

Výzkum ČSOB: Očekávání firem v indikativních oborech – nealkoholické nápoje

V Praze, dne 23. června 2014

Zpracovatel: Datank s.r.o.



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



ANALÝZA STAVU A OČEKÁVÁNÍ V OBORU PRODEJE NEALKOHOLICKÝCH NÁPOJŮ

Resumé

Ve čtvrtém reprezentativním šetření ČSOB, které sleduje nálady a očekávání mezi malými a středními firmami, jsme spojili s šetřením současné situace na trhu prodeje nealkoholických nápojů. I zde se, stejně jako v kvantitativním šetření, odráží vyšší míra optimismu.

Trh s nealkoholickými nápoji zaznamenal v druhé polovině devadesátých let minulého století strmý vzestup, ale stejně jako mnohá jiná odvětví byl zasažen ekonomickým oslabením. Pokles poptávky nebyl způsoben pouze snahou domácností ušetřit na zbytném zboží, ale i změnou postojů či rostoucí popularitou konzumace kohoutkové vody. To se promítlo do propadů prodeje sodových sladkých nápojů, balených stolních vod a zároveň nárůstu prodeje sirupů či zařízení na výrobu nápojů z kohoutkové vody. Prodej sirupů pravděpodobně dosáhl vrcholu a zvyšuje se opět poptávka po džusech.

Trh s nealkoholickými nápoji nelze vnímat jako celek, ale jako oblast, kde se prodej jednotlivých druhů nápojů vyvíjí na jedné straně podle aktuálních požadavků zákazníků podle ročního období, trendů či ochoty utrácet za zbytné zboží. Na straně druhé se prodej některých druhů nealkoholických nápojů mění v důsledku prodeje jiných nealkoholických nápojů.

Prodej nealkoholických nápojů se nerealizuje jen v maloobchodní síti, ale i v restauracích, kavárnách a hotelích. Návštěvnost těchto zařízení pak ovlivňuje i tržby výrobců nealkoholických nápojů. Prodejnost nealkoholických nápojů v restauracích však ovlivňuje i cenová politika pivovarů a nastavení marží za prodej piva v pohostinství.

Novým zajímavým trhem se ukazuje skupina konzumentů narozených v letech 2005 až 2010, která je početně velmi silná a začíná chodit do mateřské či základní školy. Necelých sedm set tisíc dětí,



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



kterou budou brzy rozhodovat o složení svačiny do školy či na výlety, působí na současné marketéry jako velká výzva. Prostorem pro inovace jsou i nápoje podporující zdravý životní styl, jako jsou buď současné nápoje bez konzervantů a sladidel, či nápoje založené na čerstvosti.

Členění trhu nealkoholických nápojů

Cílem této analýzy je popsání změn a trendů na trhu nealkoholických nápojů, jejichž základem je voda. Další a neméně zajímavé nealkoholické nápoje, které pocházejí z mlékárenského odvětví (mléko, kefírové a jogurtové nápoje apod.) či jsou součástí pivního průmyslu (nealkoholické pivo), jsou v této analýze uváděny jen okrajově.

Nealkoholické nápoje můžeme rozdělit na **stolní vody, minerální vody, limonády a sodové nápoje (tzv. koly), džusy a nektary, sirupy a šťávy či studené čaje**. Specifikem jsou energetické nápoje a sortiment na přípravu kávy a čajů.

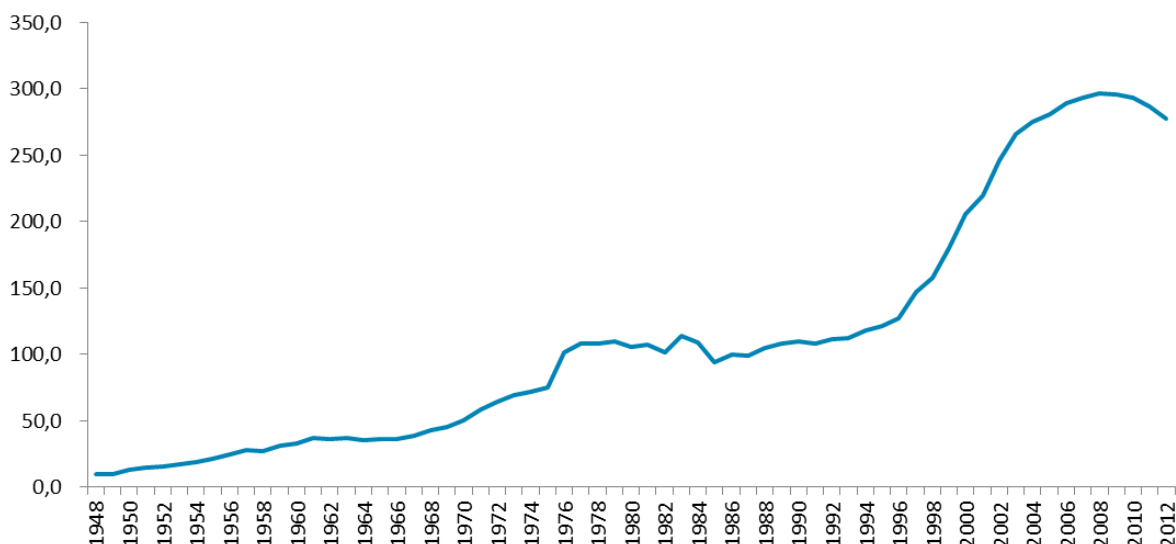
Trh s nealkoholickými nápoji je z lidské podstaty jedním z nejstarších segmentů na světě, a to bez rozdílu kontinentu či kultury. Specifikem naší lokality je dostupnost vodních zdrojů (Česká republika je pramennou oblastí a je nazývána střechou Evropy), proto se zde trh s pitnou vodou nikdy nerozvinul. **Dobrá dostupnost vody a částečně i mléka tak vytvořily z nealkoholických nápojů zboží, které je zbytné.**



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



Spotřeba nealkoholických nápojů v letech 1948 - 2012 (litr/osoba)



Graf 1: Spotřeba nealkoholických nápojů v letech 1948 - 2012¹

Graf č. 1 ukazuje, jak se od roku 1948 vyvíjela spotřeba, která je úzce spojena s ochotou obyvatel platit za nealkoholické nápoje. **Za více než šest desítek let se jeho spotřeba zvýšila skoro třicetkrát. Po plynulém růstu padesátých a šedesátých let spotřeba akcelerovala v letech sedmdesátých a pak v druhé polovině 90. let.** V uvedeném období nerostl pouze prodej nealkoholických nápojů, ale i ostatních nápojů, nicméně ne tak dramaticky jako prodej vod, džusů a limonád. Prodej piv se zvýšil na dvojnásobek, vína trojnásobek, čaje pětinasobek a kávy se prodává dokonce sedmnáctkrát více. Avšak prodej konzumního mléka klesl od roku 1970, odkdy se prodej mléka statisticky sleduje, o 47 %². **Je tak patrné, že nealkoholické nápoje jsou jedním z fenoménů poválečného stravování.**

¹ Český statistický úřad

² Český statistický úřad



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



Kdo na trhu s nealkem vede

Obliba jednotlivých druhů nealkoholických nápojů se liší podle věku zákazníků, životního stylu, počasí apod. **Proto se jednotliví výrobci snaží do svého výrobního programu zahrnout co nejvíce druhů nealkoholických nápojů tak, aby pokryli celý trh a zároveň se vyvarovali výkyvům v prodeji jednotlivých druhů nealka.** Tak např. společnost Coca-Cola Company nabízí vedle svého nejprodávanějšího nealkoholického nápoje na světě stolní vodu Bonaqua, limonády Fanta, džusy Cappy apod. Společnost PepsiCo si pro jednotlivé trhy vybrala odlišnou strategii, a tou byl nákup zavedených lokálních značek nealkoholických nápojů. Na českém trhu sice stále PepsiCo nabízí globální značky jako je Mirinda či Lipton, pod křídly světové dvojky se však nachází i džusy a stolní vody značky Toma. Specifikem českého trhu je, že se mezi světovou jedničku a dvojku v kolových nápojích vmísila česká společnost Kofola. I ta si, aby obstála v konkurenčním boji, vybrala specifickou cestu. Kofola nešla cestou skupováním zavedených značek, ale oživením značek nápojů, které byly populární před rokem 1989. Výroba Kofoly byla obnovena v roce 1998, Top Topic v roce 2000, v roce 2010 se na český trh vrátila Vinea. Kofola však uvedla na trh i své vlastní značky, jako jsou sirupy Jupí či stolní vody Rajec.

Tabulka č. 1 znázorňuje vývoj tržeb jednotlivých prodejců nealkoholických nápojů. Jedničkou na českém trhu je stále výrobce Coca-Coly, dvojkou výrobce Mattoni, Aquily a Magnesie, trojkou je Kofola.



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



Tržby významných výrobců nealkoholických nápojů 2007 - 2012 v mld. Kč

	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Coca-Cola HBC Česká republika, s.r.o.	6,91	6,56	6,50	6,23	5,99	5,98
Karlovarské minerální vody a.s.	3,34	3,52	3,14	3,02	3,08	3,07
Kofola a.s.	2,91	2,92	2,56	2,40	2,39	2,56
PEPSICO CZ s.r.o.	3,30	2,76	2,43	2,15	1,92	1,74
Poděbradka, a.s.	0,88	0,81	1,39	1,32	1,38	1,31
VESETA spol. s r.o.	0,79	0,88	1,03	0,94	0,91	0,98
LINEA NIVNICE, a.s.	1,08	1,06	0,95	0,82	0,96	0,93
MASPEX Czech s.r.o.	0,69	0,65	0,59	0,58	0,61	0,57
Karlovarská Korunní s.r.o.	0,51	0,49	0,57	0,54	0,52	0,53
Celkem	20,41	19,65	19,17	18,01	17,77	17,66
Fast ČR a.s.	3,90	4,49	5,04	5,31	5,89	6,27

Tabulka 1: Tržby významných výrobců nealkoholických nápojů³

Pozoruhodný je růst společnosti Fast ČR, jejíž hospodářské výsledky nelze s výrobcí nealkoholických nápojů porovnávat, protože žádné nápoje nevyrábí. Fast ČR distribuuje výrobní zařízení značky SodaStream, které trh s nealkoholickými nápoji ovlivňuje. Přidanou hodnotou SodaStreamu je široká paleta příchutí a především možnost sycení kohoutkové vody. **Rostoucí tržby společnosti Fast ČR jsou tak v rozporu s domněnkou, že rostoucí obliba kohoutkové vody na úkor prodeje nealkoholických nápojů je důsledkem ekonomické krize.** Zakoupení samotného výrobníku není levné a třetinka nápoje vyjde na necelých 5 Kč.

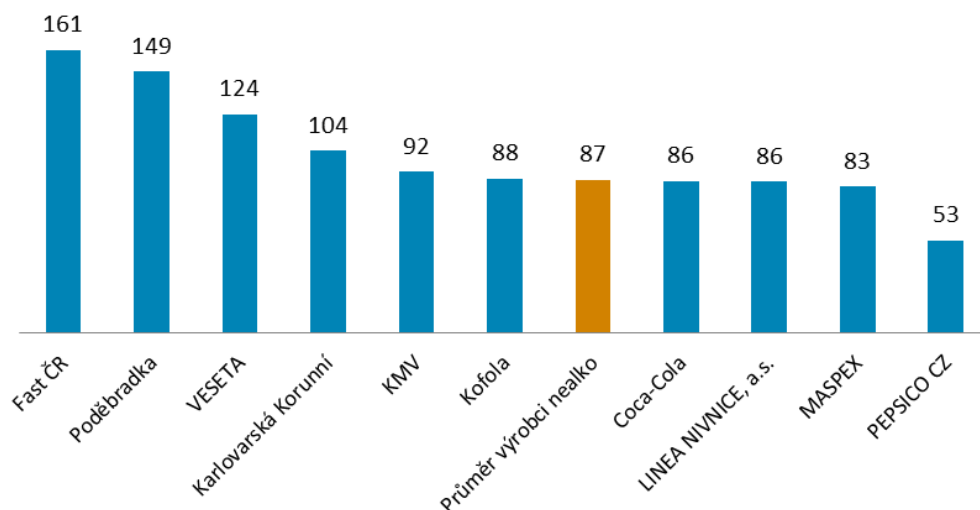
³ VZZ dostupné v obchodním rejstříku



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



Podíl tržeb v roce 2012 k roku 2007 v %



Graf 2: Podíl tržeb v roce 2012 k roku 2007 v %

Z tabulky ukazující porovnání tržeb největších hráčů na trhu je zřejmé, že jejich průměrné tržby neustále klesaly a v roce 2012 byly ve srovnání s rokem 2007 o třináct procent nižší. Prodejce zařízení SodaStream není do průměru tržeb výrobců nealkoholických nápojů započten, ale i tak lze **s nárůstem o více než 60 % považovat společnost Fast ČR za vítěze období ekonomické recese.** Poděbradka, která je součástí Karlovarských minerálních vod od roku 2006, zaznamenala významný meziroční růst v roce 2009, a to o více než 70 %. Oproti roku 2007 tak Poděbradka vyrostla skoro o polovinu. Na předkrizovou úroveň se dostali i výrobci minerální vody Korunní. Karlovarské minerální vody mají ve srovnání s rokem 2007 tržby o 8 % nižší, ostatní výrobci se pohybují v pásmu propadu od deseti do dvaceti procent. Nejhuře dopadla společnost PepsiCo, které klesly tržby ve sledovaném období skoro na polovinu.

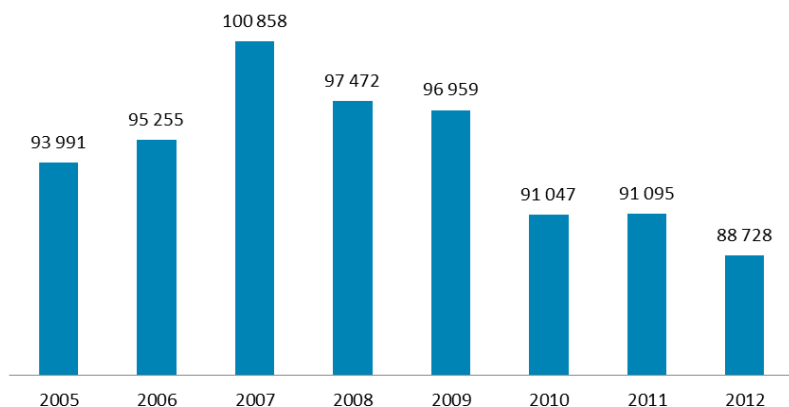
Podle Tomáše Konvaliny z Podorlické sodovkárny lidé, aby ušetřili, nakupují v supermarketech a oslabují tak nezávislý prodej. Prodej nealka však není ovlivněn jen maloobchodem, ale i prodejem v hotelích, restauracích a kavárnách. **Oblast gastronomie je pro některé výrobce velmi důležitým prodejním kanálem, pokud se nedohodnou s řetězci, nemají ve skutečnosti kde jinde prodávat.**



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



Tržby v pohostinství a stravování v mil. Kč



Graf 3: Tržby v pohostinství a stravování v mil. Kč⁴

Graf s tržbami v segmentu gastru však ukazuje, že **ekonomický propad zaznamenaly i restaurace a kavárny. Do úrovně tržeb z roku 2007, kam se vedle nealka započítává i prodej alkoholických nápojů a jídel, chybělo v roce 2012 ještě 12 %.** Lze usuzovat, že za poklesem prodeje jídel následuje v pohostinství i pokles prodeje nealka. Navíc jsou zde nealkoholické nápoje v porovnání s cenou piva ve výrazné nevýhodě. Lze proto bez nadsázky říci, že řidič je v restauraci velmi rychle rozeznatelný. „Dlouhodobě říkáme, že kanál gastro je velmi důležitý. Chceme se na něj zaměřit, abychom vyvážili sílu velkých retailových řetězců, která je extrémní. Gastro kanál v současné chvíli vykazuje mírné zlepšení z hlediska spotřeby a to je signál, že se daří trochu lépe a na zábavu a utrácení mimo domov zbývá více, než dřív,“ říká obchodní ředitel Kofoly Marián Šefčovič.

Jak se prodává nealko

Většina výrobců i prodejců v současnosti zaznamenává příjemné změny v prodejkách. Podle obchodního ředitele společnosti Kofola Máriána Šefčoviče má trh to nejhorší za sebou: „Od začátku roku máme důvod pro mírný optimismus. Zastavil se propad spotřeby oproti posledním dvěma letům,

⁴ Český statistický úřad



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



spotřeba sice nijak neroste, ale ani neklesá. Růst spotřeby tak bude mírně pozitivní.“ Jan Vokurka ze společnosti Kitl, která vyrábí sirupy, je konkrétnější: *„Za zlepšením stojí lepší počasí i větší důvěra v ekonomiku.“* Stejně tak hlásí oživení i výrobci minerálních vod: *„U našich největších členů se jedná o nárůst v prodeji balených minerálních vod v posledních čtyřech měsících až o 5%,“* říká Jana Ježková ze Svazu minerálních vod. Obchodní a marketingový ředitel společnosti Pfanner Lukáš Krůta taktéž připouští růst prodeje, bohužel se obává, že na výsledcích firmy se to příliš neprojeví. ***„Zaznamenáváme sice nárůst prodeje, ale jakožto dovozcům nám kazí ekonomická čísla měnový zásah centrální banky.“*** Mírně skeptičtější jsou prodejci, nicméně i oni vidí světlo na konci tunelu. Podle Aleše Mrůzka, který má na starosti v síti obchodů Globus nealkoholické nápoje, *„současná ekonomická situace příliš nenahrává tomu, aby docházelo k výraznějšímu zvyšování spotřeby a prodejů nealko nápojů. Celkově trh velmi mírně klesá.“* Aleš Mrůzek však dodává, že *„trh nealkoholických nápojů potenciál má.“* Podle Jiřího Marečka z Tesca není situace v britském řetězci o moc lepší: *„Posledním zjištěním ČSÚ o poklesu prodejů balených vod a sycených nápojů odpovídají i naše data, nicméně v poslední době se prodeje kategorie stabilizovaly.“* Podle Jiřího Marečka panuje u zákazníků v oblasti nealkoholických nápojů vysoká citlivost na cenu. *„Proto stále větší část spotřebitelů upřednostňuje nealkoholické nápoje prodávané pod privátní značkou. Přizpůsobili jsme se poptávce zákazníků a rozšířili jsme naši nabídku o více než dvacet výrobků vlastní značky z kategorie ochucených i neochucených vod.“* Výrazné zvýšení prodeje nealkoholických nápojů, pokud jsou nabídnuty ve slevové akci, potvrzuje i Aleš Mrůzek z Globusu. *„V současnosti je více než polovina džusů, které prodáme, nabízena v řetězcích ve slevě,“* dodává Lukáš Krůta ze společnosti Pfanner.

Celkově trh s nealkem roste a klesá podle toho, jak se zvyšuje či klesá prodej jednotlivých druhů nealkoholických nápojů. Server www.vodarenstvi.cz zveřejnil na svém webu podrobné statistiky, u kterých je uveden zdroj Svaz výrobců nealkoholických nápojů. Ten se však slovy svého výkonného tajemníka Zdeňka Humla – v důsledku nepříznivé situace na trhu - od statistik distancoval. Správnost dat však nepopřel. I přesto, že poslední aktuální údaj je z roku 2011, lze z tabulky č. 2 vysledovat základní trendy. Data Českého statistického úřadu nabízí sice mnohem jednodušší rozdělení jednotlivých druhů nealkoholických nápojů, data jsou však přepočtena na obyvatele a jsou aktuálnější. Oba datové výstupy se však liší – podle serveru www.vodarenstvi.cz klesá spotřeba



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



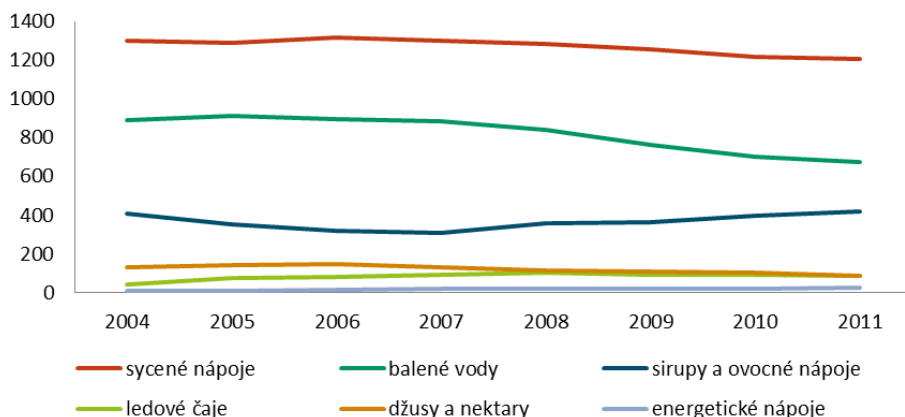
nealkoholických nápojů v celém sledovaném období, kdežto podle Českého statistického úřadu začala spotřeba klesat až v roce 2009.

Spotřeba nealkoholických nápojů podle jednotlivých druhů 2004 - 2011 (v mil. litrech)

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
nealko. nápoje celkem	2800	2796	2793	2755	2743	2621	2552	2507
sycené nápoje	1301	1289	1319	1299	1284	1254	1219	1204
balené vody	888	912	894	886	842	765	700	672
sirupy a ovocné nápoje	408	350	316	307	358	364	398	418
ledové čaje	43	72	81	91	103	91	89	84
džusy a nektary	128	140	149	132	112	107	104	87
energetické nápoje	7	9	11	17	20	18	21	24

Tabulka 2: Spotřeba nealkoholických nápojů podle jednotlivých druhů 2004 – 2011⁵

Spotřeba nealkoholických nápojů podle jednotlivých druhů 2004 - 2011 (v mil. litrech)



Graf 4: Spotřeba nealkoholických nápojů podle jednotlivých druhů 2004 - 2011

⁵ Server www.vodarenstvi.cz U dat je uveden zdroj Svaz výrobců nealkoholických nápojů



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



Spotřeba nealkoholických nápojů v litrech na obyvatele za rok

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Minerální vody	63	64	66	67	68	67	66	65	63
Sodové vody	35	35	36	37	37	37	38	38	35
Limonády	101	104	107	108	109	109	110	106	104
Ostatní nápoje	76	78	80	81	83	83	79	78	76
Celkem	275	281	289	293	297	296	293	287	278

Tabulka 3: Spotřeba nealkoholických nápojů v litrech na obyvatele v letech 2004 - 2012⁶

Od roku 2007 trvale klesá spotřeba balených vod, sycených nápojů i džusů a od roku 2009 klesá prodej ledových čajů. Naopak od roku 2008 roste prodej sirupů a od začátku sledování akceleruje prodej energetických nápojů. Jejich prodej se ve sledovaném období dokonce zvýšil tři a půl krát.

Podle ČSÚ začal klesat prodej minerálních vod až od roku 2009, limonád (tedy sycených ovocných a kolových nápojů) od roku 2011 a sodových vod (balených stolních vod) až od roku 2012. Nicméně bez ohledu na to, zda se jedná o výrobce či prodejce, se všichni shodují, že pokles prodeje nealkoholických nápojů je výslednicí několika na sobě nezávislých trendů:

- 1) **V důsledku hospodářského oslabení Česka nízká ochota za nealkoholické nápoje platit.** „Posledních pět let jsou lidé velmi vystrašení a šetří na zbytném zboží, což nealko bezesporu je,“ vysvětluje Lukáš Krůta ze společnosti Pfanner.
- 2) **Rostoucí obliba konzumace kohoutkové vody.** Podle společnosti Veolia Voda Česká republika, která realizuje kampaň „Čerstvá kohoutková? Stačí říct!“ 85 % respondentů považuje kvalitu vody z vodovodu v ČR za celkově dobrou a 44 % lidí si myslí, že kvalita balené vody a vody z vodovodu je stejná. Podle stejného průzkumu si 39 % lidí myslí, že balená voda je kvalitnější. Kampaň byla namířena nejen na užívání kohoutkové vody v domácnosti, ale i na restaurace – podle kampaně má dobrá restaurace kohoutkovou vodu nabízet. Podle Aleše Mrůzka je trend k návratu ke kohoutkové vodě patrný již pět až sedm let

⁶ Český statistický úřad



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



a navazuje tak na oblíbené užívání výrobníků domácích sycených limonád (dříve sifonů). Ostatně na stejném principu je založeno i zařízení SodaStream.

- 3) **Zvyšující se zájem o kvalitu potravin a stravování.** Lukáš Krůta ze společnosti Pfanner si všímá, že „více lidé zjišťují, co pijí. Zjišťují si složení, což jde vidět hlavně u matek. Příklon ke zdravějšímu životnímu stylu se například projevila odklonem od broskvového a citrónového čaje, ale neklesl prodej studeného zeleného čaje, protože je považován za víc čajový a ne jako slazená šťáva.“ Předsedkyně Svazu minerálních vod Jana Ježková k tomu dodává: „Dlouhodobým trendem v chování zákazníků je fakt, že se stále více zajímají o zdravý životní styl, což ovlivňuje i jejich preference. Více přemýšlejí o tom, co jedí a co pijí, čtou složení produktů na etiketách a zajímají se o benefity, který jim ten či onen produkt přináší.“ Zájem o kvalitu však může být podle Aleše Mrůzka z Globusu obchodní příležitost: „Zákazník více spoří, snaží se využívat akční nabídku, ale na druhou stranu se snaží kupovat zdravější a hodnotnější produkty, za které je ochoten si připlatit.“

Jakým směrem nahnout plachty

„Ohroženým druhem nealkoholického nápoje jsou stolní a pramenité balené vody, které se stávají ve srovnání s dostupností kvalitní kohoutkové vody zbytným zbožím,“ říká Jan Vokurka, jednatel výrobce sirupů Kittl. Tomu odpovídá i průměrný odhad meziročního poklesu balených vod okolo deseti procent. Ne všichni ale považují balenou vodu za zbytečnost, protože stolní vody neobsahují chlór či případný zápach. **„Řetězce společně s dodavateli budou zákazníkům vysvětlovat, jaká je přidaná hodnota balených vod. Edukace bude prezentována přímo na prodejnách,“** říká Aleš Mrůzek ze společnosti Globus.

U minerálních vod je situace mírně odlišná a podle Jany Ježkové ze Svazu minerálních vod dochází k růstu prodeje a v posledních čtyřech měsících dokonce až o pět procent. **„Zákazníci vnímají přidanou hodnotu minerálních vod, jako je doplnění vzácných minerálů. Proto pevně věříme, že požadavky na kvalitu se budou u zákazníků stále stupňovat.“**



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



V limonádách a kolových nápojích je zřetelná citlivost na cenu. „**Limonády se dostaly do stavu, kdy zákazník čeká převážně na akční nabídku a snaží se šetřit třicet až čtyřicet procent z hodnoty,**“ říká Aleš Mrůzek z Globusu. Nejvíce se prodávají nápoje v tradiční verzi, light verze bez cukru a sladidel má prodej podstatně nižší. „**Nejvíce klesají neznačkové kolové nápoje, značkové se drží,**“ dodává Aleš Mrůzek. Jiný pohled nabízí Tomáš Konvalina z Podorlické sodovkárny: „**U limonád je ale těžké vysledovat trend, prodej roste a padá s počasím.**“ I tak ale v Podorlické sodovkárně reflektují deseti procentní nárůst prodeje. „**Obyčejné kolové nápoje mají pokles a poslední tři až čtyři roky roste poptávka po malinovce,**“ dodává. Ostatně fenomén rozšíření točené malinovky v restauracích lze považovat za jeden z projevů retro nostalgie. „**Celkově je rok 2014 rokem malinové příchutě,**“ potvrzuje Aleš Mrůzek z Globusu.

Podle prodejců mají ledové čaje špičku spotřeby za sebou a dodavatelé budou muset přijít s nějakou inovací, aby udrželi prodej ledových čajů. Zda to nakonec bude nová příchut', obal či např. syčení, ukážou v budoucnosti preference zákazníků. Podle prodejců pravděpodobně klesá prodej ledových čajů na úkor vyššího prodeje džusů.

Velmi slibnou oblastí trhu jsou dětská pitíčka. V roce 2008 se narodilo od roku 1993 nejvíce dětí a z předchozí stoupající demografické vlny se tato skupina přesouvá z věkové skupiny nula až pět do skupiny pět až deset. Tyto děti budou brzy o svých útratách na výletech a ve škole rozhodovat samy. Dětská pitíčka jsou však sortimentem, který není statisticky sledovaný, protože někdy může mít formu dětského džusu, někdy studeného čaje a někdy formu dětského kolového nápoje. Nicméně **meziroční růst dětských nápojů se pohybuje ve dvouciferných číslech.**

Zajímavou kategorií jsou džusy, kde je jedničkou na trhu společnost Maspex se značkou Relax. Podle Lukáše Krůty ze společnosti Pfanner dochází na trhu s džusy oživení, ale vedle již zmiňovaného oslabení měny snižují rentabilitu i rostoucí vstupy na straně výrobců. Tomáš Konvalina z Podorlické sodovkárny dodává, že **meziroční růst u džusů a moštů je kolem pěti procent.** Celkově jsou však spotřebitelé konzervativní, až 80 % veškerých prodejů džusů tvoří pomerančové, jablečné a multivitaminové džusy. Prodejnost džusů vnímá Jan Vokurka ze sirupárny Kitl: „*Džusy v papírových krabicích patří podle mého názoru mezi nejohroženější nápoje, vnímám je jako relikt z 80. let.*“



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



Jednou z cest může být příklon k fresh džusům, domácí tvorbě džusů či v prodeji džusů ve skle. Sklo sice není uživatelsky komfortním materiálem, ale stejně jako v prodeji mléka či jogurtů sklo evokuje vyšší spotřebitelskou hodnotu.

Velmi zajímavou oblastí prodeje nealkoholických nápojů jsou sirupy. *„Lidé nekupují balené vody a nahrazují je vodou z kohoutku, kterou míchají se sirupem,“* komentuje situaci Tomáš Konvalina z Podorlické sodovkárny. **Podle prodejců se prodej sirupů po několikaletém růstu ale zastavil.** *„Může to být určitou nasyceností trhu, ale i další změnou trendu posledního roku, kdy začala růst spotřeba džusů. Domnívám se, že zákazník začal více využívat ředění džusů s vodou namísto varianty sirupu a kohoutkové vody,“* říká Aleš Mrůzek z Globusu. Na podobném konceptu je založena i novinka Mattoni Schorle, která je z poloviny tvořena ovocnou šťávou a z druhé poloviny perlivou minerální vodou. Jan Vokurka, který založil společnost na výrobu sirupů Kitl, má za to, že nárůst prodeje sirupů nemusí být spojen s přáním ušetřit, ale je důsledkem mnoha marketingových kampaní: **„Spousta výrobců se na sirupy zaměřila, dokonce i tradiční výrobci potravin jako Hamé či Podravka, kteří se na nápoje nespecializují, uvedli na trh sirupy. Prostě celý trh byl přesvědčován, aby si koupil sirup, nemusel to být nedostatek peněz.“**

Ve sledovaném období jsou nejrychleji rostoucím trhem energetické nápoje. Na ně vsadil i Dominik Hašek se značkou Smarty poté, co neuspěl na trhu se sportovním oblečením. V roce 2011 koupila společnost Kofola firmu Pinelli, která vyráběla nápoje Semtex a vyrovnala se tak Coca-Cole s jejím nápojem Burn či společnosti PepsiCo s nápojem Rockstar Energy. Vlastní energetický nápoj Tiger má i společnost Maspex, která vyrábí džusy Relax. **„Prodej energy drinků roste. Uvědomují si to i výrobci, kdy nabídka různých nových značek energetických nápojů je jedna z nejvyšších z celého portfolia nealka.“** říká Aleš Mrůzek ze společnosti Globus. Podle Lukáše Krůty ze společnosti Pfanner stojí za rostoucím prodejem energetických nápojů především marketingové aktivity firmy Red Bull, které tak táhnou celý trh.

Jak bude vypadat trh za pět či deset let, je nyní těžké odhadnout. Citlivost na cenu bude u nealkoholických nápojů pravděpodobně přetrvávat, na druhou stranu lze očekávat, že zákazníci budou požadovat od nealka vyšší přidanou hodnotu. Podle Jana Vokurky ze společnosti Kitl nelze ve



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



střednědobém horizontu očekávat žádné revoluční změny. „*Nemyslím si, že by došlo v budoucích letech k nějaké zásadní inovaci, která by změnila trh. Naposledy to byly v druhé polovině osmdesátých let energy drinky.*“ Lukáš Krůta ze společnosti Pfanner se zase snaží odhadovat, jaké inovace sem mohou přijít ze zahraničí. „*Budou se objevovat nové trendy, jako je například kokosová voda či vitamínová – nikoli minerálová – voda.*“ **Takřka všichni se shodují, že zákazníci budou přísnější na kvalitu a složení.** „*Zákazníci budou chtít více přírodních produktů, ale nevěřím na vzestup nealkoholických produktů s certifikátem BIO,*“ odhaduje Tomáš Konvalina z Podorlické sodovkárny. Zákazníci budou více požadovat nápoje bez přidaných konzervantů, sladidel atd. Po návratu malinovky lze taktéž předpokládat, že se budou na trh vracet úspěšné hity z minulých let. Prostorem pro inovace jsou i obaly. „*Věřím, že přijdou nové inovativní výrobky, i když to vypadá, že již nelze nic dalšího vymyslet. Ale objevují se i úspěšné novinky, jako například Sládkova limonáda či celá skupina nealko ochucených piv,*“ říká Aleš Mrůzek ze společnosti Globus. Příležitostí jsou i fresh popř. smoothie nápoje, což jsou zdravé, mixované nápoje z ovoce a zeleniny. Dá se očekávat, že fresh bary budou součástí větších maloobchodních prodejců. Příležitost v tomto odvětví vycítila i společnost Kofola, která koupila síť fresh barů Mangaloo a buduje vlastní síť Ugo.

METODIKA SBĚRU A ZPRACOVÁNÍ DAT

Cílem analýzy je vysledovat základní postoje a názory pracovníků v oboru výroby a prodeje nealkoholických nápojů.

Rozhovory:

Jana Ježková, předsedkyně Svazu minerálních vod, a.s.

Tomáš Konvalina, jednatel Podorlické sodovkárny s.r.o.;

Lukáš Krůta, obchodní a marketingový ředitel Pfanner, spol. s r. o.

Jiří Mareček, Corporate Affairs Manager Tesco Stores ČR a. s.

Aleš Mrůzek, sortimentní management trvanlivé potravin, nápoje a drogerie Globus ČR, k.s.

Marián Šefčovič, obchodní ředitel Kofola ČeskoSlovensko

Jan Vokurka, jednatel Kitl s.r.o.



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.



Období rozhovorů:

22. 5. 2014 – 9. 6. 2013

Statistiky:

Český statistický úřad

VEOLIA VODA ČESKÁ REPUBLIKA, a.s.

Grafy a tabulky:

Graf 1: Spotřeba nealkoholických nápojů v letech 1948 - 2012	4
Graf 2: Podíl tržeb v roce 2012 k roku 2007 v %	7
Graf 3: Tržby v pohostinství a stravování v mil. Kč	8
Graf 4: Spotřeba nealkoholických nápojů podle jednotlivých druhů 2004 - 2011	10
Tabulka 1: Tržby významných výrobců nealkoholických nápojů	6
Tabulka 2: Spotřeba nealkoholických nápojů podle jednotlivých druhů 2004 – 2011	10
Tabulka 3: Spotřeba nealkoholických nápojů v litrech na obyvatele v letech 2004 - 2012	11

KONTAKT

Pavla Hávová

Mluvčí

ČSOB

pahavova@csob.cz

+420 733 590 214



Skupina ČSOB je vedoucím hráčem na trhu finančních služeb v České republice. Skupina ČSOB je součástí mezinárodní bankopojišťovací skupiny KBC, která aktivně působí především v Belgii a v regionu střední a východní Evropy. Na českém trhu působí skupina ČSOB zejména pod obchodními značkami ČSOB, Era, Poštovní spořitelna, Hypoteční banka a ČMSS. Své služby skupina ČSOB poskytuje všem typům zákazníků, a to jak fyzickým osobám, tak malým a středním podnikům, korporátní a institucionální klientele. Do produktového portfolia skupiny ČSOB patří financování potřeb spojených s bydlením (hypotéky a půjčky ze stavebního spoření), pojistné produkty a penzijní fondy, produkty kolektivního financování a správa aktiv i specializované služby (leasing a factoring). Skupina ČSOB pečlivě naslouchá potřebám svých klientů a nabízí jim nikoliv produkty, ale nejvhodnější řešení. V rámci konceptu bankopojištění nabízí také produkty sesterské ČSOB Pojišťovny.

