



**Hegyközségek
Nemzeti Tanácsa**
SZAKMAKÖZI SZERVEZET

A MAGYAR BORPIAC ÉS A BORFOGYASZTÓI SZOKÁSOK ELEMZÉSE

ÖSSZEHASONLÍTÓ ELEMZÉS 2017 - 2023

2023. OKTÓBER 10.

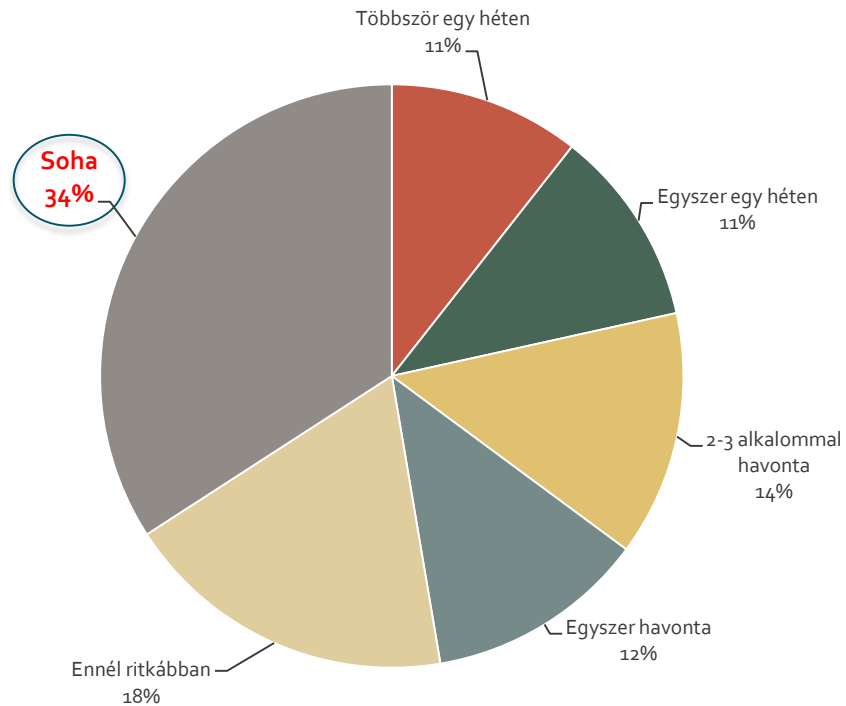
Készítette a HNT megbízásából:

Prof. Dr. Szolnoki Gergely

Borfogyasztás 2017

%-os megoszlás kategóriánként

Bázis: Minden megkérdezett (n=1500)



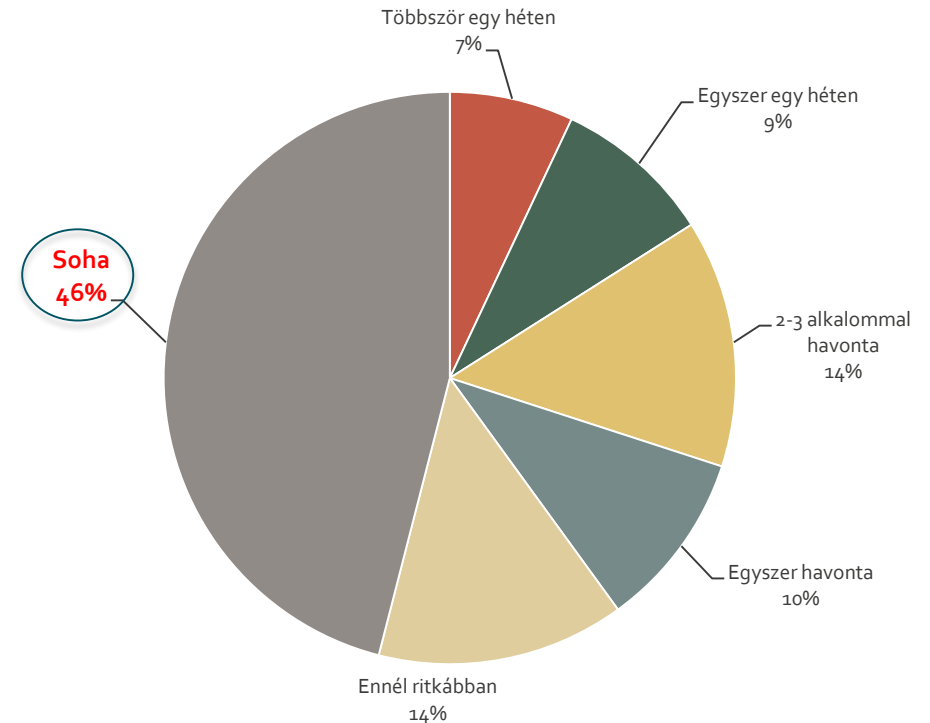
12%-kal nőtt a bort nem fogyasztók tábora!

Más alkoholos italok esetén is csökkenés tapasztalható a fogyasztásban.

Borfogyasztás 2023

%-os megoszlás kategóriánként

Bázis: Minden megkérdezett (n=1500)



Bort nem fogyasztók száma (felnőtt lakosság):
2017-ben 2,7 millió -> 2023-ban 3,7 millió.



Hat év alatt a borfogyasztók száma 1 millióval kevesebb lett.

Borfogyasztás

%-os megoszlás kategóriánként

Bázis: Minden megkérdezett (n=1500 / 1500)

2017	Átlag	Férfi	Nő	18-29	30-39	40-49	50-65	66+	Magas vagyoni státusz	Közepes vagyoni státusz	Alacsony vagyoni státusz
Többször egy héten	11	18	4	3	6	10	15	17	9	9	12
Egyszer egy héten	11	12	10	12	10	12	10	11	16	11	9
2-3 alkalommal havonta	14	14	13	14	19	18	12	8	15	16	11
Egyszer havonta	12	12	12	13	18	12	10	9	13	15	10
Ennél ritkábban	19	14	22	22	16	21	19	14	15	17	21
Soha	34	30	38	36	32	27	34	41	33	32	36

2023	Átlag	Férfi	Nő	18-29	30-39	40-49	50-65	66+	Magas vagyoni státusz	Közepes vagyoni státusz	Alacsony vagyoni státusz
Többször egy héten	7	9	5	3	5	8	7	12	14	6	6
Egyszer egy héten	9	10	9	6	8	11	10	10	14	9	8
2-3 alkalommal havonta	14	16	11	14	17	16	15	7	19	11	15
Egyszer havonta	10	10	10	13	8	11	10	10	11	11	10
Ennél ritkábban	14	13	15	14	15	17	14	10	13	14	15
Soha	46	41	50	50	47	38	43	52	30	49	46

A gyakori borfogyasztók száma a férfiak körében megfelelő.

A fiatal korosztályban a nem borfogyasztók aránya jelentősen megnőtt.

Az egyetlen szegmens, ahol a fogyasztás növekedett.

Erős visszesés a közepes és alacsony vagyoni státusz esetén.

Okok, ami miatt a megkérdezettek nem isznak bort

Okok – miért nem iszik Ön bort

%-os megoszlás kategóriánként, több válasz is lehetséges / 5-ös skála

Bázis: Csak bort nem fogyasztók (n=512 / 670)

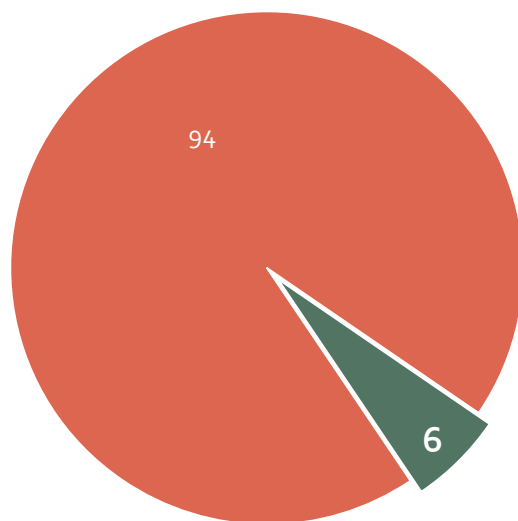
	2017 (%)	2023 (5-ös skála)
Nem szeretem a bor ízét	41	3,3
A borivásnak nincs hagyománya családjamban	8	2,9
Nem iszom semmilyen alkoholt	34	2,9
Más alkoholos italt/italokat kedvelek	18	2,8
A szervezetem nem viseli jól a bort (túl sok sav, túl sok alkohol)	17	2,6
Mert a barátaim, ismerőseim sem isznak bort	8	2,4
Hatása kellemetlen, álmosító	n.a	2,4
A bor túl drága	5	2,3
Túl bonyolult kiválasztani egy bort	2	2,2
Egészségügyi problémák miatt (terhesség, terápia, kezelés, allergia)	11	2,1
Első alkalom negatív élmény	n.a	2,1
A borivást túl sznobnak tartom	1	2

A bor tradíciója a családok,
valamint a barátok és ismerősök
körében lassan elkopik.

Magyar és külföldi borok 2017

%-os megoszlás

Bázis: Minden borfogyasztó (n=988)

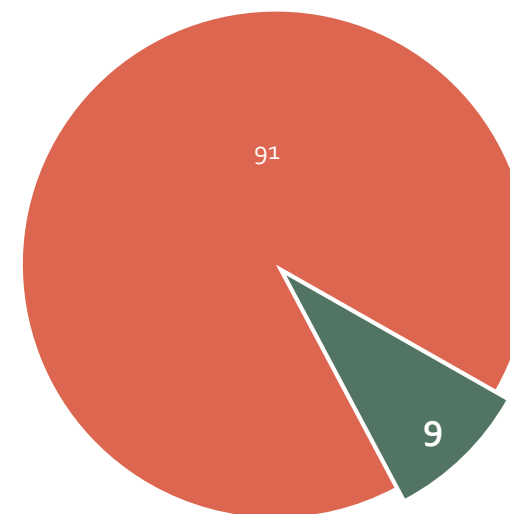


■ Magyar bor ■ Külföldi bor

Magyar és külföldi borok 2023

%-os megoszlás

Bázis: Minden borfogyasztó (n=746)



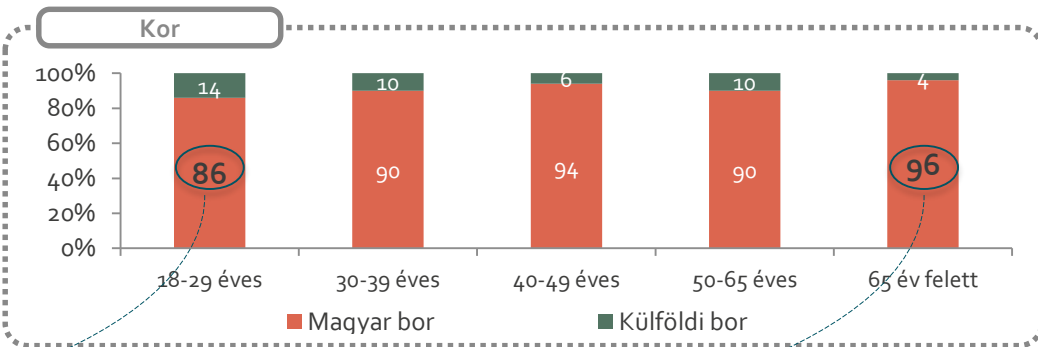
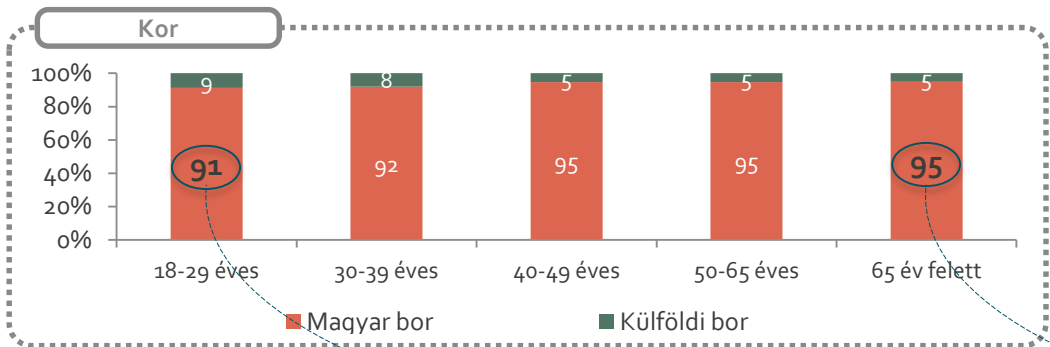
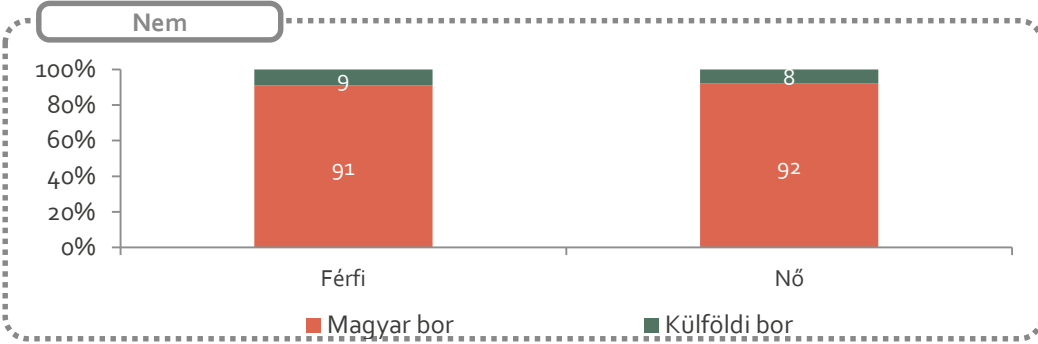
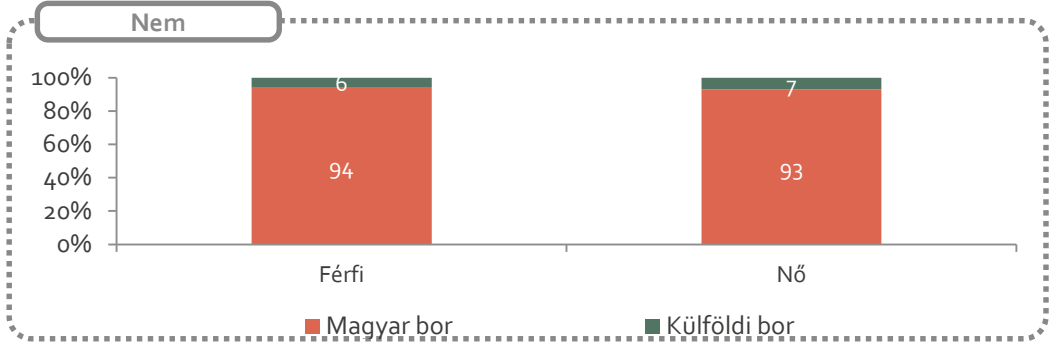
■ Magyar bor ■ Külföldi bor

Lassan, de biztosan nő az import borok jelentősége.

A bor származása - Szegmensek

2017

2023

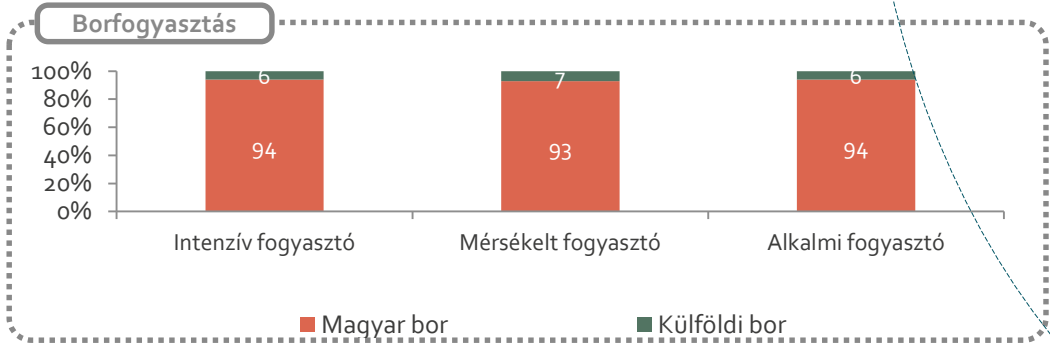
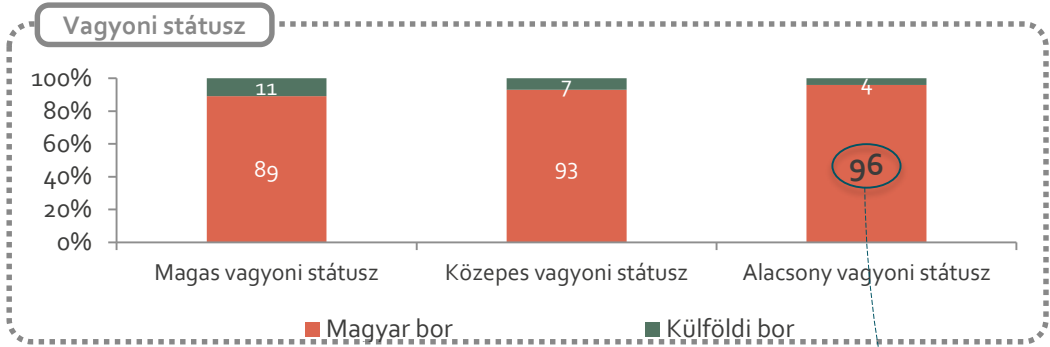


Fiatalabb korosztály: több import bor.

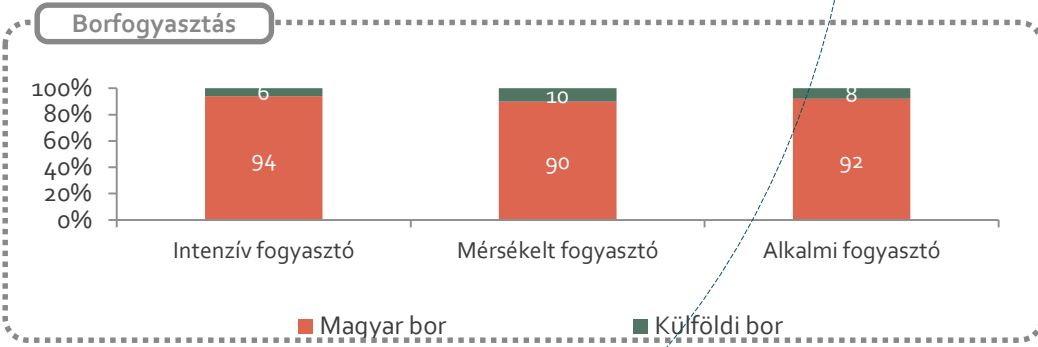
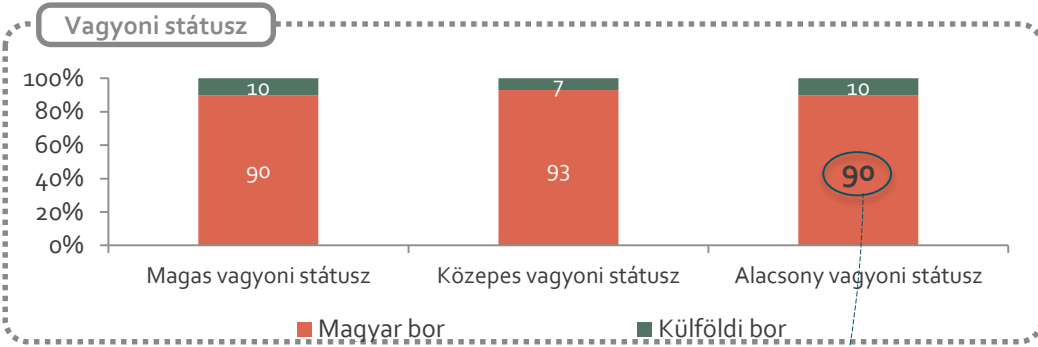
Idősebb korosztály: magyar bor aránya nőtt.

A bor származása - Szegmensek

2017



2023

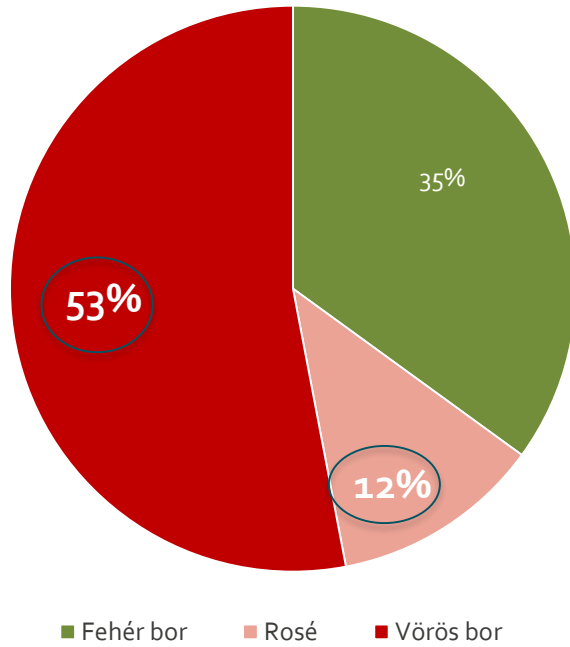


A magyar borok aránya az alacsony vagyoni státusz esetén csökkent leginkább.

Bor színe 2017

%-os megoszlás

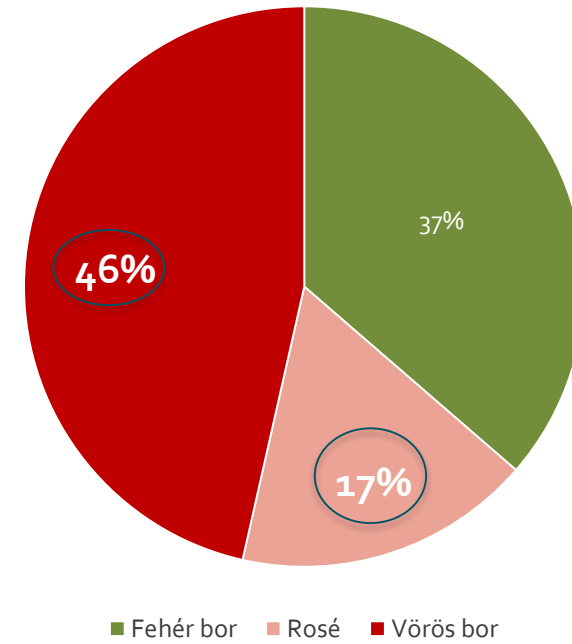
Bázis: Minden borfogyasztó (n=988)



Bor színe 2023

%-os megoszlás, mennyiséggel súlyozva

Bázis: Minden borfogyasztó (n=756)

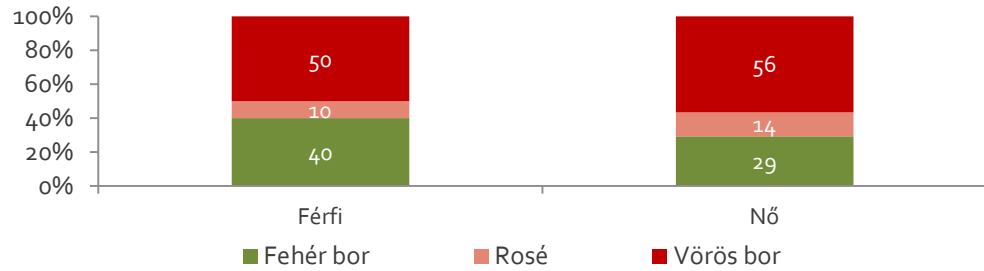


A vörösbor 7%-ot veszített népszerűségéből, míg a rosé borok aránya 17%-ra nőtt.

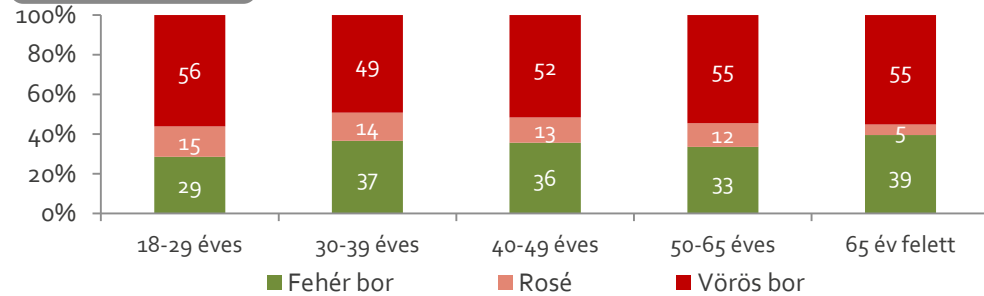
A bor színe - Szegmensek

2017

Nem

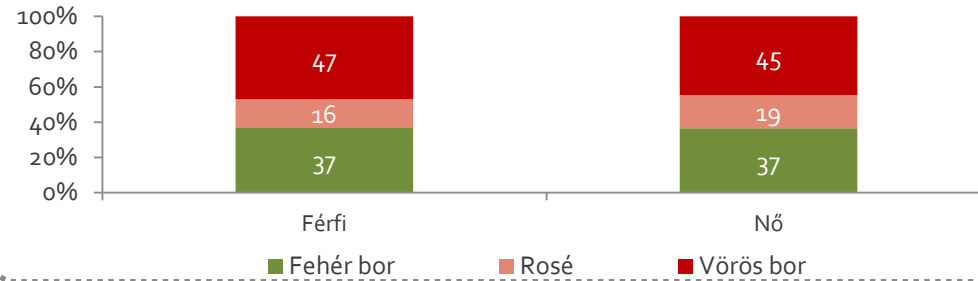


Kor

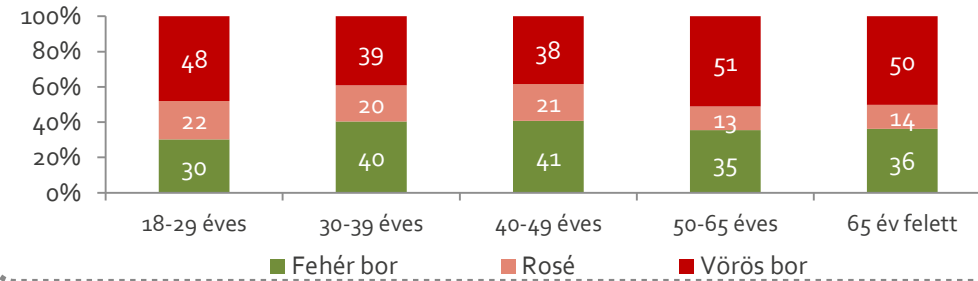


2023

Nem



Kor

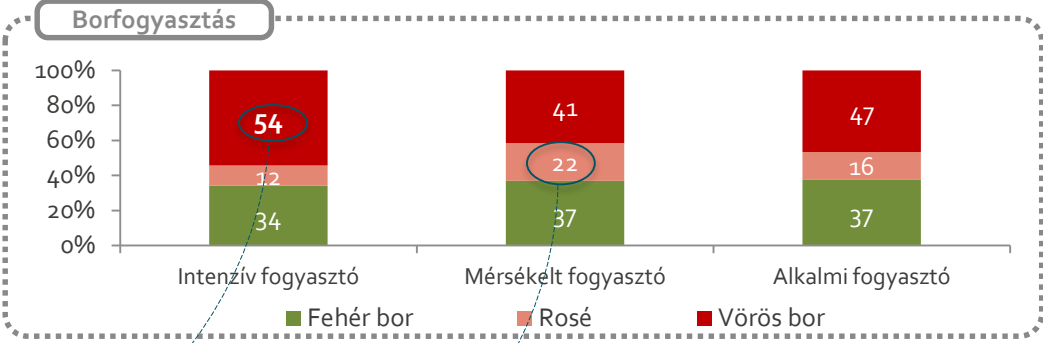
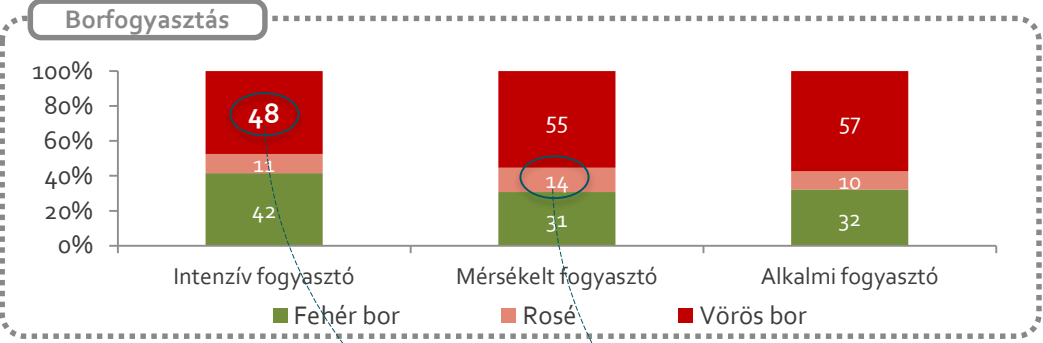
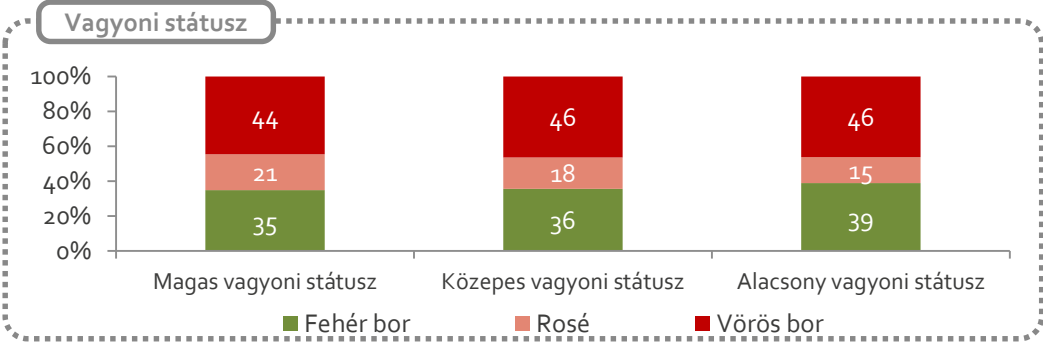
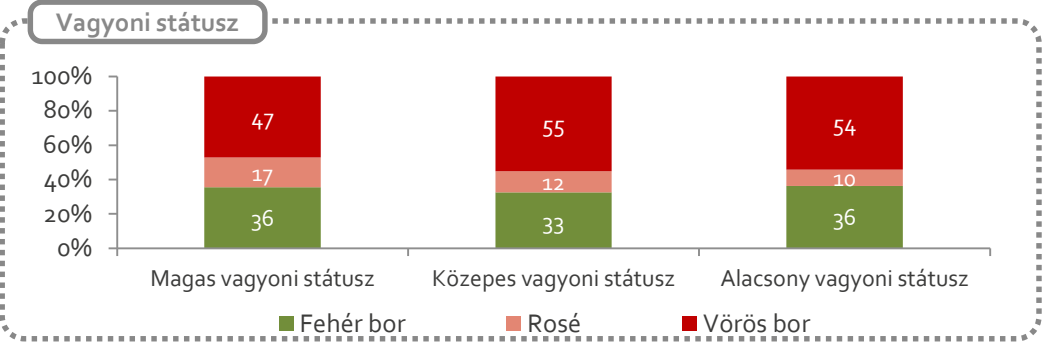


A vörösbor minden szegmensben csökkent és a rosé borok aránya nőtt. A szegmensen belüli arányok azonban nagyjából mindenhol a 2017-es szinten maradtak.

A bor színe - Szegmensek

2017

2023



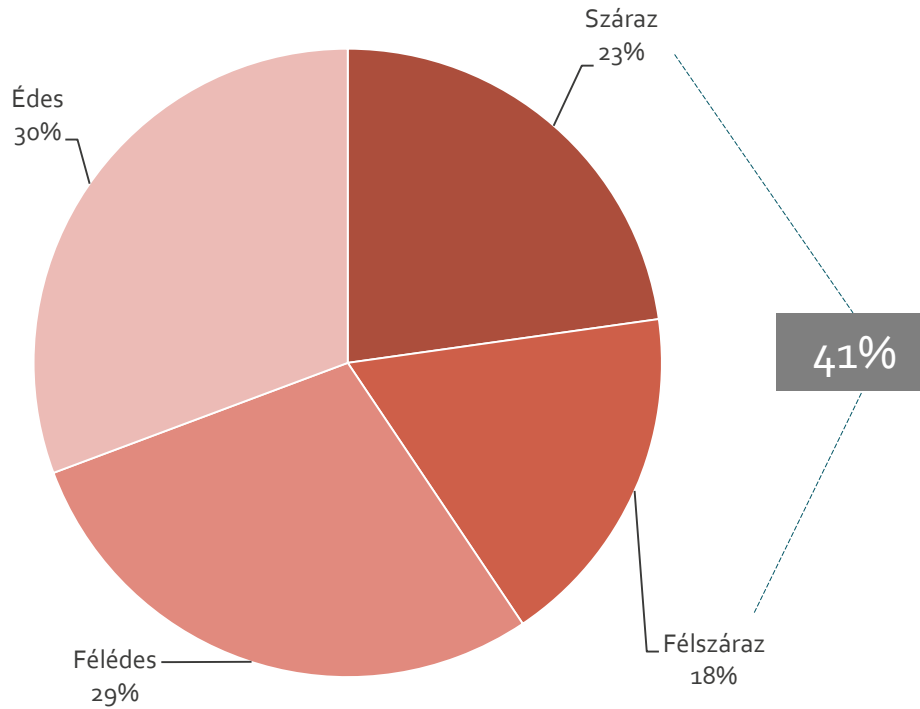
Az intenzív fogyasztók táborában nőtt a vörösbor aránya. Rosé változatlan!

Mérsékelt fogyasztók: sokkal kevesebb vörösbor, sokkal több rosé.

A bor íze 2017

%-os megoszlás

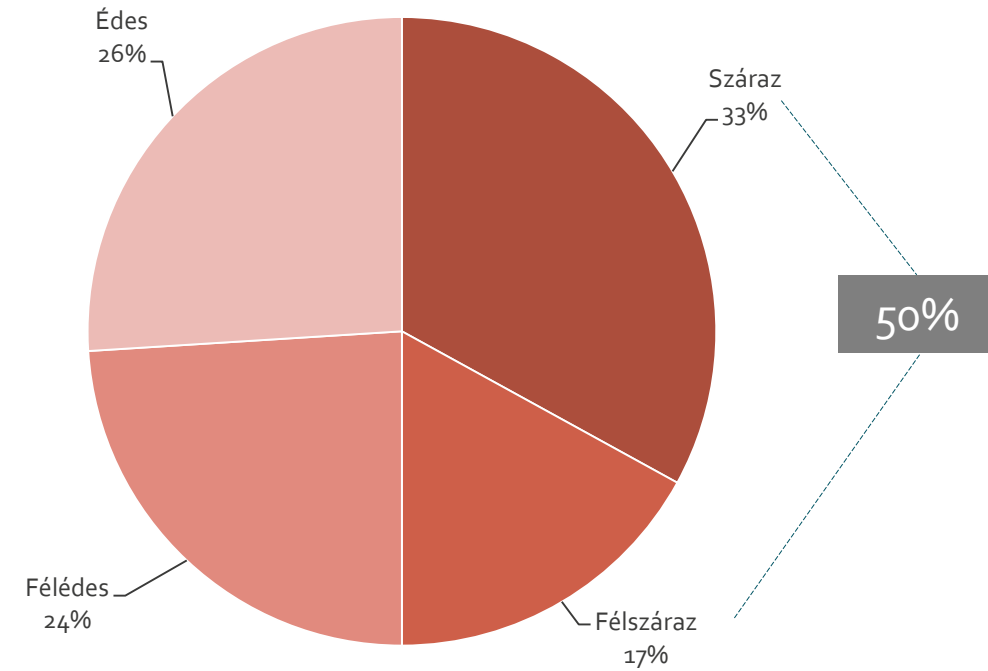
Bázis: Minden borfogyasztó (n=988)



A bor íze 2023

%-os megoszlás, mennyiséggel súlyozva

Bázis: Minden borfogyasztó (n=756)

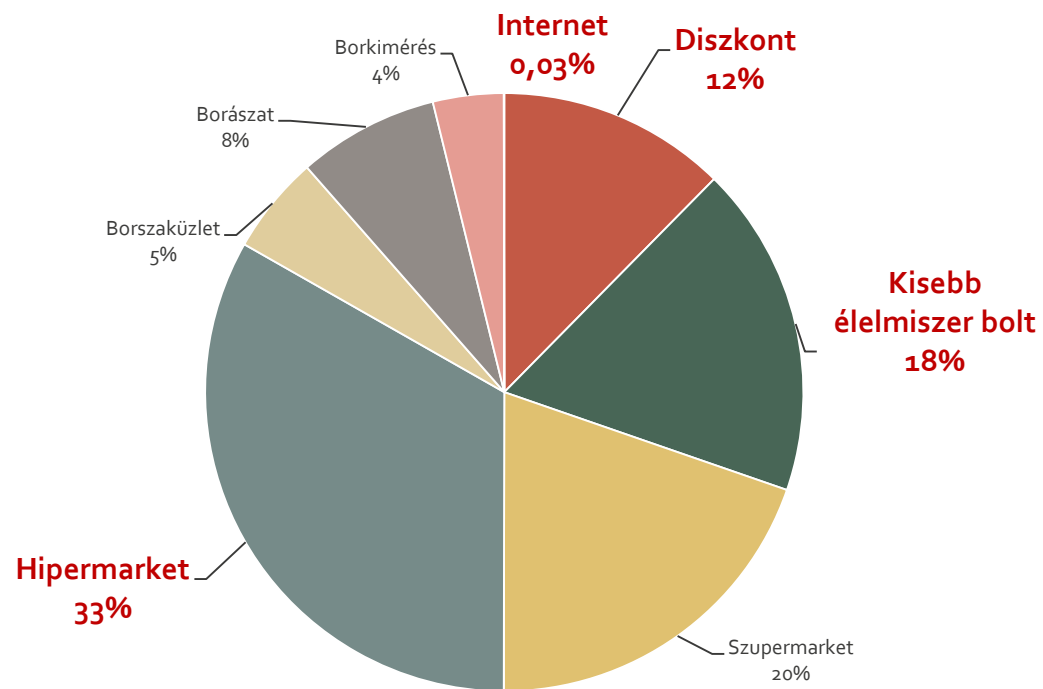


A száraz borok aránya 2017-hez képest szignifikánsan nőtt.

Üzlettypus 2017

%-os megoszlás

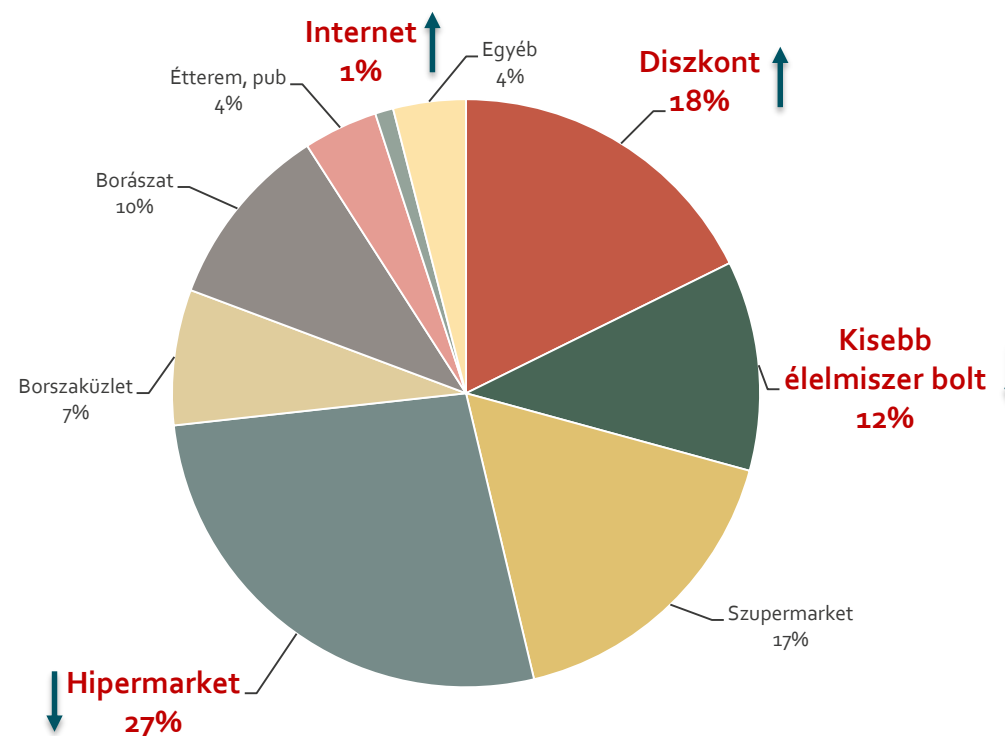
Bázis: Minden borfogyasztó (n=988)



Üzlettypus 2023

%-os megoszlás

Bázis: Minden borfogyasztó (n=702)



Diszkont és Online nőtt.
Hipermarket és kisebb bolt csökkent.

Általános tudás a borról és érdeklődés a bor iránt

Általános tudás és érdeklődés 2017 / 2023

2017-ben: 7-es skála; 1= egyáltalán nem értek vele egyet, 7=teljes mértékben egyetértek

2023-ban: 5-ös skála; -1=egyáltalán nem értek vele egyet, 5=teljes mértékben egyetértek

Bázis: Minden borvásárló (n=988 / 778)

2017	Átlag	Férfi	Nő	18-29	30-39	40-49	50-65	66+	Magas vagyoni státusz	Közepes vagyoni státusz	Alacsony vagyoni státusz	Intenzív fogyasztó	Mérsékelt fogyasztó	Alkalmi fogyasztó
Érdeklődés	2,6	3,0	2,4	2,6	2,6	2,7	2,8	2,8	3,2	2,8	2,4	3,5	2,6	1,9
Tudás	2,1	2,4	1,9	1,9	2,0	2,1	2,3	2,2	2,6	2,2	1,9	2,7	2,0	1,6

2023	Átlag	Férfi	Nő	18-29	30-39	40-49	50-65	66+	Magas vagyoni státusz	Közepes vagyoni státusz	Alacsony vagyoni státusz	Intenzív fogyasztó	Mérsékelt fogyasztó	Alkalmi fogyasztó
Érdeklődés	2,9	3,0	2,8	3,0	3,0	3,0	2,9	2,8	3,3	2,9	2,7	3,1	3,1	2,7
Tudás	2,6	2,7	2,5	2,6	2,7	2,6	2,5	2,5	2,9	2,5	2,5	2,8	2,7	2,4

Az érdeklődés és tudás majdnem minden szinten nőtt.
Prémium irányba történő elmozdulás.

Vásárlási szempontok - bor

2017-ben: 7-es bipoláris skála; -3= egyáltalán nem befolyásol, +3= jelentősen befolyásol * átszámítva 5-ös skálára

2023-ban: 5-ös poláris skála; 1=egyáltalán nem befolyásol, 5= jelentősen befolyásol

Bázis: Minden borvásárló (n=980 / 809)

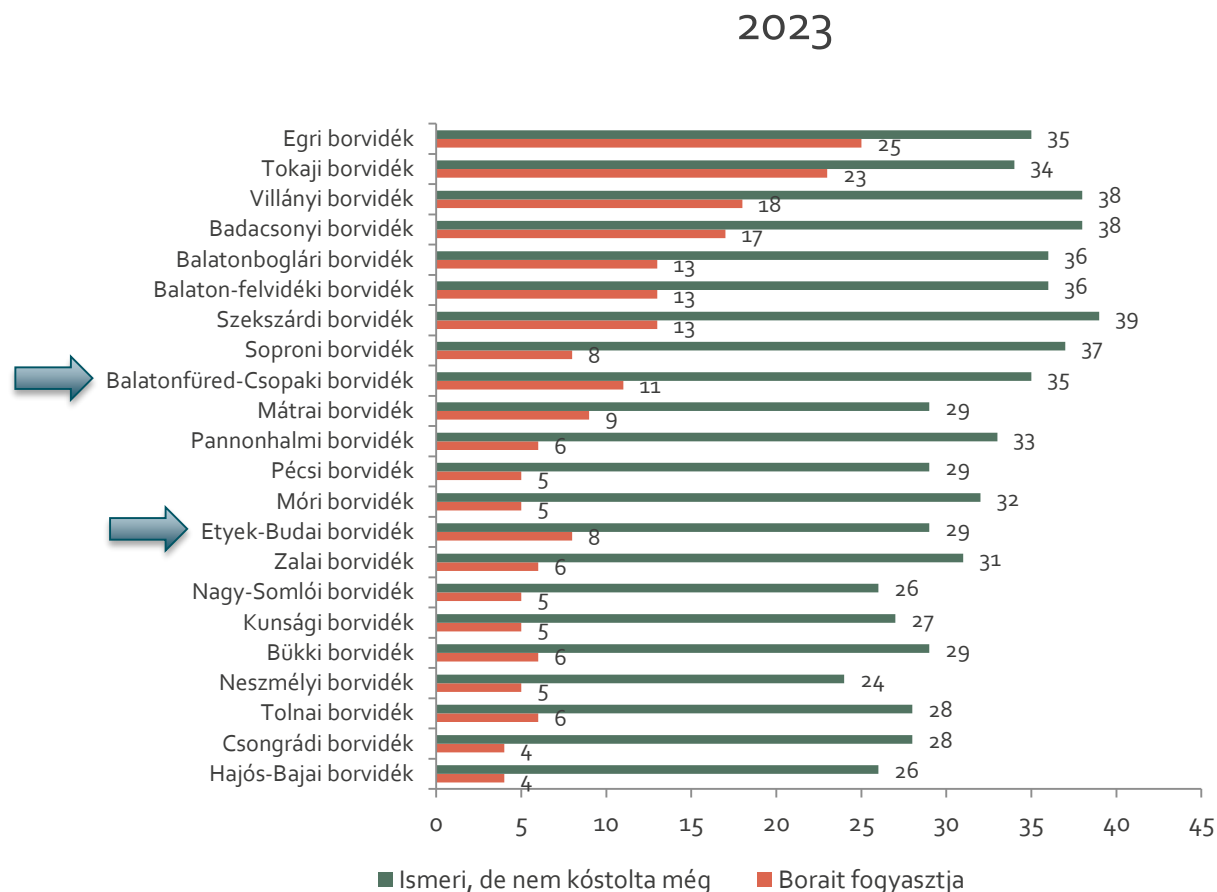
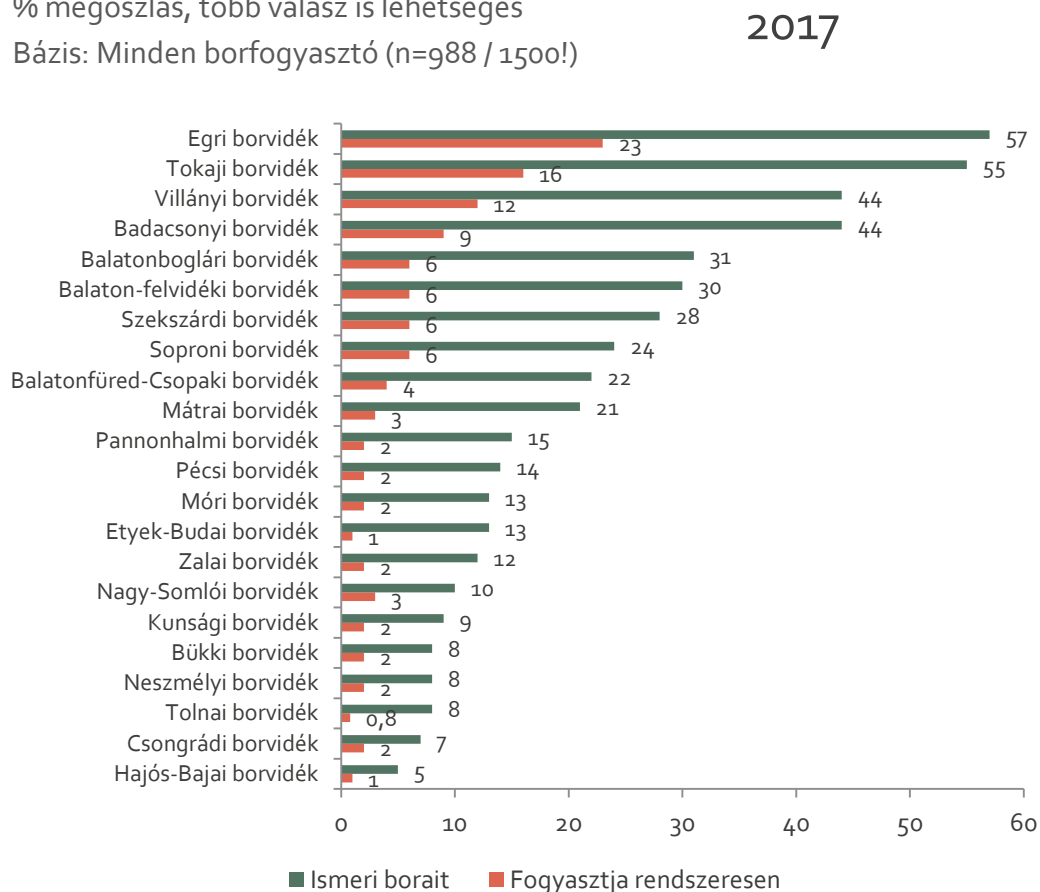


Az ár fontossága 3,9-ről 3,4-re esett vissza. Ezzel az ár 2023-ban a borvidék és szőlőfajta mögött található.

Ismeri / fogyasztja borait

% megoszlás, több válasz is lehetséges

Bázis: Minden borfogyasztó (n=988 / 1500!)



Összehasonlítás nem egyszerű – fogyasztja rendszeresen borait, illetve borait fogyasztja! Nincs szignifikáns különbség – kivéve Balatonfüred és Etyek.

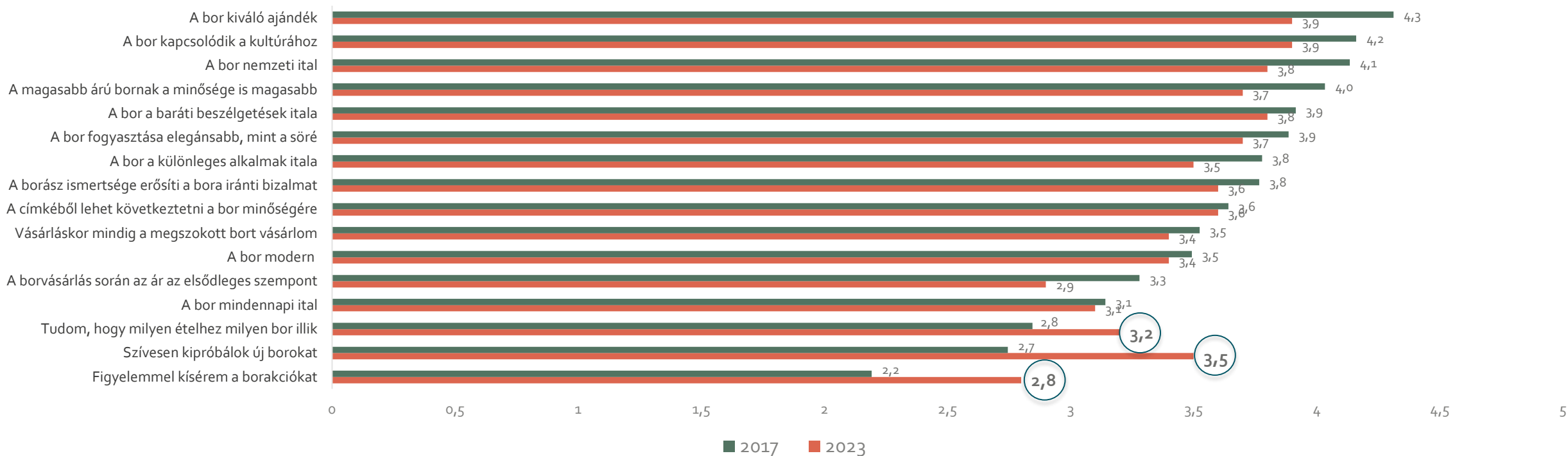
A bor általános megítélése

Borok általános megítélése

2017-ben: 7-es bipolaris skála; -3=egyáltalán nem ért egyet, +3= teljes mértékben egyetért * átszámítva 5-ös skálára

2023-ban: 5-ös poláris skála; 1=egyáltalán nem ért egyet, 5= teljes mértékben egyetért

Bázis: Minden megkérdezett (n=1500)



„Szívesen próbálok új borokat”, „tudom, hogy milyen ételhez milyen bor illik”, valamint „figyelemmel kísérem a borakciókat” szignifikánsan magasabb értéket értek el 2023-ban.

- Jelentős **csökkenést** tapasztalhatunk a borfogyasztók száma és fogyasztási intenzitása terén.
- Mindegyik szegmensben (nem és kor tekintetében) csökkenés tapasztalható a borfogyasztás gyakoriságát illetően, kivéve a **magas vagyoni státuszú** fogyasztókat.
- **Az egyéb alkoholos italok** (sör, likőr és alkopop) esetén is csökkenés tapasztalható, míg az égetett szesz fogyasztásának gyakorisága kissé növekedett.
- A borfogyasztás elutasításának két fő oka – nem szeretem a bor ízét, valamint nem iszom semmilyen alkoholt – 2017 óta nem változott. Ugyanakkor az ok „**a borivásnak nincs hagyománya a családukban**“ 2023-ban sokkal feljebb került a listán.
- Az utóbbi években 3%-kal növekedett a **külföldi borok aránya**. Főként a fiatal fogyasztóknál találunk szignifikánsan magasabb arányokat az importált borok esetében, de az adatok szerint az alacsonyabb vagyoni státuszú fogyasztók is több külföldi bort fogyasztanak.
- A **vörösborok** aránya 7%-kal csökkent, míg a **rosé** borok aránya 5%-kal, a fehérboroké 2%-kal nőtt.
- Az adatok arról tanúskodnak, hogy a **száraz és félszáraz borok** aránya is jelentősen növekedett és elérte az 50%-ot (ez az arány 2017-ben 41% volt).
- A **diszkont** boltokban történő vásárlás, valamint az **online** vásárlás aránya nőtt 2017 óta, míg a kisebb élelmiszerboltok és a hipermarketek aránya csökkent. A nők és a 65 éves feletti korosztály diszkontban történő borvásárlása jelentősen növekedett 2017-hez képest.
- Az eredmények azt mutatják, hogy az **érdeklődés** és **tudás** majdnem minden szinten nőtt 2017-hez képest.

- ➔ A borfogyasztás eltolódott a vagyonosabb, képzettebb szegmens irányába.
- ➔ A közép- és alsó vagyoni szegmens szignifikánsan kevesebb bort iszik, mint 6 évvel ezelőtt.
- ➔ Ezzel fokozatosan csökken és leértékelődik a bor mindennapi szerepe és tradíciója.
- ➔ A fogyasztás ezzel párhuzamosan a prémium irányba mozdult -> több száraz és félszáraz bor, magasabb átlagár.

Piaci koncentráció sok veszéllyel!

A bor a különleges és drága élvezeti cikk irányába halad és fennáll a veszély, hogy hosszú távon teljesen elkopik a hagyomány és a „mindennapok alkoholos itala” imázs.