

Tisková zpráva

Nadprůměrné nákupy opalovací kosmetiky mají především české domácnosti s teenagery ve věku 15-19 let

29. června 2017

Andrea Patočková
Marcom
+420 296 555 422
andrea.patockova@gfk.com

Praha 29. června 2017 – Jedna ze tří českých domácností nakupuje přípravky na opalování pro dospělé, na Slovensku jsou to dvě domácnosti z pěti. V Čechách nakupujeme prostředky na opalování více v drogeriích, na Slovensku se prodej těší nejvíce v hypermarketech. Nadprůměrný nákup kosmetiky na opalování v Čechách nakupují zejména rodiny s teenagery ve věku 15 -19 let, na Slovensku jde především o 1- 2 členné mladší domácnosti a rodiny s dětmi do 14 let.

Prázdniny, které brzy začínají, avizují, že léto je již v plném proudu a více než kdy jindy během roku budeme vystaveni hřejivým paprskům slunce. Letní sluneční paprsky mají pro náš organismus prospěšné a blahodárné účinky. V tomto případě však dvojnásob platí, že všeho moc škodí. Mezi spálením a atraktivním opálením je často tenká hranice. S postupující koupací a dovolenkovou sezónou jsme se podívali na zastoupení opalovací kosmetiky v koších našich domácností. „I když je hlavní sezóna na nákup těchto prostředků právě během letních měsíců, intenzivněji nákupy sledujeme již od dubna až do září," vysvětluje Richard Outrata, Consultant, Consumer Panel Services. Vedle samotných přípravků na opalování, které jsou v této kategorii zastoupeny nejvíce, se zde nacházejí i přípravky po opalování a samoopalovací přípravky.

Kde se opalovací kosmetika nakupuje nejvíce?

V kategorii celkově dominují přípravky pro dospělé, které si v rámci příprav na léto z obchodu domů přinesly téměř 2/5 domácností na Slovensku, a přibližně 1/3 v Čechách. Přibližně 1/3 z kupujících opalovací kosmetiky nakupuje tyto produkty i pro děti.

Zatímco na Slovensku se na opalovací kosmetiku utratilo nejvíce peněz v hypermarketech, následně v lékárnách a diskontech, v Čechách byly na prvním místě drogerie, za kterými následovaly hypermarkety a lékárny.

Kdo nakupuje opalovací kosmetiku nadprůměrně?

Náкупní chování domácností se mezi zeměmi v kategorii opalovací kosmetiky odlišuje. Zatímco v Čechách opalovací kosmetiku nakupují zejména rodiny s teenagery ve věku 15 -19 let, na Slovensku jde především o 1- 2 členné mladší domácnosti a rodiny s dětmi do 14 let.

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
140 00 Praha 4
Česká republika

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti
Jednatel:
RNDr. Tomáš Dřtina
Prokuristě:
RNDr. Zdeněk Skála
Ing. Jiří Nosek

Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
Oddíl C, vložka 1326

Jak se využívají akce?

Kupující během slunečných letních dnů rádi využívají ochranu před sluncem, kterou jim poskytuje i opalovací kosmetika, avšak stejně rádi využívají i akce při jejím nákupu. Zvýhodněné nákupy se využívají více v Čechách, kde tvoří více než polovinu výdajů, zatímco na Slovensku akce tvoří pouze 2/5 výdajů.

O průzkumu

Všechny uvedené informace pocházejí z kontinuálního monitoringu nákupního chování domácností GfK Consumer Panel Services za rok 2016. GfK Consumer Panel Services sleduje nákupy rychloobrátkového zboží na reprezentativním vzorku 2000 českých domácností a 1500 slovenských domácností.

O GfK

GfK je důvěryhodným partnerem při poskytování důležitých informací o trhu a spotřebitelích, které umožňují klientům přijímat lepší rozhodnutí. V GfK kombinujeme práci a nadšení více než 13 000 expertů průzkumu trhu s dlouhodobými zkušenostmi v oblasti vědecké práce s daty. To umožňuje GfK poskytovat zásadní globální poznatky kombinované se znalostí místních trhů ve více než 100 zemích celého světa. Díky inovativním technologiím a vědeckému zpracování dat dokáže GfK transformovat velké objemy dat na inteligentní a relevantní údaje a umožnit tak svým klientům získat konkurenční náskok a obohatit je o zkušenosti, zážitky a volby svých spotřebitelů a zákazníků.

Chcete-li se dozvědět více, navštivte www.gfk.com/cz, nebo sledujte GfK na Twitteru: twitter.com/GfK_Czech.