Privátní značky na Českém trhu

Karel Týra
Managing Director
NIQ CZ&SK&HU

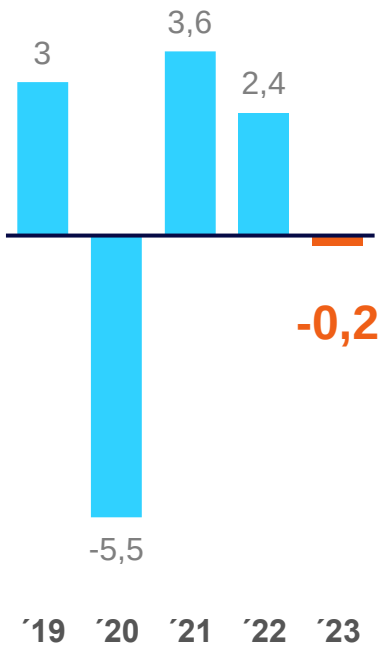
12.4.2024



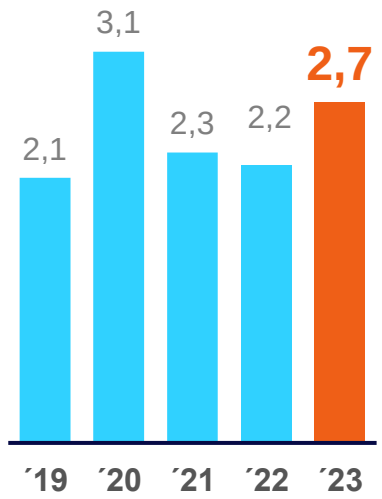
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Kupní síla Čechů za poslední dva roky citelně poklesla

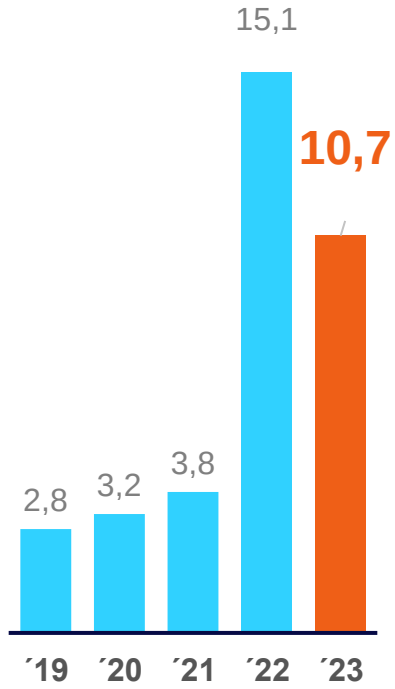
HDP



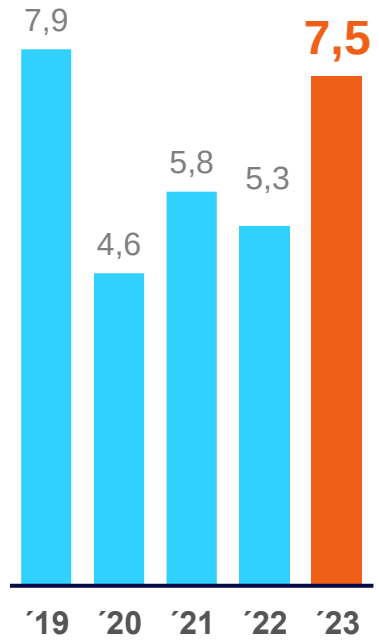
Nezaměstnanost



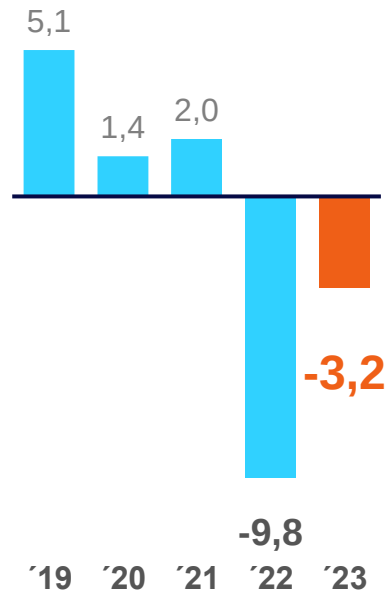
Inflace



Růst mezd



Kupní síla

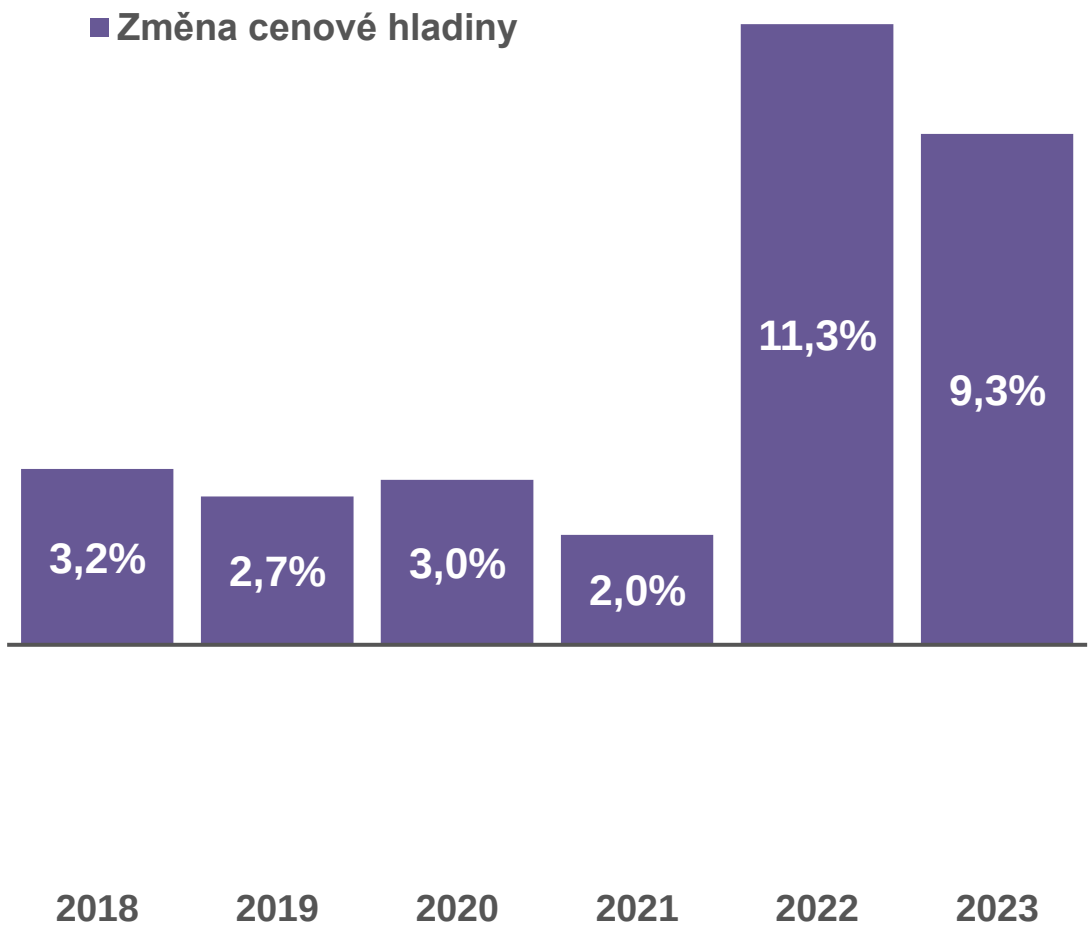


Zdroj: Český statistický úřad (www.czso.cz),

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Vývoj maloobchodu v České republice

Potravinářské a Drogistické kategorie

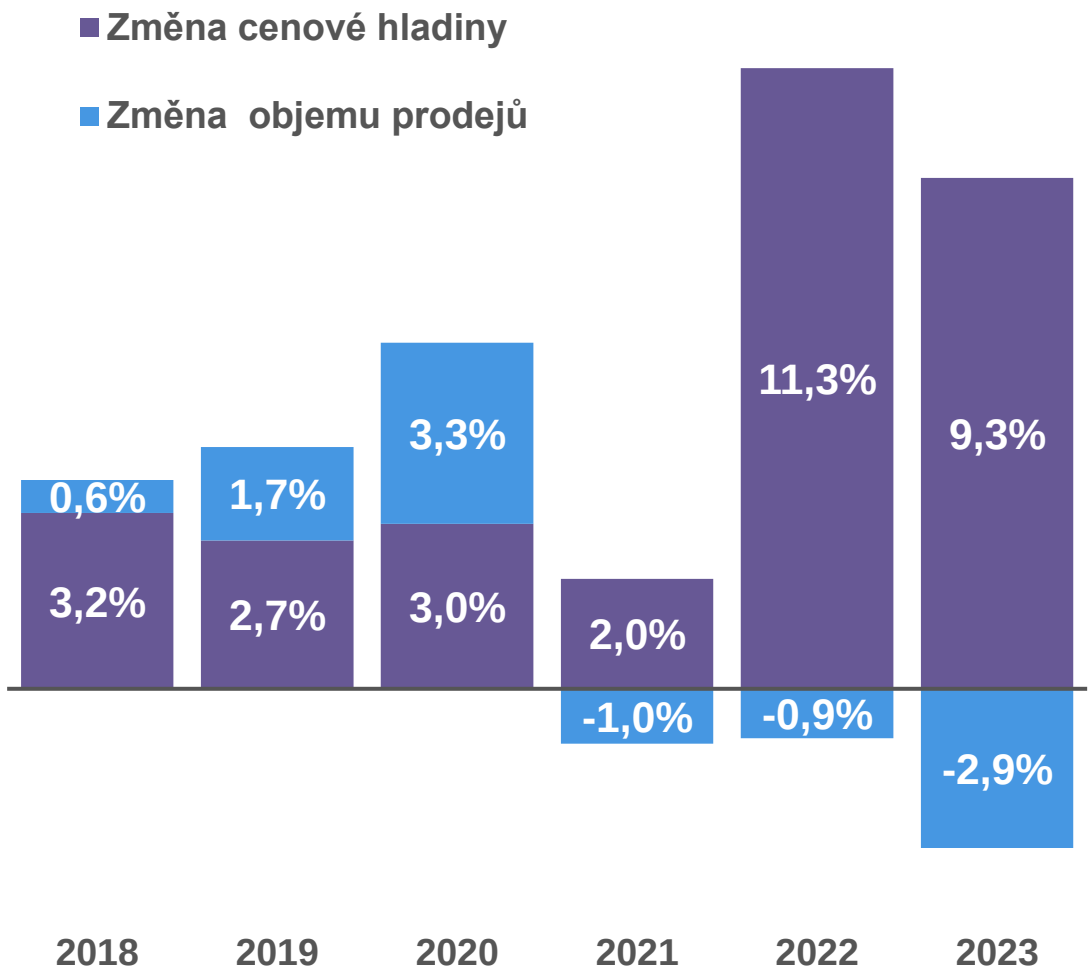




Zdroj: NIQ Growth Reporter; Quarterly change comparison = quarter vs. same quarter of the previous year.

Vývoj maloobchodu v České republice

Potravinářské a Drogistické kategorie

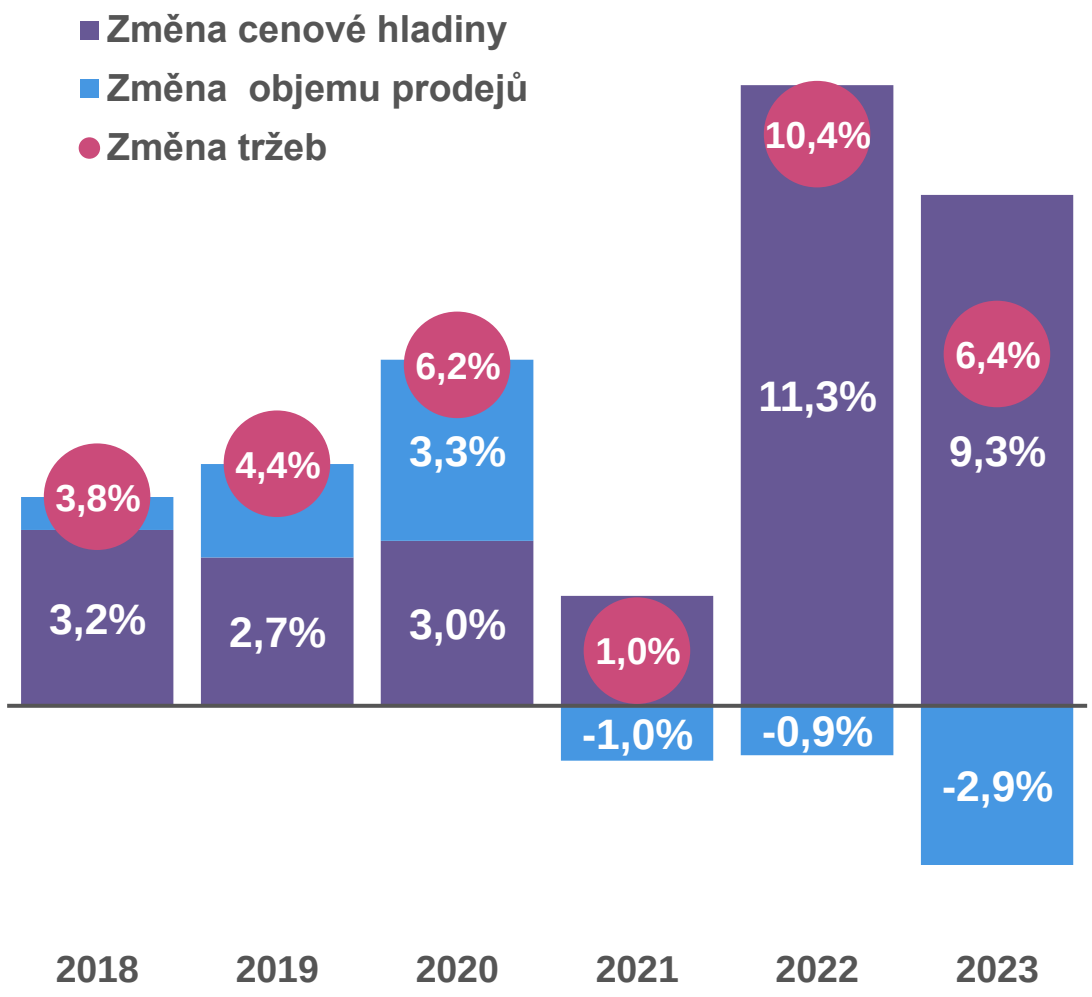




Zdroj: NIQ Growth Reporter; Quarterly change comparison = quarter vs. same quarter of the previous year.

Vývoj maloobchodu v České republice

Potravinářské a Drogistické kategorie

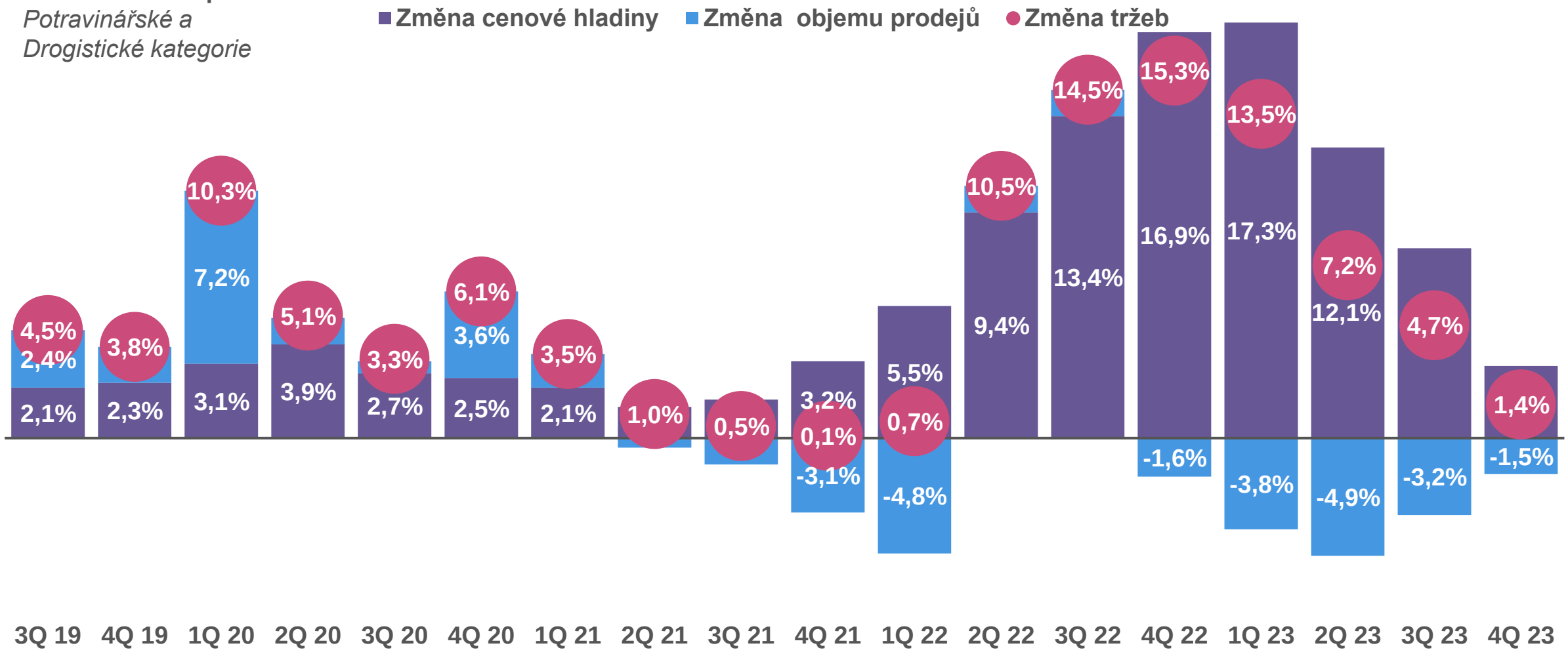




Zdroj: NIQ Growth Reporter; Quarterly change comparison = quarter vs. same quarter of the previous year.

Omezení spotřeby je jedním z nejvíce využívaných způsobů jak ušetřit

Růst v České republice
Potravinářské a Drogistické kategorie



Zdroj: NIQ Growth Reporter; Quarterly change comparison = quarter vs. same quarter of the previous year.

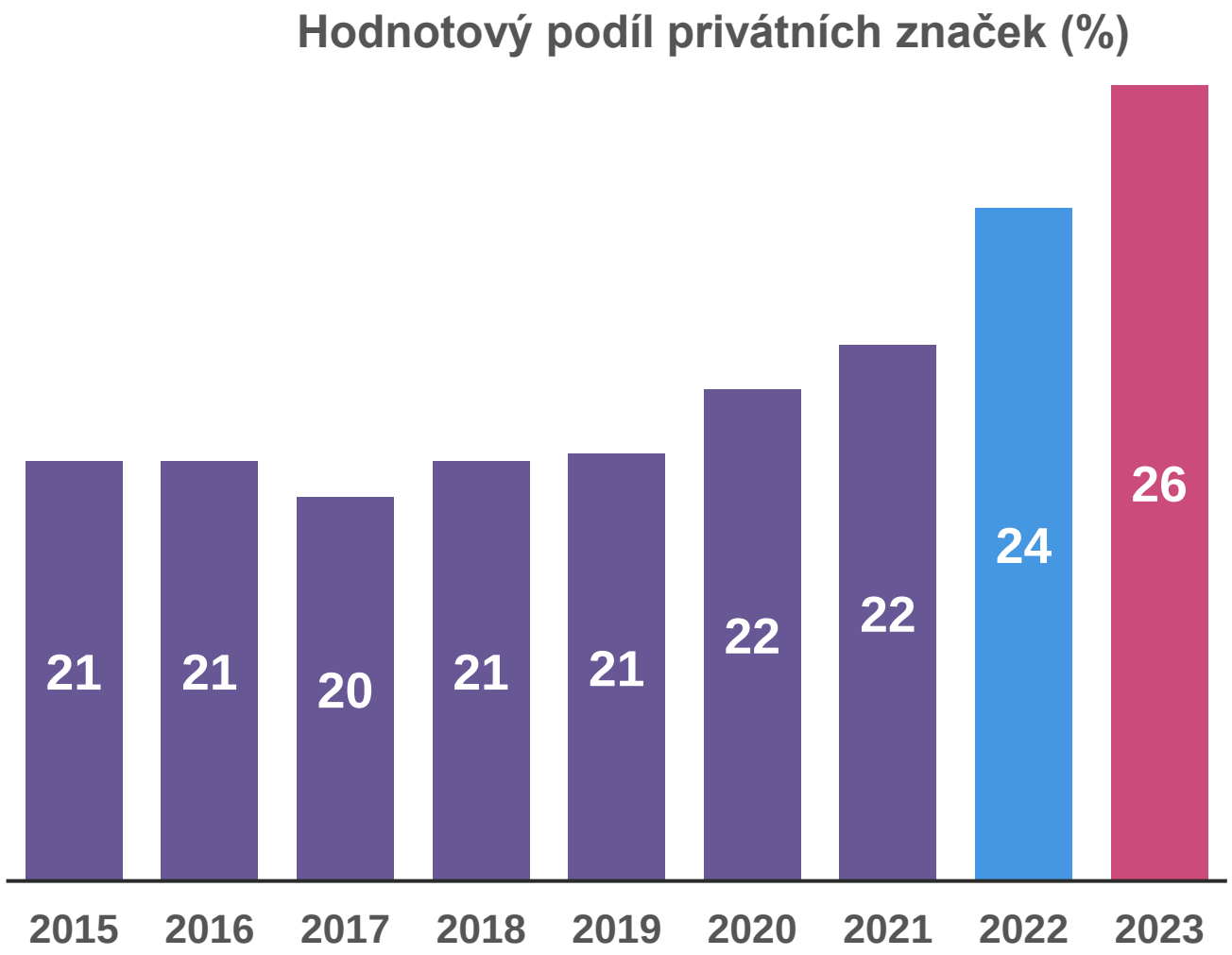
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

“Kupuji více privátních značek“



© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Podíl privátních značek vzrostl o více než 2pb za poslední rok





60
Kategorií s více než 50% významností Privátek

200
kategorií s méně než 15% významností Privátek

Zdroj: NIQ RMS;

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

99%

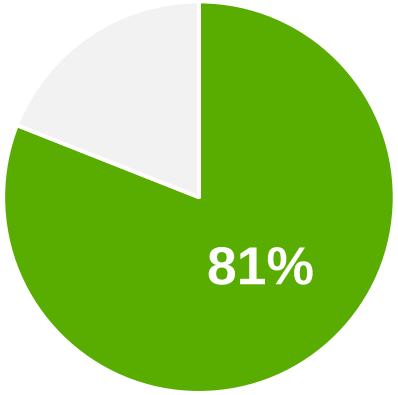
spotřebitelů nakupuje privátní značky

78%

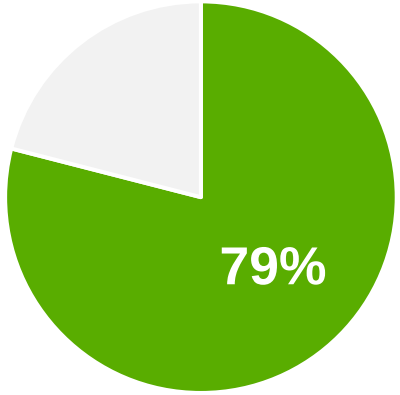
si to uvědomuje



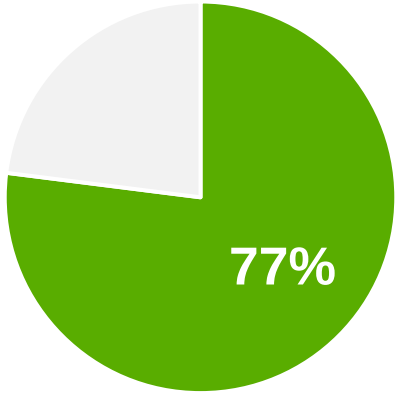
Privátní značky nabízí dobrou alternativu značkovým výrobkům díky dobrému poměru hodnoty za peníze



Jsem ochoten nakupovat privátní značky, protože prokázaly, že jsou velmi dobré



PZ se za poslední roky posunuly, tak že jsou stejně dobré jako klasické značky

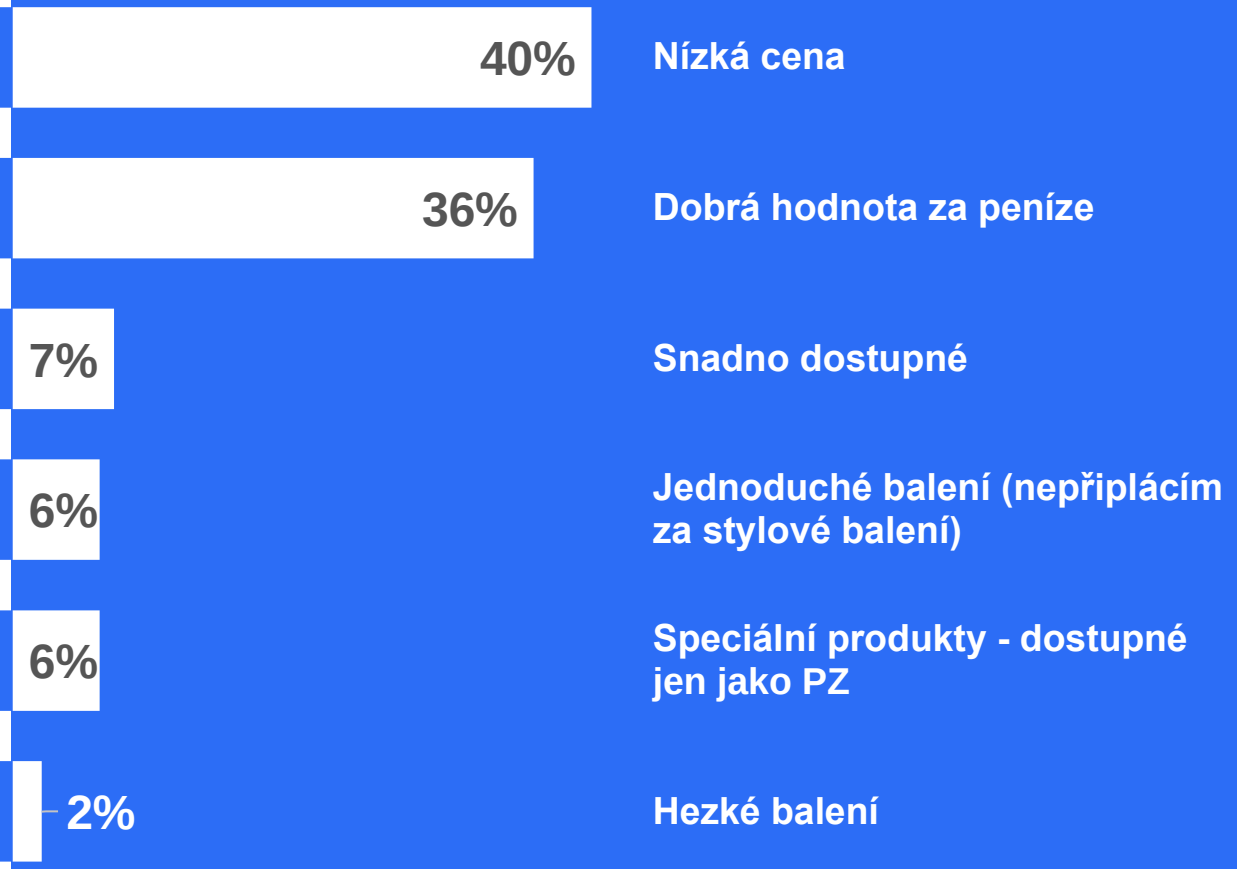


Vnímání *kvality* Privátních značek se zvyšuje

Překážky volby Privátní značky



Motivátory volby Privátní značky



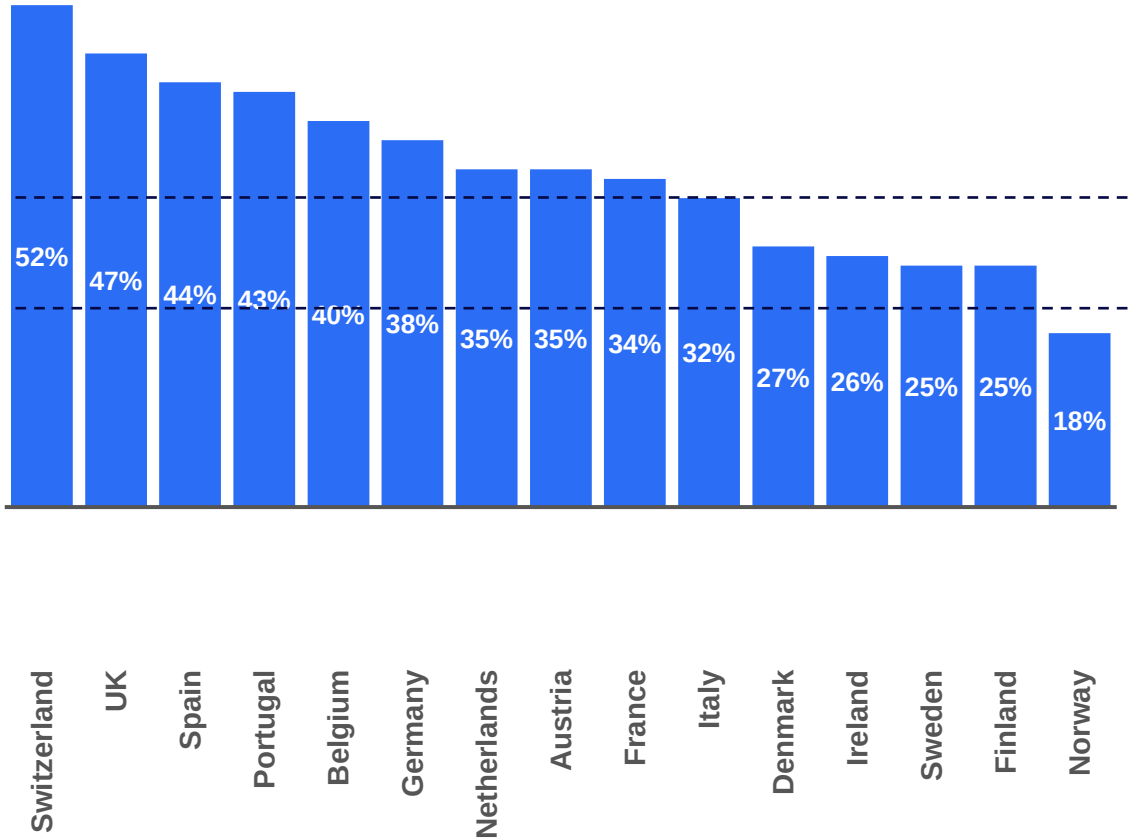
Zdroj::NIQ PRIVATE LABELS REPORT 2023

Q20. What are for you the main benefits of private labels? Kindly sort out these reasons by order of importance.
Q21. What are for you the main drawbacks of private labels? What do you mind, what discourages you from buying (more)? Kindly sort out these reasons by order of importance. Base: PL Buyers= 988; Non-Buyers= 132

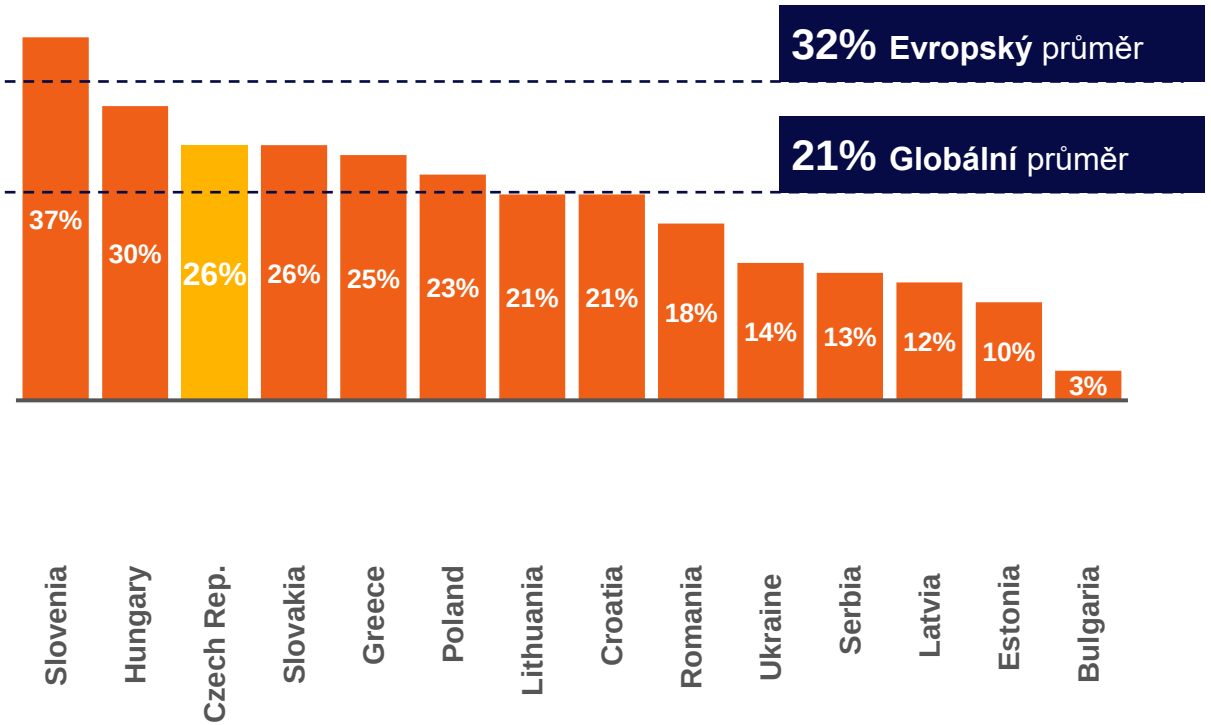
© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Tempo růstu privátních značek ve Východní Evropě je 3x rychlejší než u značkových výrobků

Západní Evropa – hodnotový podíl privátních značek



Východní Evropa – hodnotový podíl privátních značek



Zdroj: NIQ QBN MAT Q3 2023

© 2024 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Češi jsou ochotni volit Privátní značky

- Jogurty
- Sýry
- Mléko, smetana
- Těstoviny
- Máslo
- Prostředky na čištění domácnosti
- Papírové produkty

Češi neradi volí Privátní značky

- Víno
- Pivo
- Káva
- Dětská strava
- Péče o vlasy
- Zubní hygiena

Zdroj::NIQ PRIVATE LABELS REPORT 2023

Q12. In which categories of FOOD categories do you buy private label products? Q18. And which are the categories of FOOD categories where you would never buy private labels? Q19a. In which categories of FOOD do you think private label products are missing or too rare? Where would you like to see more private labels? Base: N(PL buyers)=988

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Metodologie výzkumu



© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Metoda výzkumu



- On-line dotazování - **CAWI**
- Termín výzkumu : **Září-Říjen 2023**

Cílová skupina



- **Reprezentativní vzorek** populace ČR
- Dle **pohlaví, věku, vzdělání, regionu a velikosti místa bydliště.**
- Ve výběru bylo zohledněno složení domácnosti, vlastnictví auta a přítomnost zvířete v domácnosti

Dotazník



- Strukturovaný dotazník v délce **30 min**
- **Celkem 92 kategorií, téměř 900 značek**
- Otázka: *Prosím vyberte, která z následujících značek je pro Vás nejdůvěryhodnější.*

Velikost vzorku



- **Talk Online Panel**
- N = **4000** respondentů

talk ONLINE PANEL

NIQ

© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.

Coming *into view*



© 2023 Nielsen Consumer LLC. All Rights Reserved.