

Tisková zpráva

Datum
14. července 2010

Agáta Jankovská
Tel. +420 731 534 282
Fax +420 251 815 800
agata.jankovska@gfk.com

Zdraví je při výběru nápojů pro děti důležitým faktorem

Praha, 14. července 2010 – Pokud se mají rozhodovat, jaký nápoj svým dětem podají, sahají čeští rodiče nejčastěji po nápoji s nízkým obsahem cukrů doplněným vitamíny a přírodní ovocnou složkou. Údaje vyplynuly z průzkumu společnosti pro výzkum trhu GfK Czech.

„Nejčastěji podávaným nápojem pro děti je podle výzkumu domácí čaj, a to v 82 % případů. Důvodem je nízká pořizovací hodnota tohoto nápoje a možnost regulace přidaného cukru,“ říká Hana Říhová, Account Director GfK Czech, a dodává: „Často rodiče podávají svým dětem také vodu se sirupem (40 %). Naopak nejmenší oblibě se těší limonáda (16 %) nebo jen čistá voda z kohoutku (17 %).“

Rodiče jednoznačně upřednostňují dobrou chuť a málo cukru

Z výzkumu GfK Czech dále vyplývá, že rodičům kromě vlivu na zdraví jejich potomků (viz graf 1) záleží na tom, aby byl nápoj pro děti chutný (29 %) a nepříliš sladký (29 %). Je to pro ně při výběru dokonce o něco důležitější argument, než absence konzervantů (24 %) či obsah vitamínů (23 %). Nežádoucí jsou kromě konzervantů také chemické přísady (15 %). Svou roli, ačkoli ne příliš podstatnou, hraje také cena – 8 % rodičů vyžaduje, aby byl nápoj levný.

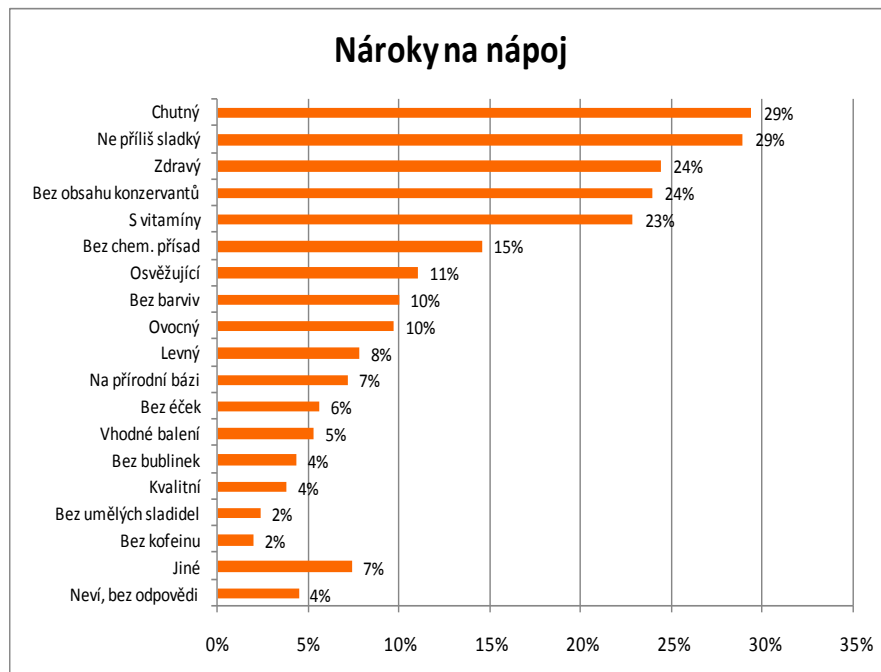
GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
CZ-140 00 Praha 4

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800
www.gfk.cz
info@gfk.cz

Jednatel společnosti:
Ing. Ondřej Tomas

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

Graf 1: Nároky na nápoj, vyjádřeno v procentech. Zdroj: GfK Czech

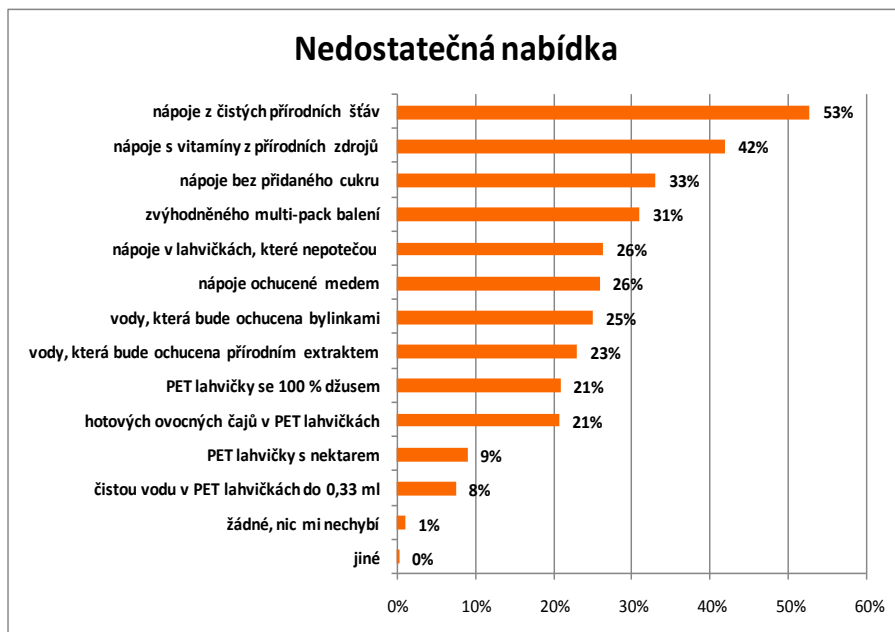


Obal také prodává

Nemalý podíl má na nákupu nápoje obal. „Nejčastěji preferovaným balením je tzv. pítíčko, tedy nápoj v krabičce do 250 ml, a to ve 36 % případů. Po půllitrové PET láhvi by sáhlo 33 % nakupujících a po čtvrt litrové 25 %. Nejméně oblíbené jsou skleněné obaly,“ uvádí Hana Říhová, a dodává: „Dalším kritériem je, aby se dítě nepolilo (37 %) a aby byl obal uzavíratelný (37 %) a uchovatelný i po otevření (36 %).“

Oslovení respondenti se shodli na tom, že na trhu chybí nápoje z čistých přírodních šťáv (53 %), s vitamíny z přírodních zdrojů (42 %) a nápoje bez přidaného cukru (33 %).

Graf 2: Nedostatečná nabídka, vyjádřeno v procentech. Zdroj: GfK Czech



Informace o výzkumu

Výzkum byl realizován formou osobního dotazování (CAPI, Computer Assisted Personal Interview) na reprezentativním vzorku 1000 respondentů. Odpovídali rodiče dětí od 2 do 10 let (N=180).

Skupina GfK v ČR

Skupina GfK v ČR (GfK Czech a INCOMA GfK) je předním poskytovatelem komplexních služeb v oblasti výzkumu trhu a veřejného mínění, včetně konzultačního a poradenského servisu. Pro další informace navštivte naše internetové stránky: www.gfk.cz, www.incoma.cz.

GfK Group

GfK Group je poskytovatelem zásadních informací nezbytných při rozhodování o tržních strategiích firem působících v oblasti průmyslu, maloobchodu, služeb a médií. Nabízí komplexní informační a poradenské služby ve svých třech obchodních sektorech: Custom Research, Retail and Technology a Média. Jako celosvětově čtvrtá největší společnost provádějící marketingový výzkum působí ve více než 100 zemích s více než 10 000



zaměstnanci. V roce 2009 dosáhly tržby GfK Group 1,16 miliardy EUR.
Pro další informace navštivte webové stránky: www.gfk.com.