

nielsen

TRADE MARKETING KLUBÜLÉS

Hajnal Dóra
2020. április 23.

This artwork was created using Nielsen data.

Copyright © 2020 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.

TARTALOM

Egy híján hús, avagy mi történt 2019-ben?

- Főbb gazdasági mutatók
- Fogyasztói bizalom, aggodalmak
- FMCG piac alakulása
- Top kategóriák teljesítménye
- Csatorna dinamikák
- Online kereskedelem

A COVID-19 hatása az FMCG kereskedelemre

- Heti adatok alakulása
- Járványkamra feltöltés
- Vegyi áruk: egészségvédelem

EGY HÍJÁN HÚSZ, AVAGY MI TÖRTÉNT 2019-BEN?

FEJLŐDŐ GAZDASÁG

FMCG növekedés



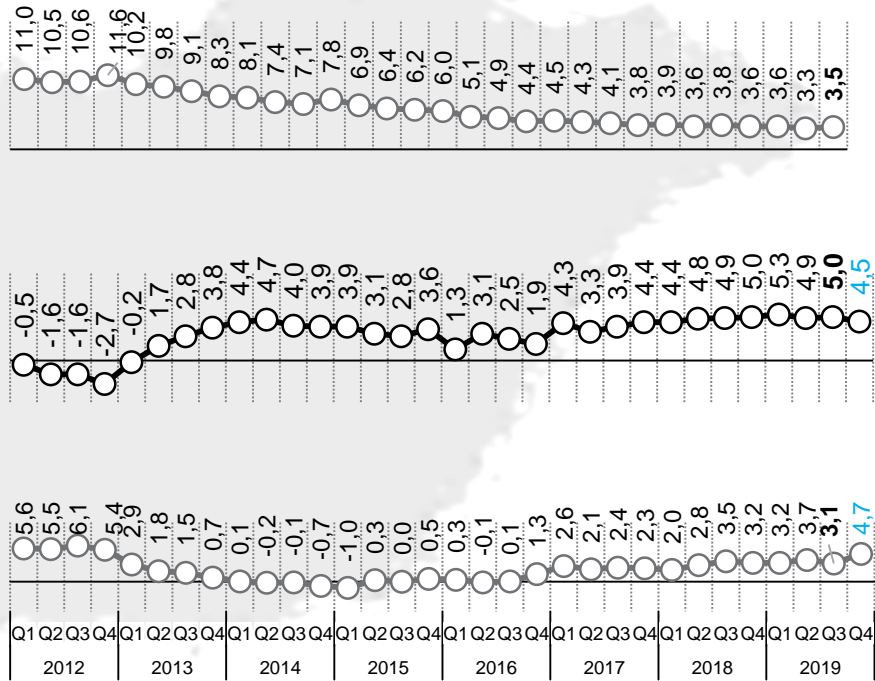
MUNKANÉLKÜLISÉG



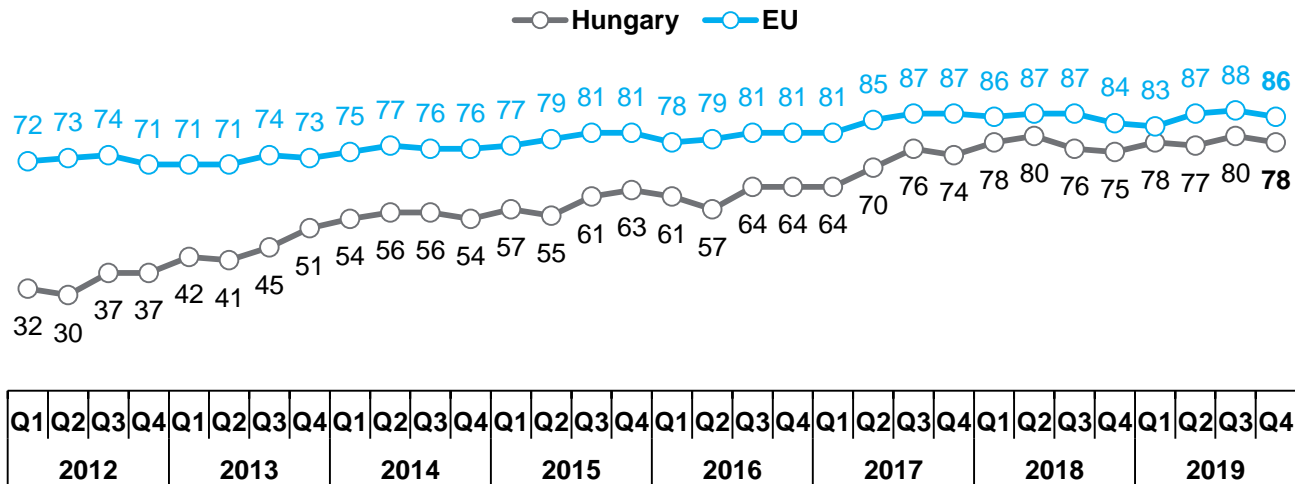
GDP



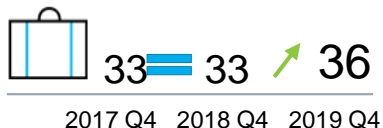
INFLÁCIÓ



MEGTORPANÓ A FOGYASZTÓI BIZALOM 2019Q4-BEN



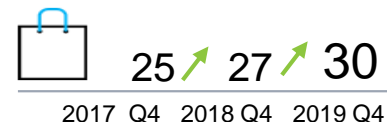
MUNKAHELYI KILÁTÁSOK



PÉNZÜGYI BIZTONSÁG

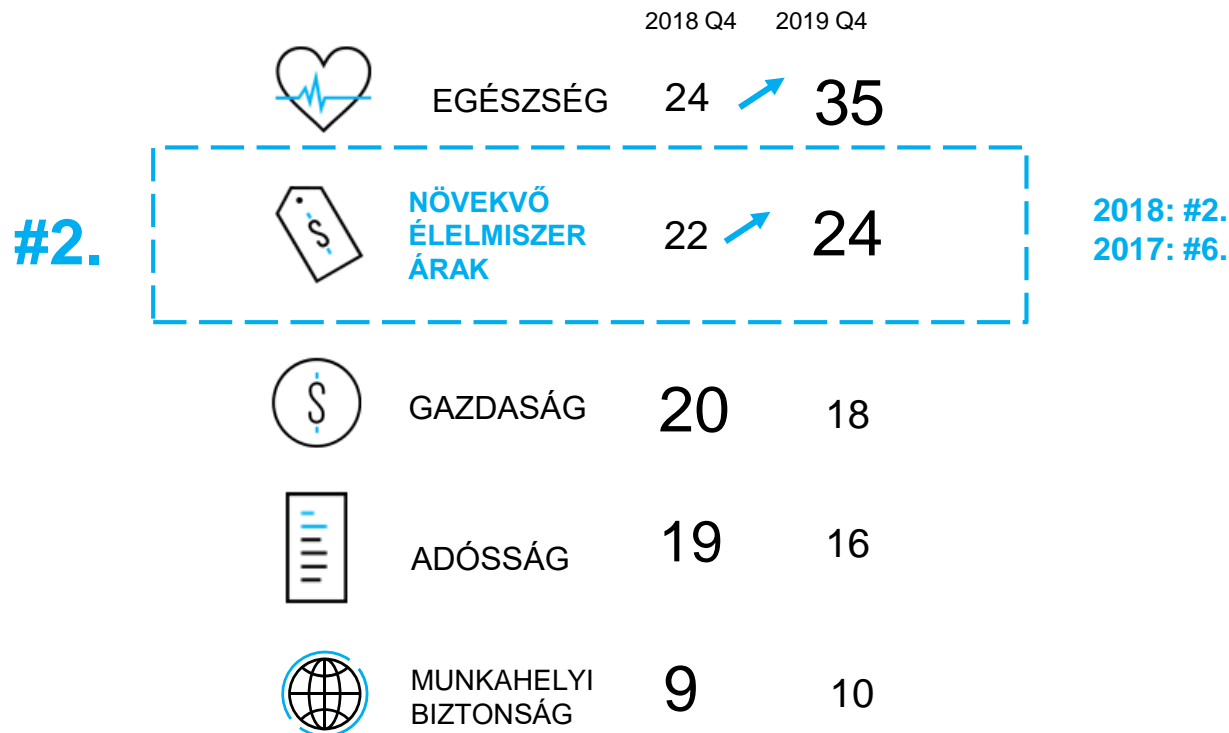


KÖLTÉSI HAJLANDÓSÁG



FŐ A FEJÜNK AZ ÁRAK NÖVEKEDÉSE MIATT

TOP 5 FOGYASZTÓI AGGODALOM



REAKCIÓ? KEVESEBB LUXUSCIKK

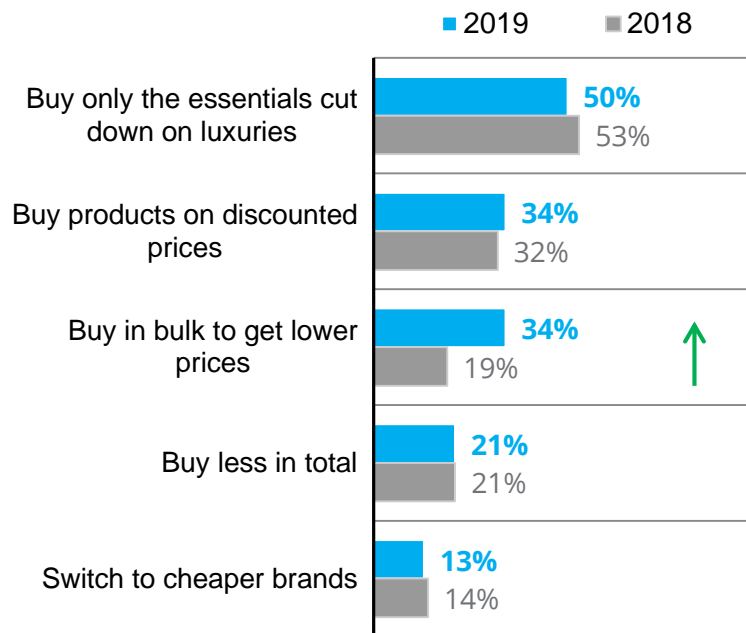
ÉLELMISZER ÁRAK PERCEPCIÓJA

10-ből 10
vásárló
állítja, hogy az
élelmiszer árak
növekednek

2017	2018	2019
94%	97%	95%

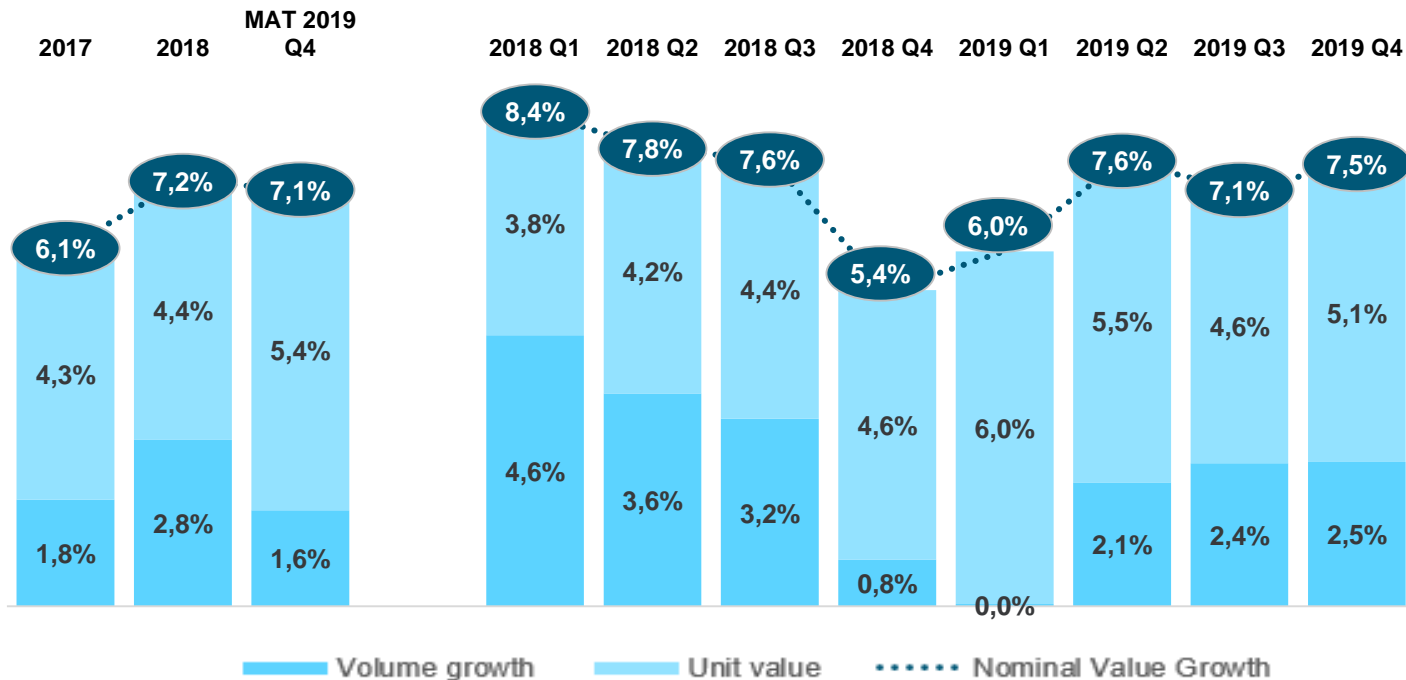


REAKCIÓ A NÖVEKVŐ ÉLELMISZER ÁRAKRA

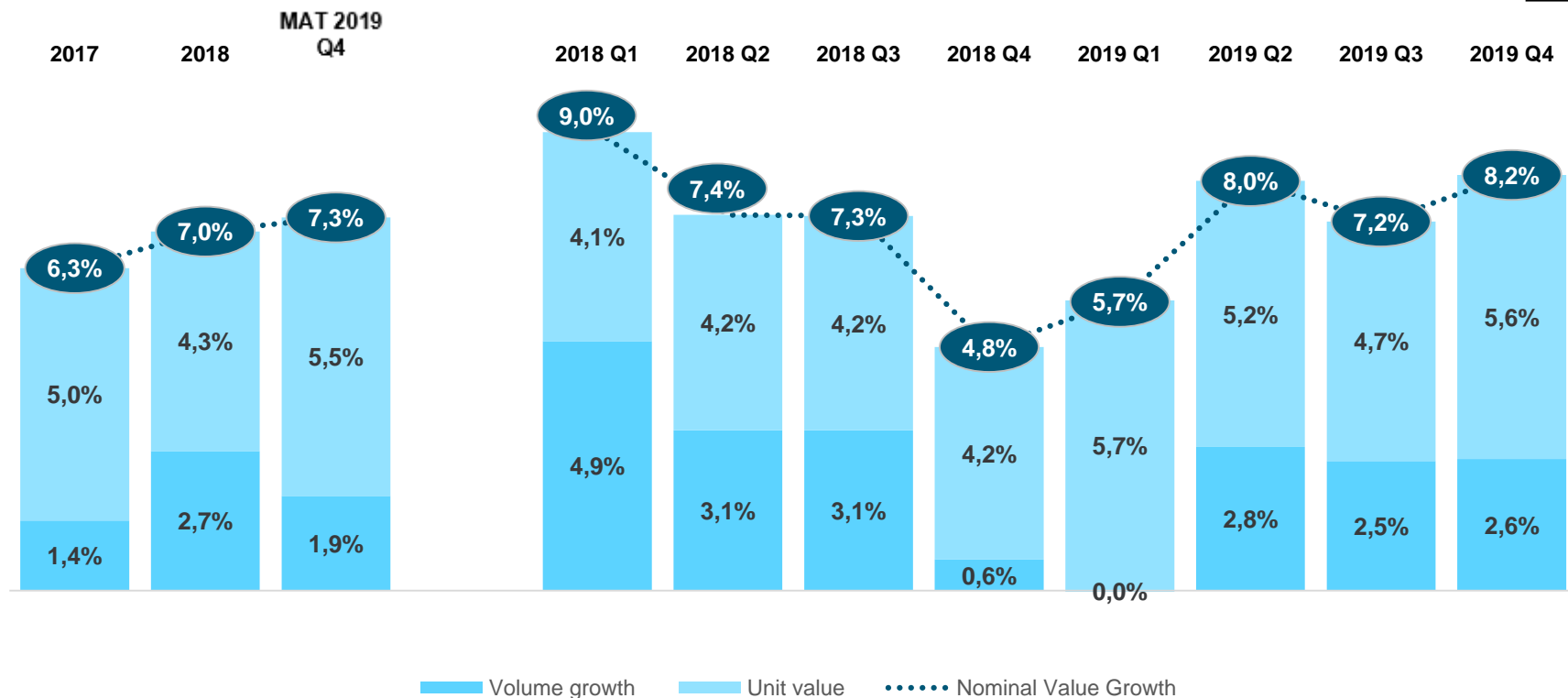


A HAZAI FMCG-PIAC NÖVEKEDÉSE SZÁMOKBAN

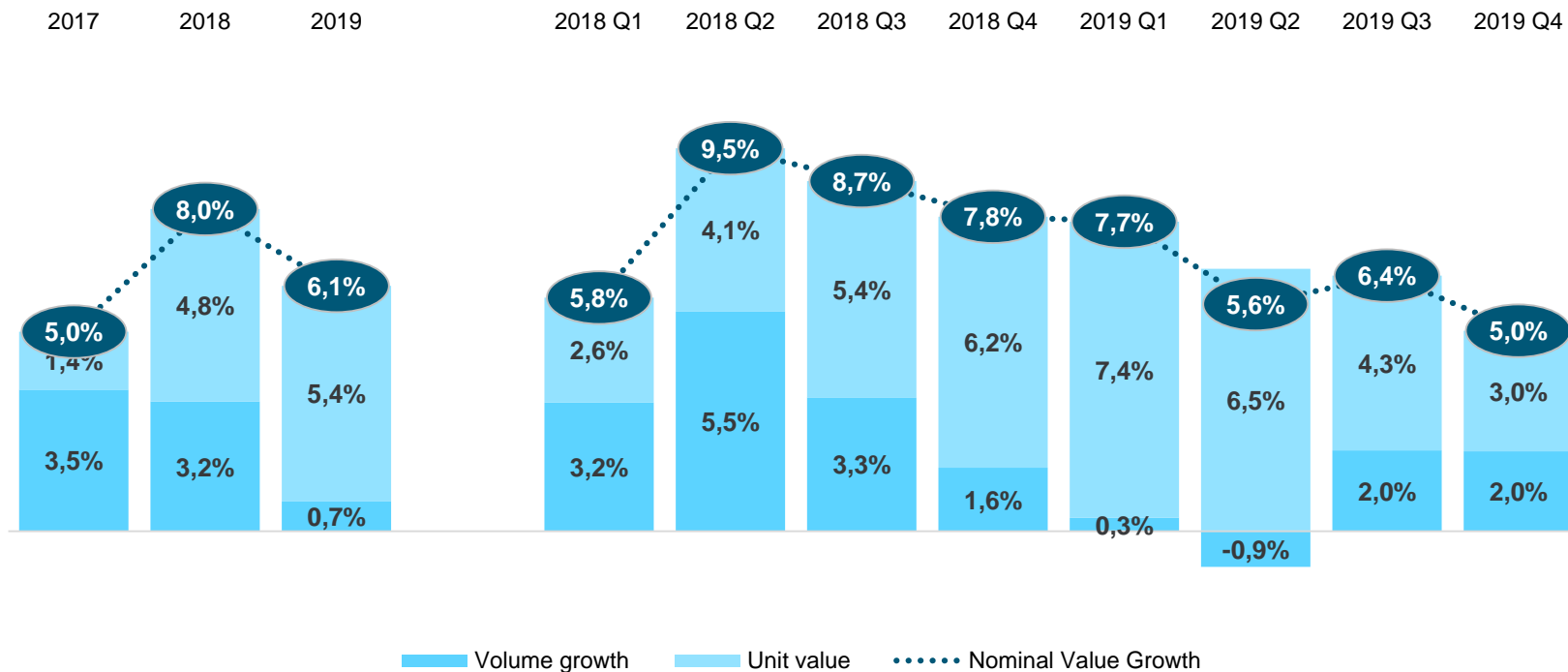
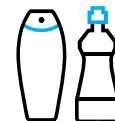
FMCG piaci trendek



FOLYAMATOS FEJLŐDÉS AZ ÉLELMISZERPIACON



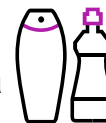
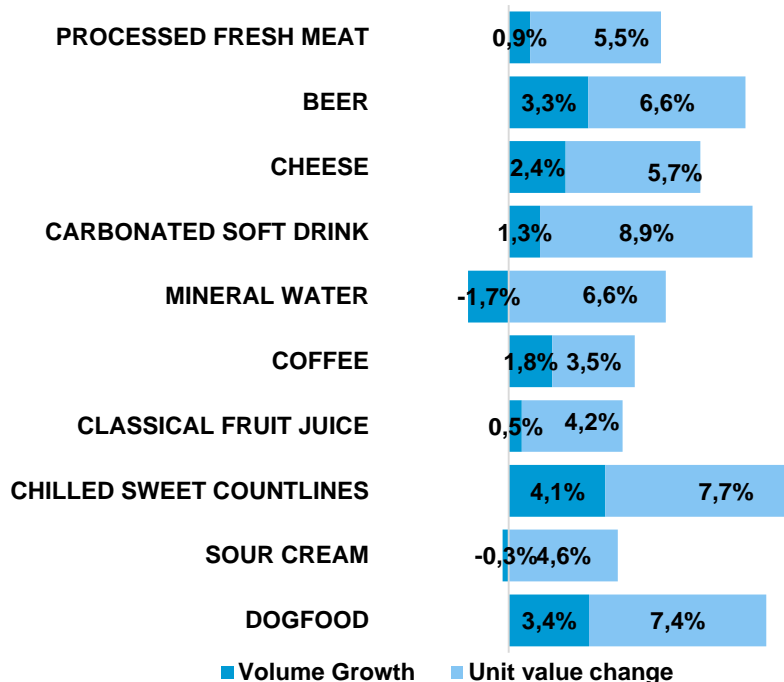
MINDEKÖZBEN: LASSUL A VEGYI ÁRU-SZEKTOR



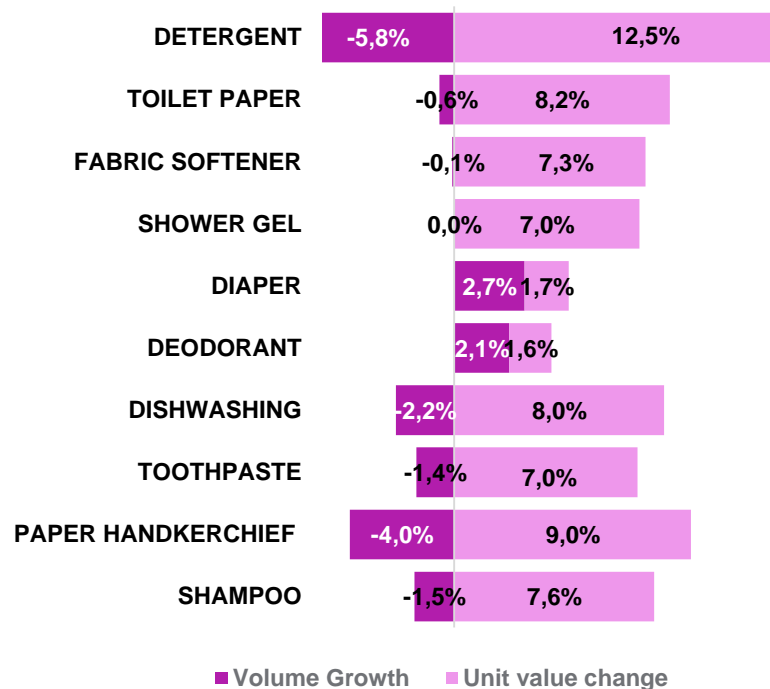
A NÖVEKEDÉS MOTORJA: ÁRSZÍNVONAL-EMELKEDÉS



Top 10 élelmiszer kategória

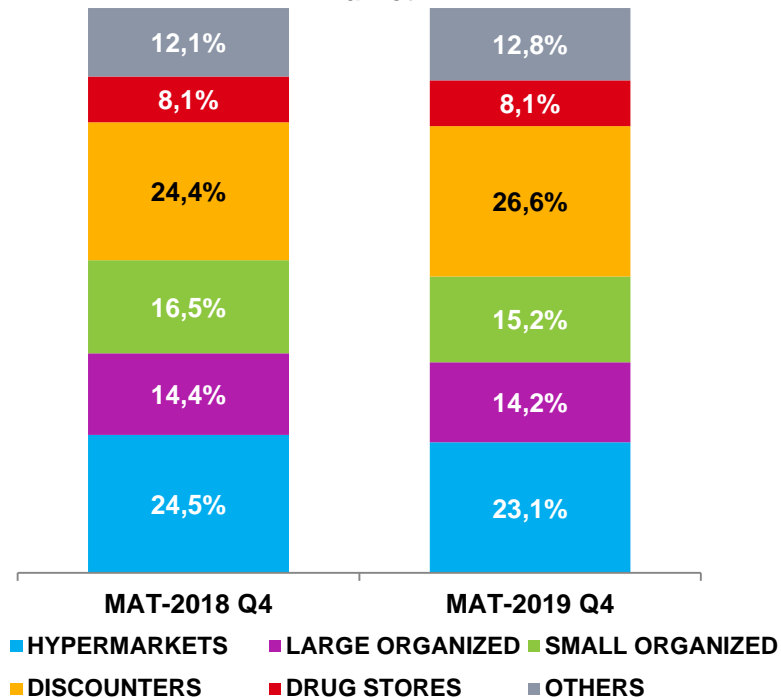


Top 10 vegyiáru kategória

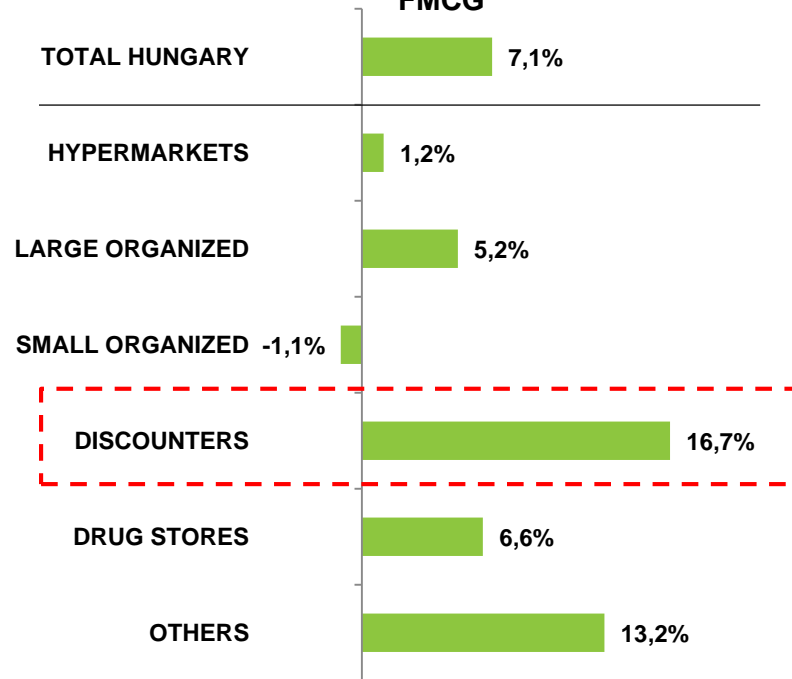


VEZETŐ SZEREPBEN A DISZKONTOK

Channel importance (Value sales %)-Total FMCG market



Value sales change in % (MAT vs MAT-1)-Total FMCG



E-KISKER A TELJES PIAC TÜKRÉBEN

E-KERESKEDELEM
RÉSZESEDÉS
GLOBÁLIS

10%

TELJES
KERESKEDELEM



6-7%

FMCG

E-KERESKEDELEM
RÉSZESEDÉS
MAGYARORSZÁG

6,2%

TELJES
KERESKEDELEM



0,6%

FMCG

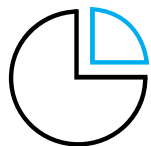
AZ ONLINE FMCG-PIAC MAGYARORSZÁGON SZÁMOKBAN



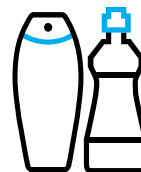
14
MRD HUF



9,7 MRD HUF



A teljes magyar
FMCG-piac
0,6%-a



4,3 MRD HUF



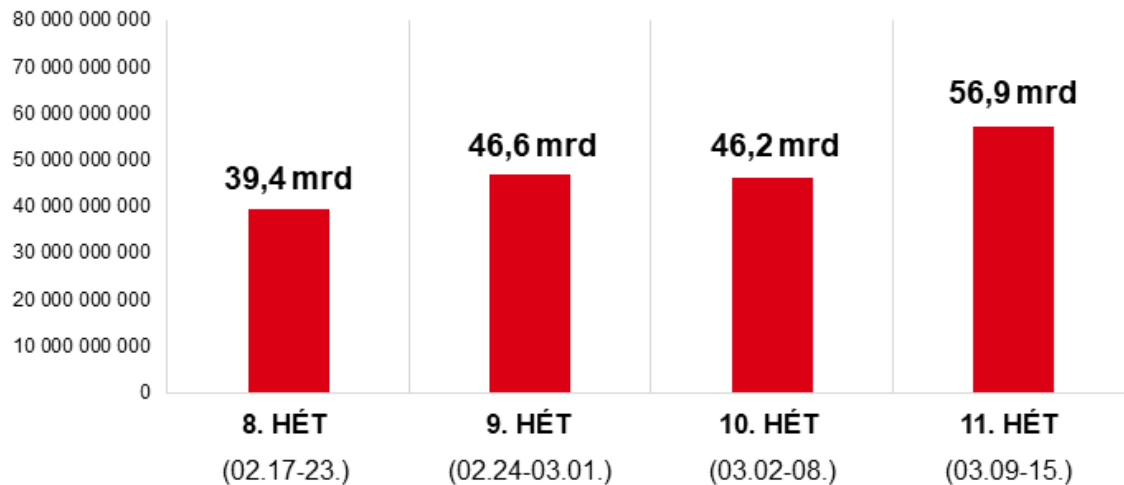
Értékbeli változás
2019 VS 2018
+15%

A COVID-19 HATÁSA AZ FMCG KERESKEDELEMRE

VÁSÁRLÁSI LÁZ: ROHAM A BOLTOKBAN



TELJES HAZAI KISKERESKEDELMI FORGALOM*



Olasz helyzet
fokozódása



Első hazai
eset

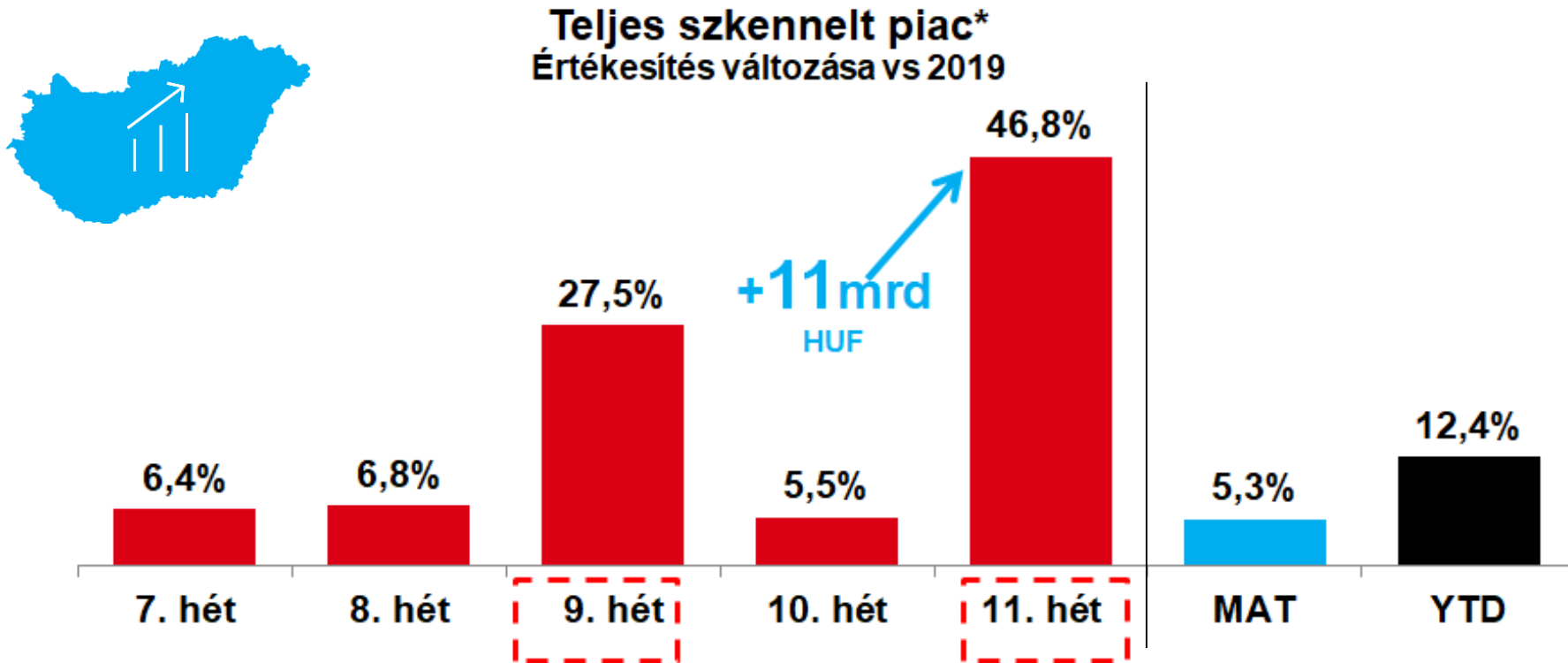


Korlátozó
intézkedések

*Értékbeli forgalom (forint) / hét a nemzetközi kiskereskedelmi láncok Nielsen által Magyarországon szkennelt adatai alapján

*Teljes szkennelt piac: Tesco, Auchan, Spar, Interspar, Penny Market, dm, Rossmann

MAGYAR KISKER, 11. HÉT: 57 MILLIÁRD HUF



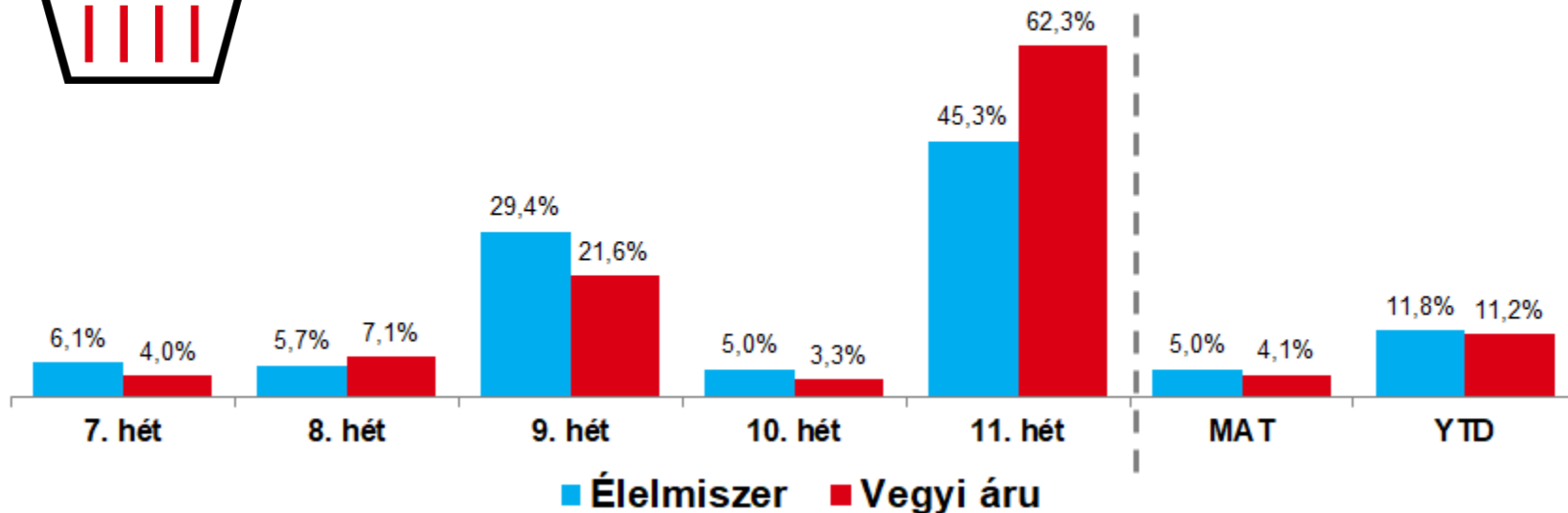
*Teljes szkennelt piac: Tesco, Auchan, Spar, Interspar, Penny Market, dm, Rossmann

JÁRVÁNY-ALAKÍTOTTA KATEGÓRIATRENDEK

A 11. héten a vegyi áruk növekedése jelentősen felülmúlta az élelmiszerekét



Értékbeli változás %

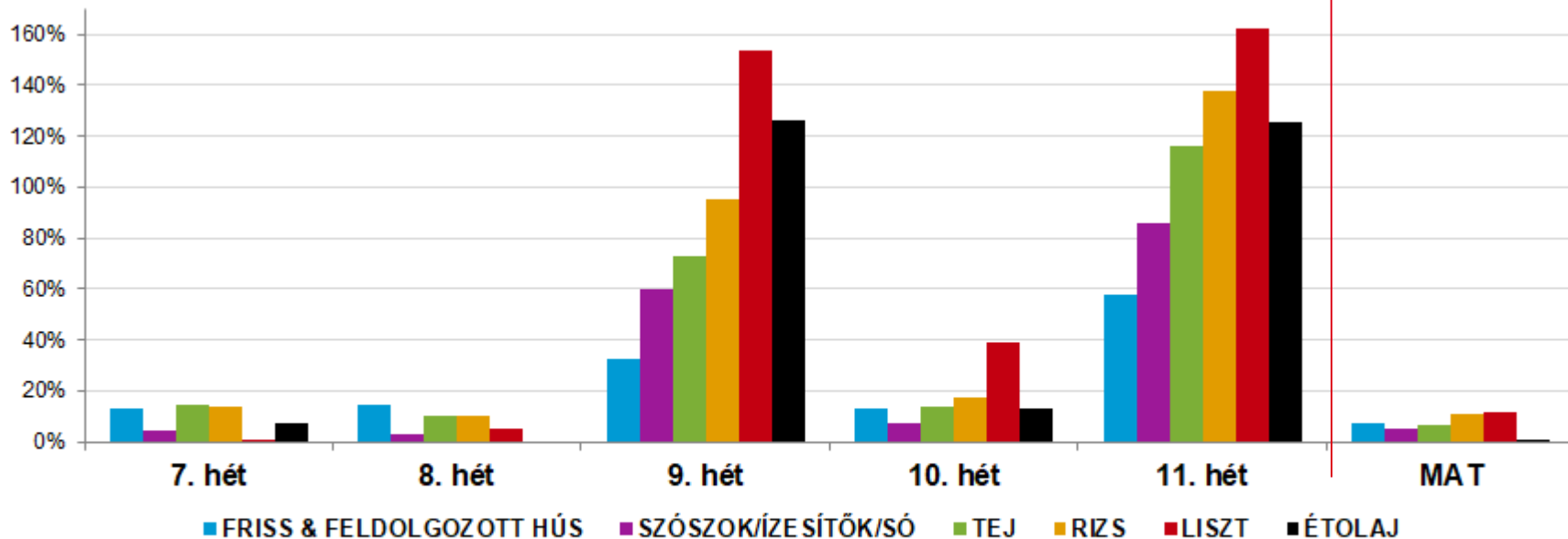


JÁRVÁNYKAMRA: AMI MINDENT VITT

Tartós élelmiszerekből alaposan beraktározunk



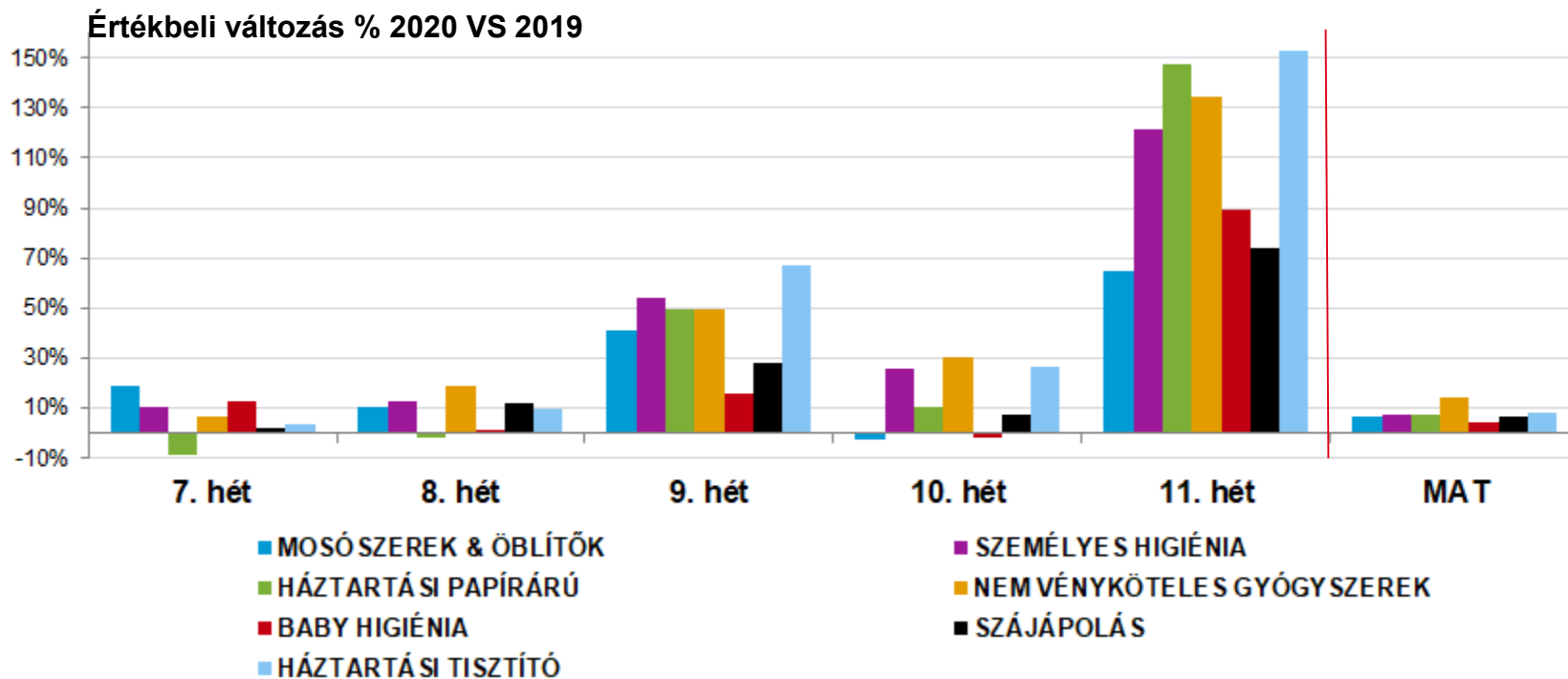
Értékbeli változás % 2020 VS 2019



Kategóriaméret (éves): 270 mrd Ft – 18 mrd Ft

FRONTVONALBAN AZ EGÉSZSÉGVÉDELEM

A háztartási tisztító & higiéniai szerek ugrásszerűen növekedtek



Kategóriaméret (éves): 49 mrd Ft - 20 mrd Ft

The background of the entire image is a vibrant blue with a 3D, wavy, liquid-like texture. The waves flow from the top left towards the bottom right, creating a sense of movement and depth. The lighting on the waves gives them a glossy, reflective appearance.

nielsen
● ● ● ● ● ● ● ●

SHAPING A SMARTER MARKET™

This artwork was created using Nielsen data.

Copyright © 2020 The Nielsen Company (US), LLC. Confidential and proprietary. Do not distribute.