

Прес-реліз

В Європі продовжують зростати продажі у «чорну п'ятницю»

12 грудня, 2018

Норберт Герцог
Tel. +49 911 395 4534
Norbert.Herzog@gfk.com

Штефан Герхарт
Public Relations
Tel. +49 911 395 4440
public.relations@gfk.com

Нюрнберг, 7 грудня 2018 р. – Знижки у так звану «чорну п'ятницю» стають чимраз популярнішими серед європейських споживачів. В Італії, Німеччині та Франції продажі побутової техніки та електроніки стрімко зросли порівняно з тижнем «чорної п'ятниці» минулого року. В Іспанії спостерігався дещо нижчий темп зростання, а у Великобританії – стабільні показники, в порівнянні з минулорічними. Найбільше, у грошовому обсязі, було продано телевізорів, смартфонів і ноутбуків.

Наприкінці листопада торгові точки та інтернет-магазини боролись за прихильність покупців за допомогою безлічі акцій та знижок. Спеціальний день розпродажів, що виник у США і настає після святкування Дня подяки, тепер також є доброю нагодою для європейських споживачів скористатися зниженням цін, щоб зробити великі покупки або придбати різдвяні подарунки. Зокрема, на ринку побутової техніки майже всі роздрібні магазини пропонують відповідні знижки, які іноді тривають від одного до двох тижнів.

Слід зазначити, що у п'яти найбільших за населенням країнах Європи темпи зростання продажів порівняно з минулорічним тижнем «чорної п'ятниці» мали певні відмінності. Якщо в Італії продажі збільшились на 42%, то у Німеччині та Франції – на 15% та 13% відповідно, а в Іспанії – лише на 7%. У Великобританії не спостерігалось особливих змін: обсяги продажів у грошовому виразі зросли на 2% проти показників минулого року.

Норберт Герцог (Norbert Herzog), аналітик GfK, коментує: *«В Європі «чорна п'ятниця» набуває дедалі більшої популярності. На деяких ринках війна знижок наприкінці листопада приносить навіть більше продажів, ніж перед Різдом. Те, що споживачі часто схилиються купити у «чорну п'ятницю» товари вищої вартості, є позитивним фактом для торгівлі. Зниження цін часто стимулює покупку моделі з*

GfK SE
Nordwestring 101
90419 Nuremberg
Germany

Tel. +49 911 395 0

Management Board:
Peter Feld (CEO)
Bobby Rajan (CFO)

Chairman of the
Supervisory Board:
Ralf Klein-Bölting

Commercial Register:
Nuremberg HRB 25014

більшою кількістю функцій, ніж зазвичай».

Особливо вигідна «чорна п'ятниця» для онлайн-торгівлі. У п'ятьох найбільших за населенням країнах Європи близько 39% продажів побутової техніки у «чорну п'ятницю» припадають на інтернет-магазини. Вони збільшили продажі на 167% порівняно із середніми показниками за звичайний тиждень. Частка офлайн магазинів склала 61% серед загальних продажів у «чорну п'ятницю». Проте, порівняно зі звичайним тижнем, темпи зростання склали 94%.

Німеччина: відносно низький обсяг продажів «чорної п'ятниці»

Протягом тижня «чорної п'ятниці» в Німеччині було продано побутової техніки та електроніки на 880 мільйонів євро, що на 15% більше, ніж торік. Продажі «чорної п'ятниці» перевищили обсяги звичайного тижня тільки на 73%, що є найнижчим показником серед найбільших за населенням європейських країн.

Продажі побутової техніки і електроніки в офлайні склали 59% проти 41% в інтернет-магазинах. Для онлайн-торгівлі це є значним досягненням, адже у звичайний тиждень цей показник в середньому сягає 33%.

Найбільші продажі в Німеччині спостерігались смартфонах, ноутбуках, телевізорах, настільних комп'ютерах та пилососах. У порівнянні з продажами за звичайний тиждень найвищі темпи зростання продемонстрували колонки (+173%), телевізори (+151%) і техніка для приготування їжі (+131%).

Франція: продажі «чорної п'ятниці» удвічі вищі, ніж у звичайні тижні

У Франції споживачі витратили на побутову техніку на 13% більше, ніж минулого року. Обсяг продажів на 108% перевищив показники звичайних тижнів.

Частка офлайн магазинів склала 66% від загального обсягу продажів, частка онлайн-торгівлі склала 34% проти 27% у звичайні тижні. Тож можна сказати, що у Франції онлайн-торгівля виграє від «чорної п'ятниці» більше, ніж традиційні магазини.

Французькі споживачі купували товари вищої вартості, ніж зазвичай, що призвело до збільшення показників середнього чеку на товар. Найбільші темпи зростання спостерігались у телевізорах, смартфонах, ноутбуках, пилососах та ноутбуках-трансформерах. Порівняно до продажів у звичайні дні, найкращі результати показали ігрові пристрої (+274%), телевізори (+215%) та домашні аудіосистеми (+208%).

Великобританія: особливо популярні домашні аудіосистеми, ноутбуки-трансформери та пристрої для приготування гарячих напоїв

«Чорна п'ятниця» добре прижилася у Великобританії. Обсяг продажів побутової техніки та

електроніки у грошовому виразі лишився майже на тому самому рівні, як попереднього року, показавши приріст на 2%. Проте у порівнянні зі звичайним тижнем, продажі «чорної п'ятниці» збільшилися майже на 140 відсотків. Це майже вдвічі вище, ніж у Німеччині.

Значними успіхами може похвалитися онлайн-торгівля споживчою технікою у Великобританії. Цьогорічної «чорної п'ятниці» частка інтернет-магазинів склала 61%, тоді як частка офлайн магазинів склала 39%. У звичайні дні ці канали продажів мають майже однакову частку.

У торгових точках найкраще продавалися телевізори, смартфони, ноутбуки, ноутбуки-трансформери та носимі пристрої. На перших місцях, за темпами зростання, порівняно зі звичайними днями перебували аудіосистеми (+436%), ноутбуки-трансформери (+331%) та пристрої для приготування гарячих напоїв (+292%).

Італія: продажі «чорної п'ятниці» суттєво збільшуються

«Чорна п'ятниця» здобуває неабияку популярність в Італії. Цьогоріч продажі побутової техніки у грошовому виразі становили 375 млн євро. Це на 42% більше, ніж у 2017 році, і це найвищий рівень зростання серед основних європейських країн. Порівняно зі звичайним тижнем продажі побутової техніки та електроніки у «чорну п'ятницю» зросли на 182%.

Інтернет-магазини збільшили обсяг продажів на 53% порівняно з торішніми показниками, а їх частка склала 17% загального обсягу продажів. У офлайн зростання склало 40% порівняно з минулим роком, а частка склала вражаючі 83% від загального обсягу продажів «чорної п'ятниці». Такі результати однозначно засвідчують, що в Італії онлайн-торгівля побутовою технікою і електронікою наразі ще недостатньо розвинена.

У офлайнових точках зросли продажі смартфонів, телевізорів, ноутбуків, пилососів та сушарок. Заголом по ринку, порівняно зі звичайним тижнем значно піднялись показники продажів сушарок (+477%), пилососів (+317%) та домашніх аудіосистем (+286%).

Іспанія: мінімальне зростання продажів у «чорну п'ятницю»

У тиждень «чорної п'ятниці» продажі побутової техніки зросли лише на 7% порівняно з 2017 роком.

Проте порівняно зі звичайним тижнем приріст склав 220%. Тож можна констатувати, що іспанські споживачі використовують пропозиції «чорної п'ятниці» найактивніше серед найбільших за населенням європейських країн.

Офлайн забезпечив 72% загального обсягу продажів. Онлайн-торгівля досягнула значно кращого результату, ніж у звичайні тижні, збільшивши свої продажі на 28%.

Найбільший внесок зробили цього року телевізори, смартфони, ноутбуки, ноутбуки-



трансформери та пральні машини. Порівняно з продажами у звичайні дні найвищий приріст показали телевізори (+370%), ноутбуки (+299%) та колонки (+274%).

Про GfK

GfK поєднує дані й науку. Новітні дослідницькі рішення дозволяють отримати відповіді на ключові питання бізнесу щодо споживачів, ринків, брендів та медіа – зараз і в майбутньому. GfK, партнер в сфері досліджень та аналітики, обіцяє своїм клієнтам по всьому світу зростання завдяки знанням. Для отримання більш докладної інформації, будь ласка, відвідайте сайт gfk.com/uk-ua/ або підпишіться на GfK у Twitter: twitter.com/gfk_ua.