

Podiel vystavenia privátnych výrobkov v maloobchode 2018

Výsledky prieskumu pre Potravinársku komoru Slovenska
GfK Slovakia



Bratislava, apríl 2018

Sledovaných 16 kategórií výrobkov, vrátane 47 podkategórií

- ❖ Víno (červené, biele)
- ❖ Pivo (svetlé/tmavé)
- ❖ Liehoviny a destiláty (vodky/ovocné liehoviny/borovička/gin, um/tuzemák, brandy/whisky, bylinné likéry)
- ❖ Spracované produkty (kečup, horčica, pretlak)
- ❖ Cestoviny (špagety, závarkové cestoviny)
- ❖ Oleje (repkový, slnečnicový)
- ❖ Mlieko (čerstvé/trvanlivé)
- ❖ Prírodné syry (prírodný zrejúci syr, čerstvý syr tvaroh/ricotta)
- ❖ Mliečne výrobky – ostatné (jogurt, tavený syr/syrová nátierka, smotana sladká/kyslá)
- ❖ Nealko (džúsy/nektáre, ľadový čaj, CSD cola a nekolové nápoje)
- ❖ Minerálky (pramenitá voda, minerálna voda, ochutené minerálky)
- ❖ Konzervované produkty (ovocný kompót, kyslé uhorky, kukurica, hrášok, fazuľa, šampiňóny)
- ❖ Trvanlivé pečivo – balené (čajové pečivo, croissant/muffin/biskvit, oblátky, chipsy, slané tyčinky, arašidové oriešky)
- ❖ Mäsové výrobky - balené, nemrazené (párky, saláma, šunka, slanina, balené mäso)
- ❖ Cukrovinky – nečokoládové (čokoláda a čokoládová tyčinka plnená/neplnená)
- ❖ Cukrovinky – čokoládové (cukríky všetky druhy, žuvačky)



Kľúčové zistenia



- ✓ **Privátne značky** dosahujú **podiel 24 %** z hľadiska **vystavenia na regáloch** v potravinových reťazcoch. Táto hodnota oproti minulému narástla o takmer 3 percentuálne body.

- ✓ Dlhodobý trend od roku 2013 ukazuje mierne **stabilný podiel vystavenia privátnych značiek**, tento rok sa hodnota vyšplhala nad hodnotu z roku 2013.

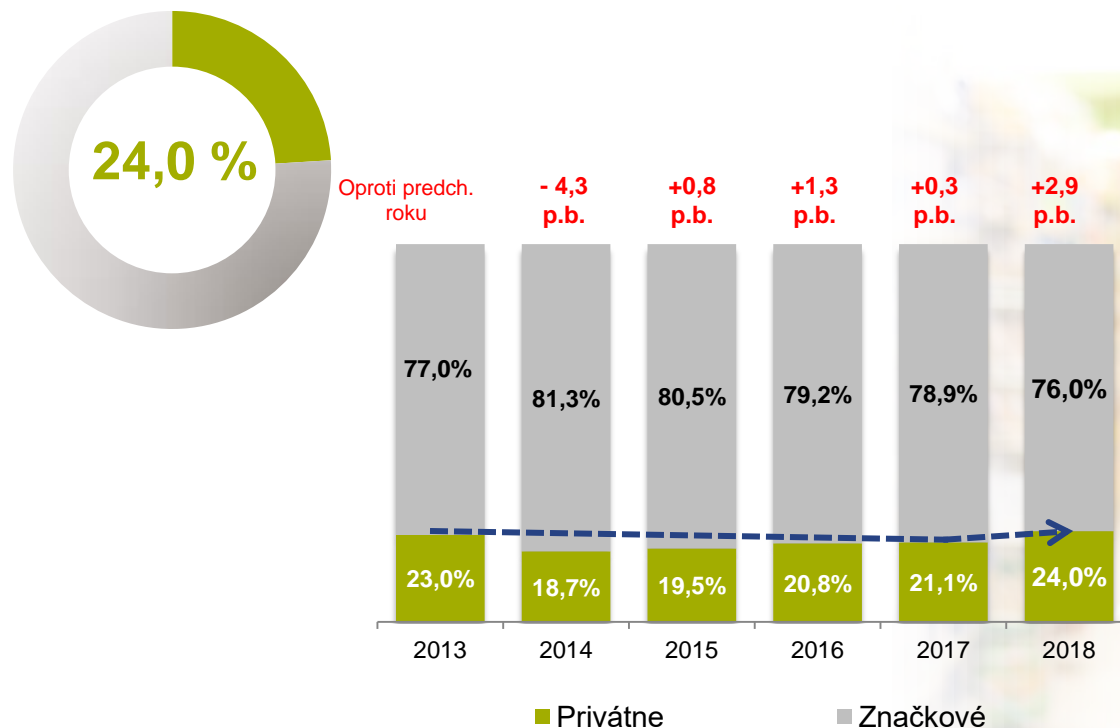


- ✓ **Mlieko, konzervované produkty a mäsové výrobky** sú kategórie, kde je na regáloch stabilne zastúpených **najviac privátnych výrobkov**.
- ✓ **Naopak** v kategóriách **pivo, liehoviny a destiláty a víno** sú zastúpené privátne značky v **najnižšej miere**.

- ✓ **Najviac** sú privátne potraviny zastúpené v predajniach typu **diskontné predajne a veľkosklady (50%)**, kde **podiel aj výrazne narástol**. V ostatných predajných formátoch je podiel na úrovni 17 - 20%.



Celkový podiel privátnych výrobkov na regáloch predajní v SR



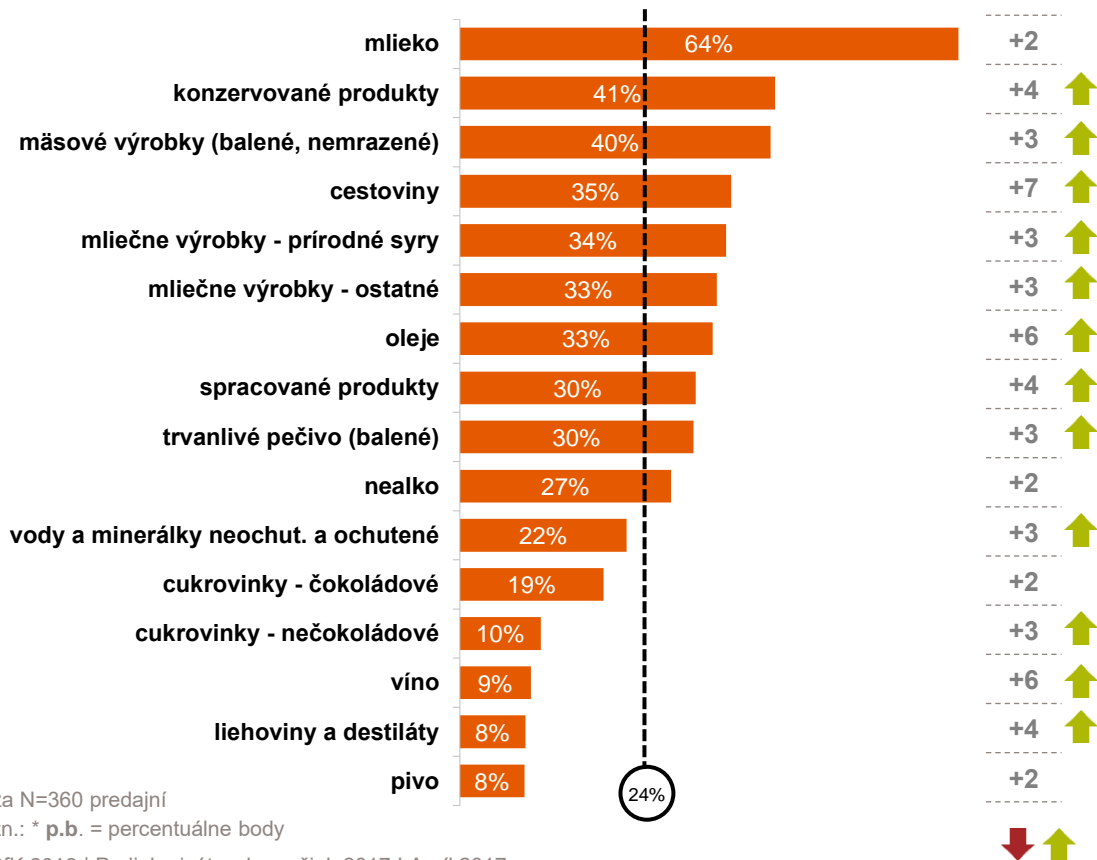
Báza N=360 predajní

Pozn.: * p.b. = percentuálne body

© GfK 2016 | Podiel privátnych značiek 2017 | Apríl 2017

Podiel privátnych výrobkov na regáloch predajní v SR podľa kategórií

vs 2017



Báza N=360 predajní

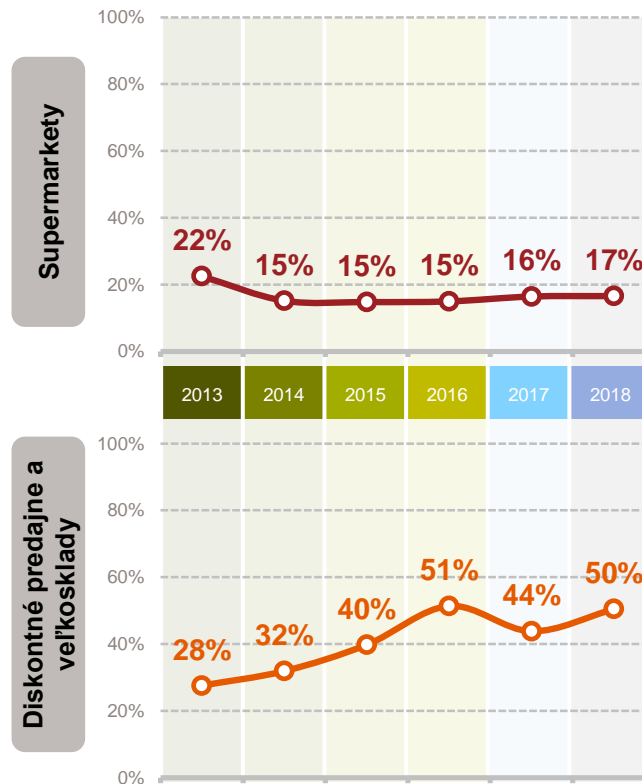
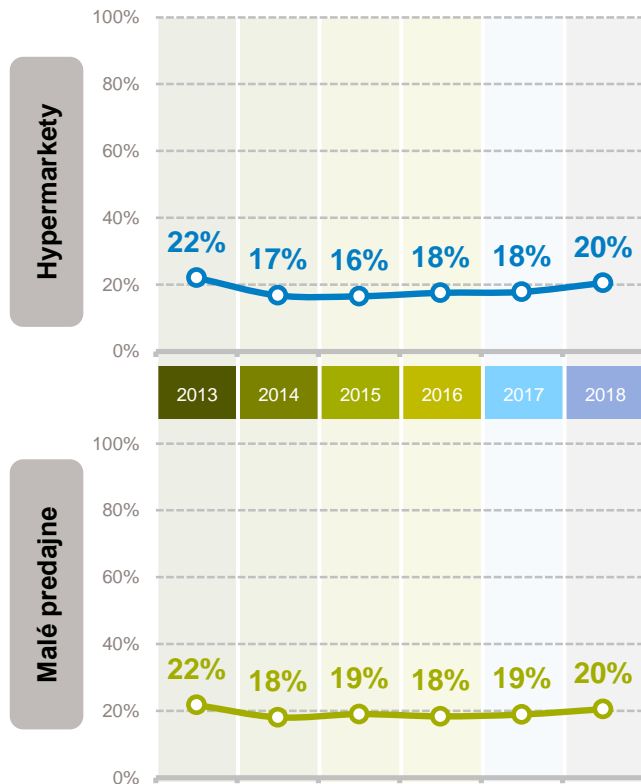
Pozn.: * p.b. = percentuálne body

© GfK 2016 | Podiel privátnych značiek 2017 | Apríl 2017



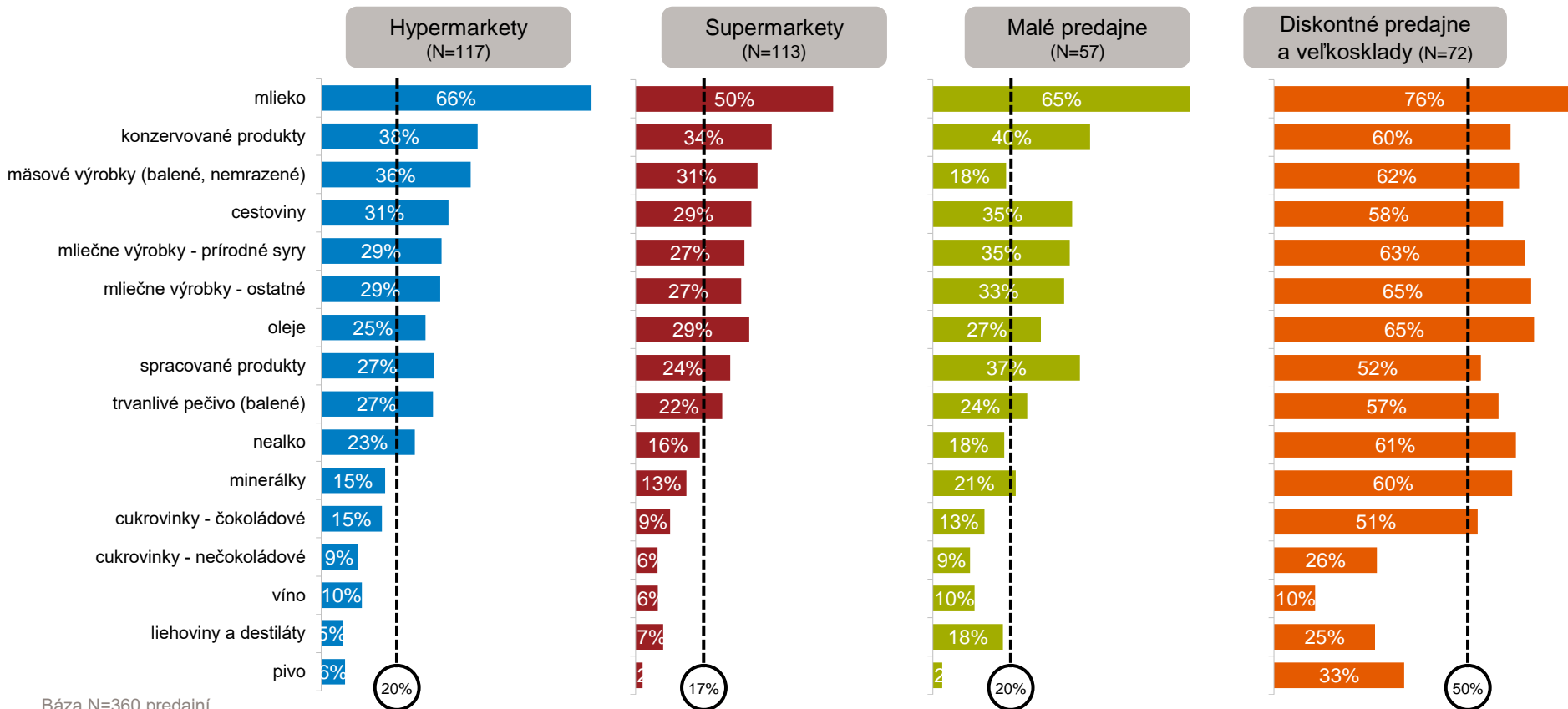
Pokles resp. nárast
o viac ako 2p.b.

Podiel privátnych výrobkov na regáloch predajní v SR podľa typov predajní



Báza N=360 predajní

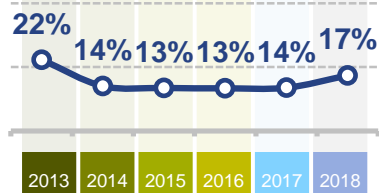
Podiel privátnych výrobkov na regáloch predajní v SR podľa kategórií a typu predajne



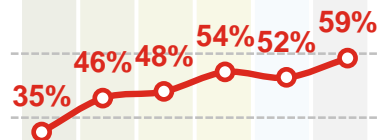
Báza N=360 predajní

Podiel privátnych výrobkov na regáloch predajní v SR podľa reťazcov

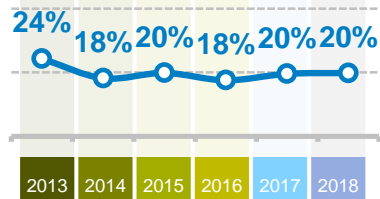
TESCO



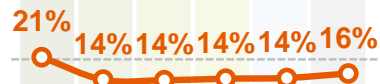
LIDL



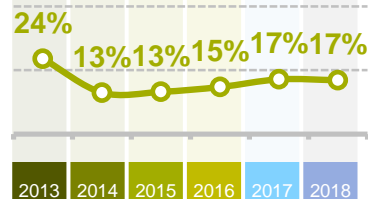
coop
JEDNOTA



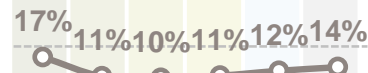
(CBA)
CBA Slovakia s.r.o.



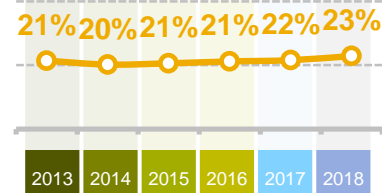
BILLA



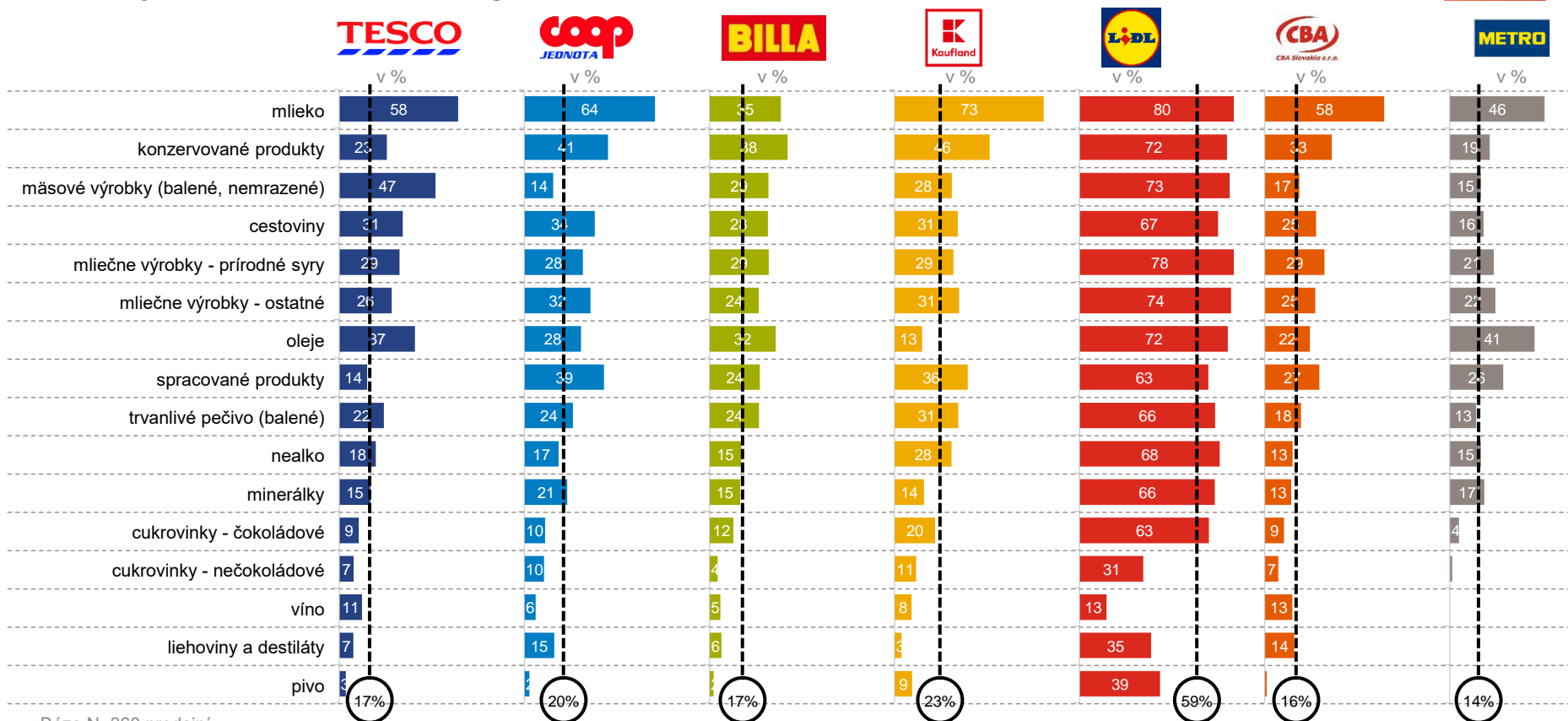
METRO



Kaufland

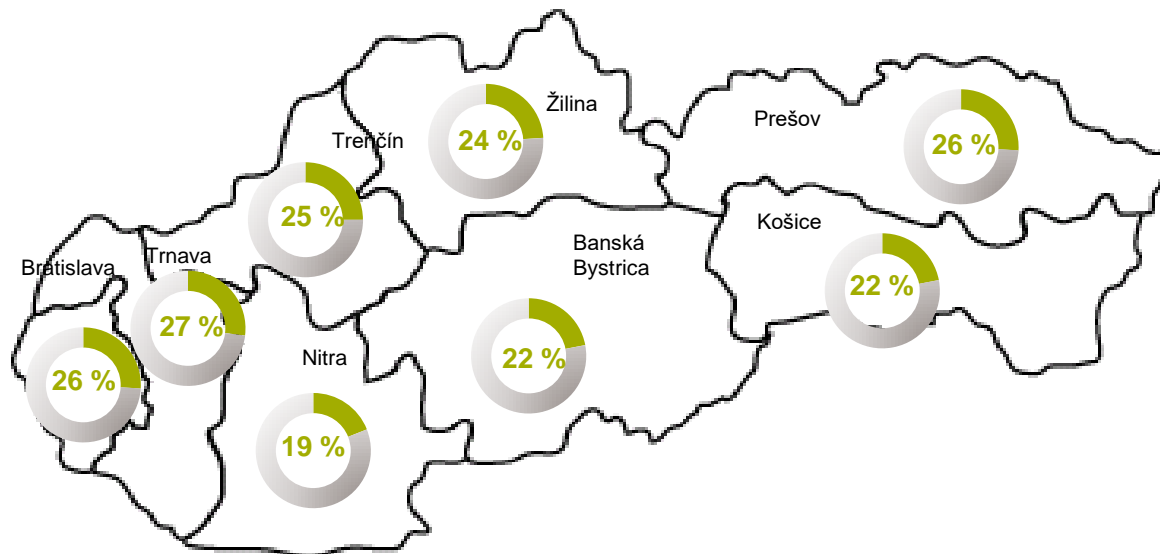
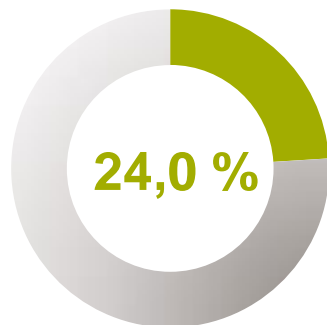


Podiel privátnych výrobkov na regáloch predajní v SR podľa kategórií a reťazcov

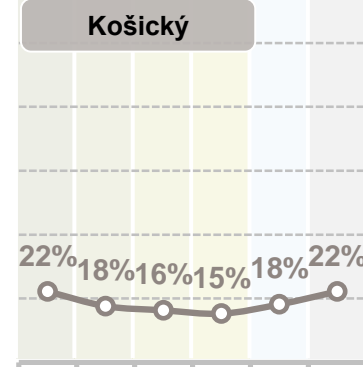
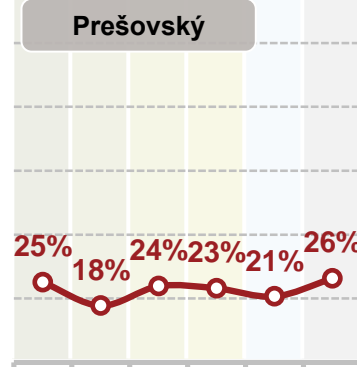
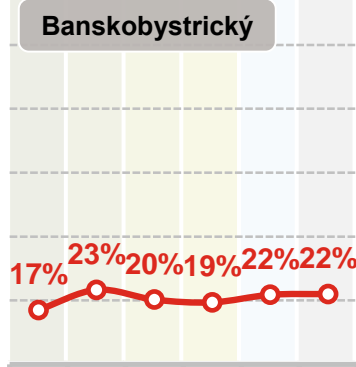
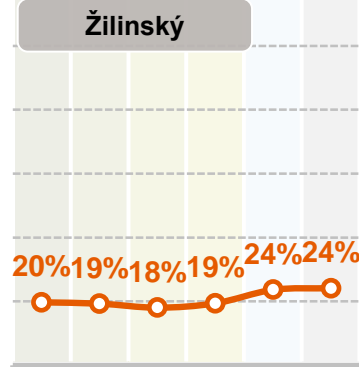
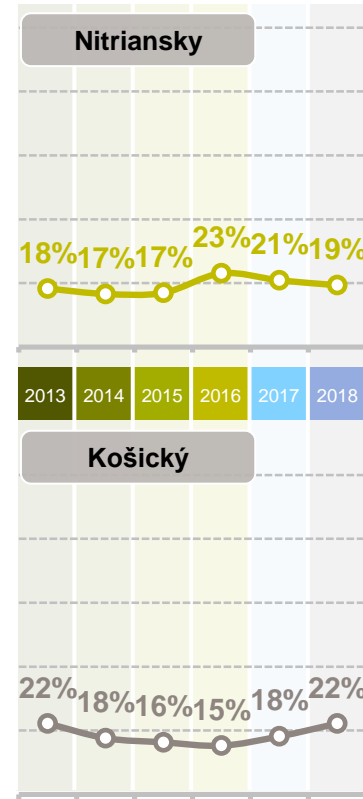
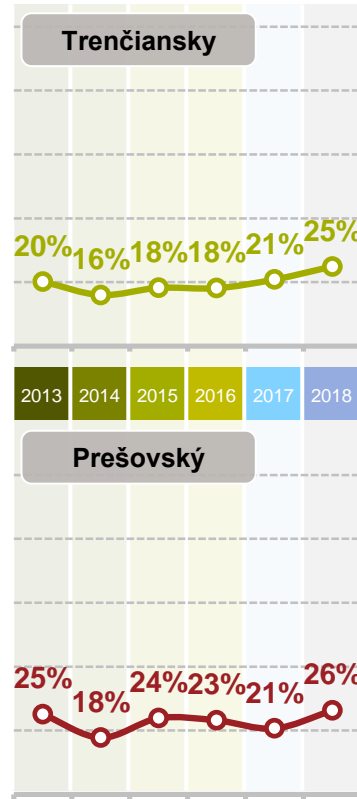
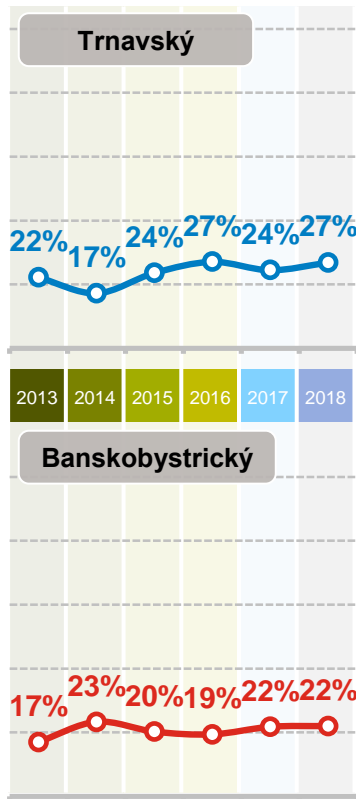
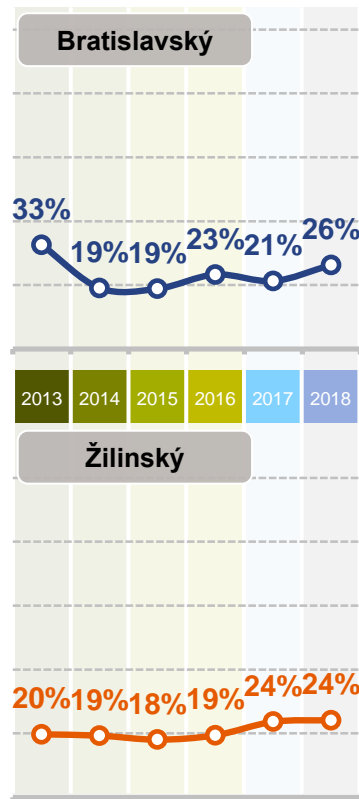


Báza N=360 predajní

Podiel privátnych výrobkov na regáloch predajní v SR podľa krajov



Podiel privátnych výrobkov na regáloch predajní v SR podľa krajov



Podiel privátnych výrobkov na regáloch predajní v SR podľa kategórií a krajov

	BA	TT	TN	NR	ZA	BB	PO	KE
	v %	v %	v %	v %	v %	v %	v %	v %
mlieko	59	68	74	51	68	56	68	76
konzervované produkty	46	33	37	37	42	39	46	42
mäsové výrobky (balené, nemrazené)	37	40	41	30	49	46	53	35
cestoviny	34	42	29	31	32	24	42	42
mliečne výrobky - prírodné syry	32	28	44	32	42	39	36	27
mliečne výrobky - ostatné	34	23	42	30	36	29	36	31
oleje	34	24	34	33	31	33	39	29
spracované produkty	30	24	29	28	27	31	41	33
trvanlivé pečivo (balené)	37	31	27	23	32	26	35	26
nealko	29	32	26	22	31	25	33	22
minerálky	22	31	21	22	22	20	20	20
cukrovinky - čokoládové	29	28	19	9	17	13	21	13
cukrovinky - nečokoládové	8	9	7	8	7	16	13	14
víno	13	13	6	4	10	10	10	3
liehoviny a destiláty	9	8	9	12	10	8	9	5
pivo	12	14	12	4	6	2	10	9

Báza N=360 predajní

1

Privátne značky dosahujú **24% podiel z hľadiska vystavenia na regáloch** v potravinových reťazcoch. Oproti minulému roku táto hodnota narástla o takmer 3 p.b.

2

Kategórie, v ktorých bol zaznamenaný najvyšší a najnižší podiel privátnych výrobkov, ostali oproti minulému roku takmer nezmenené. **Mlieko, konzervované produkty a mäsové výrobky** sú kategórie, kde je na regáloch zastúpených **najviac privátnych výrobkov**. Naopak v kategóriách **pivo, liehoviny a destiláty a víno** sú zastúpené v **najnižšej miere**.

3

Podiel privátnych výrobkov **vzrástol** vo všetkých sledovaných kategóriách.

4

Najviac sú privátne potraviny zastúpené v predajniach typu **diskontné predajne a veľkosklady (50%)**, kde došlo k oproti minulému roku k výraznému nárastu (takmer na úroveň v roku 2016). V ostatných predajných formátoch je podiel na úrovni 17 - 20%.

5

Najviac privátnych značiek je zastúpených na **regáloch reťazcov Lidl (59%), Kaufland (23%) a COOP Jednota (20%)**, **najmenej v reťazci Metro (14%)**.