

O látke CBD už počula necelá polovica Slovákov aktívnych online.

Pokiaľ ju vyskúšali, tak najčastejšie zo zvedavosti

O CBD sa najviac dozvedajú zo sociálnych sietí a ďalších médií

V súvislosti s nedávnou legalizáciou extraktu z konope, teda tzv. CBD, ktoré bolo v máji na Slovensku odstránené zo zoznamu psychotropných látok, sa táto téma stala veľmi diskutovanou a na trhu sa objavili produkty obsahujúce túto látku. Náš výskum zistil, že viac ako polovica Slovákov ale žiadne informácie o CBD v poslednej dobe nezaregistrovala. Čo sa týka produktov s CBD, jedna štvrtina ich už vyskúšala, 30 % to má v pláne a 45 % ich nikdy nevyskúšalo a ani sa k tomu nechystajú. Najčastejším dôvodom k užívaniu týchto produktov je zvedavosť (39 %), ale pre 38 % je taktiež možnosť ich použitia ako sedatívum na zmiernenie stresu, úzkosti alebo na zlepšenie kvality spánku.

Výskum realizovala spoločnosť Nielsen Admosphere metódou online zberu na vzorke päťsto respondentov z internetovej populácie Slovenského národného panela starších ako 15 rokov.

Informácie o CBD – látke získanej z konope, ktorá nemá psychoaktívne účinky – z internetových Slovákov zaregistrovala necelá polovica (46 %); 31 % pritom zároveň vie, čo to je. Zvyšných 54 % žiadne informácie nezaznamenalo. Viac o CBD počuli ženy (49 %) oproti mužom (42 %) a mladší respondenti, ktorí majú zároveň najväčšie povedomie o tom, čo CBD je.

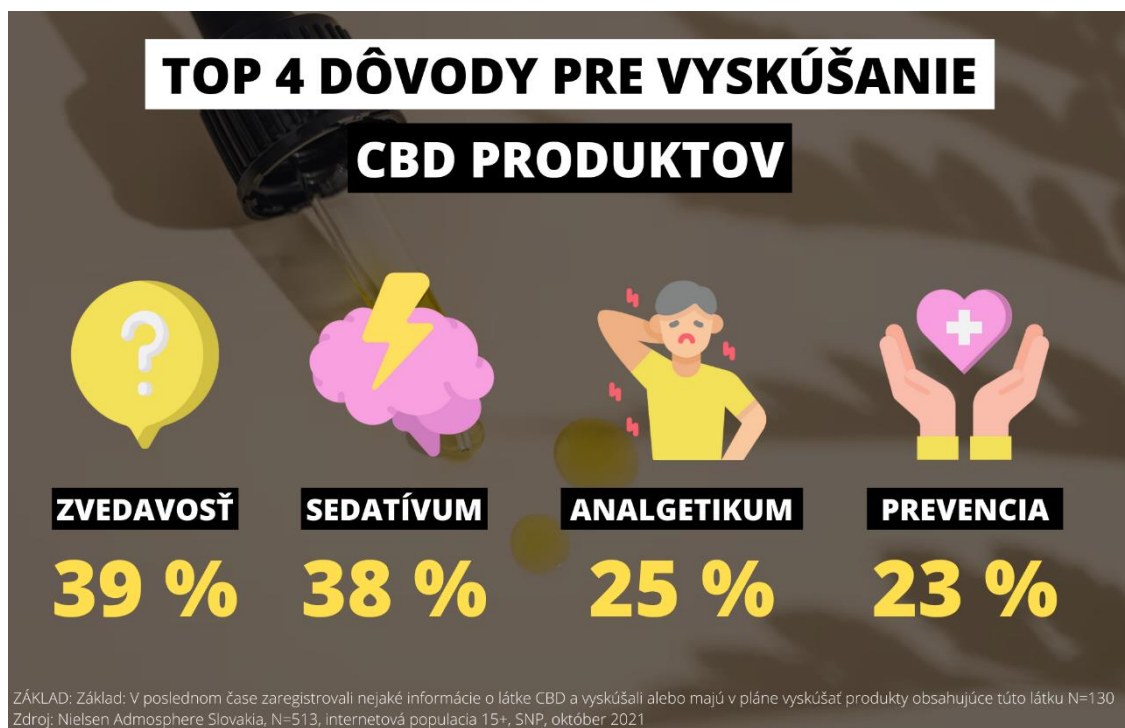


Hlavným zdrojom informácií o CBD pre Slovákov, ktorí informácie o látke zaregistrovali sú, sociálne siete, podcasty a iné médiá – odtiaľ sa o CBD dozvedelo 63 % respondentov. Tretina potom od priateľov alebo známych. 23 % si našlo informácie v odborných zdrojoch (vo vedeckých štúdiách apod.). 21 % o CBD počulo od známej osobnosti alebo influencera, čo opäť platí viac pre ženy (25 %) než mužov (16 %). Jedna pätina sa o CBD dozvedela z reklamy.

Štvrtina Slovákov, ktorí už zaznamenali informácie o CBD, už taktiež niekedy vyskúšala niektorý z produktov obsahujúcich túto látku, teda rôzne oleje, čaje, kozmetiku atď. 30 % odpovedalo, že žiadny z produktov zatiaľ nevyskúšali, ale majú to v pláne. 45 % respondentov produkty s CBD nikdy nevyskúšalo a vyskúšať ich ani nechcú. O niečo viac tak odpovedali muži (47 % vs. 43 % ženy).

Tí, ktorí už CBD produkty vyskúšali alebo to majú v pláne, tak najčastejšie robia zo zvedavosti – to je dôvodom pre 39 % opýtaných. 38 % tieto produkty používa (alebo to plánuje) ako sedatívum na zmiernenie stresu, úzkosti alebo na zlepšenie kvality spánku. Tretím najčastejším dôvodom (25 %) pre vyskúšanie produktov s CBD je ich schopnosť fungovať ako analgetikum, napríklad na zmiernenie bolesti hlavy, menštruačných či žalúdočných bolestí. Preventívne CBD používa (alebo chce používať) 23 % respondentov a jedna pätina ako dôvod uviedla odporúčanie od priateľov a známych.

Pre tri pätiny Slovákov, ktorí nevyskúšali produkty obsahujúce CBD a ani to neplánujú, je dôvodom len nezáujem – CBD produkty ich proste nelákajú. 15 % sa obáva negatívnych účinkov na svoj zdravotný stav a rovnako 15 % účinkom tejto látky neveria. 13 % sa potom obáva možnej závislosti.



Marek Zámečník | Commercial Director CZ/SK, Nielsen Admosphere

marek.zamecnik@admosphere.sk

tel.: +421 253 410 254

Eliška Morochovičová | Communication Manager CZ/SK/BG, Nielsen Admosphere

eliska.morochovicova@admosphere.cz

tel.: +420 222 717 763

Doplňujúce informácie:

Spoločnosť **Nielsen Admosphere Slovakia** (www.nielsen-admosphere.sk) je dcérskou spoločnosťou výskumnej agentúry Nielsen Admosphere, a.s. Okrem klasických výskumov trhu (face-to-face, CAWI, CATI prieskum...) sa sústreďujeme aj na rozsiahle a metodologicky a technologicky náročné mediálne výskumy. Na Slovensku od roku 2007 realizujeme Výskum návštevnosti internetu a sociodemografie jeho užívateľov (AIMmonitor), od roku 2013 monitorujeme internetovú reklamu (Admosphere SK).

Naša materská spoločnosť realizuje v Českej republike monitoring reklamy, marketingové výskumy a elektronické meranie sledovanosti televízie metódou TV metrov. Súčasťou skupiny Nielsen Admosphere je aj spoločnosť Adwind Software, ktorá vyvíja software k výskumom sledovanosti a monitoringu reklamy.

Slovenský národný panel (www.narodnypanel.sk) je projekt výskumných agentúr Nielsen Admosphere, NMS a STEM/MARK, ktoré spoločne vytvorili jeden z najväčších výskumných panelov na Slovensku. Slúži pre kvalitné a rýchle online zbery dát o internetovej populácii SR. Obdobný panel funguje aj v Českej republike, v Poľsku, v Maďarsku a v Bulharsku.

Kde nás nájdete?

Nielsen Admosphere Slovakia, s.r.o.

Lazaretská 23

811 09 Bratislava

tel.: +421 253 410 254 | www.nielsen-admosphere.sk

Nielsen Admosphere, a.s.

Českobratrská 2778/1

130 00 Praha 3

tel.: +420 222 717 763 | www.nielsen-admosphere.cz