

Tisková zpráva

Obchod v kamenných prodejnách v Evropě poroste v roce 2018 o 2,1 procenta

29. května 2018

Mgr. Andrea Patočková
Marketing&PR
+420 296 555 422
andrea.patockova@gfk.com

Studie GfK o evropském maloobchodu

Praha, 29. května 2018 - Společnost GfK očekává, že nominální tržby v kamenných prodejnách v 28 státech EU vzrostou v roce 2018 o 2,1 procenta. Trendy v jednotlivých zkoumaných zemích se však značně liší. Zatímco v zemích jako je Francie, Španělsko a Maďarsko se očekává růst reálné hodnoty, v zemích s nízkou mírou růstu bude vývoj díky mírně stoupající inflaci méně příznivý. To jsou některé z poznatků uvedené v nově publikované **bezplatné studii GfK o evropském maloobchodu v roce 2018.**

Kromě toho, že evropské hospodářství čelí různým ekonomickým a politickým výzvám, čekají jej rovněž významné změny v důsledku brexitu. Nejistota ohledně budoucích podmínek obchodování s USA vyvolává obavy z jejich možného dopadu na evropský vývoz. Stejně jako v předchozích letech zkoumala divize Geomarketingu GfK současnou a předpokládanou situaci v maloobchodě evropských zemí pomocí komplexní analýzy klíčových maloobchodních ukazatelů. Studie GfK „[European Retail in 2018](#)“, kterou je možné **bezplatně stáhnout**, obsahuje analýzu trendů pro 32 evropských zemí i prognózu obratu na rok 2018 a nabízí tak užitečnou orientaci pro maloobchodníky, investory a developery projektů.

„Všechny evropské země dokázaly v roce 2017 těžit z hospodářského růstu,“ říká Dr. Johannes Schamel, vedoucí studie a expert GfK na maloobchodní prodej. „Celkově předpokládáme, že v roce 2018 prodej v evropských kamenných prodejnách poroste, i když v některých zemích se růst obratu a zvyšování cen navzájem vyruší.“

Klíčové poznatky a závěry

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

- **Kupní síla:** v roce 2017 činila průměrná kupní síla každého obyvatele 28 zemí EU 16,436 euro. To představuje v porovnání s předešlým rokem nominální zvýšení o 1,9 procenta. Ze všech členských zemí EU pouze ve Velké Británii došlo k poklesu kupní síly (-1,5 procenta), což je zčásti důsledek devalvace britské libry. Ponecháme-li Británii stranou, růst z předešlých let pokračoval s tím, že nadprůměrné tempo růstu zaznamenaly zejména země střední a východní Evropy.
- **Prognóza obratu v roce 2018:** maloobchodní síť ztratila část tržního podílu v důsledku rostoucího internetového obchodu, ale tuto

ztrátu dokázal v uplynulém roce vykompenzovat růst poptávky. Pro rok 2018 společnost GfK předpokládá, že ve 28 zemích EU vzroste nominální obrát o +2,1 procenta, což nicméně odpovídá i předpokládané inflaci. Díky pokračujícímu zvyšování příjmů si pak nejúspěšnější východoevropské země minulých let povedou nejlépe i v roce 2018. GfK očekává silné tempo růstu v Bulharsku (+ 5,3 %), Maďarsku (+ 6,0 %), České republice (+ 6,5 %) a Rumunsku (+ 7,5 %).

- **Inflace:** S mírou inflace 1,7 procenta v roce 2017 se země evropské 28 opět přiblížily ceně spotřebitelských cen stanovené Evropskou centrální bankou (ECB) +2,0 procent. Spotřebitelé v řadě východoevropských zemí, které se v předchozích letech potýkaly s deflací, museli při koupi stejného zboží sáhnout hlouběji do kapes. Jelikož ECB oznámila, že do roku 2019 nedojde ke změně základních úrokových sazeb, GfK předpovídá, že v roce 2018 se bude maloobchod vyvíjet podobně jako v loňském roce. Očekává se zvýšení cen v celé EU o 1,9 procenta. Důležitá poznámka: tato predikce nepředpokládá další eskalaci obchodního sporu mezi EU a Spojenými státy.

- **Prodejní plocha:** V roce 2017 došlo ve zkoumaných evropských zemích ke zvětšení absolutní prodejní plochy. Jedinou výjimkou je Nizozemsko s -0,4 procenta. Jiný obrázek však dostaneme při pohledu na prodejní plochu na jednoho obyvatele. V polovině zkoumaných zemí zůstal tento ukazatel stejný, nebo se dokonce snížil. Jeho hodnoty se v různých zemích EU velmi liší. Např. obyvatelé zemí Beneluxu (1,48 - 1,64m²) mají k dispozici více než dvojnásobnou prodejní plochu nežli obyvatelé Rumunska (0,72m²).

- **Produktivita prodejní plochy:** stejně jako v případě nabídky prodejní plochy na obyvatele se v evropských zemích liší i produktivita prodejní plochy. Například ve Švédsku tento ukazatel poklesl o -1,5 procenta na 6 000 EUR / m², což je ale stále ještě vysoká hodnota. Také Belgie zaznamenala v roce 2017 snížení produktivity prodejní plochy, i když pokles byl relativně malý, pouze -1,1 procenta. V Maďarsku se zpomalil růst nadnárodních maloobchodních řetězců v důsledku restriktivních plánovacích předpisů i ochranářských tendencí. Díky tomu došlo jen k velmi omezenému rozvoji nových velkoplošných maloobchodních prodejen. Výrazný růst maloobchodního obrátu podpořil produktivitu prodejní plochy, která za poslední rok vzrostla o +6,9 procent na 2 997 € / m². Dynamický růst produktivity prodejní plochy do jisté míry

vyvážil růst nájmu na exponovaných trzích komerčních nemovitostí i v dalších východoevropských zemích.

O průzkumu

GfK analyzovala následující tržní ukazatele pro celkem 32 evropských zemí: kupní sílu, maloobchodní obrat a maloobchodní podíl na celkových výdajích obyvatelstva. Studie rovněž obsahuje prognózu maloobchodního obratu pro rok 2018, stejně jako hodnocení segmentu módy, který mimo jiné čelí silnému tlaku ze strany internetového obchodu. Publikace zkoumá trendy spotřebitelských cen, nabídku prodejních ploch, produktivitu prodejní plochy a navíc obsahuje čtyřstránkovou analýzu dopadu změn nedělní otevírací doby v Maďarsku. Společnost GfK vypočítává obrat a kupní sílu v eurech na základě prognózy směnného kurzu zveřejněné Evropskou komisí 9. listopadu 2017. Redakční termín byl duben 2018.

Studie GfK je k dispozici jako čtyřadvacetistránkový PDF dokument v němčině na www.gfk-geomarketing.de/handel-europa a v angličtině na www.gfk-geomarketing.com/european-retail.

Obrázky v tiskové kvalitě najdete [zde](#).

O GfK

GfK propojuje data s vědou. Naše inovativní průzkumná řešení poskytují odpovědi na klíčové obchodní otázky týkající se spotřebitelů, trhů, značek a médií nejenom na dnešních trzích, ale i těch budoucích. GfK, jako výzkumná a analytická společnost, slibuje svým klientům po celém světě "Growth from Knowledge" (růst na základě znalostí). Pro více informací navštivte stránky www.gfk.com/cz nebo sledujte GfK na Twitteru: https://twitter.com/GfK_Czech.