

Wzrost znaczenia droższych

ALKOHLE MOCNE Polski rynek alkoholi mocnych jest wciąż zdecydowanie zdominowany przez wódkę. Kategoria ta stanowi około 97 proc. ilościowo i blisko 95 proc. wartościowo rynku definiowanego jako alkohole mocne.

Kategoria koniak i brandy stanowi około 2,3 proc. wartości sprzedaży detalicznej alkoholi mocnych w Polsce, przy czym zdecydowana większość generowana jest przez segment brandy. Roczna wartość sprzedaży brandy wyniosła w ostatnim roku około 150 mln zł i utrzymała się na podobnym poziomie jak rok wcześniej. Z kolei sprzedaż segmentu koniak od momentu wejścia Polski do UE i spadku cen dla większości marek notuje wzrost sprzedaży – w ostatnim roku wyniósł on blisko 30 proc. w ujęciu wartościowym. Łączna wartość sprzedaży detalicznej wzrosła w efekcie do ponad 13 mln zł. Warto

podkreślić, że miejscem zakupu tej kategorii jest przede wszystkim handel nowoczesny – placówki o powierzchni powyżej 300 m² generują około 3/4 całkowitej sprzedaży. Kategorią, która zanotowała kolejny udany rok jest także whisky. W ciągu ostatnich 12 miesięcy wartość sprzedaży wzrosła o ponad 20 proc. i wyniosła blisko 190 mln zł. W ujęciu ilościowym sprzedaż wzrosła o ponad 400 000 litrów do poziomu blisko 2 300 000 litrów. Należy przy tym pamiętać, że na rynku whisky nie obserwujemy już dalszego spadku cen, który był przyczyną wzrostów sprzedaży w poprzednich latach.

Wzrostowy trend w kategorii zachęcił wielu dystrybutorów do wprowadzania na polski rynek kolejnych marek – zaowocowało to znacznie szerszą ofertą dla tej kategorii. Wzrosła także liczba sklepów prowadzących sprzedaż whisky, często traktujących tę kategorię jako ciekawe rozszerzenie tradycyjnego asortymentu alkoholowego. Whisky pozostaje jednak w dalszym ciągu kategorią skoncentrowaną w handlu nowoczesnym, gdzie zlokalizowane jest około 70 proc. sprzedaży.

Wartość sprzedaży ginu wyniosła w ostatnim roku niespełna 38 mln zł i okazała się o blisko 7 proc. niższa niż rok wcześniej. W ujęciu ilościowym sprzedaż spadła o ponad 9 procent. Handel nowoczesny okazał się minimalnie istotniejszy niż tradycyjny dla kategorii gin – super- i hipermarkety były odpowiedzialne za 51 proc. sprzedaży w ostatnim roku. Ciekawostką na

tym rynku jest pojawianie się w ostatnim czasie wariantów smakowych. Stanowią one rozszerzenie dotychczasowej oferty producentów obecnych w tej kategorii.

Tomasz Głos,
Sales Development Manager



RYNEK ALKOHOLI WYSOKOPROCENTOWYCH – WARTOŚCIOWO

	Wartość sprzedaży (w 10 000 zł)	Udział (w proc.)
Wódka	662 456,7	94,5
Brandy	14 832,2	2,1
Cognac	1 334,7	0,2
Whisky	18 797,8	2,7
Gin	3 788,9	0,5
Suma	701 210,2	100,0

Źródło: ACNielsen,
dane za okres IV 2005-III 2006

RYNEK ALKOHOLI WYSOKOPROCENTOWYCH – WIELKOŚCIOWO

	Wielkość sprzedaży (w tys. l)	Udział (w proc.)
Wódka	171 467,6	96,8
Brandy	2 461,3	1,4
Cognac	77,5	0,04
Whisky	2 275,7	1,3
Gin	791,2	0,4
Suma	177 073,3	100,0

Źródło: ACNielsen,
dane za okres IV 2005-III 2006