**NAKUPOVÁNÍ přes internet bude pokračovat v trendu nastoupeném před lockdownem A bude vykazovat známky RŮSTU,**

**UVÁDÍ ZPRÁVa UPS SMART E-COMMERCE REPORT 2021**

* *Celkem o 50 % víc respondentů (nárůst z 10 % před pandemií na 15 % po pandemii) má v úmyslu realizovat „všechny“ nebo „převážně všechny“ nákupy přes internet*
* *Polovina (50 %) všech respondentů uvádí snahu pomoct malým nebo místním podnikům jako hlavní důvod nakupování v obchodě či online u menších nezávislých maloobchodníků*
* *Více než polovina (52 %) dotazovaných spotřebitelů v Evropě nakupuje spíše u značek, v jejichž sociální aktivity má důvěru*
* *Většina spotřebitelů očekává, že maloobchodníci budou brát ohled na životní prostředí*

**PRAHA, 3. června 2021** – Český trh e-commerce se vyznačuje velkým počtem internetových obchodů a vysokými obraty, které každoročně rostou (APEK). Během pandemické krize trh vykázal nejvyšší obrat za posledních šest let. V loňském roce dosáhl přibližně 196 mld. Kč, což představuje meziroční nárůst o 26,5 %. Podíl e-commerce na celkových maloobchodních tržbách tak vzrostl na více než 16 %.

Zrychlení růstu trhu e-commerce je bezprecedentní. Průzkum v rámci projektu UPS Smart E-commerce Report 2021 realizovaný začátkem tohoto roku na osmi evropských trzích se zaměřil na změny chování evropských spotřebitelů a jejich očekávání a poskytuje maloobchodníkům podrobné informace o trhu e-commerce. Průzkum nabízí jedinečný pohled na výzvy, kterým maloobchodníci na internetovém trhu čelí, a na příležitosti vyplývající ze změny spotřebitelského chování.

„Trh e-commerce během pandemie zaznamenal prudký růst v celé Evropě. Firmy, které chtějí v sílící konkurenci vyniknout, musí reagovat nabídkou personalizovaných zákaznických služeb. Maloobchodníci se musí zaměřit na to, aby svým zákazníkům nabídli pohodlí, možnost výběru a kontroly, a v této souvislosti i odpovídající služby. Firmy všech velikostí, které prodávají přes internet, mají mnoho příležitostí, jak přilákat a udržet si nové zákazníky. Zásadní však bude, zda se přizpůsobí měnícím se očekáváním a potřebám svých zákazníků,“ uvedla Clara Rojas, ředitelka marketingu UPS pro východní Evropu.

Hlavní zjištění:

1. **Nakupování přes internet tu bude stále**

V průzkumu byli spotřebitelé v Evropě dotázáni na podíl nakupování přes internet a v kamenných obchodech v obdobích před prvním lockdownem na začátku roku 2020, během prvního lockdownu a po pandemii. Celkem o 50 % víc respondentů (nárůst z 10 % před pandemií na 15 % po pandemii) má v úmyslu i nadále realizovat „všechny“ nebo „převážně všechny“ nákupy přes internet.

Oproti tomu v kamenných obchodech bude podle očekávání realizovat „všechny“ nebo „převážně všechny“ svoje nákupy o 14 % méně spotřebitelů, při celkovém poklesu z 54 % před pandemií na 40 % po pandemii. K největšímu odklonu od kamenného obchodu došlo v kategoriích domácí potřeby, kosmetiky a potraviny, které zaznamenaly celkem 8% pokles.

1. **Preference nakupování, velké maloobchody vs. nezávislé obchody**

Pokud jde o preference nakupování různého zboží u velkých maloobchodníků, menších nezávislých prodejen nebo online, byli velcí maloobchodníci jasnou volbou evropských spotřebitelů napříč všemi maloobchodními odvětvími, přičemž bílého zboží zaznamenalo nejvíc preferencí (63 %).

Polovina (50 %) všech evropských respondentů uvádí snahu pomoct malým nebo místním podnikům jako hlavní důvod pro své nákupy u těchto prodejců. Osobnější zkušenost jako hlavní důvod pro nakupování u menších, nezávislých maloobchodníků uvedlo 37 % respondentů.

1. **Postoje spotřebitelů k sociálním médiím**

Více než polovina (52 %) dotazovaných spotřebitelů v Evropě nakupuje spíše u značek, v jejichž sociální aktivity má důvěru.

1. **Rostoucí význam udržitelnosti**

Většina spotřebitelů očekává, že maloobchodníci budou brát ohled na životní prostředí. Přestože obě kategorie (nakupování u velkých nadnárodních společností oproti menším nezávislým maloobchodníkům) byly spojené s vysokými očekáváními, u větších nadnárodních maloobchodníků byl zaznamenán jasný trend směrem ke zvýšeným očekáváním směrem k udržitelnosti.

V souhrnu mladší respondenti požadovali nabídku udržitelných nebo alternativních možností doručení, to bylo důležité pro 55 % respondentů ve věku 18-24 let a 43 % respondentů starších 55 let. U obou kategorií maloobchodníků byl nejčastěji zmiňovaný požadavek spotřebitele na udržitelné obaly, přičemž 54 % respondentů je očekávalo od velkých maloobchodníků oproti 50 % u menších obchodů.

V průzkumu UPS realizovaném v lednu 2021 bylo více než 10 000 spotřebitelů v Evropě dotázáno na podíl nakupování přes internet v poměru k nakupování v kamenných obchodech v období před lockdownem na začátku roku 2020. Stejné otázky směřovaly také na jejich nákupní zkušenosti v období prvního lockdownu a jejich očekávání po odeznění pandemie. Průzkum byl proveden v osmi zemích Evorpy, ve Velké Británii, Francii, Německu, Itálii, Španělsku, Nizozemsku, Belgii a Polsku.

Celou zprávu UPS Smart E-commerce Report 2021 si můžete přečíst nebo stáhnout na <https://solutions.ups.com/gb-smart-ecommerce>.

Více o nabídce služeb UPS na trhu e-commerce naleznete na [ups.com](https://www.ups.com/cz/cs/help-center/contact.page).