

Likiery i kremy

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



INDICATOR
CENTRUM BADAŃ MARKETINGOWYCH

Znawcy tematu zazwyczaj dzielą rynek likierów na kremy – reprezentowane najczęściej przez grupę advocaatów oraz na likiery czyste, będące albo bazą koktajlową (np. Malibu), albo likworem (ro-solisy czy Gold Wasser).

Wśród likierów dostrzec można wyraźny podział na produkty krajowe, występujące najczęściej pod nazwami advocaatów i kremów, oraz importowane, do których należą znane międzynarodowe marki, jak np. Sheridan's, Baileys czy Jägermeister. Zainteresowanie Polaków likierami i kremami należącymi do grupy tak zwanych innych alkoholi mocnych utrzymuje się od dłuższego czasu na porównywalnym poziomie, choć w ostatnim czasie widoczna jest niewielka tendencja wzrostowa. Nie zmienia się jednak od dawna pozycja lidera. Marka Advocaat znajduje się wciąż i to zdecydowanie na pierwszym miejscu.

Najbardziej, najchętniej – Advocaat

Advocaat jest wciąż najpopularniejszą marką i to wśród niemal wszystkich grup wiekowych. Jest on ponadto najczęściej kupowaną marką wśród wszystkich dostępnych na naszym rynku alkoholi z grupy likierów i kremów. Szczegółowa analiza wyników najnowszych badań wskazuje, że Advocaat jest nie tylko najchętniej kupowanym alkoholem z całej grupy likierów i kremów, lecz także – jak wynika z wypowiedzi kierowników i właścicieli sklepów – produkt ten znajduje się na pierwszym miejscu pod względem podaży, a także obrotów. W badaniach spontanicznej i wspomaganiej znajomości marek również dominuje ten właśnie produkt. Co zaś jeszcze istotniejsze, respondenci pytani o to, jaki produkt spośród wszystkich likierów i kremów byliby skłonni polecić znajomym lub przyjaciołom, odpowiadają najczęściej, że jest to oczywiście Advocaat. Przyjrzyjmy się zatem dokładniej fenomenowi tej właśnie marki.

Szczegółowe dane na temat spontanicznej i wspomaganiej znajomości marek likierów i kremów znajdziemy w wykresie 1.

Jak już wspominaliśmy, wśród marek likierów i kremów zdecydowanym liderem jest marka Advocaat, wskazana spontanicznie przez 61% respondentów (w teście znajomości wspomaganiej – przez 73%). Pozostałe marki pozostają zdecydowanie w tyle. Na podium wśród kremów i likierów znalazły się także Campari (spontaniczna znajomość – 12%, wspomagana znajomość – 23%) oraz Amaretto (spontaniczna znajomość – 11%, wspomagana znajomość – 24%).

Trunkiem, po który najczęściej sięgają Polacy wśród likierów i kremów, jest – tak jak w poprzednich latach – Advocaat, jego spożywanie deklaruje ponad połowa uczestników badania. Na kolejnych miejscach, ze zdecydowanie mniejszą ilością wskazań, plasują się Likier Czekoladowy i Amaretto (co dziesiąty badany deklaruje ich spożywanie). Więcej informacji, jakie trunki piją respondenci, znajduje się na wykresie 2.

Gdzie, z kim i przy jakiej okazji

Osoby pijące likiery deklarują najczęściej ich spożywanie we własnym domu – takie miejsce wskazuje niemal trzy czwarte spośród pytan. Analizy korelacyjne wskazują także, iż w dalszym ciągu, spożywanie likierów u znajomych i rodziny jest bardzo popularne – taką odpowiedź wskazało prawie dwie trzecie badanych. Inne miejsca spożywania likierów pokazuje wykres 3.

W trakcie sondażu respondenci zostali poproszeni o odpowiedź na pytanie, przy jakich okazjach najczęściej spożywają likiery i kremy. Wyniki wskazują, że uroczystości rodzinne są najpopularniejszą okazją do spożywania tych trunków, ich amatorzy wskazują również na urodziny i imieniny jako dobrą okazję, by po nie sięgnąć. Badania wskazują także, iż smako-

wanie likierów i kremów jest dla wielu osób dobrym sposobem na zrelaksowanie się. Badani spożywają likiery i kremy najczęściej we własnym domu lub w domu u znajomych, rodziny. Więcej informacji dotyczących okazji do spożywania likierów i kremów przez polskich konsumentów znajdziemy na wykresie 4.

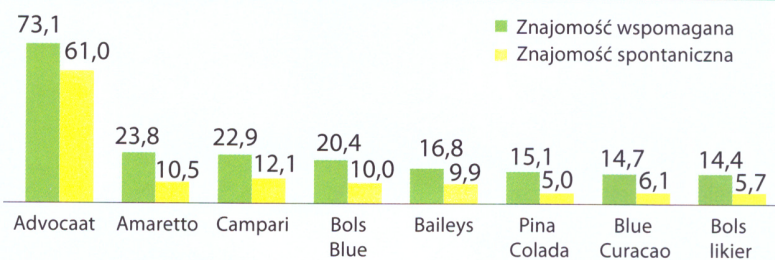
W dalszym ciągu najpopularniejszym towarzyszem do spożywania tego trunku są bliskie nam osoby, czyli przyjaciele i rodzina. Pokazuje to wykres 5.

Najnowsze badania przeprowadzone przez CBM Indicator wskazują, że najpopularniejszym miejscem zakupu likierów i kremów, podobnie jak w poprzednich latach, jest supermarket, tam też kupuje te produkty ponad 40% respondentów. Co piąty spośród amatorów tego typu trunków nabywa je najczęściej w hipermarkecie lub dyskoncie, te drugie cieszą się coraz większą popularnością wśród Polaków, a także posiadają obecnie zróżnicowany asortyment. Sporą popularnością cieszą się również delikatesy i sklepy monopolowe. Szczegółowe dane prezentujemy w wykresie 6.

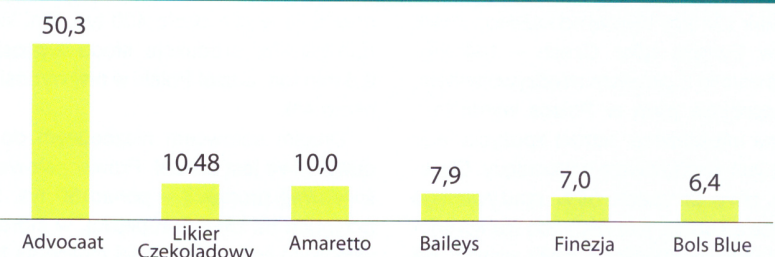
Analizy korelacyjne dotyczące sposobu dokonywania zakupów przez konsumentów likierów i kremów wskazują, iż amatorzy tego rodzaju trunków są zdecydowanie bardzo lojalni wobec ulubionej marki bądź mają dwie, trzy marki, które preferują i które najchętniej wybierają – patrz wykres 7.

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 kwestionariuszowych wspomaganym komputerowo (CAPI).

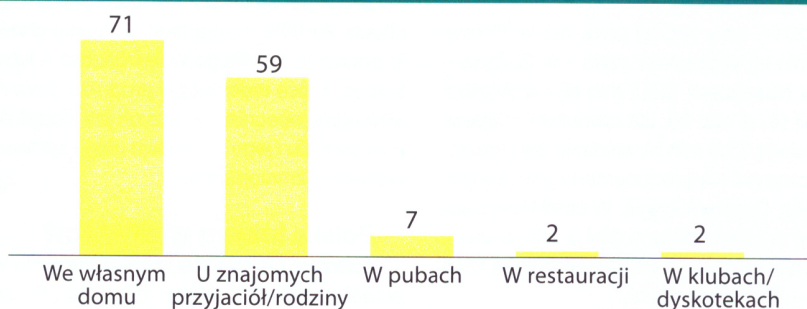
Wykres 1. Znajomość spontaniczna i wspomagana likierów i kremów (%).



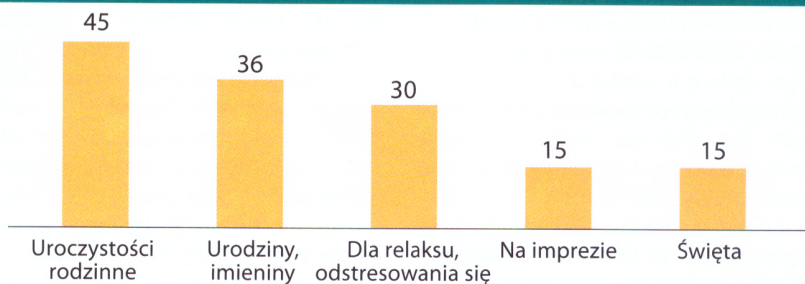
Wykres 2. Deklarowane najczęstsze spożywane marki likierów i kremów (%).



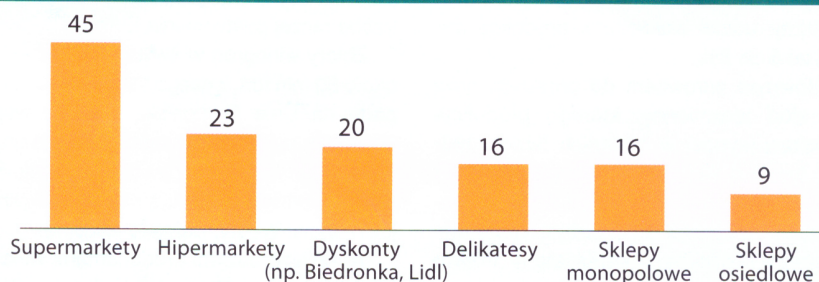
Wykres 3. Miejsce spożywania likierów i kremów (%).



Wykres 4. Okazje do spożywania likierów i kremów (%).



Wykres 6. Miejsce zakupu likierów i kremów (%).



Wykres 5. Spożywanie likierów i kremów – towarzystwo (%).



Wykres 7. Sposób dokonywania zakupów przez konsumentów likierów i kremów (%).

