

Není pivař jako pivař

Češi s pomocí turistů jsou světovými přeborníky v pití piva. Jaký ale vlastně je typický domácí pivař?

V létě a obzvlášť horkém se pivní pípy netrhnou a pivovarští se radují, protože splní plán výtoče pěnívého moku. Agentura MARK BBDO ve spolupráci se společností GfK vypracovala ojedinělou typologii spotřebitelů piva, která odpovídá i na otázky, jak konzument tráví volný čas i jaké vyznává hodnoty. Je to zajímavý pohled, protože i když u nás stoupá spotřeba vína, pivo je pořád v Česku nejoblíbenější alkoholický nápoj konzumovaný ve velkém při nejrůznějších příležitostech. Ani občas si ho nedá pouhých sedmnáct procent oslovených respondentů.

Sedm typů pivařů

Loajální domácí

Do této kategorie patří dle výzkumu 11 % populace, převážně mužů starších 50 let s nižším vzděláním, kteří pijí pivo jen doma. Rádi kutí, zahrádkarí a chovají zvířata.

Štamgast

O procento více než loajálních domácích pivařů je štamgastů. Tvoří je 12 % populace, převážně mužů ve věku 30 – 69 let. Jsou to řadoví pracovníci, poměrně často bez maturity, kteří konzumují pivo téměř denně. Před rodinným životem upřednostňují sportovní utkání, hospody, bary a restaurace, které navštěvují se svými kamarády.

Nevybíraví

Je jich 9 %, převážně muži s průměrným věkem 46 let. Jsou relativně vzdělaní a ekonomicky aktivní, důležitý je pro ně rodinný život. Pijí poměrně málo (asi dvanáctkrát do měsíce).

Parták

Kategorii tvoří stejné procento populace, 9 %. Je věkově nejmladší (64 %



FOTO: ARCHIV HN

Podle průzkumu pije většina žen pivo méně než 1x týdně.

mladších 29 let), převážně řadoví pracovníci, studenti, žáci, učni. Konzumace piva je u nich podmíněna společností, kamarády, partičkou. Velkou hodnotu pro ně mají peníze, sex, úspěch.

Sportovec

Jako sportovci se cítí 8 % pivařů. Jsou to muži všech věkových skupin, kteří podnikají nebo jsou vedoucími pracovníky. Pivo pijí ve čtrnácti dnech z měsíce, převážně svou oblíbenou značku, přesto k ní nejsou výrazně loajální.

Příležitostní pasivní

Tady mají převahu ženy, celkově jde o 17 % populace v průměrném věku 52 let. Pijí pivo méně než 1x týdně. Zálubu

nalézají v ručních pracích, záhradkaření a chování zvířat.

Příležitostně aktivní

Jenom o dvě procenta méně, patnáct. Jde převážně o ekonomicky aktivní ženy do 49 let. Pijí pivo méně než 1x týdně. Jsou svobodnomyslné, rády sportují, cestují, navštěvují společenské akce.

Komu a kde nejvíce chutná

Nejvíce zlatého moku vypijí tzv. příležitostní pasivní konzumenti. Co je pro ně typické? Nezávislost, individualismus, přesto ale potřeba jistoty a stability v osobním životě. Početná skupina příležitostných aktivních pivařů je ochotna více riskovat a chopit se výzev ke změně stereotypu, je společenská, se silným pocitem sounáležitosti.

Naopak nejméně vydrží tzv. sportovci, jejichž podíl na konzumaci piva je jen 10 %. Jsou to mladší lidé s vyšší kupní silou, a tedy vyšším spotřebním potenciálem, kteří si dají pivo spíš doma než ve společnosti.

Mezi skupinu s nejvíce zájmy patří sportovci, kteří o něco více preferují kolektivní sport před individuálním (96 % v. 93 %). Nejvášnivějšími kutily jsou nevybíraví (61 %), v těsném závěsu za nimi jsou loajální domácí pivaři (58 %) a štamgasti (52 %). Na zahrade si zlatý mok nejraději vychutnají loajální domácí (60 %) a příležitostní pasivní pivaři (51 %). Diskotéku, plesy a zábavu uvedlo jako svůj zájem 78 % partáků, kteří by si v tomto ohledu vůbec nerozuměli se štamgasty. Pouhé 1 % z nich totiž uvedlo, že se rádi baví ve společnosti. Výzkum překvapivě dospěl k závěru, že ani jedna ze skupin konzumentů piva není loajální výhradně k jedné značce. Největší oddanost byla nicméně zjištěna u loajálních domácích typů a štamgastů. Přestože má většina z nich nejoblíbenější značku, pije i jiné. Nejpromiskuitnější jsou nevybíraví (téměř 70 %).

Zpracoval: LIBOR ŠEVČÍK
libor.sevcik@economia.cz

