**Past na české spotřebitele: Slevových akcí sice přibylo, ale nakoupili jsme v nich dráž**

Praha, 9. ledna 2020 **–** **Podle dat nákupního rádce** [**Kupi.cz**](https://www.kupi.cz/)**, který disponuje širokou databází vývoje akčních cen, meziročně evidujeme celkové zdražení u akčních cen v Česku o průměrná 2 %. Řetězce se více věnovaly reklamě v letácích, kterých je sice stejné množství, ale počet promo akcí v nich stále roste. Oproti roku 2018 stoupnul o 9 %, což v absolutních číslech znamená nárůst o 22 000. Výrazný nárůst reklamy v letácích zaznamenal hlavně segment drogerie, alkoholu či mléčných výrobků.**

**1. Drogerie se dostává do letáků stále častěji**

Podle dat Kupi.cz měl největší podíl na nárůstu počtu akcí v loňském roce segment drogerie, který se v letácích dřív objevoval jen okrajově. Tento trend se dnes mění. Výrobci na drogerii uskutečnili v roce 2019 o pětinu více promo akcí. Průměrná akční cena drogistického zboží klesala, netýkalo se to jen kategorie pánského holení. Nejvíc zlevňoval segment ústní hygieny, konkrétně šlo o zubní pasty, zubní kartáčky atp. U některých produktů došlo ke zlevnění až o třetinu.

**2. Alkohol byl letos propagovanější, akční cena piva ale rostla**

Víc promo akcí bylo letos i na alkohol, který v akci o 4 % zlevnil. Akční ceny v nejoblíbenější české kategorii „pivo“ ale rostly. Průměrná cena 0,5 l zlatavého moku průměrně vzrostla o 7 %. *„Výrazněji v akcích zdražil půllitrový Pilsner Urquell. Na něj bylo ale meziročně zhruba o polovinu více promo akcí než loni. Nejpromovanějšími pivy byly Gambrinus, Pilsner Urquell a Staropramen,“* říká **Petr Miklík**, analytik retailových cen.

**3. Másla se v akcích vrací na dřívější cenové hladiny**

Promovanější byly i mléčné výrobky a vejce. Výrobci podle Miklíka často zmiňovali zejména benefity vajec od nosnic na podestýlce. *„Z loňského průzkumu*\* *společnosti Seznam.cz vyplynulo, že zacházení se slepicemi je pro 26 % lidí důležité tak, že si koupí i dražší vejce,“* doplňuje **Darek Pikálek**, marketingový a uživatelský výzkumník [Seznam.cz](https://vyzkumnik.seznam.cz/). Běžná vejce ale v akcích dle Kupi.cz meziročně zlevňovala. Másla po rekordním roce 2018, kdy jejich akční i běžná cena vystřelila, opustila zažité cenové relace a vrací se do normálních cenových hladin. Průměrně zlevnila v loňském roce o 17 % ve srovnání v rokem 2018.

**4. Klasický cukr zlevňuje, nahrazujeme ho zdravějšími variantami. Výrobci to vědí a zdražují je**

Že jsme národ, který rád peče, dokazuje fakt, že počet akcí v segmentu vaření a pečení vzrostl o 12 %. Zajímavé je, že na nákupním rádci Kupi.cz klesala akční cena cukru. Pro ilustraci, kilo cukru krystal Korunní zlevnilo o 13 % a jeho průměrná akční cena klesla pod 10 Kč. Podobně na tom byl i cukr moučka. Ten zlevnil o 11 % na průměrných 13 Kč. *„Češi se zřejmě ubírají cestou náhrady klasických sladidel za zdravější varianty. Výrobci na to zareagovali zvýšením cen náhrad klasických sladidel,“* komentuje vývoj Miklík. Například javorový sirup tak průměrně podražil o 8 %.

**5. Avokádo je trendy, a tak v akci zdražuje**

Exotické avokádo, v návaznosti na velkou oblibu v posledních letech v Česku, podražilo. Ještě více dle dat Kupi.cz rostly akční ceny u pozdních brambor i batátů. *„Rekordmanem v nárůstu cen je ale kuchyňská žlutá cibule,“* říká Miklík. Ta zdražila v roce 2019 o 46 %. Červená cibule podražila o čtvrtinu. Ještě hůř na tom byla cibule šalotka, která se v akcích vyskytovala sporadicky, a její akční cena se tak meziročně zvýšila o 54 %. Zhruba o čtvrtinu ale zlevnily bio citrony a levnější byla i jablka. Méně jsme zaplatili i za petržel, jejíž cena ale v předchozím období v akcích raketově vzrostla.

*\*On-line dotazování uživatelů Seznamu, dotazování 31. 1. – 8. 2. 2019. N = 903 respondentů.*