

TLAČOVÁ SPRÁVA

Bratislava 5. október 2018

Nároky na potraviny rastú. Slováci dnes už viac dbajú na kvalitu a zloženie potravín

Slováci zmenili za posledných 25 rokov svoje zmýšľanie pri nákupe potravín. Kým pred štvrtstoročím sme v obchodoch potraviny vôbec hľadali a najdôležitejším kritériom bola cena, dnes na prvé miesto dávame kvalitu a zloženie potravín. Zdravé, bio, racio a špeciálne potraviny pre zákazníkov s potravinovou intoleranciou. Tieto druhy potravín zaznamenali od 90-tych rokov výrazný nárast v našich košíkoch. Slovákom jednoducho dnes viac záleží na tom, aby jedli zdravšie a hodnotnejšie, vyplýva z prieskumu zmien nákupného správania za posledných 25 rokov, ktorý pre BILLA pripravila spoločnosť 2muse na vzorke 1 009 respondentov.

Najradšej máme výrobky z mlieka

Prieskum odkryl, že denne najčastejšie kupujeme mliečne výrobky, chlieb, pečivo, ovocie a zeleninu. V nákupných košíkoch nechýbajú ani mäsové výrobky a vajcia. Niečo viac ako tretina opýtaných berie dodržiavanie pitného režimu vážne a pravidelne nakupuje aj nealkoholické nápoje. *„Trendy v nákupných zvyklostiach sme premietli aj do našich predajní. Už pri vstupe zákazníkov privíta čerstvé ovocie a zelenina, za ktorým nasleduje oddelenie chleba a pečiva. Súčasťou mnohých predajní je mäsový pult s vlastným mäsiarom. V najbližšom období sa budeme sústreďovať na ich rozšírenie na ďalšie predajne. Rovnako tak naše plány zahŕňajú rozšírenie teplých pultov. Ich obľúbenosť z roka na rok rastie a my chceme zákazníkom ponúknuť rozšírený sortiment o rôzne druhy mäsitých i bezmäsitých pokrmov a polievok,“* hovorí výkonná riaditeľka BILLA, s.r.o. Albena Georgieva. Ako ďalej dodáva, BILLA zvýšila za posledných päť rokov podiel čerstvého sortimentu o 5 %.

Pristupujú k svojmu zdraviu rovnako zodpovedne ženy i muži? *„Sú to práve ženy, ktoré venujú väčšiu pozornosť tomu, čo si v obchode vyberú. Okrem bežných potravín siahnu aj výrazne častejšie po zdravých produktoch, bio výrobkoch a potravinách bez lepku a laktózy,“* vysvetľuje Eva Savinová z prieskumnej agentúry 2muse. *„Slováci medzi 46 až 55 rokov zas najviac kupujú kávu,“* dodáva E. Savinová.

Prieskum ukázal, že až 43 % opýtaných Slovákov zájde denne alebo takmer denne do obchodu doplniť svoje zásoby a minie menej ako 10 €. Ďalších 43 % tak urobí 2 až 3-krát týždenne, pričom priemerná suma jedného nákupu sa pohybuje okolo 22 €.



Aj potraviny sú dostupnejšie, aj my žijeme inak

Bio produkty, zdravé produkty či potraviny vhodné pre ľudí s rôznymi intoleranciami – to je zoznam potravín, ktoré dnes nakupujeme častejšie ako v 90-tych rokoch. Medzi favoritov sa dostalo aj ovocie, zelenina a slané pochutiny. Každý tretí Slovák si zahrňa do tejto kategórie aj mliečne výrobky, kuracie mäso a ryby. Tento trend odôvodňujeme tým, že v minulosti neboli tieto produkty fyzicky dostupné na pultoch predajní. „V 90-tych rokoch sa nedalo nakúpiť všetko ako teraz. Boli sme radi, ak sme dostali mäso, zeleninu a jablká. Pomaranč, banán a podobné vymoženosti neboli,“ vysvetľuje jeden z respondentov. Rôznorodosť nášho nákupného košíka je však spôsobená aj tým, že sa náš životný štýl za posledných 25 rokov výrazne zmenil.

Dôležitá je pre nás kvalita a zloženie, ale vyberáme aj podľa ceny a lokálnej výroby

Až tretina Slovákov si myslí, že sme sa v minulosti rozhodovali na základe ceny tej ktorej potraviny a až potom sme prihliadali na ich kvalitu. Dnes sme však ako spotrebitelia náročnejší a v potravinách hľadáme už aj niečo viac ako iba výhodnú kúpu. Aj keď cena hrá stále dôležitú úlohu, na prvé miesto kladieme kvalitu potravín.

Čím ďalej, tým viac sa u nás prejavuje aj potravinový lokálpatriotizmus, samozrejme za predpokladu konkurencieschopnej ceny a očakávanej kvality. Viac ako 10 % z nás radšej podporí domácu ekonomiku a vyberie si výrobok od slovenských dodávateľov.

Do nášho nákupného správania sa pomaly začína vkrádať aj ekologické svedomie. Síce je naše „eco friendly“ rozmýšľanie iba na miernom vzostupe, začíname si všímať aj také veci ako napríklad balenie potravín šetrné k prírode. Predovšetkým si však nosíme do obchodov svoje vlastné nákupné tašky.



Nakupujeme viac, ale chceme zároveň aj ušetriť

Nákupné správanie nie je len o tom po akých potravinách v obchode siahneme. Dôležité je aj akým spôsobom nakupujeme. Kladieme stále veľký dôraz na to, ako a kde ušetriť a vyhľadávame akciový tovar či „študujeme“ letáky.

„Nákupné správanie ľudí je niekedy poriadna alchémia, a to nehovorím iba o Slovákoch. Našou úlohou je zmeny v správaní zachytiť alebo predvídať a vhodne na ne reagovať. Preferencia kvality a čerstvosti je spojená s trendom zdravšieho životného štýlu. Vo všeobecnosti obľubujú ovocie a zeleninu od našich domácich pestovateľov a mäso od slovenských farmárov, ktoré v Bille predávame pod značkou Slovenská farma,“ dopĺňa riaditeľka a dodáva, že jednou z odpovedí na zákaznícky dopyt je aj rozširovanie privátnych značiek, ktoré ponúkajú kvalitu pre každého. Predaj privátnych značiek tvorí viac ako 18 % z celkového obratu spoločnosti.

*Prieskum bol realizovaný prieskumovou agentúrou 2muse na reprezentatívnej vzorke 1 009 respondentov v termíne od 5. do 10. septembra 2018.

O spoločnosti

Spoločnosť BILLA, s.r.o., ktorá je súčasťou REWE International AG, pôsobí na Slovensku od roku 1993. Je lídrom v segmente supermarketov. V súčasnosti ich prevádzkuje 150 a zamestnáva viac ako 4 000 pracovníkov. V supermarketoch priemernej rozlohy 900 m² BILLA ponúka široký sortiment značiek, vrátane vlastných aj diskontných. Dominantnými medzi vlastnými značkami cenovo výhodné produkty Clever, výrobky pod značkou BILLA, organické produkty BILLA Naše bio a domáca Slovenská farma. Rovnako dôležitý je v ponuke podiel čerstvých produktov v oblasti lahôdok, pečiva, ovocia, zeleniny a mliečnych výrobkov.

Kontakt pre médiá:

Ing. Kvetoslava Kirchnerová, hovorca spoločnosti BILLA

BILLA s.r.o., Bajkalská 19/A , 821 02 Bratislava

e-mail: k.kirchnerova@billa.sk
