

31. 3. 2022



MINISTERSTVO ZEMĚDĚLSTVÍ

PETR JEŽEK

PRIVÁTNÍ ZNAČKY V USA





OBSAH

- VELIKOST TRHU PRIVÁTNÍCH ZNAČEK
- NEJDŮLEŽITĚJŠÍ ZNAČKY, OBLÍBENOST
- PÁR TIPŮ NA ZÁVĚR

VELIKOST TRHU PRIVÁTNÍCH ZNAČEK



TRŽNÍ INFO

- 200 mld. USD v roce 2021
- Rostoucí trend v 3letém období
- Rostoucí cena potravin – větší inklinace k privátním značkám
- Pokračující trend z let 2020 – 2021 (covid-19)
- Většina řetězců bude rozšiřovat portfolio
- Důvěra spotřebitelů

2021 Dollar and Unit Sales

ANNUAL DOLLAR SALES	FY 2021	FY 2020	% CHANGE
TOTAL CHANNEL	\$1,125,911,696,237	\$1,098,831,069,732	2.4%
TOTAL PRIVATE LABEL	\$199,011,851,505	\$197,148,280,876	1.0%
TOTAL NATIONAL BRAND	\$926,899,844,732	\$901,682,788,856	2.7%

ANNUAL UNIT SALES	FY 2021	FY 2020	% CHANGE
TOTAL CHANNEL	297,850,586,948	304,380,538,057	-2.2%
TOTAL PRIVATE LABEL	58,319,213,928	61,054,951,392	-4.5%
TOTAL NATIONAL BRAND	239,531,373,020	243,925,586,665	-1.8%

Private Brand Department Dollar Sales 2021

DEPARTMENT	FY SB DOLLAR VOLUME	FY % CHANGE
REFRIGERATED	\$40.4B	0.7%
GENERAL FOOD	\$33.8B	-3.0%
GENERAL MERCHANDISE	\$25.2B	1.7%
MEAT	\$22.3B	-4.0%
HEALTH	\$17.0B	0.2%
FROZEN	\$16.4B	0.8%
PRODUCE	\$12.0B	11.4%
BEVERAGES	\$10.0B	2.7%
BAKERY	\$7.4B	12.4%
DELI PREPARED	\$4.9B	17.1%
BEAUTY	\$3.8B	1.8%
HOME CARE	\$2.7B	-10.0%
DELI MEAT	\$1.7B	4.9%
FLORAL	\$778.2M	25.3%
DELI CHEESE	\$715.6M	-3.0%
TOBACCO	\$76.4M	-10.5%
LIQUOR	\$54.9M	6.4%

NEJDŮLEŽITĚJŠÍ ZNAČKY, OBLÍBENOST

Příklady značení private labels produktových řad

- Whole food markets - 365
- Walmart - Great Value
- Target - Good and Gather
- Costco - Kirkland signature
- Aldi - Simply Nature, Kirkwood
- Kroger - Simple Truth, Private Selection
- H.E.B. - Hill Country Fare line
- Amazon - Fresh



Oblíbenost - studie

- Great Value (Walmart) 26,4 %
- 365 (Whole Foods) 22,7 %
- Good & Gather (Target) 15,7 %

TIPY NA ZÁVĚR

JEDNODUŠŠÍ PŘÍSTUP NA USTRH

Pro českou společnost může být vývoz na americký trh pod privátní značkou jednodušší a levnější variantou než budování své vlastní značky. Negativem je absence “vlastnictví” a s tím spojená práva.



- PLMA – Chicago (13. – 15. 11. 2022) – nízký zájem
- Inlace – příležitost pro růst
- Zmínit ochotu jednat o private label při obchodních jednáních
- Dohled nad každou fází výroby +/-



DĚKUJI ZA POZORNOST

Kontakty: Petr Ježek, petr_jezek@mzv.cz, +1 202 507 3859

Autor fotografií: Shutterstock

