

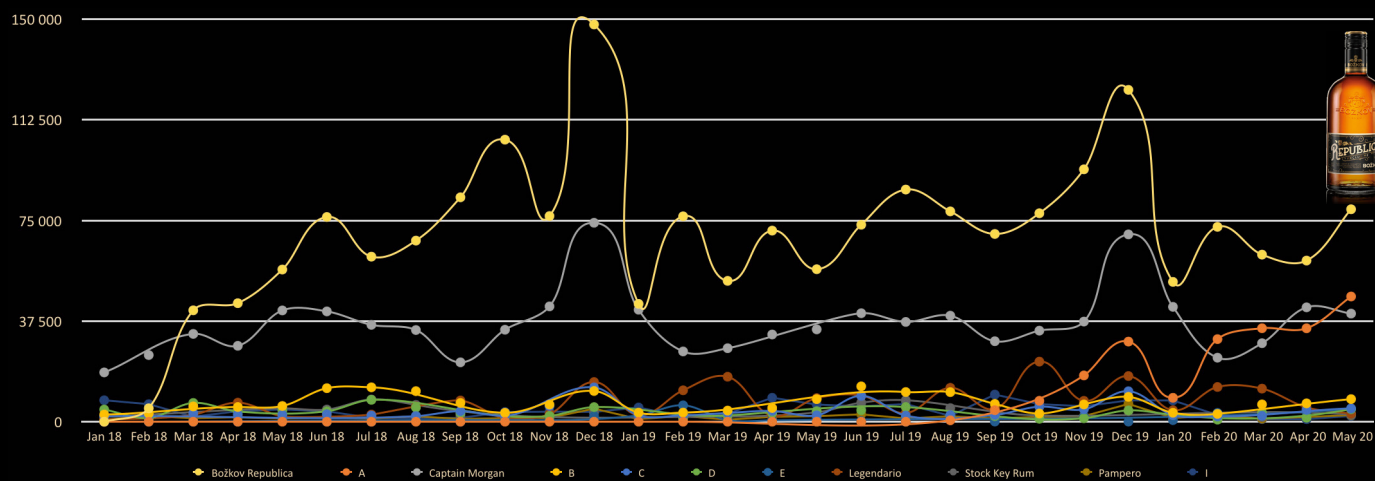
VÝSLEDKY KAMPANĚ V GRAFECH

CÍL 1:

Posílit objemový tržní podíl Božkova v kategorii pravých rumů a tuzemáků

VÝSLEDEK:

Tento cíl se nám překonat natolik, že se Božkov Republica stala prodejně nejsilnější značkou v kategorii třtinových rumů a dokázala, že „niche značka“ může v off-trade prodeji překonat i tak mainstreamový brand jako je Captain Morgan.

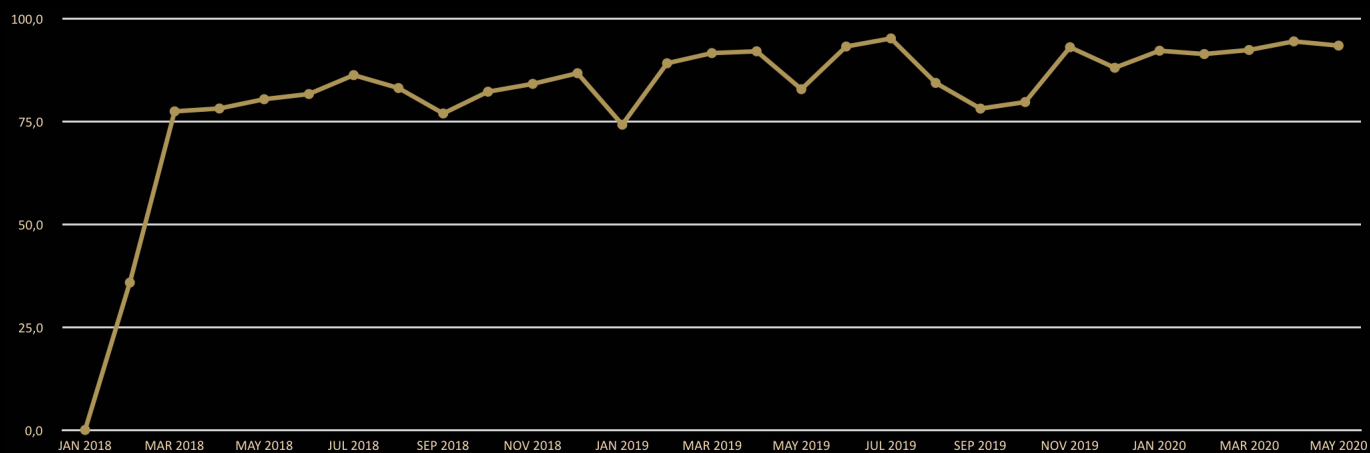


(Graf 1)

Vývoj prodejů (I) v kategorii rumů off trade, 1-2018-5/2020, zdroj: AC Nielsen

(Od začátku kampaně v březnu 2018 jsme překonali značku Captain Morgan v objemu prodaných litrů a první místo udrželi.)

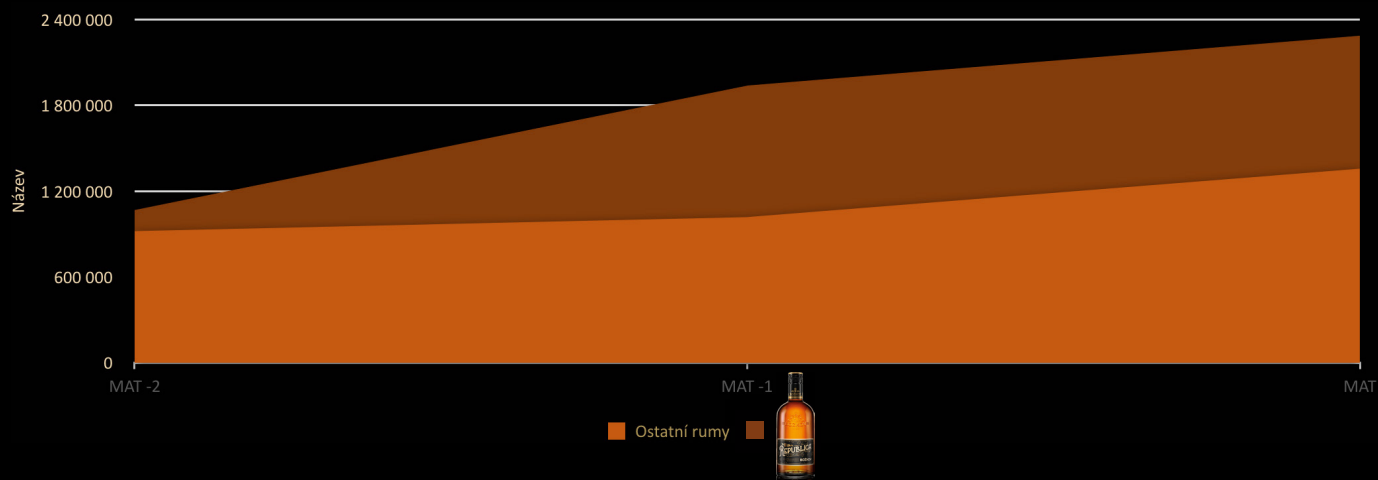
Za 1,5 měsíce od uvedení na trhu získala 80% market share v kategorii třtinové rumy.



(Graf 2)

Vývoj vážené distribuce off trade 1-2018-5/2020, zdroj: AC Nielsen

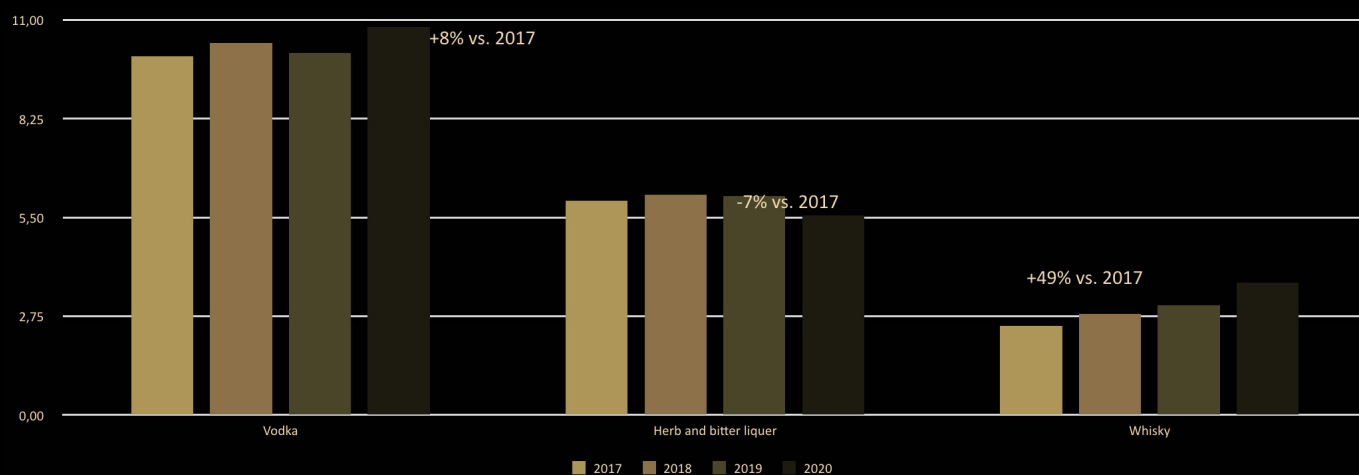
A dokonce: přispěla k celkovému růstu kategorie rumů o 114 % mezi roky 2017 a 2020,



(Graf 3)

Vývoj prodejů (I) v kategorii rumů off trade, 1-2018-5/2020, zdroj: AC Nielsen

zatímco ani jedna z ostatních TOP kategorií takového růstu nedosáhla.
(Vodka stoupla o 8 %, kategorie Herbal Bitter Liqueur klesla o 7 %, whisky vzrostla o 49 %.)



(Graf 4)

Vývoj prodejů (I) v kategorii v TOP 2-4 kategoriích, off trade, 5-12/2018/2019/2020, zdroj: AC Nielsen

CÍL 2:

Valorizovat hodnotu značky Božkov na úroveň průměru segmentu lihovin

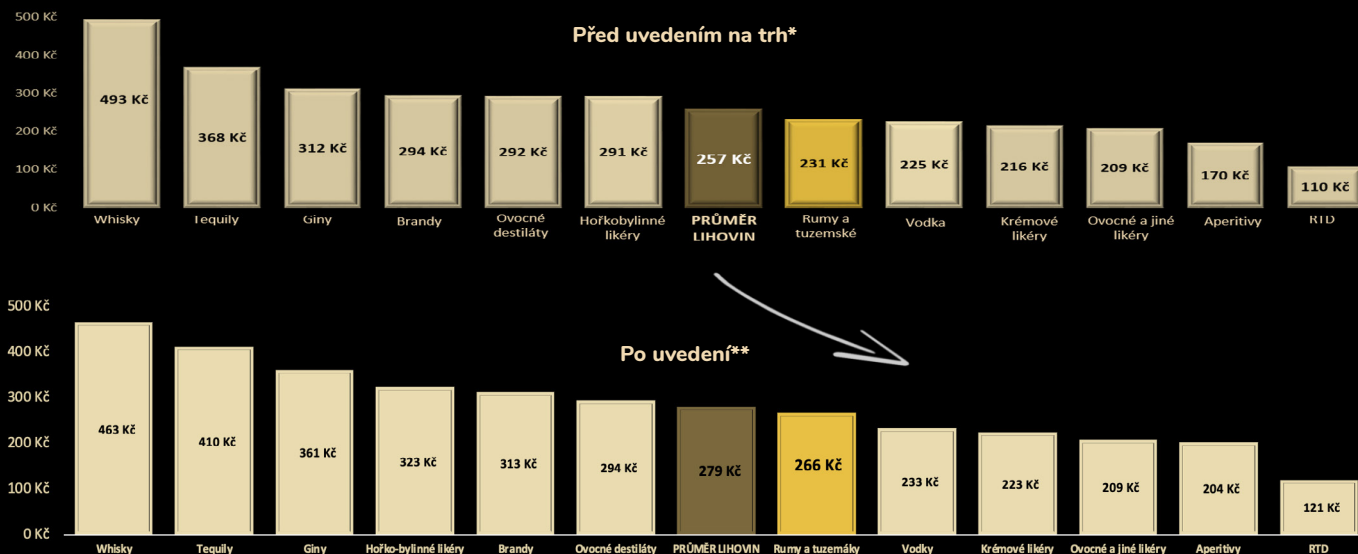
VÝSLEDEK:

Před uvedením značky Božkov Republica na trh byla hodnota celé kategorie rumů a tuzemáků na úrovni 231 Kč/l. Se značkou Božkov jsme se chtěli dostat alespoň na průměr trhu lihovin, který byl 257 Kč/l.

Tento cíl se nám podařilo nejen překonat, ale dokonce jsme přispěli k růstu celé kategorie.

Celkem kategorie rumů a tuzemáků valorizovala o 15 % (35Kč/l) na 266Kč/l, z čehož značka Božkov tvořila 13 % (cca 30Kč/l).

Zároveň přispěla k premiumizaci sub-kategorie rumů a tuzemáků.



(Graf 5)

*Vývoj průměrné ceny v kategorii lihovin, Off trade+Makro, 8/2017, zdroj: Nielsen

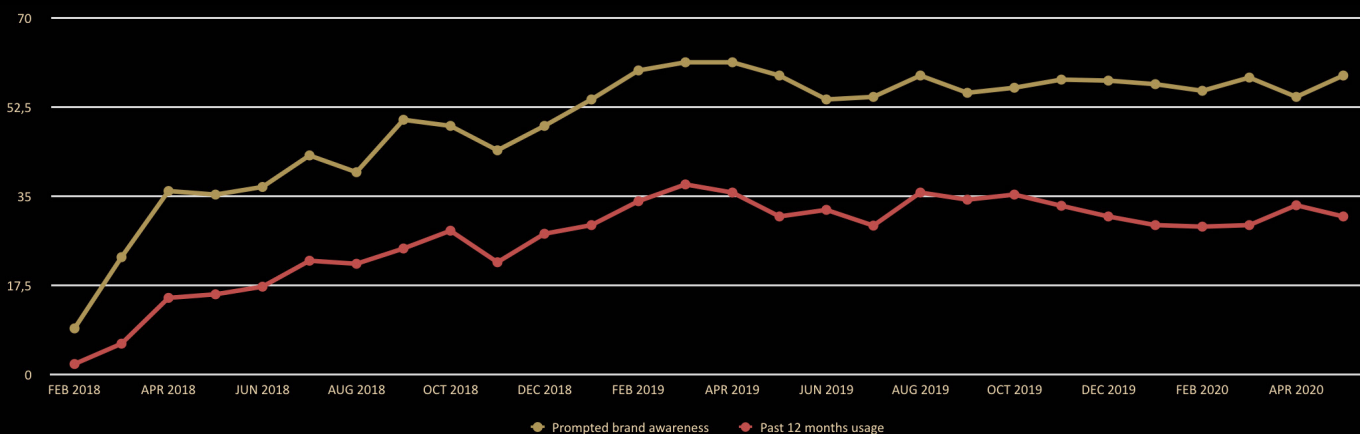
**Vývoj průměrné ceny v kategorii lihovin, Off trade+Makro, 5/2020, zdroj: Nielsen

CÍL 3:

Vybudovat povědomí o značce Božkov Republica

VÝSLEDEK:

Znalost značky Božkov Republica dosahuje 60 %, což ji řadí výše než etablované značky v kategorii pravých rumů (např. Bacardi, Havana či Diplomatico), které se průměrně pohybují na úrovni 54 %.

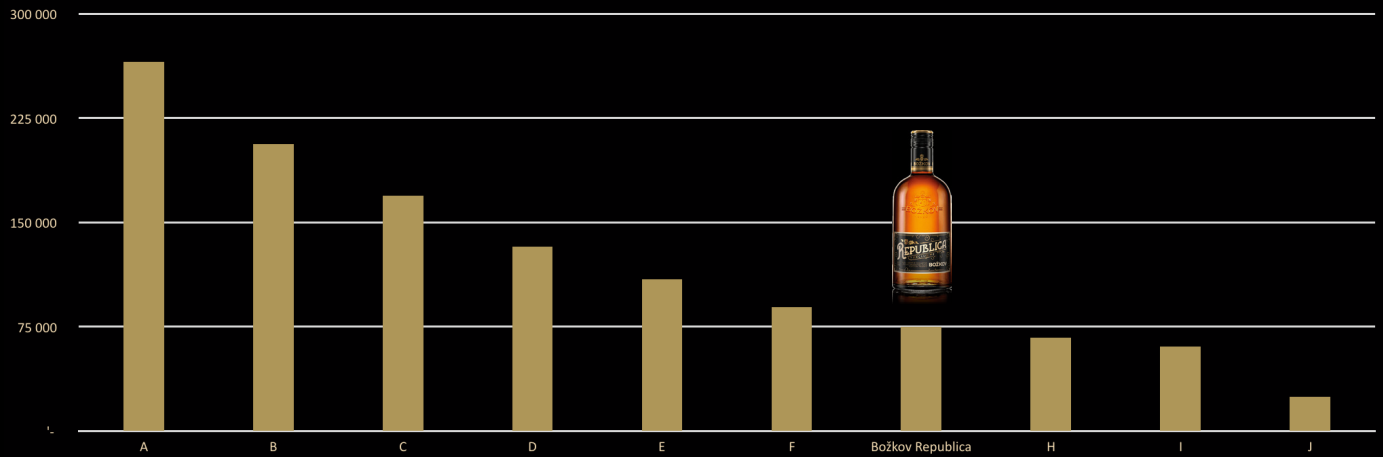


(Graf 6)

Vývoj podpořené znalosti značky/konzumace za posledních 12 měsíců, 2-2018-5/2020, zdroj: Millward Brown

DOPLŇUJÍCÍ INFORMACE:

Komunikační kampaň Božkov Republica byla mezi TOP 10 z hlediska SoS v rámci kategorie
líhovin a TOP značka v sub-kategorii rumů a tuzemáků



(Graf 7)

Vývoj celkových mediálních investic 1-2018-5/2020, mio CZK, zdroj: Admosphere

REPUBLICA®
BOŽKOV