

BALENÍ VLASTNÍCH CIGARET JE NA VZESTUPU



ŽENY PŘICHÁZEJÍ NA CHŮT E-CIGARETÁM

„Podle našich zkušeností je spotřebitel při výběru elektronických cigaret a náplní velmi obezřetný. Zpočátku dá hodně na doporučení okolí, a poté také na vlastní zkušenosť. Zajímavý trend lze pozorovat u dámské populace. Ženy na počátku vnímaly elektronické cigarety spíše jako sortiment pro muže, avšak díky novinkám a zajímavým provedením se stávají atraktivnější i pro ně, a to možná i jako módní doplněk.“

Petr Sobotka, generální ředitel, 4ages

Pro kategorii tabákových výrobků je v poslední době charakteristický pokles prodeje cigaret, zatímco segment tabáku a cigaretových papírků posiluje. Kromě toho se výrazně rozvíjí kategorie elektronických cigaret, jejichž sortiment se neustále rozšiřuje.

Přestože kuřáků je u nás stále ještě hodně, leckdo by chtěl letos výdaje za cigarety omezit. Podle výsledků průzkumu, který provedl portál **Ušetřeno.cz** mezi 800 respondenty, 90 % Čechů plánuje v roce 2015 šetřit. Nejčastěji lidé plánují šetřit na výdajích za potraviny (42 %), více než třetina lidí pak hodlá ušetřit za náklady na energii a vodu a na pomyslné třetí příčce se umístily cigarety, za které se chystá ušetřit celá třetina dotázaných.

SPOTŘEBA U NÁS KLESÁ

Z údajů společnosti **Nielsen** za rok 2014 vyplývá, že pokud jde o výdaje za tabákové výrobky, zcela jednoznačně dominují cigarety s 94,1 % podílem na útratach této kategorie. Celkově loni spotřebitelé v České republice za ně zaplatili 43,9 mld. Kč – stejně jako v předchozím roce. Celková spotřeba cigaret však v roce 2014 meziročně poklesla o 3,1 %. Zachování stejně výše výdajů tak bylo zapříčiněno vyšší průměrnou cenou za krabičku, kterou způsobila zejména vyšší spotřební daň platná od 1. 1. 2014. Nejobjemnějším typem cigaret jsou tzv. king size (délka 84 mm) s podílem na spotřebě, který činí 73 %. Delší, 100mm cigarety jsou s 21 % podílem v oblibě na trhu druhé, přičemž podíl obou typů se meziročně nemění.

Dlouhodobě lze u českých spotřebitelů pozorovat trend přesouvání spotřeby od cigaret k sypanému tabáku. V roce 2014 se na sledovaných třech prodalo 858 tun tabáku,

NEJOBLÍBĚNĚJŠÍ JE KING SIZE

což je ve srovnání s rokem 2013 nárůst o 7,7 %. Ve finančním vyjádření se jedná o meziroční nárůst dokonce o 15 procent. Spolu se sypaným tabákem se zvyšuje i spotřeba cigaretových dutinek a papírků. Tento dva segmenty však představují jen 0,5 procenta výdajů na celé kategorie tabákových výrobků,“ popisuje Michal Čepk z Klientského oddělení společnosti Nielsen.

Přepočítá-li se prodaný sypaný tabák na kusy vytvořených cigaret a seče-li se s cigaretami průmyslově vyráběnými, meziročně sledujeme pokles celkové spotřeby vykouřených cigaret o 1,8 %. Nejenže tedy někteří spotřebitelé nahrazují cigarety sypaným tabákem, ale celkově Češi v průměru kouří méně, a to s trvale 5 % podílem.

① ČÍSLA:

Prodej cigaret co do objemu klesá

Česká republika	Objem prodeje v mil. ks/tabák v tunách		Hodnota prodeje v mil. Kč	
	2013	2014	2013	2014
Cigarety	12 189,1	11 813,8	43 814,3	43 872,4
Tabák	796,5	857,5	2 182,0	2 509,6
Cigaretové dutinky	958,3	993,8	112,0	122,0
Cigaretové papírky	674,0	785,4	99,9	117,2

Objem a hodnota prodeje tabákových výrobků

Zdroj: Nielsen (Data vyjadřují prodeje v obchodech s potravinami a smíšeným zbožím, tabákových prodejnicích a čerpacích stanicích, Makro vyloučeno.)

tu samozřejmě reagují výrobci. Společnost **JT International** nedávno rozšířila své portfolio o produkt se dvěma kapslemi Camel Activate Double Mint & Purple. „Spotřebitel má takto možnost mixovat chutě podle nálady od klasické camelky přes svěží a novou letní příchutí až po jejich kombinaci,“ vysvětluje brand manager společnosti JT Lucie Srbová.

Stanislav Vodička ještě upozorňuje na další nové tendenze v segmentu cigaret. Jednou je pokus prosadit se s balením po více než 20 kusech v krabičce. „Ještě je třeba u cigaret zmínit takzvanou variantu slim, která postupně doplňuje sortiment jednotlivých značek.“

UBAL SI SÁM

„Vzhledem k tomu, že se ceny cigaret každým rokem zvyšují, kuřáci se segmentují na dvě hlavní rozdílné skupiny. Jedenak na ty, které vyšší cena nelimituje, a případně jsou pohodlní na to, aby si balili cigarety vlastní. A pak je skupina těch, kteří hledají levnější alternativu kouření a případně mají rádi proces vlastní přípravy, takže si cigarety sami balí,“ říká Vratislav Staněk.

Zvyšující se trend vlastního balení cigaret potvrzují i ostatní. „U baleného tabáku zaznamenáváme meziroční růst, a to v rámci jednotek procent. Nejlépe se přitom prodávají velká balení tabáku v rozmezí od 51 do 100 gramů,“ uvádí Jaroslav Rychlý a Lucie Borovičková dodává: „Do prodejen Billa jsme nově zařadili prodej čistého tabáku, protože někteří kuřáci přecházejí k balení vlastních cigaret.“ A jak upozorňuje Stanislav Vodička, do segmentu tabáku určených k balení přecházejí další zavedené značky, které se dříve prodávaly pouze jako hotové cigarety. „Také se objevují v malém balení. Je možno se setkat i se čtyřmi velikostmi od jedné značky,“ podotýká.

KUŘÁCI BÝVAJÍ LOAJÁLNÍ KE ZNAČCE

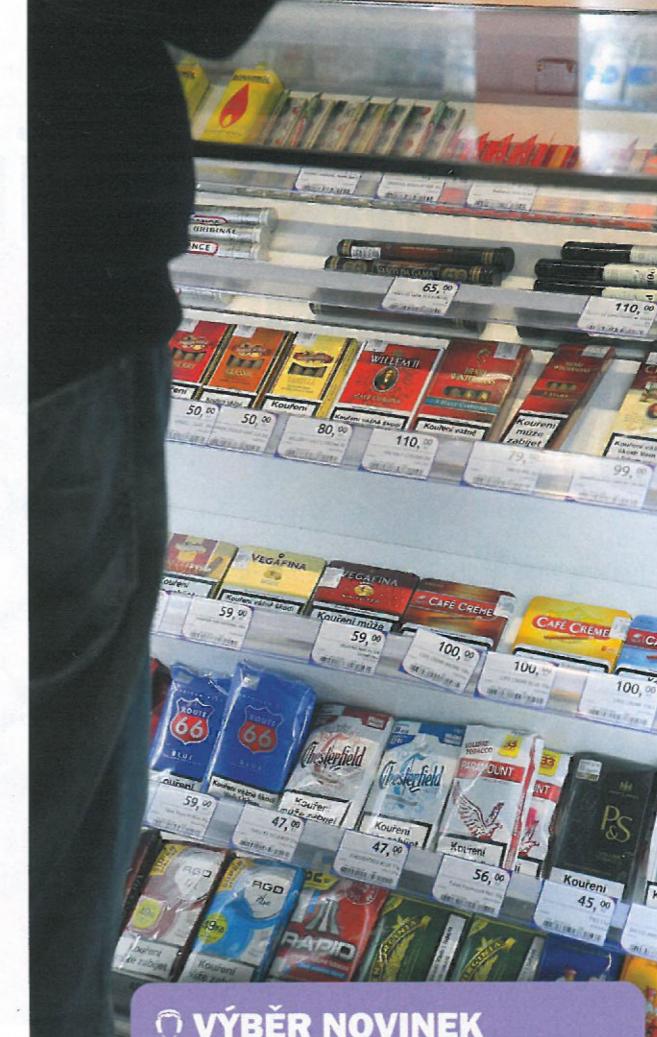
Podle Lucie Borovičkové, PR manažerky společnosti **Billa**, nepodléhá kategorie tabákových výrobků častým změnám. „Naši zákazníci kupují převážně zavedené a dražší značky jako L & M a Marlboro, z levnější řady je to Viceroy a Red & White,“ podotýká s tím, že kuřáci bývají loajální ke značce, kterou kouří. „Všeobecně se dá říci, že lidé preferují silně druhu cigaret, většinou v červeném provedení co do obsahu nikotinu a cenově nejdostupnější do orientační ceny 76 korun,“ popisuje Jaroslav Rychlý, category manager junior tobacco společnosti **Ahold Czech Republic**.

Pokud jde o spotřebu klasických cigaret, podle obchodního ředitele společnosti **Jas ČR** Vratislava Staňka se pomalu smazávají rozdíly mezi jednotlivými cenovými úrovněmi: „Je to zapříčiněno především vzrůstající kolkovou cenou cigaret v závislosti na zvyšování spotřební daně.“ Ta se musela přizpůsobit úrovni daně Evropskou unii.

Právě rostoucí cena tabáku je jedním z faktorů, které se u nás podepisují na zvyšující se inflaci. Pokud jde o vývoj spotřebitelských cen letos v březnu, podle České bankovní asociace zamířila inflace vzhůru hlavně v důsledku dalšího zvýšení cen tabáku. Proti únoru tabák zdražil o další 2,2 %, což se promítlo do meziročního zvýšení cen o 8,4 %. Tabák má ve výdajích českých domácností své stálé místo, a to s trvale 5 % podílem.

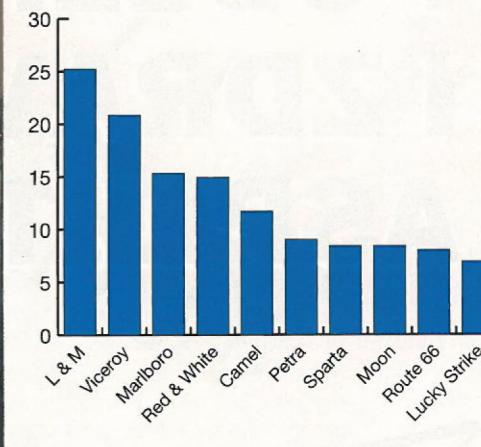
SLIMKY ROZŠIŘUJÍ ZAVEDENÉ ŘADY

Jak uvádí jednatel společnosti **Astur & Qanto** Stanislav Vodička ml., u cigaret se s různým efektem prosazují tři trendy. „Jde o cigarety ve variantě bez dochucovadel a přísaď, dále se znova začínají balit cigarety do měkkých krabiček a objevují se druhy s jednou i více kapslemi ve filtru, které umožňují změnit chuť cigaret.“ Rostoucí zálibu posledně jmenované varianty potvrzuje i Vratislav Staněk: „Velký zájem je vidět u cigaret s kapslí uprostřed filtru, které si kuřáci oblíbili pod zdomácnělým obecným názvem klikačky.“ Na rostoucí trend tohoto segmen-



① ČÍSLA:

TOP 10 celkem nejpoužívanějších značek tabákových cigaret (podle podílu české populace, která uvedla, že je v posledních 12 měsících použila, v %)



vých výrobků prodaných na českém trhu. Největší nárůst jsme zaznamenali v roce 2012, od roku 2013 si pak trh s tímto segmentem prošel celkovou konsolidací a loni došlo opět k růstu obratu. V posledních 12 měsících se opět ukázalo, jak je segment elektronických cigaret a náplní dynamicky,“ pochvaluje si Petr Sobotka.

Zvyšující se zájem o e-cigarettes potvrzuje i Vratislav Staněk: „Mnoho lidí, kteří hledají levnější variantu kouření, to zkouší s elektronickými cigaretami. U nich ani u jejich náplní zatím neexistuje žádná spotřební daň. S ohledem

na to máme uzpůsobený sortiment našem velkoobchodu. Pro naše zákazníky máme připravenou maximální nabídku od klasických cigaret až po různé druhy e-cigarettes a jejich náplní.“

Podle Petra Sobotky je nyní trh produktově relativně ustálen ve třech základních segmentech, a to jsou jednorázové e-cigarettes, nedokápací nebo kartomizerová varianta s dobijecí baterií a třetí nejrozšířenější druh, dokápací e-cigarettes s dobijecí baterií. Trendem je také vznik řady nových příchuť.

JAK ZÁKON OVLIVNÍ TRH?

At už jde o jednorázové e-cigarettes, náplně či zařízení pro konzumaci e-liquide náplní, jejich ceny jsou poměrně stabilní. „V porovnání s okolními státy jsou u nás e-cigarettes a náplně cenově výhodnější o 20 až 50 procent,“ upozorňuje Petr Sobotka a dodává: „Co však hýbe trhem nečekaným směrem, je nová legislativa, která stále tápe v zařazení tohoto výrobku. Bohužel kvůli nízké informovanosti legislativní o tomto novém fenoménu a kvůli neopodstatněním oba v neznámého vznikají plánované i nezamýšlené tendenze omezovat přístup k e-cigarettes nebo omezovat e-cigarettes na veřejnosti, a tím klást překážky uživatelům, kteří chtějí něco se svým tabákem udělat. To vše může trhem zahýbat nejradičněji, a bohužel negativním způsobem. Zatím nepomáhají ani vyjádření světových vědců, bojujících proti nesmyslným či nevhodným omezením bráníčím použití e-cigarettes v běžném životě, ani uživatelů, kteří potvrdí, že jim přechod na e-cigarettes v mnoha ohledech pomohl.“

CENA SE USTÁLILA



Tabákové výrobky

Markéta Grulichová

REAGUJTE NA marketa.grulichova@atoz.cz