

„Piwo jest dobre, piwo pić trzeba, kto pije piwo, ten idzie do nieba”

INDICATOR
CENTRUM BADAŃ MARKETINGOWYCH

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

Słowa starego polskiego przysłowia ludowego są wciąż w naszym kraju aktualne. Nic zatem dziwnego, że piwo niezmiennie należy do najczęściej i najchętniej spożywanych trunków.

Tradycje piwowarskie na ziemiach polskich sięgają najdawniejszych czasów, dziejów ludów prastawiańskich i prapoczątków polskiej państwowości. Bardzo szybko piwo w Polsce stało się lubianym i popularnym trunkiem, a wraz z rozwojem średniowiecznych miast nastąpił również rozwój browarnictwa. Niemal każde miasto mogło poszczycić się co najmniej jednym browarem. Podczas kolejnych wojen i zawirowań w polityce i gospodarce nastąpił zastój w produkcji piwa; również spożycie tego trunku oraz jego popularność nieco spadły w niespokojnych czasach. Ponowny, gwałtowny rozwój piwowarstwa w naszym kraju nastąpił dopiero w latach 90. XX wieku, kiedy rozpoczęła się prywatyzacja gospodarki, a co za tym idzie również browarów. Największe grupy piwowarskie na świecie zaczęły interesować się polskim rynkiem browarniczym, czego skutkiem był rozwój najnowocześniejszych browarów oraz kolejny wzrost spożycia piwa przez Polaków.

Dużo wody, trochę słoju, trochę chmielu...

Piwa tworzą segment rynku alkoholowego o relatywnie wysokiej znajomości i rozpoznawalności wśród osób pijących lub kupujących alkohol. Poziom zakorzenienia marek w świadomości badanych jest jednym ze wskaźników opisujących dany rynek.

Piwa z dużych browarów cieszą się największą znajomością i popularnością wśród konsumentów tego rodzaju trunków. Jak pokazuje kolejna tura badania przeprowadzonego przez Centrum Badań Marketingowych Indicator, trunki najczęściej polecane przez sympatyków piwa to marki pochodzące z czołówki polskich browarów pod względem wielkości. I tak 14,4% osób spożywających złocisty, pieniący się trunek najczęściej poleca markę Żywiec – piwo Grupy Żywiec. Marki należące do Kompanii Piwowarskiej zajmują kolejne miejsca wśród najczęściej polecanych piw: markę Lech rekomenduje 12,2% konsumentów, a Tyskie 10,6%. Piwo Carlsberg (9,9%) polecane jest przez co dziesiątego konesera chmielowego napoju. Dane dotyczące najczęściej polecanych marek piwa przedstawia wykres 1.

Imbirowe, owocowe, cynamonowe...

Piwo było najbardziej popularnym napojem alkoholowym wśród Słowian, którym przypisuje się rozpowszechnienie we wczesnośredniowiecznej Europie umiejętności zaprawiania tego napoju szyszkami chmielowymi (lub wywarem z nich uzyskanym) w celu podniesienia walorów smakowych. Smak piwa poprawiano również miodem, który dodatkowo przyspieszał fermentację trunku. Zmieniające się preferencje współczesnych konsumentów oraz rozwój technologiczny spowodowały, że w przemyśle piwnym nastąpił wzrost różnorodności dodawanych substancji aromatycznych (aromaty: miodowy, imbirowy, cynamonowy, owocowy, kawowy itp.) do piwa w celu otrzy-

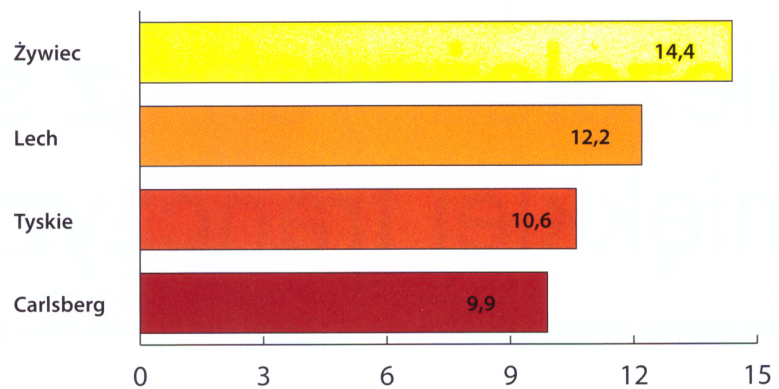
mywania coraz to nowych i wymyślniejszych smaków tego trunku. Piwa aromatyzowane jabłkowe (43,0%) cieszą się ostatnio największą popularnością wśród konsumentów – wybiera je prawie połowa osób, które lubują się w smakowych trunkach z pianką. Prawie co drugi z tej grupy konsumentów woli wariant malinowy (40,6%) lub cytrynowy (39,1%). Piwa z dodatkiem aromatu imbirowego (28,0%) wybierane są przez jedną trzecią sympatyków smakowych napojów chmielowych. Jakie smaki najchętniej wybierane są przez amatorów piwa aromatyzowanego – ilustruje wykres 2.

Do napicia, wśród przyjaciół i z rodziną

Piwo jako napój składający się głównie z wody, ziarna zbóż, drożdży i chmielu jest produktem naturalnym, szybko ulega strawieniu i jest dobrze przyswajalne przez organizm. Jego podstawowym składnikiem jest woda stanowiąca około 93% objętości. Dlatego często i chętnie spożywamy piwo podczas upałów w celu ugaszenia pragnienia. Jest to trunek, który towarzyszy nam podczas wielu spektakularnych imprez, takich jak mecze, koncerty, festyny. W pubach, restauracjach, klubach też często wybieramy piwo jako uzupełnienie spożywanych posiłków i przekąsek. Jest to trunek, który najczęściej pijemy w towarzystwie przyjaciół i znajomych (45,0%), a także w gronie rodzinnym (34,3%). Co ósmy badany (12,5%) deklaruje samotne spożycie, a co piętnasty (6,5%) wychodzi „na piwo” ze swoimi współpracownikami. Szczegółowe dane na temat tego z kim najchętniej idziemy na piwo ilustruje wykres 3.

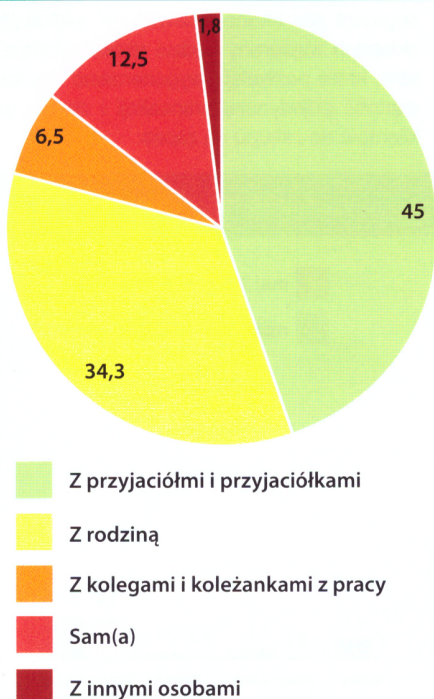
Branża piwowarska należy do jednej z dynamicznie rozwijających się gałęzi gospodarki. Przyczyną tego jest sukcesywny wzrost spożycia piwa będący efektem zmiany preferencji konsumentów częściej sięgających po alkohole słabsze. Dla znacznej części, bo aż dla dwóch trzecich konsumentów piwa (62,4%) przy wyborze marki ma znaczenie producent. Jak wynika z kolejnej tury naszego sondażu, pierwsze miejsce w rankingu na najpopularniejszych producentów piwa zajmuje Grupa Żywiec, której produkty za najlepsze uważa 65,2% respondentów. Kolejne pozycje zajmują również dwie duże grupy piwowarskie, Carlsberg Polska (32,4%) oraz Kompania Piwowarska (25,8%). Co czwarty sympatyk piwa wybiera produkty północno-wschodniego Browaru Łomża (21,5%). Wykres 4 prezentuje czterech najchętniej wybieranych producentów piwa.

Wykres 1. Skłonność do polecania marek piwa (%)

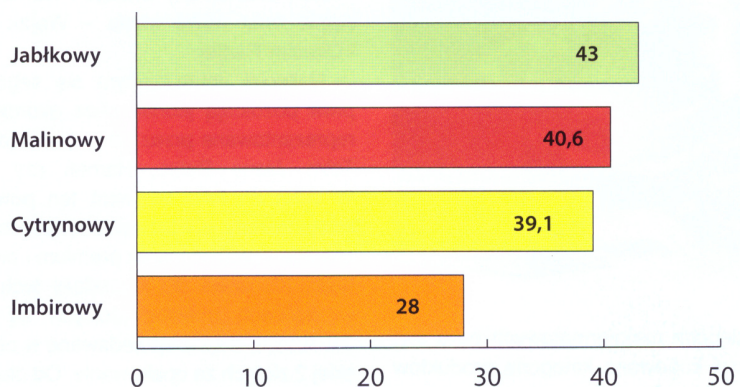


Kolejna XXX tura badań rynku napojów alkoholowych w Polsce została przeprowadzona przez Centrum Badań Marketingowych Indicator w I połowie grudnia 2012 r. Badaniu poddano reprezentatywną kwotową próbę dorosłych mieszkańców Polski liczącą 1000 osób. Badanie zostało przeprowadzone przy pomocy zestandaryzowanego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

Wykres 3. Z kim najchętniej Polacy lubią się spotkać przy piwie (%)



Wykres 2. Najczęściej spożywane smaki piwa aromatyzowanego (%)



Wykres 4. Najchętniej wybierani producenci piwa (%)

