

Tisková zpráva

Počet prodejen potravinářských řetězců v České republice se v loňském roce navýšil o 21 prodejen

6. září 2017

Andrea Patočková
Marcom
+420 296 555 422
andrea.patockova@gfk.com

Tisková informace společnosti GfK Czech k výsledkům studie GfK Supermarket, Diskont & Hypermarket 2017

Praha, 6. září 2017 - Podle výsledků aktuální studie Supermarket, Diskont & Hypermarket, kterou každoročně vydává společnost GfK Czech, působilo na českém trhu ke konci loňského roku 740 prodejen potravinářských supermarketových řetězců, 659 prodejen potravinářských diskontů a 317 hypermarketových prodejen.

Supermarketové potravinářské řetězce

Studie GfK Supermarket, Diskont & Hypermarket uvádí, že v České republice působily na konci roku 2016 čtyři společnosti se supermarketovými řetězci, které dohromady provozovaly 740 prodejen s celkovou prodejní plochou 507 tis. m². „Trh supermarketů v ČR se koncentruje do vlastnictví tří mezinárodních společností (Ahold, REWE a Tesco Stores), navíc zde významně působí domácí družstevní síť COOP. V průběhu roku 2016 se v České republice zvýšil počet supermarketů o 11 prodejen a celková prodejní plocha supermarketů se navýšila o cca 6 tis. m². Nejvíce supermarketových prodejen se nachází v Praze (154), nejmenší zastoupení mají naopak v Karlovarském kraji (14),“ říká Pavel Cabal, Senior Project Manager z GfK.

Diskontní potravinářské řetězce

V České republice působily na konci roku 2016 čtyři diskontní řetězce (COOP Diskont, Lidl, Norma, Penny Market), které dohromady provozovaly 659 prodejen s celkovou prodejní plochou 497 tis. m². Mezi lety 2015 a 2016 stoupl počet diskontních prodejen v České republice o 7 jednotek a celková prodejní plocha diskontních prodejen se rozrostla o cca 10 tis. m². Největší celkovou rozlohu mají prodejny řetězce Lidl, prodejny řetězce Penny Market jsou v těsném závěsu. Podle studie GfK Supermarket, Diskont & Hypermarket se nejvíce diskontních prodejen nachází ve Středočeském kraji (91), nejmenší zastoupení mají naopak ve Zlínském kraji (27).

Hypermarketové řetězce

Podle výsledků studie GfK Supermarket, Diskont & Hypermarket na konci roku 2016 na českém trhu operovaly 4 hypermarketové řetězce (Albert hypermarket, Globus, Kaufland, Tesco hypermarket), které provozovaly celkem 317 prodejen s celkovou prodejní plochou 1 369 tis. m². V průběhu roku 2016 se počet hypermarketových prodejen navýšil o 3 jednotky (díky

GfK Czech, s.r.o.
KAVČÍ HORY OFFICE PARK
Na Hřebenech II 1718/10
140 00 Praha 4
Česká republika

Tel. +420 296 555 111
Fax +420 251 815 800

Vedení společnosti
Jednatel:
RNDr. Tomáš Drtina
Prokuristé:
RNDr. Zdeněk Skála
Ing. Jiří Nosek

Společnost je zapsána
v OR MS v Praze,
Oddíl C, vložka 1326

expanzi řetězce Kaufland) a celková prodejní plocha hypermarketových prodejen se rozrostla o cca 9 tis. m². Nejvíce hypermarketů je umístěno v Moravskoslezském kraji (45), naopak nejméně hypermarketů má Liberecký kraj (12).

O studii

GfK Supermarket, Diskont & Hypermarket je volně prodejná studie, která každoročně poskytuje komplexní analýzu vývoje nákupních zvyklostí českých domácností při nákupu rychloobrátkového spotřebního zboží. Studie GfK Supermarket, Diskont & Hypermarket sleduje trendy ve vývoji motivačních faktorů, v preferencích formátů a řetězců, ve znalosti řetězců a v jejich spotřebitelském hodnocení.

O GfK

GfK je důvěryhodným partnerem při poskytování důležitých informací o trhu a spotřebitelích, které umožňují klientům přijímat lepší rozhodnutí. V GfK kombinujeme práci a nadšení více než 13 000 expertů průzkumu trhu s dlouhodobými zkušenostmi v oblasti vědecké práce s daty. To umožňuje GfK poskytovat zásadní globální poznatky kombinované se znalostí místních trhů ve více než 100 zemích celého světa. Díky inovativním technologiím a vědeckému zpracování dat dokáže GfK transformovat velké objemy dat na inteligentní a relevantní údaje a umožnit tak svým klientům získat konkurenční náskok a obohatit je o zkušenosti, zážitky a volby svých spotřebitelů a zákazníků.

Chcete-li se dozvědět více, navštivte www.gfk.com/cz, nebo sledujte GfK na Twitteru: twitter.com/GfK_Czech.