

Warszawa, 18 grudnia 2024 r.

Polacy w objęciach „małpek”.

Zbadano opinie Polaków na temat mocnego alkoholu w butelkach o małej pojemności.

„Małpki” pije się najczęściej w okolicach sklepu, a najrzadziej w domu. Polacy uważają, że są one przeznaczone przede wszystkim dla osób, które chcą szybko poczuć się pod wpływem alkoholu lub go nadużywają. Ponad 2/3 badanych uważa, że spożywanie „małpek” sprzyja regularnemu picciu oraz stanowi istotny problem społeczny i zdrowotny.

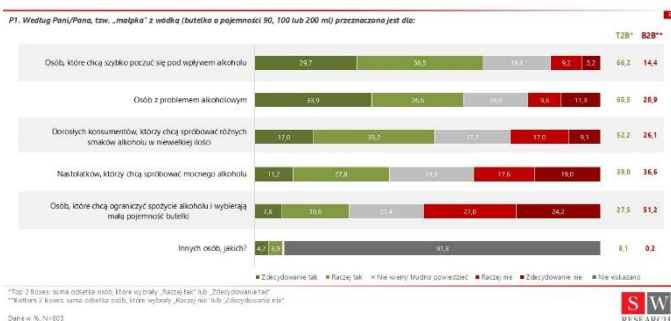
Napoje spirytusowe odpowiadają za blisko połowę wartości rynku alkoholi w Polsce, a ich sprzedaż w małych opakowaniach przekroczyła w ciągu ostatniego roku 6 mld zł, co stanowi ponad 1/4 całkowitej wartości sprzedaży alkoholi mocnych. Badanie SW Research pokazuje, jak Polki i Polacy postrzegają „małpki” i w czym upatrują przyczyn ich popularności.

Dla kogo są „małpki”?

Dwóch na trzech Polaków w wieku 18-65 lat (66%) uważa, że tzw. „małpki” z wódką przeznaczone są dla osób, które chcą szybko poczuć się pod wpływem alkoholu. Niewiele mniej (61%) twierdzi, że ich sprzedaż skierowana jest do osób z problemem alkoholowym. Zaskakujący jest fakt, że cztery na dziesięć osób (39%) uważa, że „małpki” są produktem dla nastolatków, którzy chcą spróbować mocnego alkoholu.

Polacy w większości (74%) są przekonani, że spożywanie „małpek” z wódką powoduje ryzyko uzależnienia i sprzyja regularnemu picciu (70%). Ponad połowa sądzi, że jest to sposób na degustację niewielkiej ilości alkoholu i daje przyjemność z bycia na rauszu.

OPINIE NA TEMAT OSÓB KUPUJĄCYCH TZW. „MAŁPKI”



Gdzie i kiedy pije się wódkę z małych opakowań?

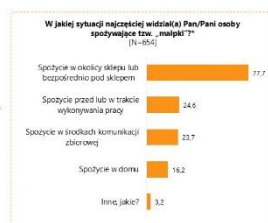
Ośmiu na dziesięciu Polaków (81%) widziało w swoim otoczeniu osoby spożywające napoje spirytusowe w małych opakowaniach, najczęściej (78%) w okolicach sklepu, ale również przed lub w trakcie pracy (25%), w środkach komunikacji zbiorowej (24%) lub w domu (16%).

MIEJSCE SPOŻYWANIA TZW. „MAŁPEK”

P3. Czy zdarza się Pani/Panu zaobserwować na co dzień osoby spożywające tzw. „małpeki” (butelki o pojemności 90, 100 lub 200 ml) w Pani/Pana otoczeniu?



■ Tak, bardzo często
■ Tak, czasami
■ Tak, ale rzadko
■ Nie, nie spotkałam/am się z taką sytuacją



*Wybrane odpowiedzi osób, którym zdarza się zaobserwować w swoim otoczeniu osoby spożywające tzw. „małpeki” (możliwość wyboru max. 3 odpowiedzi)

Data: 9/16

N=805

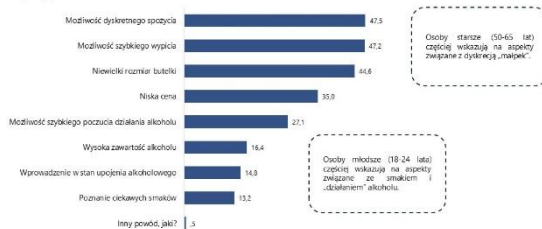


Dlaczego „małpeki” są popularne?

Nieco ponad 1/3 badanych uważa, że przyczyną popularności „małpek” jest ich niska cena, prawie połowa, że jest to związane z możliwością dyskretnego i szybkiego spożycia. Co ciekawe, osoby młodsze (18-24 lata) częściej wskazują na aspekty związane z „działaniem” alkoholu, zaś starsze (50-65 lat) - z dyskretnością spożywania „małpek”.

PRZCZYNNY POPULARNOŚCI TZW. „MAŁPEK”

P5. Co Pani/Pana zdaniem decyduje o popularności tzw. „małpek” z widelce (butelki o pojemności 90, 100 lub 200 ml) wśród konsumentów? Proszę wskazać max. 3 najważniejsze Pana/Pani zdaniem powody?



Osoby starsze (50-65 lat) częściej wskazują na aspekty związane z dyskrecją „małpek”.

Osoby młodsze (18-24 lata) częściej wskazują na aspekty związane ze smakiem i „działaniem” alkoholu.

Motywacja wybrana max. 3 odpowiedzi

Data: 9/16

N=805



Metodologia badań

Badanie zostało przeprowadzone w dniach 10-11.12.2024 przez firmę badawczą SW Research w formie wywiadów on-line (CAWI) na panelu internetowym SW Panel. W ramach badania przeprowadzono 805 ankiet na reprezentatywnej próbie Polek i Polaków, w wieku 18-65 lat. Badanie zrealizowano na zlecenie Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego Browary Polskie.

„Od dłuższego czasu obserwujemy w mediach zwiększoną liczbę sponsorowanych, negatywnych publikacji na temat piwa, w których powtarzane są tezy lobbingowe przemysłu spirytusowego, m.in. na temat zwiększenia akcyzy od alkoholu w piwie. Prezentuje się także chwytliwe hasło, że każdy alkohol jest taki sam, próbując nadać mu pozory prawdziwości. Przy tym całkowicie pomija się różnice wynikające z natury każdego z produktów i sposobu jego spożycia. Wódkę spożywa się głównie w celu upicia, a piwo dla smaku. Ponieważ w publikacjach pomija się wątek konsumpcji tzw. małpek, postanowiliśmy uzupełnić obraz rynku o ten istotny element, aby każdy mógł wyrobić sobie pogląd, co jest największą patologią, jeśli chodzi o nadużywanie alkoholu w Polsce.” – komentuje Bartłomiej Morzycki, dyrektor generalny Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego – Browary Polskie.