

## Češi a vánoční konzumace alkoholu: pijí ho stejně nebo více než ve zbytku roku, mezi speciály vede svařák

Největším inzerentem v segmentu alkohol byl v období leden-listopad 2017 Jägermeister

*Během vánočních svátků vypije čtvrtina Čechů více alkoholu než v ostatních měsících roku. Více než polovina však své návyky v této oblasti nemění. Až dvě pětiny dotázaných přitom uvedly, že o Vánocích konzumují jiný druh alkoholu než obvykle. Ze speciálních vánočních nápojů je pak nejoblíbenější svařené víno, druhé místo patří vaječnému likéru. Předvánoční výzkum na toto téma realizovala společnost Nielsen Admosphere na vzorku pěti set respondentů z české internetové populace starší 18 let. Doplnují ho i data z monitoringu reklamy, podle něž v období leden-listopad 2017 inzeroval ze značek alkoholu (bez piva) nejvíce Jägermeister.*

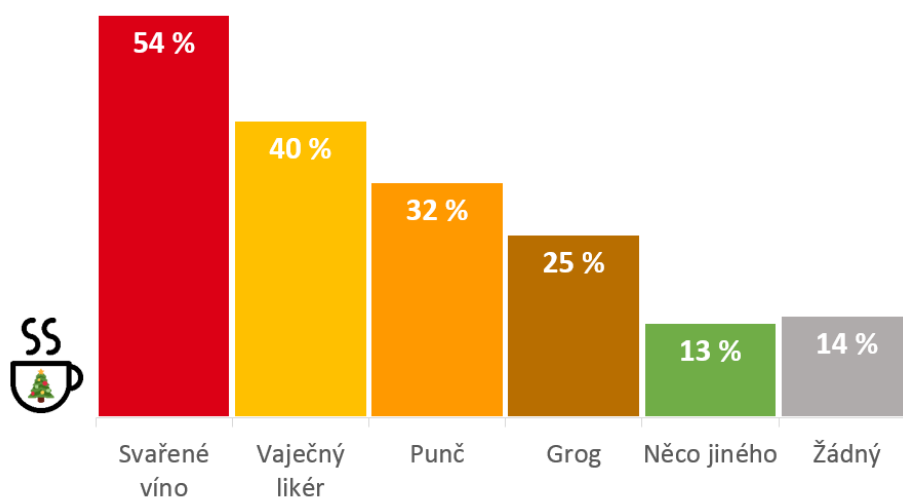
Obecně pije alkohol alespoň příležitostně naprostá většina respondentů. Jen 10 % dotázaných uvedlo, že alkoholické nápoje nepije nikdy. Více než čtvrtina z těch, kteří alkohol pijí alespoň příležitostně, přitom uvedla, že jejich spotřeba v době vánočních svátků je vyšší oproti zbytku roku. U více než poloviny respondentů je spotřeba alkoholu stejná.

39 % dotázaných také uvedlo, že oproti zbytku roku pije jiný druh alkoholických nápojů než obvykle a pětina kupuje během vánočních svátků dražší alkohol v porovnání s běžným rokem.

A jak jsou na tom respondenti se speciálními vánočními nápoji? Více než polovina respondentů, která uvedla, že alespoň příležitostně pije alkohol, si dává v době adventu a o Vánocích svařené víno. 4 z 10 dotázaných pijí v době vánočních svátků vaječný likér a téměř třetina si dopřává punč. Grog si dává čtvrtina respondentů.

### Který ze speciálních vánočních alkoholických nápojů pijete v adventním čase nebo během vánočních svátků?

ZÁKLAD: Ti, kteří alespoň příležitostně pijí alkohol, N=434



Dotazováno také bylo, jakou přípravu speciálních vánočních nápojů preferují. Počet lidí, kteří si je připravují doma, a těch, kteří si je kupují mimo domov (na vánočních trzích, v restauracích a podobně) je srovnatelný, pohybuje se okolo 35 %. Obě možnosti pak kombinuje 30 % dotázaných.

Co se týče inzerce v segmentu alkoholických nápojů (bez piva), nejvíce v období leden–listopad 2017 inzeroval Jägermeister, který umístil reklamu v hodnotě 68,5 milionů korun. To je o 4 % méně než v loňském roce ve stejném období. Druhý STOCK zaznamenal naopak nárůst o 7 %, využil inzertní prostor v hodnotě 56,8 milionů korun. Reklama třetího nejsilnějšího inzerenta, značky APEROL, měla mezi lednem a listopadem 2017 hodnotu 55,7 milionů korun, což představuje pokles o 3 % oproti stejnému období loni.

Ceníková hodnota reklamního prostoru u TOP 5 značek v segmentu "Alkoholické nápoje kromě piva" za leden-listopad 2017				
Pořadí	Firemní značka	leden-listopad 2016	leden-listopad 2017	Změna
1.	Jägermeister	71 475 000 Kč	68 453 000 Kč	-4% ↓
2.	STOCK	53 241 000 Kč	56 709 000 Kč	7% ↑
3.	APEROL	57 386 000 Kč	55 670 000 Kč	-3% ↓
4.	Kingswood	59 619 000 Kč	39 840 000 Kč	-33% ↓
5.	BOŽKOV	29 567 000 Kč	36 249 000 Kč	23% ↑

Zdroj: Nielsen Admosphere (monitoring INTERNETU zdroj: SPIR-Nielsen Admosphere, ceny TV dle sledovanosti zdroj: ATO-Nielsen Admosphere)

Bez vlastní inzerce

Internet zahrnuje reklamu v rozsahu projektu AdMonitoring

**Daniela Mašková** | Research Manager

[Daniela.Maskova@admosphere.cz](mailto:Daniela.Maskova@admosphere.cz)

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)

**Jakub Fulín** | Key Account Manager

[Jakub.Fulin@admosphere.cz](mailto:Jakub.Fulin@admosphere.cz)

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)

**Eliška Morochovičová** | Public Relations

[Eliska.Morochovicova@admosphere.cz](mailto:Eliska.Morochovicova@admosphere.cz)

Nielsen Admosphere, a.s. | Českobratrská 2778/1 | 130 00 Praha 3 | tel.: +420 222 717 763 |

[www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)

### Doplňující informace:

Společnost **Nielsen Admosphere** ([www.nielsen-admosphere.cz](http://www.nielsen-admosphere.cz)) je výzkumnou agenturou s širokým portfoliem produktů a služeb v oblasti marketingových a mediálních výzkumů, analýz a zpracování dat. Zaměřuje se především na metodologicky a technologicky náročné projekty, jako je elektronické měření sledovanosti televize metodou TV metrů. Pro elektronické měření médií vyvíjí vlastní technologie pod značkou SimMetry™. Věnuje se i monitoringu reklamy, marketingovému výzkumu (online průzkumy, CAWI, CATI průzkumy...) a analýze dat a nabízí komplexní servis spolehlivé výzkumné agentury se zázemím mezinárodní výzkumné společnosti Nielsen.

Součástí skupiny Nielsen Admosphere je i společnost Adwind Software, která vyvíjí software pro práci s daty z výzkumů sledovanosti a monitoringu reklamy.