

TISKOVÁ ZPRÁVA

Maloobchod v Česku se veze na vlně růstu

Praha 15. listopadu 2017 – Český maloobchod zažívá příznivé období. Těží z pozitivního stavu celé české ekonomiky a z aktuálního vývoje nákupního a spotřebního chování. Rostoucí příjmy i pozitivně naladěné spotřebitelské klima přispívají k růstu maloobchodních výdajů populace. Stále větší počet lidí již neupřednostňuje jen nejlevnější zboží, ale vyhledává kvalitu.

„Podle měření společnosti GfK Češi utratili například za potraviny za poslední rok o 3,7 % více než v předchozím období. Objemový nárůst představuje 0,3 %, inflace přispívá dalšími 2,3 %, ovšem zřetelně se projevil i fenomén takzvaného up-tradingu (+1,1 %), který lze zjednodušeně popsat tak, že levnější výrobky stále více nahrazujeme produkty s vyšší kvalitou a cenou,“ informoval **Tomáš Drtina, Managing Director GfK CZ&SK**, a doplnil: *„V nepotravinářských kategoriích zaznamenáváme podobně pozitivní trendy. Pro obchodníky i dodavatele je to bezpochyby dobrá zpráva. Letos poprvé v historii také poklesl podíl zboží prodaného v akci. I přesto tento podíl činí u baleného rychloobrátkového zboží 46 %, což je stále nejvíce v Evropě.“*

Nejen v Česku, ale v celé východní Evropě stoupá průměrná velikost jednoho nákupu rychloobrátkového zboží. Naopak mírně klesá frekvence nákupů. Privátní značky obchodních řetězců rostou rychleji než značkové zboží. Role českých potravin je stabilizovaná, větší význam jim přisuzují zákazníci s vyšším vzděláním. To samé platí pro regionální a místní potravinářské výrobky. Poloha prodejny musí zákazníkům vyhovovat, nicméně jsou pro ně důležité i další faktory. Mezi ty patří především široký sortiment nabízeného zboží, slevové akce spolu s celkově příznivými cenami a dále pak i nabídka kvalitního a čerstvého zboží.

„Dnešní zákazníci jsou informovanější, sofistikovanější, sdílející a v řadě ohledů náročnější. Preferují jednoduchý, bezproblémový a pohodlný nákup. S vědomím této skutečnosti počítají obchodníci s miliardovými investicemi do svých prodejen. Jejich modernizace a zkvalitňování služeb je do budoucna zásadním tématem. Jen díky novým technologiím a investicím nezmizí kamenné prodejny, zákazníkům totiž nabídnou nový koncept, atraktivní kombinaci centra nákupu, showroomu a divadla,“ vysvětlila **Marta Nováková, prezidentka Svazu obchodu a cestovního ruchu ČR**.

Ekonomové očekávají udržitelný růst maloobchodu v Evropě, rychleji pak v její východní části, kde předpokládají také pozitivní vývoj v roce 2018. Nízká inflace a klesající nezaměstnanost se

Kontakt pro média

Irena Vlčková
tel.: 224 805 145, 736 624 859
e-mail: vlckova@socr.cz
www.socr.cz

Kontakt pro média

Andrea Patočková
tel.: + 420 737 263 113
e-mail: andrea.patockova@gfk.com
www.gfk.com/cz

TISKOVÁ ZPRÁVA

odráží v očekáváních vyššího příjmu, resp. vyšší kupní síly. Mezi vývojem tržeb v evropských zemích jsou však značné rozdíly. Východní Evropa vykazovala k červnu 2017 vyšší tržby (Rusko: 5,0 %, Česká republika: 3,7 %, Slovensko: 2,4 %) oproti západní Evropě (Německo: 1,3 %, Španělsko: -0,1 %, Nizozemsko: -0,6 %).

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR dlouhodobě podporuje rozvoj tuzemského obchodu a prostřednictvím svých aktivit se zaměřuje na téma kvality. V letošním roce pořádá druhý ročník soutěže **Diamantová liga kvality**, která oceňuje nejlepší obchodní prodejny. Přihlášeno je 41 prodejen z oblasti potravinového i nepotravinového prodeje. Vyhlášení výsledků se uskuteční 25. ledna 2018.

V rámci soutěže Mastercard Obchodník roku 2017 vyhláší Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR jako druhý největší zaměstnavatelský svaz novou speciální kategorii – **Zaměstnavatel v obchodě**. Výsledky SOCR ČR oznámí na mezinárodní konferenci Retail Summit 2018, která se bude konat ve dnech 5. až 7. února 2018.

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.

O SOCR ČR

Svaz obchodu a cestovního ruchu ČR – druhý největší zaměstnavatelský a podnikatelský svaz v ČR, sociální partner a součást řady evropských profesních organizací. Je nezávislým a dobrovolným sdružením svazů, asociací, obchodních aliancí, družstev a firem podnikajících v malo/velkoobchodě, gastronomických, ubytovacích a ostatních službách cestovního ruchu. Svaz zastupuje více než 6 000 podnikatelských subjektů vytvářejících až 500 000 pracovních příležitostí. Obchod a cestovní ruchu se podílí 15 % na HDP i zaměstnanosti ČR.

Kontakt pro média

Irena Vlčková
tel.: 224 805 145, 736 624 859
e-mail: vlckova@socr.cz
www.socr.cz

Kontakt pro média

Andrea Patočková
tel.: + 420 737 263 113
e-mail: andrea.patockova@gfk.com
www.gfk.com/cz