

Zasmakuj w kolorach

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

Kolorowe wódki smakowe mają długą tradycję na polskim rynku napojów alkoholowych.

Kilkusetletnia historia wytwarzania wódek na ziemiach polskich powoduje, że właśnie w naszym kraju przechowywane są najstarsze europejskie tradycje przemysłu spirytusowego. Dzięki nim polska wódka należy do najlepszych i najbardziej cenionych na świecie. Wysoka pozycja tego alkoholu w strukturze światowego rynku jest wynikiem połączenia wielowiekowych tradycji, oryginalności receptur przekazywanych przez pokolenia mistrzów, a także stosowania alkoholu etylowego, produkowanego ze starannie wyselekcjonowanych zbóż i ziemniaków.

Pierwotnie słowo „wódka” dotyczyło wód leczniczych na bazie alkoholu, jednak od przełomu XV i XVI wieku oznaczało również mocny trunek alkoholowy, zwany także gorzałką. Dla współczesnego Polaka wódka jest tym, czym wino dla Francuza czy whisky dla Szkota. Od XV wieku, kiedy na terenach Polski zaczęto pędzić wódkę z żyta, popularność oraz spożycie tego trunku systematycznie rosło. Gdy nastąpiły zmiany ustroju państwowego, rozwinęła się gospodarka oraz handel, produkowano więcej zboża, a co za tym idzie – także i wódki. I tak spożywanie tego trunku stało się nieodłącznym elementem wszelkiego rodzaju biesiad, uroczystości, a także ważną częścią życia towarzyskiego. Nic zatem dziwnego, że wódka pełni do dziś istotną rolę w życiu dorosłego Polaka.

Pełne mocy, pełne koloru

Na przestrzeni wieków różnorodność i bogactwo wódek wciąż rosły i jest tak po dziś dzień. Na początku był to tylko wodny roztwór spirytusu etylowego, do którego z czasem zaczęto włączać różne składniki smakowo-zapachowe. Ponadto w dzisiejszych czasach dodaje się niekiedy różne

barwniki, które pomagają w osiągnięciu pożądanego koloru trunku. Wódki smakowe doskonale nadają się do picia bez dodatków, ale stanowią też ciekawy składnik wielu drinków ze względu na walory smakowe oraz wizualne.

Popularność wódek kolorowych rośnie w Polsce z roku na rok. Jak pokazuje najnowsza tura badań CBM Indicator, konsumenci deklarują znacznie częstszy zakup wódek kolorowych w 2012 roku niż w latach poprzednich. Analiza porównawcza wyników z minionych lat wskazuje, iż zainteresowanie tego typu trunkami systematycznie rośnie – można zaobserwować skok o ponad 7 punktów procentowych w odniesieniu do 2011 roku. Szczegółowe dane przedstawia wykres 1.

Smaki owocowe najpopularniejsze

Tak duży przyrost w deklaracjach konsumentów dotyczący zakupu wódek kolorowych może być skutkiem coraz bardziej różnorodnego rynku. Klienci mają do dyspozycji wciąż rosnący wybór rozmaitych marek oferujących coraz więcej wariantów smakowych. Smaki są najprzeróżniejsze: poczynając od ostrych, pikantnych, poprzez aromatyczne, wzbogacone nutami korzennymi, a skończywszy na nutach słodkich – owocowych i miodowych. Co trzeci badany wybiera smak cytrynowy (32%), a 22,9% respondentów preferuje smak żurawinowy. Czarna porzeczka (16,2%) oraz zioła (15,8%) to ulubione smaki co szóstego konsumenta wódek. Więcej danych prezentujemy w wykresie 2.

Żubrówka znów na topie

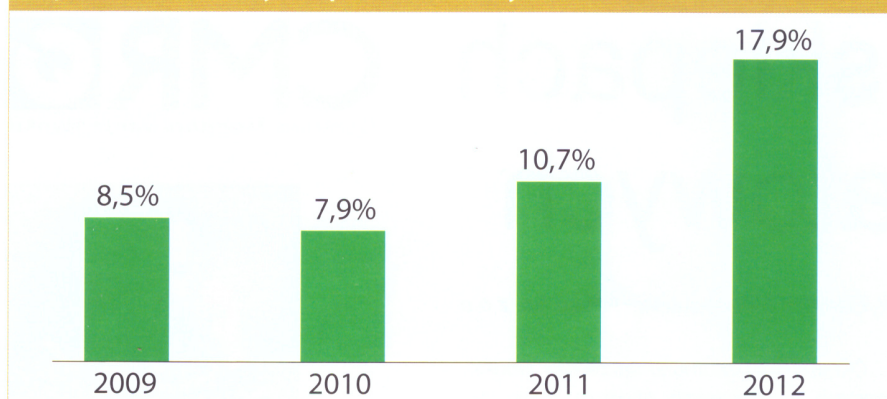
Żubrówka jest to mieszanka żytniego spirytusu oraz turówki wonnej – gatunku trawy, która rośnie w Puszczy Białowiejskiej. W każdej butelce tego trunku zamknięte jest jej żdzibto, dzięki któremu wód-

ka uzyskuje aromat, smak oraz żółtawy kolor. Ten trunek cieszył się popularnością już pośród polskiej szlachty. Po dziś dzień konsumenci pijący wódki smakowe najczęściej wybierają Żubrówkę (29,3%). Co piąty badany zaś wskazuje Finlandię (21,8%), która w swojej ofercie posiada kilka wariantów smakowych (np. limonka, czarna porzeczka czy przyprawy korzenne). Pośród najczęściej wybieranych marek wódek kolorowych na trzecim miejscu znajduje się Żołądkowa Gorzka – 17,9% respondentów gustuje w jej słodko-gorzkim smaku oraz korzennym aromacie. Szczegółowe dane znajdują się na wykresie 3.

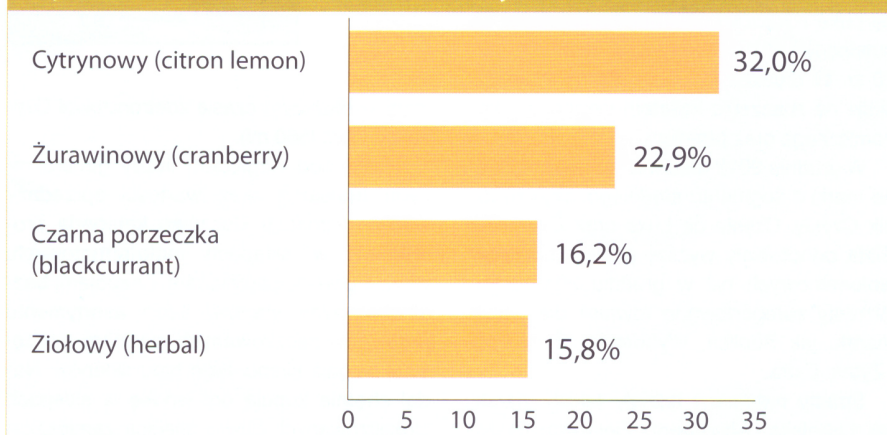
Ponad połowa konsumentów, wybierając markę wódek kolorowych, zwraca uwagę w pierwszej kolejności na wysoką jakość produktu (69,6%). Smak (63,0%) znajduje się na drugim miejscu, co nie powinno dziwić, gdy rozpatrujemy zakup wódek smakowych. Dla połowy konsumentów atrakcyjna cena (50,0%) ma znaczenie przy wyborze marki. Co trzeci respondent, sięgając w sklepie po kolorowy trunek, kieruje się przyzwyczajeniem (37,0%) oraz opinią znajomych (32,6%). Dane te ilustruje wykres 4.

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.

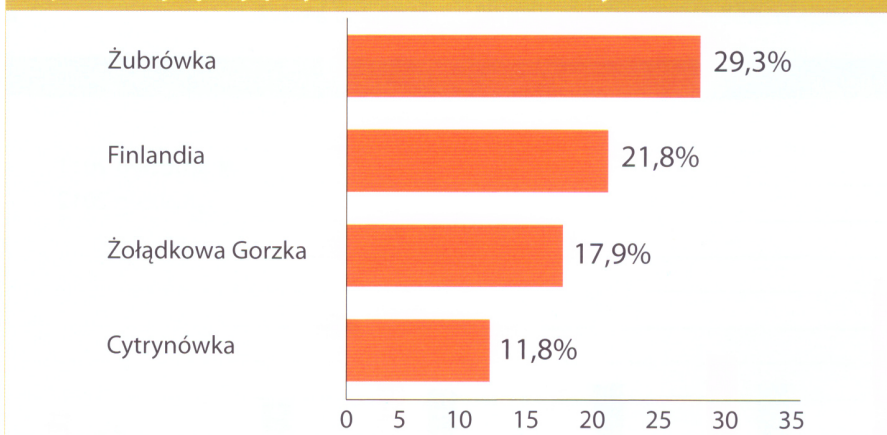
Wykres 1. Deklarowany zakup wódek kolorowych w latach 2009 - 2012.



Wykres 2. Preferowane smaki wódek kolorowych.



Wykres 3. Najczęściej spożywane marki wódek kolorowych.



Wykres 4. Czynniki wpływające na zakup danej marki wódek kolorowych.

