tequili (%).



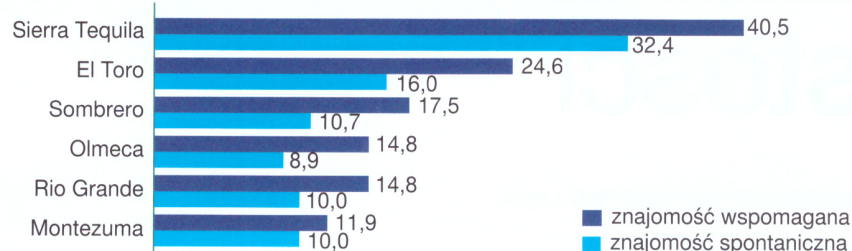
Wykres 2a. Rozpoznawalność marek ginów w Polsce w 2015 roku (%).



Wykres 2b. Rozpoznawalność marek rumów w Polsce w 2015 roku (%).



Wykres 2c. Rozpoznawalność marek tequili w Polsce w 2015 roku (%).



TEQUILA

Jest to meksykańska wódka produkowana ze sfermentowanego soku agawy niebieskiej znana od czasów Azteków. Przemysłową produkcję tej wódki rozpoczęto w XVII wieku. Bardzo długo tequila była mało znanym trunkiem lokalnym, dopiero gdy zyskała popularność w Stanach Zjednoczonych, zaczęto ją eksportować na cały świat.

Główną marką tequili, którą wskazywali respondenci była Sierra Tequila (znajomość spontaniczna – 32%, wspomaganą – 41%). Na drugim miejscu, choć z wyraźnie słabszym wynikiem, uplasowała się marka El Toro (znajomość spontaniczna – 16%, wspomaganą – 25%). Pozostałe marki uzyskały znacząco niższe wyniki; zajmująca trzecie miejsce tequila Sombrero została spontanicznie wskazana przez co dziesiątego respondenta, a w teście znajomości wspomaganą przez niespełna 18% ankietowanych. Szczegółowe wskazania najbardziej rozpoznawalnych marek tequili znajdują się na wykresie 2c.

Rumy, giny tequile spożywane najchętniej

Deklarowane spożywanie omawianych tutaj marek alkoholi kreuje się podobnie jak znajomość poszczególnych marek. Najczęściej spożywanym ginem jest niezmiennie Gin Lubuski. Malibu, podobnie jak w zeszłorocznej edycji, jest najczęściej spożywanym rumem, a Sierra Tequila od lat jest na pierwszym miejscu spożycia spośród trunków tego gatunku.

W kategorii ginów, jak już pisaliśmy, najchętniej pożywaną marką bez zmian od lat jest Gin Lubuski – tak wskazała ponad połowa pytanym. Niemal jedna trzecia spośród amatorów ginów wskazuje na Absolwent Gin jako najchętniej spożywaną markę tego typu trunków. Deklarowane spożycie kolejnych najchętniej spożywanych marek ginów znajduje się na wykresie 3a.

Wśród marek rumów widocznie wyróżniają się dwie dominujące marki – Malibu Rum (ponad 40 procent wskazań) i Bacardi Rum z wynikiem przekraczającym 35 procent wskazań. Na trzecim miejscu znalazł się Captain Morgan z deklarowanym spożyciem na poziomie ponad 20 procent, co pokazuje wykres 3b.

W przypadku marek tequili konkurencja jest nieco bardziej wyrównana. Poza dominującą marką Sierra Tequila, która osiągnęła niemal 30 procent wskazań, na pozycjach drugiej i trzeciej, z tym samym wynikiem niespełna 20 procent wskazań, znalazły się dwie marki, Sombrero oraz Olmecca. Natomiast kolejne dwie marki, Montezuma i Reposado, osiągnęły również identyczny dziesięcioprocentowy wynik. Szczegółowe dane wskazań deklarowanego spożycia tequili znajdują się na wykresie 3c.

Kolejna XXXIII tura badań rynku napojów alkoholowych w Polsce została przeprowadzona przez Centrum Badań Marketingowych Indicator w I połowie grudnia 2015 r. Badaniu poddano reprezentatywną kwotową próbę dorosłych mieszkańców Polski liczącą 900 osób. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy zestandaryzowanego narzędzia – bezpośrednich (face-to-face) wywiadów wspomaganym komputerowo (CAPI).

Wykres 3a. Deklarowane najczęstsze spożywanie marki ginów w 2015 roku (%).



Wykres 3b. Deklarowane najczęstsze spożywanie marki rumów w 2015 roku (%).



Wykres 3c. Deklarowane najczęstsze spożywanie marki tequili w 2015 roku (%).

