

Jaja, cukier i aromat waniliowy, czyli przepis na wieloletni sukces

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

Kolebką Advocaata jest Holandia, jednak proces jego produkcji bardzo szybko rozprzestrzenił się na cały kontynent europejski oraz trafił do domowych kuchni. Chyba wszystkie babcie znają przepis na ajerkoniak. Pomimo iż nazwa sugeruje koniak, do jego produkcji wykorzystuje się wódkę lub spirytus oraz żółtka jaj utarte z cukrem.

Advocaat to krem, którego receptura zawiera kurze jaja, cukier lub miód i aromat waniliowy. Na litr likieru powinno przypadać minimum 15 żółtek i 150 gramów cukru. Gęsta konsystencja, jasnożółta barwa, słodki smak i przyjemny aromat to cechy, które charakteryzują likier jajeczny. Jest dobry bez dodatków, ale równie często wykorzystuje się go jako składnik drinków. Doskonale smakuje też jako dodatek do kawy i lodów. Jest powszechnie wykorzystywany w cukiernictwie, zazwyczaj jako nadzienie do pączków, pralinek czy czekolady.

Najbardziej znany, najchętniej polecany

Advocaat to od dłuższego czasu najpopularniejsza marka w swojej kategorii i to niemal wśród wszystkich grup wiekowych. Jest on też najczęściej kupowaną marką wśród wszystkich dostępnych na naszym rynku alkoholi z grupy likierów i kremów. Szczegółowa analiza wyników najnowszych badań przeprowadzanych cyklicznie przez CBM Indicator wskazuje, że Advocaat jest nie tylko najchętniej kupowanym alkoholem z całej grupy likierów i kremów, lecz także znajduje się na pierwszym miejscu pod względem podaży, a także obro-

tów. W badaniach spontanicznej i wspomagananej znajomości marek również dominuje właśnie Advocaat. Co jeszcze istotniejsze, respondenci pytani o to, jaki produkt spośród wszystkich likierów i kremów byliby skłonni polecić znajomym lub przyjaciółom, odpowiadają najczęściej, że jest to oczywiście Advocaat! Przyjrzyjmy się zatem dokładniej fenomenowi tej właśnie marki.

Nikogo nie zdziwi, że Advocaat to najbardziej rozpoznawalny przedstawiciel grupy likierów i kremów, że jest to najczęściej polecana marka wśród sympatyków tej grupy alkoholi – poleca ją co trzeci konsument. Migdałowy likier Amaretto jest zaś godny polecenia według 13,8% respondentów. Smak czekolady obecny w Likierze Czekoladowym z kolei poleca 8,1% badanych. Szczegółowe dane na temat najczęściej polecanych marek likierów i kremów przedstawia wykres 1.

Jak pokazała kolejna tura badań CBM Indicator spożycie likierów i kremów rośnie z roku na rok (wykres 2). Może być to wynikiem coraz bogatszej oferty, rozmaitych wariacji, przebogatej galerii smaków i aromatów oferowanych w grupie tych trunków. Smaki słodkie, owocowe, korzenne lub korzenno-ziołowe to tylko niektóre z dostępnych wariantów. Domowej roboty likiery z cukierków takich jak kukułki czy toffi powiększają spektrum smakowe tego gatunku alkoholi.

Sympatyków likierów i kremów najbardziej zachęcają do zakupu trunku promocje cenowe (66,2%). Najbardziej inspirowa ich do zakupu niższa cena za standardowe

opakowanie (35,3%). Co piąty respondent z kolei wolałby większą pojemność butelki za tę samą cenę (22,1%). Dołączanie zaś gratisowych gadżetów, takich jak szklanka czy sok, to rodzaj promocji, której ulega 16,2% badanych. Najmniejszym zainteresowaniem cieszą się programy lojalnościowe, degustacje oraz nagrody za zebrane etykiety. Dane na ten temat przedstawia wykres 3.

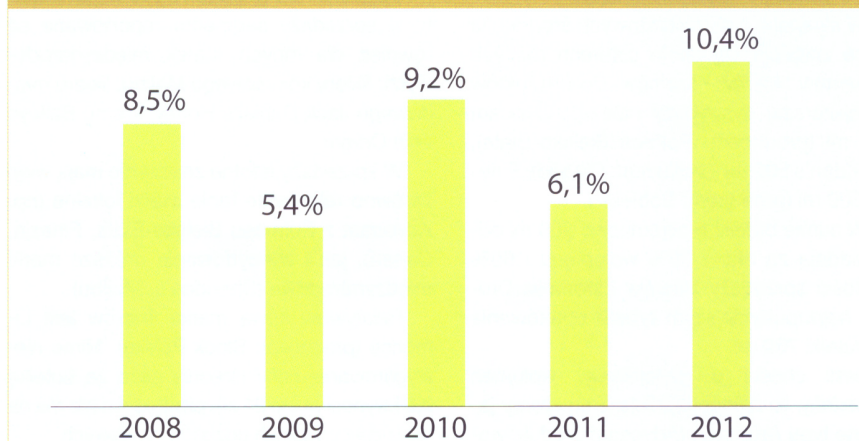
Likiery i kremy są domeną kobiet z wyższym wykształceniem, mieszkających w dużych miastach. Z jednej strony są to kobiety niepracujące zawodowo: gospodynie domowe i emerytki, w przedziale wiekowym 61 - 65 lat, ale to również młode panie (18 - 25 lat), singielki uprawiające wolne zawody. Ponadto konsumenci tego typu alkoholi to często osoby skoncentrowane i gotowe do działania, które nie mają problemów z podejmowaniem decyzji oraz otwarcie komunikują swoje zdanie. ■

Kolejna XXX tura badań rynku napojów alkoholowych w Polsce została przeprowadzona przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR w pierwszej połowie grudnia 2012 roku. Badaniu poddano reprezentatywną kwotową próbę dorosłych mieszkańców Polski liczącą 1000 osób. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy zstandaryzowanego narzędzia – bezpośrednich (face-to-face) wywiadów kwestionariuszowych.

Wykres 1. Najczęściej polecane marki likierów i kremów.



Wykres 2. Deklarowane spożycie likierów i kremów w latach 2008 – 2012.



Wykres 3. Preferowane rodzaje promocji wśród konsumentów likierów i kremów.

