



# Rok 2024 v kostce: Klíčová čísla českého maloobchodu jako výhled na rok 2025

---

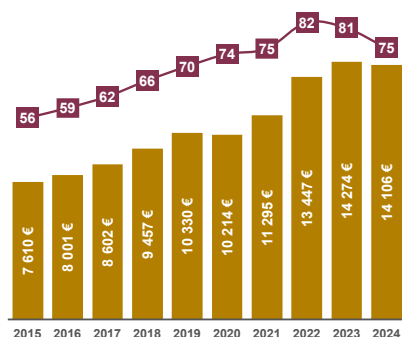
Praha, 11.2.2025

## Rok 2024 v kostce:

- *FMCG trh zaznamenal v roce 2024 mírné oživení, nerost už jen díky zvyšujícím se cenám, ale i většímu množství prodaného zboží*
- *Češi jsou i nadále promočními mistry Evropy, nicméně promoční spirála se v uplynulém roce zastavila a podíl zboží prodaného v akcích se v celoročním úhrnu již nenavýšoval, což je významná změna oproti předchozím dvěma (inflačním) rokům*
- *Privátní značky v uplynulém roce i nadále mírně posilovaly, jejich podíl v rámci FMCG je 27% tržeb, z hlediska prodaných ks je to dokonce o 10 p.b. více*
- *Trh s Tech & Durables zbožím se ve stejném roce stabilizoval*
- *Vzhledem k tomu, že kupní síla Čechů v porovnání se zbytkem Evropy v posledních 2 letech poklesla, jsou Češi na prahu roku 2025 poměrně pesimističtí, a to hlavně co se týče očekávání budoucího vývoje cen potravin, energií, ale také například vývoje politické situace ve světě. To vše i přes pozitivní vývoj na FMCG i T&D trzích a celkový růst spotřebitelské důvěry a očekávání ekonomů.*

Rok 2024 byl pro český maloobchod rokem stabilizace, kdy se inflace po dvou letech extrémně vysokých hodnot vrátila na normální úroveň. Přesto však přetrvávaly zvýšené životní náklady z inflačního období a kupní síla Čechů ve srovnání se zbytkem Evropy poklesla.

The fact is, that they have been losing their purchasing power compared to European average since 2022



Source: Data source: NIQ Purchasing Power 2024 / Czech Republic - Purchasing power per inhabitant in € 2015 -2024. Index comparison with European average

NIQ

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved. 8

To vše vedlo k tomu, že návrat k předinflačním trendům se může zdát pomalejší. Čeští spotřebitelé také v důsledku toho byli ohledně výhledu na rok 2025 pesimističtější než tomu bylo před rokem. Nejvíce negativní jsou ve svých výhledech v oblasti zdražování potravin a také ohledně vývoje politické situace ve světě.

Consumer prospects in majority of the areas are worse than year ago.

What are expectations of Czechs for 2025?



Source: NIQ CAWI survey, November 2024, N= 527  
What are your expectations of development of following areas in 2025?  
1=very positive, 5=very negative

NIQ



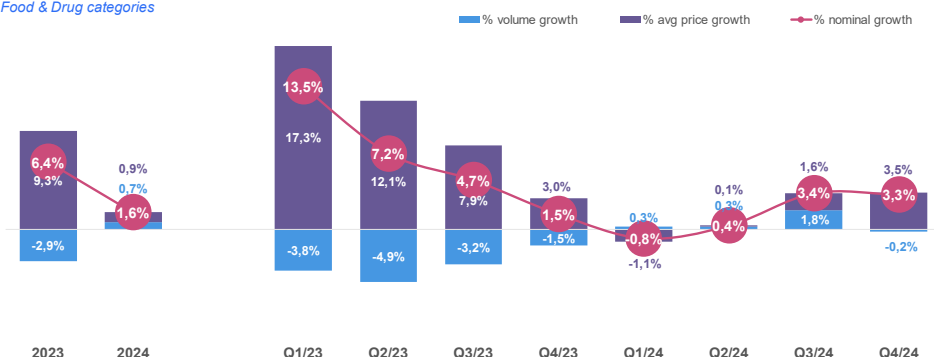
## FMCG

Odvětví rychloobrátkového zboží (FMCG) celkově rostlo v roce 2024 o 1,6 % nominálně, přičemž růst byl tažen téměř rovnoměrně jak rostoucími cenami (+0,9%), tak i prodaným množstvím (+0,7%).

## Overall 2024 balance of FMCG market is positive.

Nominal growth is moderate and almost evenly distributed between an increase in sales volume and price growth.

### CZ Growth Report Food & Drug categories



Source: NIQ RMS, FMCG development. Quarterly change comparison = quarter vs. same quarter of previous year.

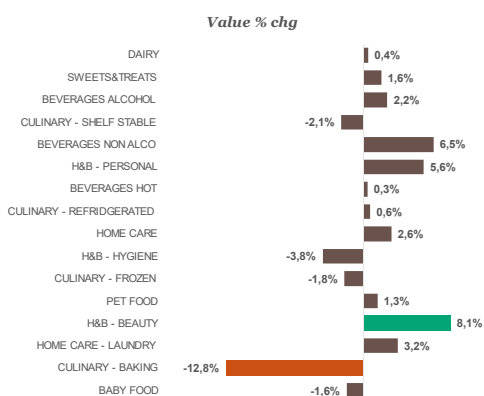
NIQ

Confidential and proprietary © 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved. 13

Podíváme-li se však detailněji na jednotlivé segmenty/odvětví, zjistíme, že se jedná o mozaiku různorodých trendů. Růst jednotlivých odvětví se lišil od téměř 13%-ního propadu segmentu Pečení až po více než 8%-ní růst odvětví Beauty.

## FMCG is a mosaic of variable trends

Each industry and category follows different trajectory



Source: NIQ RMS, Value % change 2024 v. 2023, 52 weeks ending W52/2024 v. YA, CZ Total Czech FOOD/DRUG, industries ranked by their size in terms of sales value in 2024

NIQ

© 2025 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved. 14



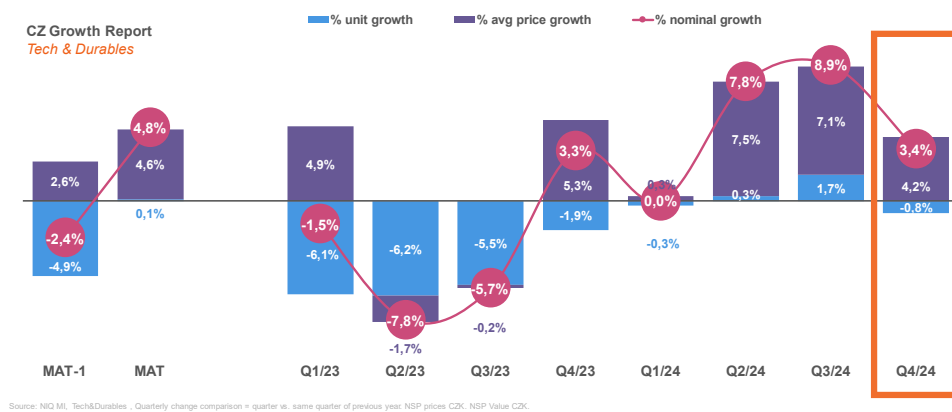
Rok 2024 se poprvé od covidového roku 2020 také stal rokem, kdy v FMCG dále nerostl promoční tlak. Podíl zboží prodaného v rámci promočních akcí byl stejný jako v roce 2023, i tak ale Česká republika zůstává "promoční velmocí" a nic to nemění ani na skutečnosti, že existuje celá řada kategorií, kde se více než 3/4 zboží prodá v akci. Spotřebitelé nicméně zůstali věrní privátním značkám, které se ve zvýšené míře naučili nakupovat v období vysoké inflace. Jejich podíl se v průběhu roku 2024 ještě mírně zvýšil na současných 27% z pohledu tržeb. Co se týká prodaných ks zboží, je to ještě o 10 procentních bodů více.

## Tech & Durables

Sektor elektroniky a zboží dlouhodobé spotřeby (T&D) rostl v roce 2024 o téměř 5 %, přičemž růst byl tažen zejména cenou (+4,6%), zatímco počty prodaných kusů v uplynulém roce stagnovaly (+0,1%). Dařilo se spotřební elektronice a malým domácím spotřebičům. I v rámci T&D zboží jsme zaznamenali zvýšený zájem o výrobky z kategorie Health & Beauty, jejichž růst vysoce převyšoval růst celého odvětví (růst tržeb o 18%, prodaných kusů o téměř 12%), což je v souladu s trendy v oblasti FMCG i s celosvětovými trendy.

Consumers are returning to buy Tech & Durables assortment they had previously put off .

But similarly to FMCG, also T&D market experienced a slowdown in Q4.



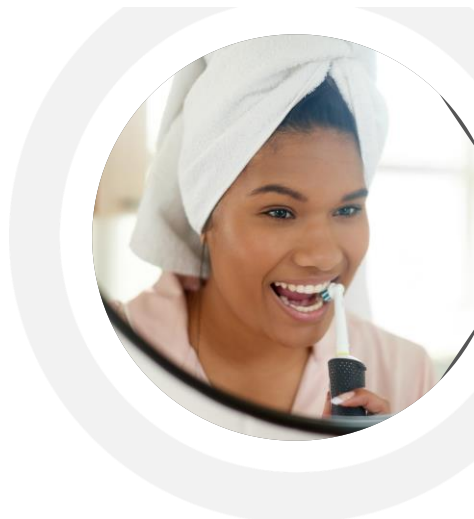
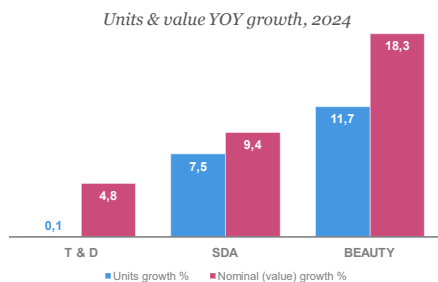
NIQ

© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

18

## Beauty is outpacing the growth!

While Tech & Durables stagnated in units over the last year, small domestic appliances, particularly the Beauty segment, saw substantial increase.



Source: NIQ T&D, Sales value CZK (NSP) | Growth rate YoY | B2C Retailer Market | Jan -Dec 2024

NIQ

© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

20

## Výhled na rok 2025

Do roku 2025 tak můžeme vstoupit s náznakem optimismu. Faktory jako zlepšující se spotřebitelská nálada, ochota utrácet, růst reálných mezd a nízká nezaměstnanost naznačují pokračování současného trendu: mírný růst objemu FMCG a stabilita v sektoru Tech & Durables.

Je důležité předvídat trendy, které budou formovat chování spotřebitelů, jako je zaměření na zdraví a péči o sebe, online nakupování – již dominantní v sektoru Tech & Durables a dynamicky rostoucí v oblasti FMCG, vliv sociálních sítí a vznikající fenomén umělé inteligence (AI). Tyto faktory budou i nadále formovat rok 2025.

Více informací o stavu českého maloobchodu v roce 2024 najdete v přiložené prezentaci.

### Romana Duníková

*Customer Success Leader CZ/SK/HU*

NIQ

*romana.dunikova@nielseniq.com*

+420 777 541 820



---

### O NIQ

NIQ je lídrem v oblasti poskytování informací o spotřebitelích, poskytující nejúplnější porozumění nákupnímu chování a odhalující nové cesty k růstu. V roce 2023 se společnost NIQ spojila s GfK a sloučila tak dohromady dvě přední společnosti v odvětví s bezkonkurenční celosvětovou působností. S celistvým pohledem na maloobchod a nejkompaktnějšími poznatky o spotřebitelích – poskytovanými prostřednictvím pokročilé analýzy a špičkových platforem – přináší NIQ úplný pohled/ the Full View™.

NIQ, která je společností portfolia Advent International, působí ve více než 100 zemích světa, čímž pokrývá více než 90% světové populace. Pro více informací navštivte NIQ.com.