

Čeští spotřebitelé se zotavují z inflačního šoku

NIQ Retail Spend Barometer odhaluje rekordní růst tržeb ve 3. čtvrtletí s obnovením růstu objemu

- *NIQ zavádí NIQ Retail Spend Barometer v Česku, aby objasnil trendy ve spotřebitelských výdajích*
- *Ve 3. čtvrtletí 2024 utratili spotřebitelé za FMCG 144 miliard CZK, což představuje nárůst o 3,3 % ve srovnání s předchozím rokem.*
- *Trh s elektronikou a zbožím dlouhodobé spotřeby (Tech & Durables) dosáhl hodnoty 26 miliard CZK, což znamená nárůst o 8,3 % ve 3. čtvrtletí 2024 ve srovnání se stejným obdobím loňského roku.*

Česko, 20. listopadu 2024 – Spotřebitelé v Česku prokazují odolnost po nedávném inflačním šoku a 3. čtvrtletí 2024 zaznamenalo nejsilnější růst tržeb ve srovnání s první polovinou roku, jak ukazuje NIQ Retail Spend Barometer. Celkové výdaje na FMCG dosáhly 144 miliard CZK, což představuje meziroční nárůst o 3,3 %, zatímco sektor techniky a trvanlivého zboží (T&D) zaznamenal růst o 8,3 % a dosáhl 26 miliard CZK.

Podle nově spuštěného NIQ Retail Spend Barometer, který kombinuje data od NIQ a GfK, Barometr měří obrat prodeje FMCG a T&D v českých obchodech a poskytuje značkám a maloobchodníkům komplexní přehled o trendech prodeje. Barometr sleduje potraviny, zboží s krátkou trvanlivostí, domácí a osobní péči, technické spotřební zboží, domácí spotřebiče a DIY, přičemž čtvrtletně poskytuje poznatky založené na reálných prodejních datech z těchto kategorií.

Rostoucí výdaje v klíčových kategoriích podporují růst FMCG

Podle dat NIQ zaznamenalo Q3 2024 nejvyšší růst FMCG roku, přičemž celková hodnota vzrostla o 3,3 % oproti stejnému období v roce 2023. Zatímco ceny mírně vzrostly o 1,6 %, objemový růst dosáhl po dvou čtvrtletích stagnace 1,7 %.

- **Čerstvé potraviny:** Největší oddělení v rámci FMCG, které představuje téměř čtvrtinu celkových výdajů zákazníků, zaznamenalo silný růst tažený segmentem ovoce, zatímco zelenina a maso zůstaly stabilní.
- **Osobní péče:** Kategorii osobní péče, která vzrostla o 8,6 %, podpořil významný růst v oblasti péče o pleť (16 %) a vůní a deodorantů (10 %). Konzistentní výkon této kategorie v průběhu let přispěl k trvalému růstu specializovaných drogérií, jejichž prodeje za

poslední desetiletí každoročně rostou dvouciferně, s výjimkou roku 2020, prvního roku pandemie.

- **Tabákové výrobky:** Prodeje tabáku vzrostly o 8,9 %, a to díky pravidelnému zvyšování daní a novému vývoji produktů, jako jsou jednorázové elektronické cigarety a POD systémy.
- **Péče o děti:** Tento segment jako jediný zaznamenal pokles napříč všemi kategoriemi ve 3. čtvrtletí.

Trh s T&D zaznamenává pozitivní růst i přes opatrnost spotřebitelů

Sektor T&D se ve 3. čtvrtletí také vzchopil s meziročním růstem o 8,3 %, což je obrat od poklesu o -5,7 % ve 3. čtvrtletí 2023. Nicméně na trhu přetrvává váhavost spotřebitelů utrácet za produkty T&D.

- **Domácí spotřebiče:** Tento segment vedl růst v sektoru T&D, a to díky malým domácím spotřebičům (SDA). K nejvýznamnějším růstům patřily spotřebiče na úpravu vzduchu (51 %), horkovzdušné fritézy (43 %) a vlasové stylery (25 %). Naopak elektrické hrnce a odšťavňovače zaznamenaly pokles o -7 %, resp. -6 %.
- **Technické spotřební zboží (TCG):** Přestože celkový růst byl umírněný, významné přírůstky zaznamenal sektor spotřební elektroniky, zejména televize (15 %) a IT (10 %). Pokles cen tiskáren a dalších kancelářských strojů vyrovnal část tohoto růstu.

Pavol Zajac, Retail Director pro Česko, Slovensko a Maďarsko, dodává: „Spotřebitelé v Česku se postupně zotavují z inflačního dopadu, přičemž výdaje vykazují pozitivní známky. Přestože je zaměstnanost vysoká a nabídka pracovních míst je silná, reálné mzdy stále zaostávají za předpandemickými úrovněmi a plné zotavení se očekává v následujících letech.“

O NIQ

NIQ je světová jednička v oblasti spotřebitelských informací, která poskytuje nejkomplexnější pochopení nákupního chování spotřebitelů a odhaluje nové cesty k růstu. V roce 2023 se NIQ spojila s GfK, čímž došlo ke spojení dvou lídrů v oboru s bezkonkurenčním globálním dosahem. Díky komplexnímu pohledu na maloobchod a nejobsáhlejšími spotřebitelským poznatkům – poskytovaným s využitím pokročilé analytiky a moderních platforem – NIQ přináší Full View(TM).

NIQ je portfoliovou společností Advent International a působí ve více než 100 trzích, pokrývajících přes 90 % světové populace. Více informací najdete na [NIQ.com](https://www.niq.com).