



ONE PAGER

ZPÁTKY DO ŠKOLY

S PŘÍCHODEM ŠKOLNÍHO ROKU JSME UTRATILI VÍCE PENĚZ

Přelom prázdnin a nového školního roku je každoročně náročnější na rodinný rozpočet. Letos utratili čeští spotřebitelé v období „Zpátky do školy“ (ZDŠ) dokonce více, jak ve stejném období minulý rok. V období od prvního srpnového týdne do druhého zářijového týdne došlo meziročně na trhu vybraných hypermarketů a supermarketů² k nárůstu tržeb o 2,6%, resp. 5,4%, který byl ve velké míře tažen hlavně růstem počtu transakcí a také nárůstem průměrného nákupního koše. Ty dosáhly v hypermarketech a supermarketech řetězců Albert, Tesco, Globus, Billa a Penny Market celkem 84 milionů korun. Zvýšila se však i celková hodnota nákupního koše: v hypermarketech o 1,2% a v supermarketech byl nárůst ještě výraznější o 3,8%. Vyplyvá to z maloobchodního auditu společnosti Nielsen, která analyzovala pokladní data uvedených řetězců.

PRODEJE PAPIRNICTVÍ ROSTLY RYCHLEJI NEŽ CELKOVÝ KOŠ

V uvedeném šestitýdenním období tvořilo papírnické zboží³ 2,6% z celkového koše v hypermarketech a 0,5% z koše v supermarketech. Pochopitelně jsou výdaje s blížícím se začátkem školního roku za tento sortiment vyšší a tvoří i větší část z koláče celkových výdajů. V hypermarketech, největších formátech prodejen (tj. nad 2500m²), se tržby za papírnický sortiment zvýšily o 3% a v prodejnách supermarketů (tj. 400-2500m²) byl zaznamenán dvojciferný růst o více jak 16%. Nejsilnějším týdnem v prodeji papírnického zboží je dlouhodobě 35. týden roku, tedy poslední prázdninový týden na přelomu srpna a září. Avšak i u jiných kategorií – kromě papírnického sortimentu – sledujeme v období „Zpátky do školy“ zvýšenou poptávku oproti průměrným prodejem během zbytku roku: např. zmrzlina dosáhla o 43% vyšších tržeb, což je dané i sezónním letním počasím, lízátko o 22% a extrudované slané pečivo o 24%.

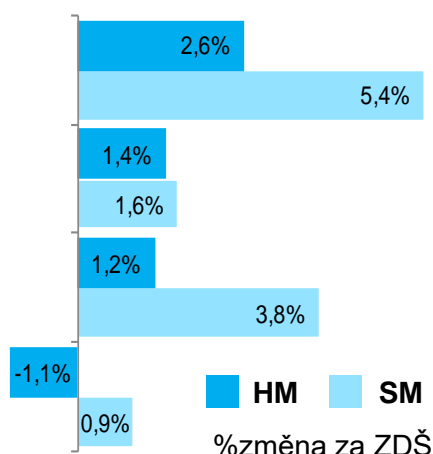
SITUACE NA TRHU

CELKOVÉ TRŽBY HM ROSTOU RYCHLEJI BĚHEM OBDOBÍ ZPÁTKY DO ŠKOLY²

RŮST CELKOVÝCH TRŽEB HM JE TAŽEN TRANSAKCEMI

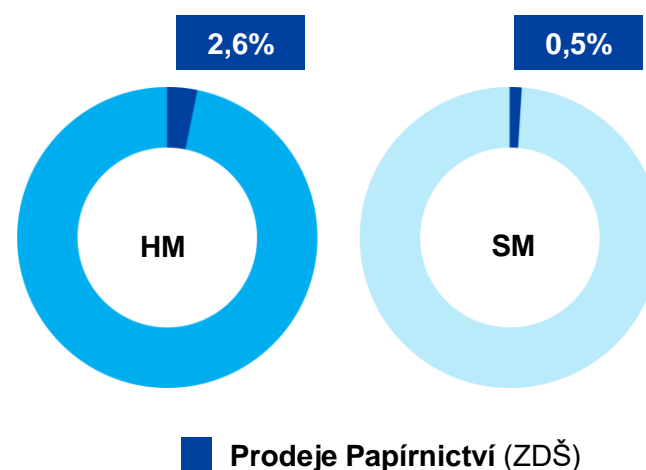
Základní fakta během období Zpátky do Školy (srpen W31 – září W36). %změna základních faktů během ZDŠ a YTD (W36)

	CELK. TRŽBY (v mil. CZK)	HM ⁴ : 9 892 SM ⁴ : 12 583
	TRANSAKCE (v mil.)	HM: 26 SM: 58
	PRŮM. VEL. KOŠÍKU (v CZK)	HM: 382 SM: 217
	POČET OBCHODŮ	HM: 188 SM: 940



VĚTŠINA ZBOŽÍ ZDŠ BYLA PRODÁNA NA HM

Podíl papírnického³ zboží na Total ACV tržbách během období Zpátky do Školy.

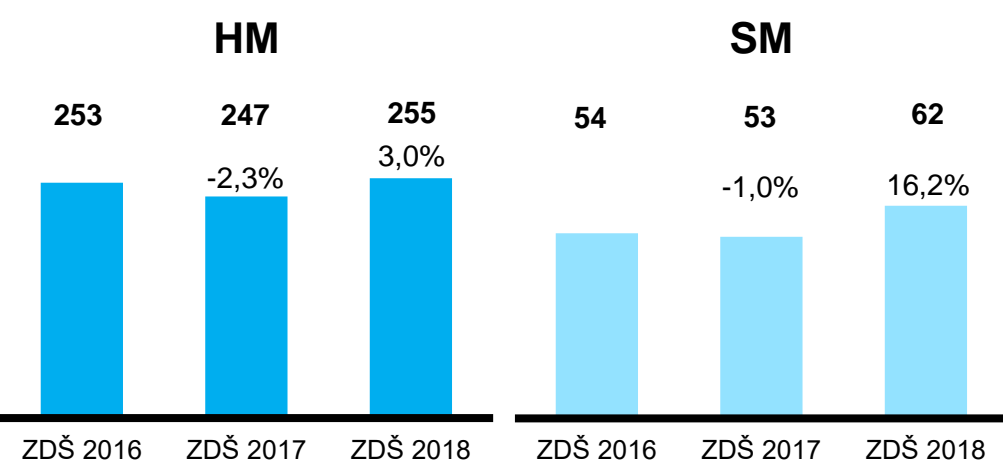


ZPÁTKY DO ŠKOLY

PRODEJE PAPIRNICTVÍ³ (ZDŠ) JSOU VYŠŠÍ NEŽ MINULÝ ROK

PRODEJE PAPIRNICTVÍ NA SM ROSTOU RYCHLEJI

Prodeje papírnictví během období Zpátky do Školy (v mil. CZK).



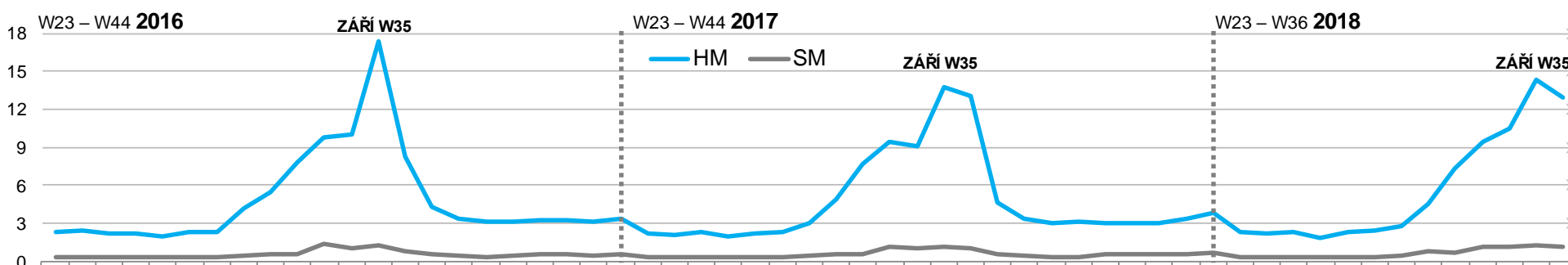
NĚKTERÝM KATEGORIÍ ROSTOU TRŽBY BĚHEM OBDOBÍ ZDŠ

Index růstu⁴ kategorií během období Zpátky do Školy.



ÚTRATA ZA PAPIRNICTVÍ JE NEJVYŠŠÍ NA PŘELOMU MĚSÍCŮ SRPEN/ZÁŘÍ

Průměrná útrata za papírnictví na transakci (kolik zákazníků zaplatí za tuto kategorii během 1 návštěvy – v CZK) – pohled na trend



¹ Období Zpátky do Školy (ZDŠ) v tomto one pageru je perioda mezi 31. týdnem (první týden v srpnu) a 36. týdnem (druhý týden v září).

² HM = (Albert HM, Tesco HM, Globus) SM = (Albert SM, Tesco SM, Billa, Penny)

³ Kategorie papírnictví obsahuje většinu zboží Zpátky do Školy. Detail na zboží Zpátky do Školy = detail na kategorii papírnictví v tomto one pageru (např. sešit, tužka, penál, obal, lepidlo, pravítko, guma, pero atd. – školní aktovky nejsou zahrnuty).

⁴ Např. index růstu lízátek 1,22 znamená, že lízátko má o 22% vyšší průměrné tržby během období Zpátky do Školy oproti zbytku roku.