

Tisková zpráva

Výnosy 250 největších maloobchodních řetězců dosáhly ve finančním roce 2013 celkem 4,4 bilionu amerických dolarů

New York/Praha, 13. ledna 2015 – Výnosy 250¹ největších maloobchodních řetězců dosáhly ve finančním roce 2013 (tj. od června 2013 do června 2014) celkem 4,4 bilionu amerických dolarů, přičemž průměrný objem výnosů jednotlivých společností překročil hranici 17,4 miliardy amerických dolarů. Celkové výnosy maloobchodních společností tak meziročně nepatrně vzrostly, o rok dříve vykázaly celkové tržby ve výši 4,3 miliardy amerických dolarů. Uvádí to nová studie společností Deloitte a STORES Media s názvem *Global Powers of Retailing 2015*. Letos se zpráva zaměřuje na inovativní trendy v maloobchodním sektoru, prognózy na rok 2015 a na strategie, které maloobchodní řetězce využívají, aby se vypořádaly se změnami v rámci tohoto sektoru.

Studie analyzovala 250 největších maloobchodních řetězců z celého světa z hlediska jejich finanční výkonnosti, geografického regionu, produktového sektoru a elektronického obchodování. Růst výnosů 250 největších maloobchodních řetězců, jenž ve finančním roce 2011 poklesl, byl ve finančním roce 2013 ve znamení pokračujícího zpomalení. Studie uvádí, že výnosy 250 největších maloobchodních řetězců posuzované na základě tržeb a bez ohledu na měnu činily 4,1 %, přičemž ve finančním roce 2012 byl zaznamenán nárůst těchto výnosů ve výši 4,9 %. Přestože růst i nadále klesal, téměř 80 % z 250 největších maloobchodních řetězců (tj. 199 společností) vykázalo ve finančním roce 2013 nárůst výnosů z maloobchodního prodeje.

„Vlivem pomalého tempa mezinárodní ekonomiky v roce 2014 mělo mnoho spotřebitelů omezené finanční možnosti, na základě čehož se maloobchodní tržby dostaly pod tlak. Z tohoto důvodu bude rozvoj mezinárodního maloobchodního sektoru v roce 2015 záviset na ekonomické stabilitě několika největších ekonomik. Pro Čínu, eurozónu, včetně České republiky, a několik klíčových rozvíjejících se ekonomik byl rok 2014 obzvláště těžký. Oproti tomu americkým a britským ekonomikám se i nadále daří a ukazatelé poukazují na pravděpodobnost výrazného růstu v roce 2015, ale možná i v dalších letech,“ uvedl **Martin Tesař**, vedoucí partner oddělení auditu ve společnosti Deloitte, který je v ČR zodpovědný za spotřebitelský sektor.

Hlavní trendy v maloobchodním sektoru v roce 2015

- **Maloobchodní prodej ovlivněný turismem** – Mezinárodní turistický ruch bude i nadále překonávat očekávání, a to i navzdory neustálým geopolitickým a ekonomickým problémům na mezinárodní úrovni. Zástupci narůstající střední třídy na nově vznikajících trzích cestují do světových metropolí a zvyšují maloobchodní tržby. Například více než polovina z 16 miliard tržeb za luxusní zboží ve Francii pochází od turistů. Očekává se, že v roce 2015 budou maloobchodní řetězce

¹ Analýza vychází z veřejně dostupných údajů za finanční rok 2013 (zahrnujících finanční roky společností do června 2014).

„obsluhovat“ stále více cizinců nakupujících drahé zboží a hlavními hybateli růstu budou především turisté nakupující na nově vznikajících trzích.

- **Mobilní maloobchodní prodej** – U mobilního maloobchodního prodeje se očekává pokračující raketový růst. Do roku 2015 bude 65 % populace na celém světě používat mobilní telefon a podle odhadů 83 % internetových uživatelů bude mít přístup na internet pomocí přenosných zařízení. Maloobchodní řetězce se budou muset přizpůsobit a nabídnout bezdrátové připojení na internet v kamenných prodejnách či vytvořit uživatelsky přívětivé webové stránky uzpůsobené pro uživatele různých osobních mobilních zařízení. Zvýší se důraz na soukromí a zabezpečení, poněvadž důvěra, transparentnost a ochrana údajů zákazníků budou mít hlavní roli při udržení loajálnosti vzhledem k tomu, že maloobchodní prodej prostřednictvím mobilních zařízení se stane běžnou záležitostí.
- **Rychlejší maloobchodní prodej** – Rychlost zůstává významným trendem v maloobchodním sektoru, jenž zahrnuje koncept „poslední módy“ (tj. co nejdříve dostat nejnovější trendy do obchodů), časově omezenou nabídku produktů a jednorázové nabídky, jejichž cílem je vzbudit pocit naléhavosti vedoucí k okamžité koupi, dočasná zřízení, jejichž cílem je rychle uvést produkty a služby na trh a vzbudit rozruch a samoobslužné pokladny a kiosky, které mají zmírnit nebo eliminovat čekání. Podle prognóz se maloobchodní prodej v roce 2015 ještě více zrychlí, aby mohl uspokojit požadavky zákazníků. Mezi hlavní hybatele tohoto vývoje budou patřit zástupci generace Y (tj. lidé narození v 80. a začátkem 90. let), kteří budou představovat významnou a vlivnou kupní sílu. Tato generace klade důraz na rychlou reakci a okamžité uspokojení potřeb a maloobchodníci se tomuto trendu přizpůsobí.
- **Zážitkový maloobchodní prodej** – Maloobchodní prodej již není pouze o samotném produktu, ale zahrnuje i zkušenost z prodeje jako takového. Maloobchodní řetězce nepřestanou hledat inovativní způsoby, jak zákazníkům zlepšit nakupování pomocí kampaní na sociálních médiích, festivalů, módních přehlídek a interaktivních expozic.
- **Inovativní maloobchodní prodej** – Maloobchodní odvětví bude nadále ovlivňováno novými technologiemi a inovativními konkurenčními postupy. Větší množství maloobchodních řetězců si pravděpodobně osvojí inovativní postupy a začne kreativně využívat technologie.

„Maloobchodní odvětví prochází významným obdobím změn. Nadále se bude muset vypořádat s rychlostí inovací a převratnými změnami vzhledem k tomu, že požadavky zákazníků se budou neustále zvyšovat. Aby byly maloobchodní řetězce schopny v takovém prostředí obstát, musí rychle reagovat na hrozby a příležitosti, aby zajistily rychlou realizaci svých inovativních řešení. K tomu bude zapotřebí propojit strategie, schopnosti a specifické iniciativy založené na porozumění tržních údajů,“ dodal Martin Tesař.

10 největších maloobchodních řetězců, finanční rok 2013

Pořadí	Název společnosti	Země	Výnosy z maloobchodního prodeje v roce 2013 (v milionech amerických dolarů)	10 největších maloobchodních řetězců v roce 2013
1	Wal-Mart Stores, Inc.	USA	476 294	

2	Costco Wholesale Corporation	USA	105 156	
3	Carrefour S.A.	Francie	98 688	
4	Schwarz Unternehmens Treuhand KG	Německo	98 662	o
5	Tesco PLC	Velká Británie	98 631	
6	The Kroger Co.	USA	98 375	
7	Metro Ag ¹	Německo	86 393	o
8	Aldi Einkauf GmbH & Co. oHG	Německo	81 090	o
9	The Home Depot, Inc.	USA	78 812	
10	Target Corporation	USA	72 596	
Top 10²			1 294 698 USD	
Top 250²			4 354 562 USD	
Podíl první desítky na výnosech 250 maloobchodních řetězců			29,7 %	
*Složená roční míra růstu				
¹ Společnost Metro provedla změnu fiskálního roku z konce prosince na konec září. Výsledky fiskálního roku 2013 uvedené v této zprávě zahrnují devět měsíců do konce 30. září 2013 plus čtvrtletí do 31. prosince 2013 pro vytvoření 12měsíčního ekvivalentu k předchozím rokům.				
² Kombinované údaje na základě tržeb bez ohledu na měnu				
³ Průměr				
o = odhad				
n/a = není k dispozici				
Zdroje: Publikované údaje o společnostech a Planet Retail				

Celá studie s názvem **Global Powers of Retailing 2015** je k dispozici ke stažení na stránce: www.deloitte.com/consumerbusiness.

Kontaktní osoba:	Lukáš Kropík
Pozice:	PR manažer
Tel:	+420 246 042 488
Mob:	+420 775 013 139
Email:	lkropik@deloittece.com

Deloitte označuje jednu či více společností Deloitte Touche Tohmatsu Limited, britské privátní společnosti s ručením omezeným zárukou („DTTL“), jejich členských firem a jejich spřízněných subjektů. Společnost DTTL a každá z jejich členských firem představuje samostatný a nezávislý právní subjekt. Společnost DTTL (rovněž označovaná jako „Deloitte Global“) služby klientům neposkytuje. Podrobný popis právní struktury společnosti Deloitte Touche Tohmatsu Limited a jejich členských firem je uveden na adrese www.deloitte.com/cz/onas.

Společnost Deloitte poskytuje služby v oblasti auditu, daní, poradenství a finančního a právního poradenství klientům v celé řadě odvětví veřejného a soukromého sektoru. Díky globálně propojené síti členských firem ve více než 150 zemích a teritoriích má společnost Deloitte světové možnosti a poskytuje svým klientům vysoce kvalitní služby v oblastech, ve kterých klienti řeší své nejkompexnější podnikatelské výzvy. Přibližně 200 000 odborníků usiluje o to, aby se společnost Deloitte stala standardem nejvyšší kvality.

Společnost Deloitte ve střední Evropě je regionální organizací subjektů sdružených ve společnosti Deloitte Central Europe Holdings Limited, která je členskou firmou sdružení Deloitte Touche Tohmatsu Limited ve střední Evropě. Odborné služby poskytují dceřiné a přidružené podniky společnosti Deloitte Central Europe Holdings Limited, které jsou samostatnými a nezávislými právními subjekty. Dceřiné a přidružené podniky společnosti Deloitte Central Europe Holdings Limited patří ve středoevropském regionu k předním firmám poskytujícím služby prostřednictvím více než 3 900 zaměstnanců ze 34 pracovišť v 17 zemích.