**Akce na alkohol během Suchého února: Kdy nakupovat výhodně?**

*Praha 5. února 2024:* V období Suchého února, kdy se čím dál více lidí rozhodne omezit nebo úplně vynechat konzumaci alkoholu, by se mohlo zdát, že zájem o alkoholické nápoje výrazně poklesne. Data z nákupního rádce Kupi.cz však ukazují, že situace není tak jednoznačná, zejména co se týče akčních nabídek v letácích.

V loňském roce se v letácích paradoxně objevilo více akcí na alkohol právě během února než měsíc předtím v lednu. Zásadnější nárůst počtu akčních slev se v letácích objevil až v březnu, což naznačuje, že obchodníci možná počítají s návratem zákazníků k alkoholu po suchém období, případně se předpokládá, že už došlo ke spotřebování většiny zásob od Vánoc.

Největší množství akcí na alkoholické nápoje se v letácích objevuje tradičně v listopadu, tedy předvánočním období. Během Suchého února oproti listopadu došlo loni k významnému poklesu akcí o 35 %. Srovnáme-li však únor 2023 s lednem 2023, zjistíme, že v lednu bylo v letácích ještě o 23 % méně akcí než měsíc poté, což je o celých 58 % méně než v listopadu.

V březnu pak počet akcí vzrostl oproti únoru o 28 %, což už je jen o pouhých 7 % méně než v nejsilnějším měsíci listopadu.

Zajímavým zjištěním také je, že v únoru byl počet akcí na vína, brandy a koňaky o polovinu nižší než v listopadu, zatímco u nealkoholických piv byl pokles v počtu akcí minimální.

*„Oproti listopadu jsme v únorových letácích zaznamenali o polovinu méně akcí na vína nebo brandy a koňaky. Nejmenší rozdíly byly u ochucených nebo nealkoholických piv, které jsou v akcích mimo sezonu v počtu nižších desítek. U nealkoholických piv se zvyšuje počet akcí v letácích na zhruba dvojnásobek od jarního měsíce března. O 20 % klesl počet akcí na piva nebo vodku,“* shrnuje monitoring letáků analytička Monika Kopčilová z Kupi.

Meziroční vývoj slevových akcí naznačuje, že velké řetězce v listopadu zvýšily počet akčních slev o 15 %, přičemž přibylo především promocí na růžová a červená vína nebo rumy.

Pokud jde o ceny, nákupem alkoholu v akci lze průměrně ušetřit 30 %, jeho akční cena se však meziročně zvýšila asi o 3 %. V případě Jägermeisteru je letos možné ušetřit dokonce přes 45 % oproti běžné ceně. U některých produktů, jako je vodka Božkov, letos došlo dokonce k poklesu akčních cen.

Z analýzy vyplývá, že i přes období Suchého února a obecně postního období nabídky a akce na alkohol neustávají úplně. Pro spotřebitele to může být signál, že i v tuto dobu lze nakoupit alkoholické nápoje za výhodné ceny, zvláště pokud plánují jejich konzumaci obnovit zase v březnu.