



CS #2

NÁKUP BATERIÍ ZOHLEDŇUJE ŽIVOTNOST I EKOLOGII

**Prodej baterií
v tuzemsku roste.**

Podle společnosti

**NielsenIQ narostly tržby
v maloobchodě meziročně
o 12 % a dosáhly tak**

**hodnoty téměř 600 milionů
korun, což představuje více než
60 milionů prodaných kusů.**

Spotřebitelé si přitom začínají uvědomovat jednotlivé druhy baterií a také k čemu slouží. K tomu pomáhá lepší informovanost i znalost celé kategorie. V budoucnu se hodně sází na dobíjecí varianty.

Podle studie agentury Median, Market & Media & Lifestyle – TGI, 2. a 3. kvartál 2020, nakoupilo v tomto období nějaké baterie standardního typu, včetně těch nabíjecích, 57,7 % domácností. Spotřeba každým rokem roste, což jde na vrub stále větší penetraci přístrojů vyžadujících pro svoji funkčnost baterie. Mezi deset nejčastěji uváděných zakoupených značek patří: Varta (39,9 %) Energizer (36,2 %), Duracell (32,5 %), Panasonic (23,2 %), Philips (18,2 %), privátní značky

prodejen (17,3 %), GP (15,5 %), Sony (14,7 %), Bateria (10,8 %) a IKEA (10,4 %). „Kategorie článkových baterií na portálu Zboží.cz ve srovnání let 2019 a 2020 zaznamenala o více než dvě pětiny vyšší návštěvnost. Největší nárůst proběhl v posledním čtvrtletí, kdy se zájem meziročně zvýšil dokonce o 70 procent,“ sděluje Jan Kriegl, manažer nákupního rádce Zboží.cz. A podle údajů společnosti Ecobat je na český trh ročně uvedeno okolo 170 milionů kusů spotřebních baterií, v čemž je započítána i spotřeba v průmyslových a dalších odvětvích.

Růst tržeb táhne březen, duben a listopad

V minulém roce narostly maloobchodní tržby v kategorii baterií meziročně o 12 % a dosáhly tak hodnoty téměř 600 milionů korun, což představuje více než 60 milionů prodaných kusů. Vyplývá to z dat společnosti NielsenIQ za posledních 12 měsíců (12/2019–11/2020). Nárůst byl tažen hlavně měsíci březen, duben a listopad. „V březnu a dubnu tržby rostly dynamickým dvouciferným tempem, a to až 31 procent v každém měsíci. Tržby v listopadu, které ovlivnily blížící se Vánoce, pomohly kategorii v dalším růstu a tempo se proti minulému roku zvýšilo o 44 procent,“ deklaruje Miriam Brynzová, konzultantka společnosti NielsenIQ.

V listopadu Češi utratili za baterie více než 77 milionů korun, což představuje 15 % celoročních tržeb, které se téměř vyrovnají loňskému nejsilnějšímu prosinci. Mezi českými



57,7 %
spotřebitelů
v posledních
12 měsících
zakoupilo baterie.

O šetrnějších variantách se dočtete na www.zboziaprodej.cz



Diskutujte a kontaktujte nás na sociálních sítích:



spotřebiteli jsou dlouhodobě nejoblíbenější alkalické baterie, kterým v hodnotě patří tři čtvrtiny trhu. Jejich tržby se meziročně vyšplhaly na úroveň více než 455 milionů korun a druhý rok po sobě rostou více než 10% tempem. Druhým nejoblíbenějším segmentem jsou zinkové baterie, které dosahují významnosti 21 % s tržbami na úrovni více než 126 milionů korun. Další v pořadí jsou nejmenší segmenty, a to baterie dobíjecí a lithiové, jejichž společná významnost je sice pouze 2%, avšak meziročně rostou nejrychlejším tempem (o 22 %).

Průměrná cena dlouhodobě klesá

V souvislosti s typem baterií si dlouhodobě drží nejvýznamnější postavení nedobíjecí baterie s až 98 % a tržbami na úrovni více než 585 milionů

korun, které zaznamenávají dlouhodobý růst. Pro Čechy jsou nejpreferovanější balení po čtyřech kusech, jejichž tržby tvoří 44 % prodeje všech baterií. Následují balení po osmi kusech s významností tržeb 24 % a třetí v pořadí jsou balení po dvou kusech. Průměrná cena dlouhodobě klesá a souvisí s tím, že 8ks a 10ks balení rostou rychleji než 4ks balení, jejichž cena je o 40 % vyšší.

„Nejvýznamnějším prodejním kanálem jsou pro baterie hyper- a supermarkety, ve kterých se zrealizuje až 72 procent tržeb celé kategorie. Meziročně se vyšplhaly na úroveň více než 428 milionů korun,“ vypočítává Miriam Brynzová. Čeští spotřebitelé kupují baterie více v hypermarketech, ve kterých se zrealizuje 44 % prodeje kategorie. Na druhou stranu v supermarketech se prodá 28 %, avšak v porovnání s hypermarkety zde tržby meziročně nerostou tak rychle.

Druhým významným obdobím jsou letní prázdniny

Z dostupných informací a průzkumů je zřejmé, že trh s bateriemi neustále roste. Denně se v tuzemsku prodá přibližně 400 tisíc AA baterií. Nově však získávají na oblibě i velikosti baterie AAA. „Třetina z celkového počtu baterií se prodá především před Vánocemi. Je to logické, protože je to období, kdy spotřebitelé nakupují elektrospotřebiče na baterie a s tím souvisí i zvýšený prodej. Tato poptávka pokračuje i v lednu, kdy si spotřebitelé pro svoje nové přístroje kupují buď nové baterie, nebo už další,“ vysvětluje Petr Dobrý, key account manager společnosti Maresi Foodbroker. Zvýšenou poptávku

... / ...

Společnost **Maresi Foodbroker** přebírá distribuci výrobků značky **Duracell** na českém i slovenském trhu

maresi

DURACELL®





v tomto období pozoruje také řetězec Lidl. Podle jeho údajů jsou baterie vyhledávané i kvůli nejrychlejšímu vánočnímu osvětlení a dekoracím. Druhým významným obdobím jsou letní prázdniny. V tuto dobu probíhají dovolené a rodiny se vybavují přenosnými přístroji. I mimo dovolené v tomto období spotřebitelé ve větší míře obnovují používání zařízení vyžadujících baterie. Každým rokem se zvyšuje také podíl akumulátorů – dobíjecích baterií.

Poptávka však roste také z důvodu aktuální pandemické situace. „Covid-19 zapříčinil to, že spotřebitelé tráví více času doma. Tím logicky roste také spotřeba baterií, protože ne všechna zařízení pracují na akumulátor. Ostatně i to je následně důvodem vzniku nedostatku zboží v dodavatelském řetězci nebo jeho zdražování. Nahrává to nejsilnějším hráčům s dobrými zásobami či flexibilně zajištěným tokem zboží,“ míní Josef Zavřel, produktový manažer společnosti Emos. Podle něj specifika a odlišnosti mezi zeměmi napříč Evropou nejsou nijak zásadní. „Jsme středně velká země, a tak u nás zásadně nedominují ani velké značky, ani například přímý čínský import,“ dodává. Podobného názoru jsou také v Lidlu, kde žádné významné odlišnosti oproti jiným trhům, kde působí, nepozorují.

Tužkovky se objevují v akčních nabídkách

Převratné novinky či inovace se v roce 2021 u baterií pro domácnosti nechystají. „Očekávám ale, že některé trendy z minulého roku budou letos ještě výraznější. Například v oblasti obalů budou výrobci pokračovat ve snižování objemu plastu na úkor výrazně udržitelnějšího materiálu, kterým je papír,“ poodkrývá Petr Uher. Řetězec Lidl má ve stále nabídce AA a AAA baterie a nabídku plánuje rozšířit i o knoflíkové. „Tužkové baterie jsou spotřebiteli žádané i v rámci akčních nabídek. Dlouhodobě velmi oblíbené jsou také

dobíjecí baterie, které nabízíme v rámci akcí a na lidl-shop.cz, jež se díky barevnému odlišení jen tak nepomíchají,“ dodává Tomáš Myler. Podle něho jsou pojmem také jejich 12V a 20V rodiny akumulátorů, které jsou kompatibilní se stále větší počtem přístrojů od klasického akušroubováku až po vysokotlaký čistič nebo sekačku.

S nabíjecími bateriemi lze dosáhnout podstatných finančních úspor.

Český trh přitom zcela kopíruje chování ve všech vyspělých zemích. „Před lety se zdálo, že nabíjecí baterie vytlačí ty jednorázové z trhu. Časem se ukázalo, že pokud má spotřebitel volbu, raději sáhne k primárním bateriím a nabíjecí jsou pouze okrajově užívaným řešením. Proto je nezbytné trvale komunikovat, že primární baterie patří po použití do speciálních sběrných boxů, nikoliv do komunálního odpadu,“ zdůrazňuje David Kania, CEO společnosti Tesla Batteries. Jen takto dochází k ekologické recyklaci bez negativního dopadu na životní prostředí.

„Abychom omezili nesprávný výběr baterií pro energeticky náročné hračky, uvedli jsme na trh baterie Kids+. Jedná se o špičkové alkalické baterie, které jsme připravili přímo pro holky a kluky do prodejen hraček. Tyto baterie děti při použití nezklamou a nezkaží požitek při hraní častou výměnou,“ konstatuje David Kania. Také společnost Emos kontinuálně vylepšuje své portfolio a nově do prodeje zařadila nabíjecí NiMH baterie a nabíječky, nové balení lithiových knoflíkových baterií a baterií do naslouchadel či výhodné akční multipackery a Li-Ion nabíjecí baterie.



Jak na recyklovatelný obal

Ve spolupráci se zpracovateli odpadů připravila společnost Eko-Kom doporučení pro konstrukci a design obalů v kategorii baterie, aby byla zajištěna jejich maximální recyklovatelnost.

Blistry

Jsou složeny z papírové a plastové části. Na obalech by spotřebitelům pomohly informace o tom, že mají obal rozdělit a odložit do kontejneru na papír a na plasty.

Papírové obaly

recyklovatelné: celulózová vlákna z dřeviny; bez coatingu a laminace; nebarvené; co nejmenší potisk doporučenými, vodou ředitelnými barvami; standardní plniva (kaolín, mastek, CaCO₃, škrob)

zhoršují recyklovatelnost: vlákna z jednoletých rostlin (tráva, bavlna, třtina); průhledová okénka, kovové svorky

obtížně recyklovatelné: oboustranný plastový coating, voskové, silikonové a metalické povlaky; plastové lamináty; neodělitelné nepapírové součásti; krvácející barvy, barvy s migrujícími látkami, metalické barvy; velkoplošné plastové etikety

Technologie a podmínky pro recyklaci odpadů se stále rozvíjejí. Na trhu se objevují nové způsoby materiálového využití dosud obtížně recyklovatelných odpadů. Přestože Eko-Kom vynakládá značné úsilí, aby poskytované konzultace, informace a doporučení byly aktuální a přesné, nemůže to jakkoli zaručit. Budete-li mít zájem, pracovníci autorizované obalové společnosti Eko-Kom vám pomohou s podrobnějším posouzením: vaše konkrétní obaly mohou konzultovat přímo se zpracovateli odpadů.

Aktuální trendy najdete v časopise Svět balení a na www.svetbaleni.cz

