

PIATA DE ȚIGĂRETE EVOLUȚII ȘI TENDINȚE

2 MARTIE 2010

Tipul eșantionului:

- Probabilistic, Multi-stagial, stratificat conform structurii de fumători adulți din Romania rezultate in urma studiilor de Incidența a fumatului.

Straturi:

- 8 regiuni de dezvoltare INS (Nord-Est, Nord-Vest, Vest, Centru, Sud-Vest, Sud, Sud-Est, București)
- 6 tipuri de localități: București, orașe mari (peste 200,000 locuitori), orașe medii (50,000-200,000 locuitori), orașe mici (sub 50,000 locuitori), Rural peste 5000 locuitori, Rural sub 5000 locuitori

Metoda de Eșantionare:

- Selecția gospodariei: selecție aleatoare folosind un pas statistic; 163 /(180*) de puncte de eșantionare/ 131 (150*) localități
- Selecția respondentului: fumătorul adult cu vârsta cuprinsa între 18-64 ani din gospodarie care și-a aniversat ultimul ziua de naștere

Eroare de eșantionare: 2.16% (interval de încredere: 95%) (1.96%*)

Acoperire : România, național

Echipa de culegere a datelor: 41 coordonatori județeni si 214 operatori de interviu

Identificarea pachetelor provenind din comerțul ilicit:

- Pachetul de țigarete pe care persoana interviuata il are asupra sa la momentul interviului se colectează de către operatorul de interviu
- Identificarea si încadrarea pachetelor se efectuează la sediul Novel Research pe baza informațiilor/ elementelor specifice existente pe pachetele astfel colectate.

* Din Ianuarie 2010 mărimea eșantionului a fost mărită la 2500 interviuri

Perioada culegere date	Marime eșantion	Total chestionare completate	Verificare culegere date:	Ponderare
4 August – 24 August 2008	2058	2091 (33 nevalidate)	600 interviuri (393 telefonic) (207 in teren)	sex, varsta, Urbanizare, regiuni statistice
24 Noiembrie– 10 Decembrie 2008	2045	2090 (45 nevalidate)	1319 interviuri (682 telefonic) (637 in teren)	sex, varsta, Urbanizare, regiuni statistice
1 Februarie – 28 Februarie 2009	2018	2119 (101 nevalidate)	1225 interviuri (1022 telefonic) (203 in teren)	sex, varsta, Urbanizare, regiuni statistice
1 Aprilie – 17 April 2009	2047	2109 (62 nevalidate)	1330 interviuri (982 telefonic) (348 in teren)	sex, varsta, Urbanizare, regiuni statistice
1 Iulie – 20 Iulie 2009	2007	2064 (57 nevalidate)	1182 interviuri (982 telefonic) (348 in teren)	sex, varsta, Urbanizare, regiuni statistice
1 Octombrie – 20 Octombrie 20 2009	2022	2064 (42 nevalidate)	1193 interviuri (924 telefonic) (269 in teren)	sex, varsta, Urbanizare, regiuni statistice
15 Ianuarie – 6 Februarie 2010	2507	2541 (34 nevalidate)	1428 interviuri (1073 telefonic) (355 in teren)	sex, varsta, Urbanizare, regiuni statistice

Creștere de preț vs
anterior:
Diferență preț mppc -
contrabandă:

-
2.2

0.3
2.7

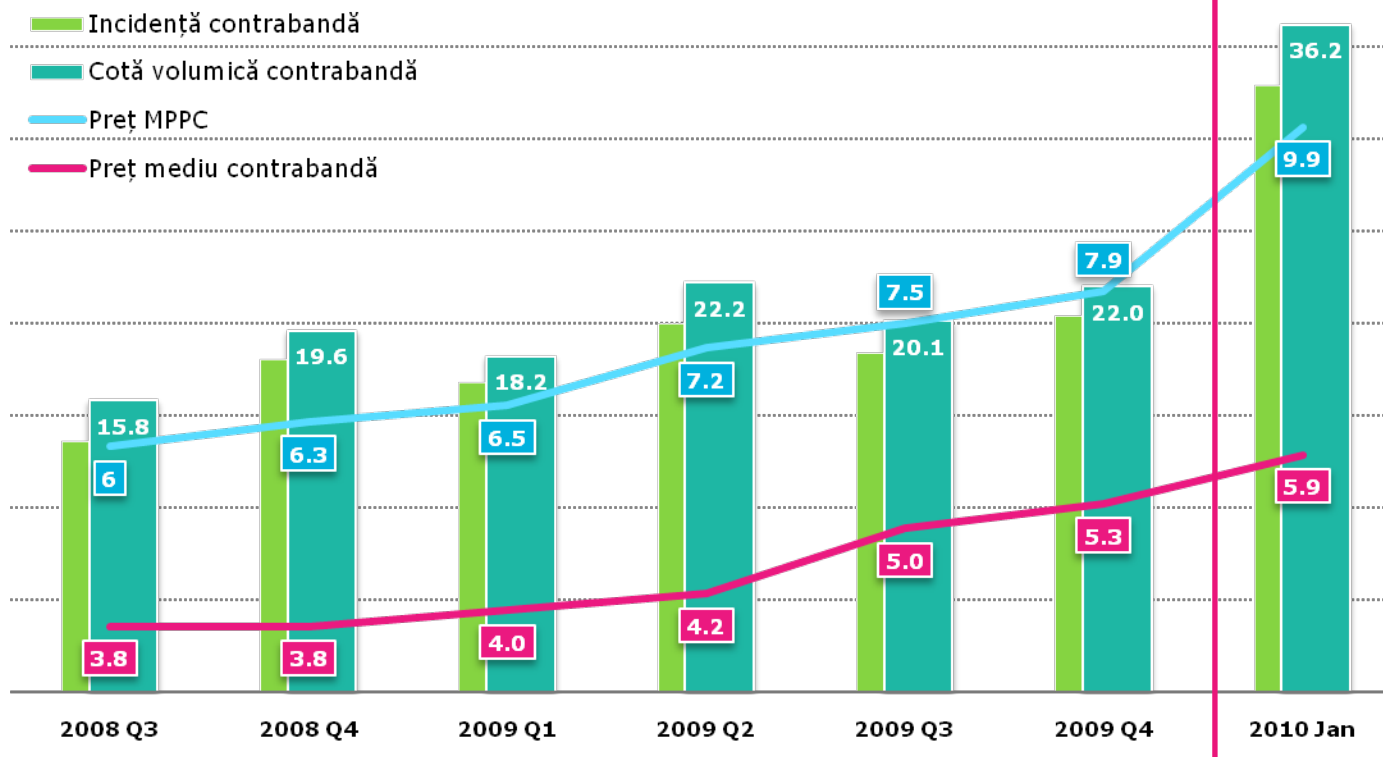
0.2
2.5

0.7
3.0

0.3
2.5

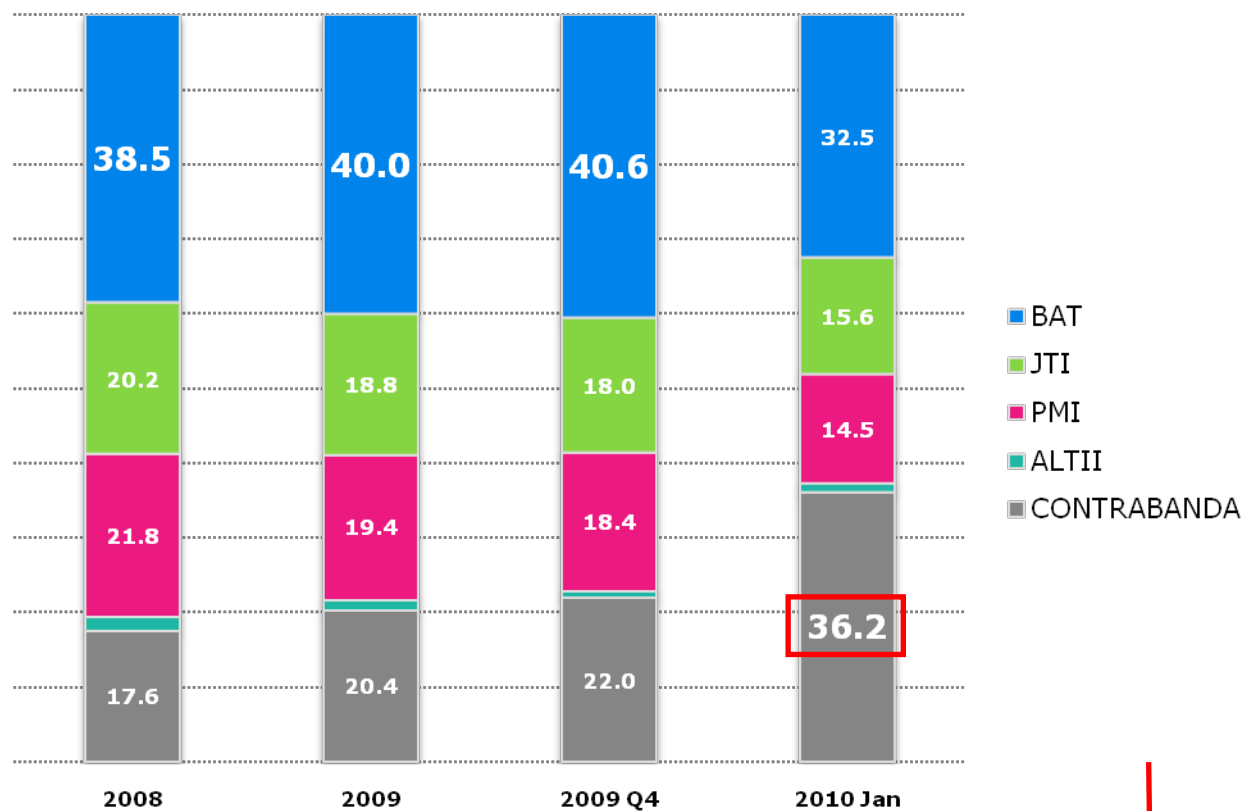
0.4
2.6

2.0
4.0



Evoluția cotelor de piață volumică

principali producători vs. contrabandă



Bilanțul perioadei
2009 – Ianuarie 2010

BAT: -6.0 pp

JTI: -4.6 pp

PMI: -7.3 pp

ALTII: -0.7 pp

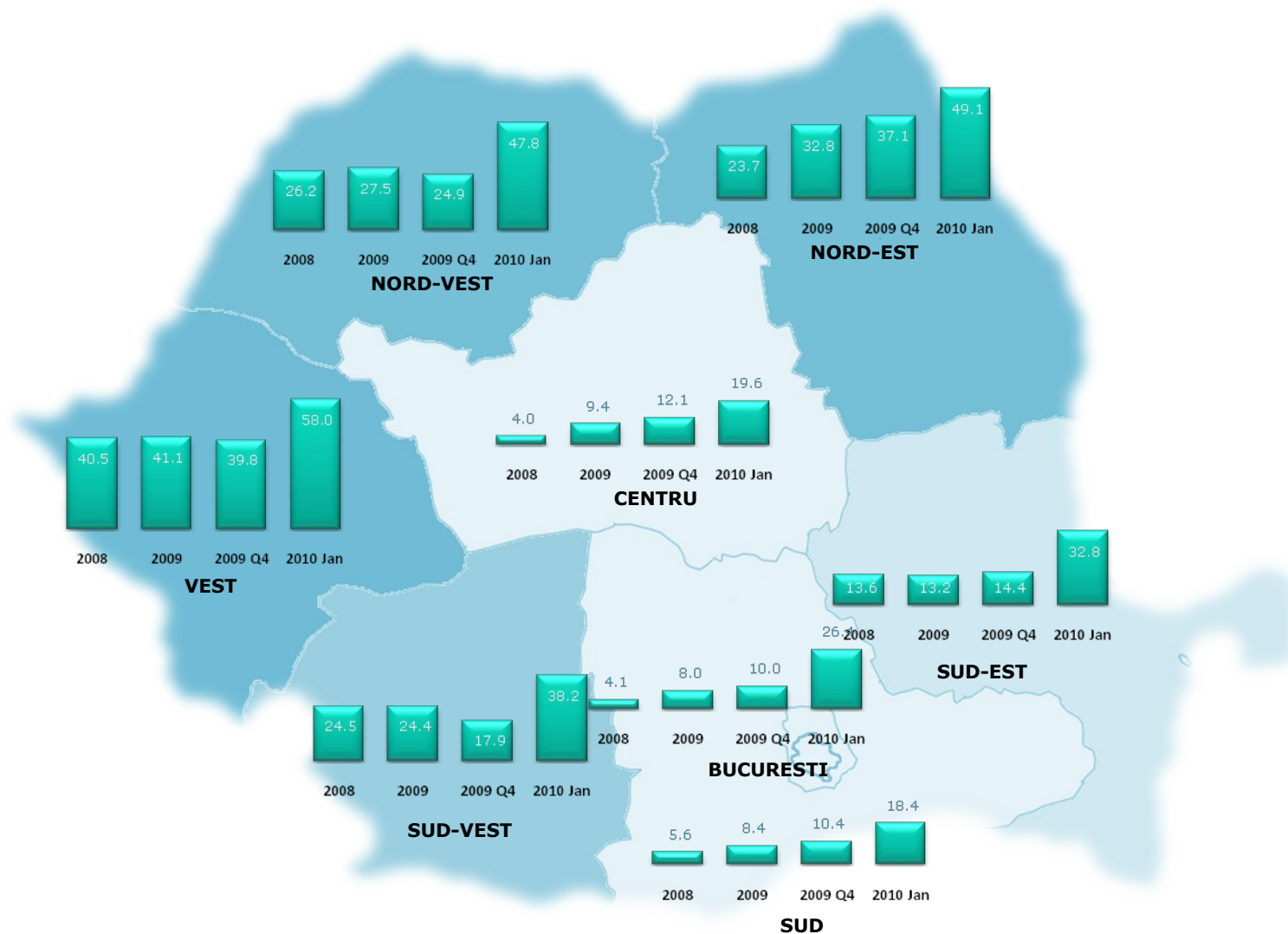
CONTRABANDA:

+18.6 pp

Contrabanda
devine jucătorul
No. 1 pe piața
de țigarete din
Romania

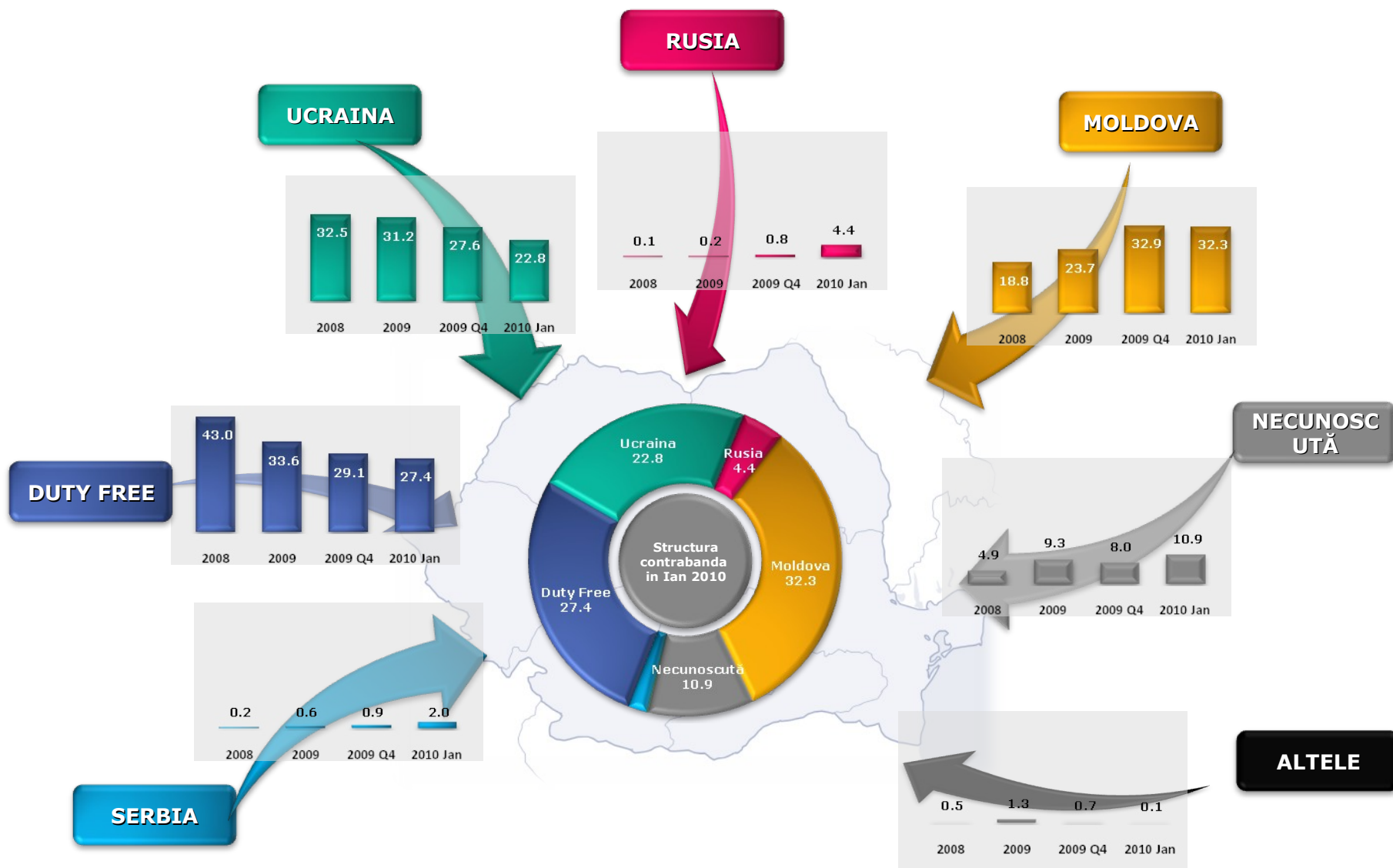
dimensiunea contrabandei pe regiuni statistice

evoluție cote volumice



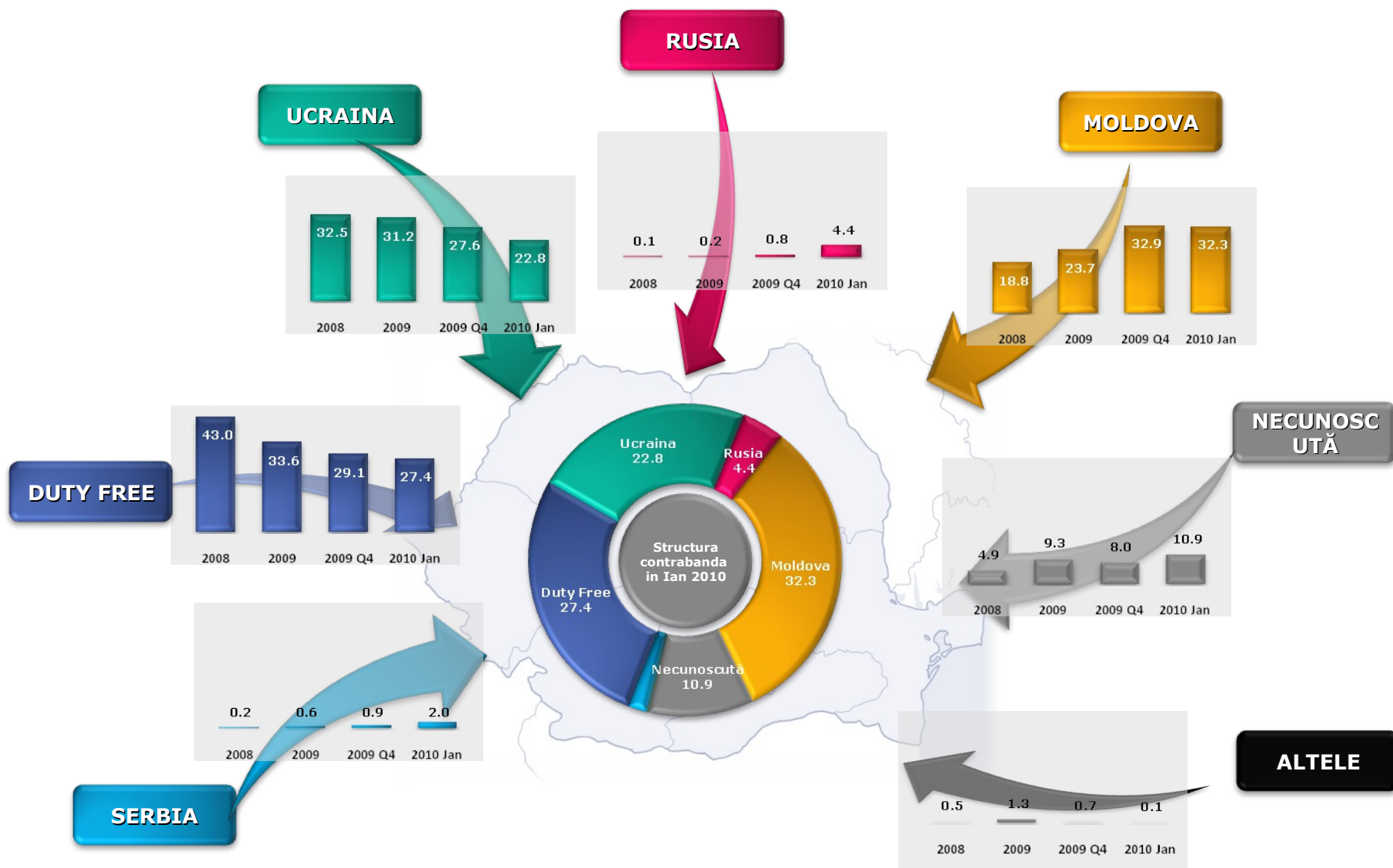
Proveniența produselor de contrabandă

evoluție cote volumice (total contrabandă=100%)



Proveniența produselor de contrabandă

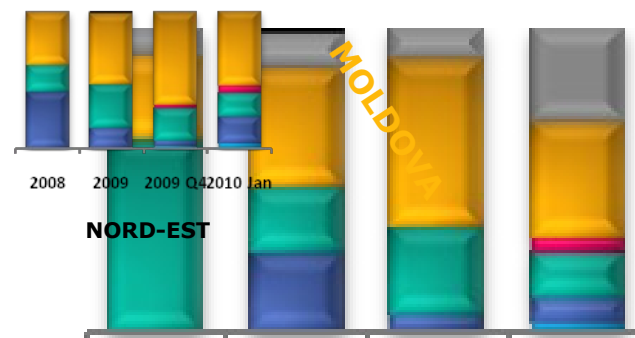
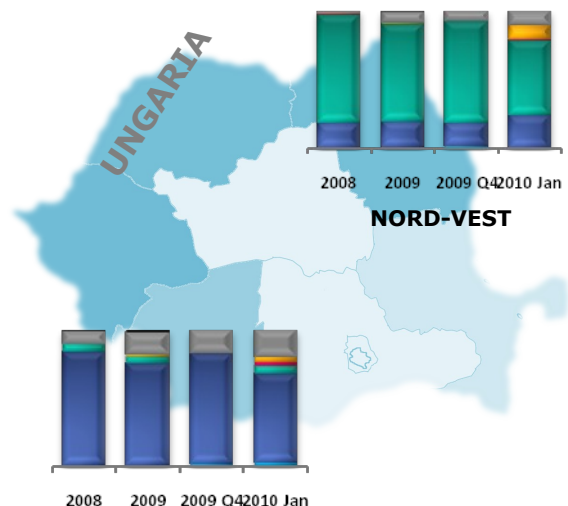
evoluție cote volumice (total contrabandă=100%)



Structura pe regiuni a provenienței produselor de contrabandă

evoluție cote volumice (total regiune=100%)

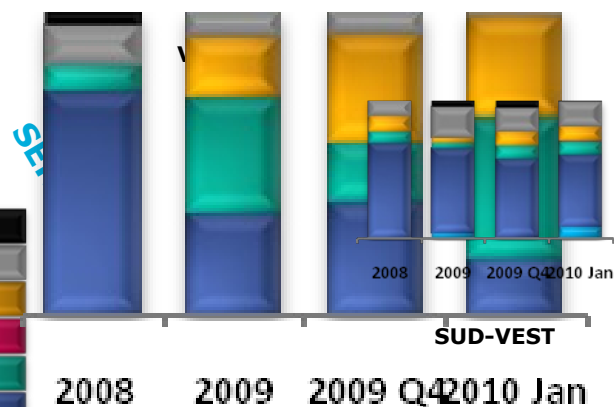
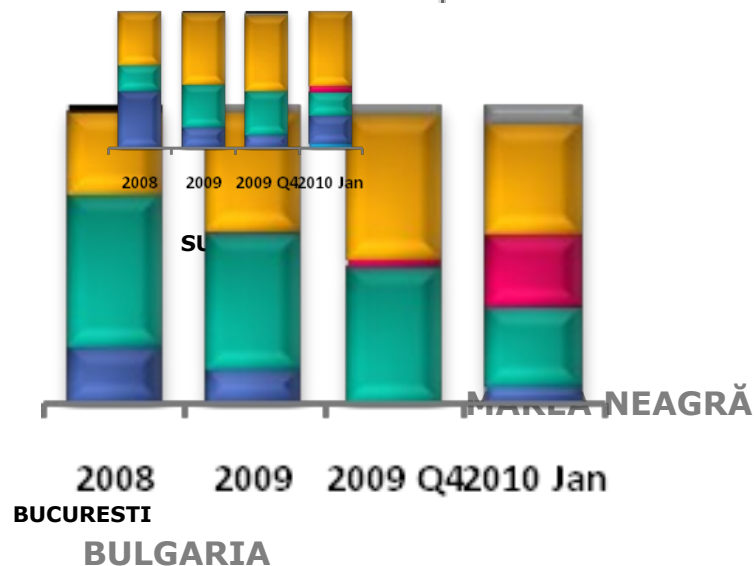
UCRAINA



CENTRU

2008 2009 2009 Q4 2010 Jan

SUD



Analiza potențialului de piață se realizează începând cu Aprilie 2009 și se bazează pe 4 din

ATITUDINEA - față de produsul alternativ (legal/de contrabandă)

RELEVANȚA - produsului legal/de contrabandă

CALITATEA - comparativă dintre produsul legal/de contrabandă

percentajă de respondent

PREȚUL - comparativ dintre produsul legal/de contrabandă perceput

de respondent

Prin utilizarea algoritmilor statistici de tip Decision Tree/CHAID, respondenții au fost clasificați în funcție de răspunsurile pe dimensiunile

de mai sus în patru tipologii:



(% COTĂ VOLUMICĂ)

AFINITATE PUTERNICĂ FAȚĂ DE PRODUSELE LEGALE

Pentru acest grup importanța alegerii tipului de produs este foarte importantă în timp ce atitudine pentru produsele ilicite este foarte negativă. Nivelul de satisfacție privind produsele consumate este foarte ridicat iar diferența dintre produsele legale și cele ilicite constă în niveluri de calitate diferite.

AFINITATE MODERATĂ FAȚĂ DE PRODUSELE LEGALE

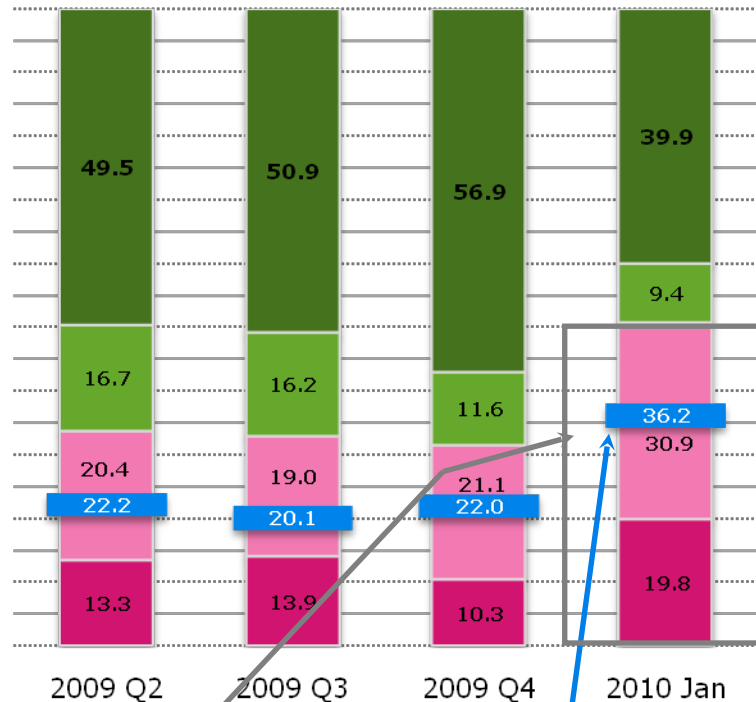
Alternativa produselor ilicite nu este în general acceptată de acest grup deși nu este foarte important pentru ei dacă aleg sau nu un produs ilicit. Ei tind să evalueze produsele ilicite la același nivel de calitate cu produsele legale.

AFINITATE MODERATĂ FAȚĂ DE PRODUSELE ILICITE

Acest grup este mulțumit cu alegerea pe care au făcut-o dar caută/sunt deschiși și la alternative. Ei caută totuși alternative mai ieftine conștienți fiind de faptul că și calitatea va fi mai scăzută. Fumătorii de produse legale din acest grup au o probabilitate ridicată să treacă la produse ilicite pe termen mediu.

AFINITATE PUTERNICĂ FAȚĂ DE PRODUSELE ILICITE

Pentru acest grup importanța alegerii unui anumit produs (legal sau ilicit) este foarte mică, prețul fiind un element decisiv în alegerea unei variante. Acest grup înregistrează cel mai scăzut nivel de satisfacție privind produsul fumat în mod obișnuit.



POTENȚIALUL DE CREȘTERE CONTRABANDĂ:

51.7% COTĂ VOLUMICĂ

(15.5 PP ADITIONALE FAȚĂ DE 36.2%)

36.2 VOLUMUL ACTUAL AL CONTRABANDEI