

INSTANTNÉ POLIEVKY A BUJÓNY NAKUPUJE (TAKMER) KAŽDÝ

Francúzska. Slepacia. Gulášová. „Sáčkové“ polievky sa nájdu takmer v každej slovenskej domácnosti. Spomedzi dehydrovaných potravín sú najobľúbenejšie bujóny, koreninové zmesi, polievky a potom dezerty v prášku. Len polievok sa ročne predá za vyše 20,2 milióna EUR.

Red, Zdroj: NIQ, YouGov, MEDIAN SK

NIQ: Kategória zaznamenala pokles predaja

„Na základe údajov spoločnosti NielsenIQ na trhu obchodov s potravinami a zmiešaným tovarom za sledované obdobie posledných 12 mesiacov končiacie týždňom 34/2025, vyplýva, že kategória polievok a bujónov v dlhšom časovom horizonte zaznamenáva pokles. Za posledný rok kategória zmiernila tempo poklesu na 1,3%. Pred dvomi rokmi klesala ešte rýchlejšie. Polievky a bujóny dosiahli objem predaja na úrovni viac ako 4 milióny predaných kilogramov, čo korešponduje s tržbami vo výške viac ako 41,8 milióna EUR,“ uvádza **Miriam Brynzová**, konzultant, NIQ.

Pri pohľade na jednotlivé segmenty NIQ ukazuje, že najväčší podiel zaberajú bujóny a univerzálne koreninové zmesi s objemovou významnosťou až 58%. Ich predaje medziročne dosiahli úroveň 2,7 mil. kg, čo korešponduje s tržbami vo výške viac ako 20,8 milióna EUR. Druhé v poradí

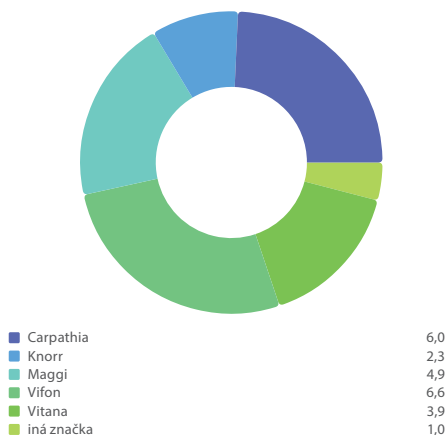
sú klasické dehydrované polievky, ktoré tvoria štvrtinu všetkých predajov s tržbami na úrovni viac ako 20,2 milióna EUR. V poradí tretie sú pre porovnanie polievky mrazené, ktoré dosahujú takmer 8% objemovú významnosť (objem 364 tisíc kg, tržby vyše 1,8 milióna EUR). V tesnom závese za nimi sú polievky chladené, ktorých objemová významnosť dosahuje úroveň takmer 6%. Spomedzi množstva výrobcov majú dominantné postavenie podľa NIQ (v abecednom poradí): Nestlé, Orkla, Pěkný Unimex a Podravka. Dominantné postavenie však majú privátne značky, ale s klesajúcim medziročným trendom. Pre kategóriu polievok a bujónov sú hlavným predajným kanálom zahraničné reťazce, kde sa zrealizuje takmer 60% všetkých predajov kategórie. Tržby sa pohybujú na úrovni viac ako 24 miliónov EUR, čo predstavuje objem viac ako 2,7 mil. kg. Druhým najdôležitejším predajným kanálom sú slovenské reťazce, kde sa zrealizuje takmer 38% všetkých predajov kategórie. Tržby sa tu pohybujú vo výške viac ako 19,3 milióna EUR.

YouGov: Dehydratované potraviny v nákupoch domácností

„Dehydratované potraviny vkladajú domácnosti do nákupného košíka v priemere raz za štyri týždne. Podiel hodnoty nakúpených dehydrovaných potravín v akcii narástol za posledný rok o 4%. Supermarkety a hypermarkety dosiahli spolu 62% podiel na výdavkoch na dehydrované výrobky, delia sa o prvú priečku so zhodným 31% podielom. Na túto skupinu potravín má priemerná domácnosť ročný rozpočet na úrovni takmer 27 EUR, no domácnosti pochádzajúce z malých osídlení do 5000 obyvateľov majú tento rozpočet o viac ako 1,5 EUR vyšší. Naopak priemerná domácnosť z Bratislavy za rok minula menej ako 20 EUR na dehydrované potraviny,“ komentuje dáta **Michal Gašpar**, konzultant, YouGov Shopper Intelligence. Dáta sú za obdobie August 2023 - Júl 2025 a sú získané metódou Spotrebiteľského panel YouGov.

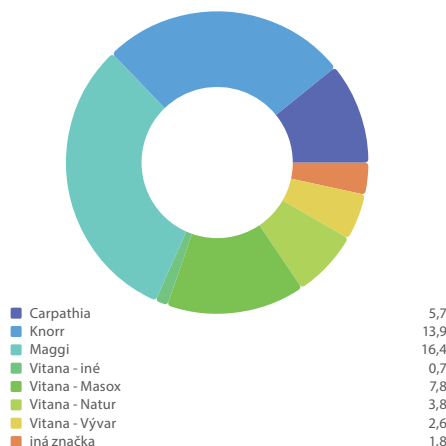
Najčastejšie nakupovaným typom dehydrovaných potravín sú podľa domácností polievky. S odstupom nasledujú dezerty v prášku a bujóny. Instantné polievky nakúpili za posledný rok takmer tri štvrtiny domácností na Slovensku. Kupujúca domácnosť si instantné polievky zakúpila v priemere 9-krát a pri jednom nákupe za ne zaplatila viac ako 1,70 EUR. Až 4 z 10 EUR vynaložených na instantné polievky bolo vynaložených na nákup v akcii, čo je o 20% viac ako pred rokom. Viac ako polovica nakúpeného objemu instantných polievok pripadá na tzv. štandardné instantné polievky („sáčkové“), z ktorých gazdinka uvarí v hmci viacero porcií. Také si aspoň raz za rok kúpi každá druhá slovenská domácnosť. Tento variant instantných polievok však postupne stráca kupujúcich a stabilizovanú hodnotu výdavkov na ne udržiava hlavne rastúca priemerná cena a častejšie nákupy domácností, ktoré tento druh produktu vyhľadávajú. 3 z 10 domácností si aspoň raz ročne prinesie domov v nákupe aj známe „vífony“, teda ázijské polievky s rezancami. Tie si za posledných 12 mesiacov kúpilo takmer 45% domácností. Bujóny nakúpilo za posledný rok 6 z 10 domácností, v priemere štyrikrát ročne, pričom hodnota jedného nákupu dosahuje 1,60 EUR. Z hľadiska počtu kupujúcich je najobľúbenejší zeleninový bujón, nasleduje slepačí a hovädzí bujón.

Aké značky instantných polievok používate najčastejšie?



Zdroj: MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2025

Aké značky vývarov a bujónov používate najčastejšie?



Zdroj: MEDIAN SK, MML-TGI, 1.+2./2025

MEDIAN SK: Uprednostňujeme vývary a bujóny v kockách

Instantné polievky použilo v domácnosti za posledných 12 mesiacov 25,1 % opýtaných. Z prieskumu MEDIAN SK vyplýva, že respondenti preferujú klasické instantné polievky na varenie (16,5 %) a potom instantné polievky do hmoty (11,4 %). Ak už polievky používajú, tak je to najčastejšie 2-3-krát mesačne. Vývary a bujóny použilo za rovnaké obdobie 52,5 % opýtaných. Najčastejšie ich používajú tiež 2-3-krát mesačne (17,8 %) a 1-krát týždenne (12,6 %). Čo sa týka používaných druhov, najčastejšie sú vývary a bujóny v kocke (34,4 %) a želatínové / tekuté (13,4 %).