



05 | 2023

Badanie i Raport: Koszyk Zakupowy



**Koszyk
Zakupowy**

Spis treści

1.	Wstęp do raportu	3
2.	Najważniejsze wnioski	4
3.	Wyniki badań średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci	7
4.	Wyniki badań średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały	8
5.	Porównanie modelu hybrydowego	9
6.	Porównanie dark store i e-grocery	10
7.	Wyniki badań według grup produktowych	11
8.	Analiza udziału w sieci w minimalnych i maksymalnych cenach produktów	12
9.	Szczegółowy wykaz produktów ze wskazaniem ich cen minimalnych i maksymalnych	13
10.	Porównanie wyników rok do roku maj 2022 vs. maj 2023	15
11.	Porównanie wyników kwiecień 2023 vs. maj 2023	17
12.	Maj w liczbach	18
13.	Metodologia badania	19
14.	O ASM Sales Force Agency	20

Wstęp do raportu

Różnica między najtańszym i najdroższym koszykiem

101,09 zł

Najdrożej w e-grocery
Średnia cena

342,91 zł

Najtaniej
w Auchan

Oddajemy w Państwa ręce najnowsze Badanie i Raport Koszyk Zakupowy, zawierające analizę cen produktów w branży spożywczej w maju 2023 roku. Według szybkiego szacunku Głównego Urzędu Statystycznego inflacja w maju 2023 r. wyniosła w Polsce 13,00%, a w stosunku do poprzedniego miesiąca utrzymała się na tym samym poziomie.

Analicyści ASM Sales Force Agency zaobserwowali wzrosty cen produktów w koszykach między majem a kwietniem 2023 r. w 8 na 14 analizowanych sieci sprzedaży. Kanał e-grocery wciąż pozostaje najdroższym kanałem zakupów. W maju 2023 roku koszt zakupów online nieznacznie spadł o 0,20% względem kwietnia br.

W maju 2023 roku Badanie i Raport Koszyk Zakupowy przeprowadzone przez **ASM Sales Force Agency** wykazało średnią cenę koszyka na poziomie **295,10 zł**. To wzrost o **2,15 zł**, czyli **0,73%** w porównaniu do kwietnia br.

Najtańsze zakupy można było ponownie zrobić w sieci Auchan, w której średni koszt koszyka zakupowego ASM Sales Force Agency wyniósł **241,82 zł**. To wzrost o **2,13 zł**, czyli o **0,89% więcej** niż najtańszy koszyk w kwietniu br., należący przed miesiącem również do Auchan. **Najwyższą wartość koszyka zakupowego w maju 2023 r. ASM Sales Force Agency odnotowało ponownie w kanale e-grocery**, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić **342,91 zł**, czyli aż o 42% więcej niż w najtańszych sklepach Auchan.

Najważniejsze wnioski

Maj 2023 r. przyniósł kilka zmian w raporcie cyklicznie przygotowywanym przez ekspertów ASM Sales Force Agency. Tym razem w aż ośmiu sieciach średnie ceny koszyków przekroczyły próg 300 zł. Dodatkowo odnotowano wzrosty średnich cen koszyków w 8 na 14 analizowanych sieci. Średnie ceny podstawowych produktów ujętych w badaniu wzrosły rok do roku o ponad 22%. Największy wzrost cen w skali roku już trzeci raz z rzędu odnotowano w kategorii dodatki. Natomiast za zakupy online trzeba zapłacić już o blisko 100 zł więcej niż przed rokiem. W kolejnych rozdziałach prezentujemy szczegółowe dane zebrane w 14 sieciach handlowych i kanałach sprzedaży.

W ujęciu miesięcznym:

- W maju 2023 r. **pozycję lidera z najniższym wynikiem średniej wartości koszyka zakupowego wciąż utrzymuje sieć Auchan**. Różnice w średniej cenie koszyka między pierwszym, a drugim i trzecim sklepem w rankingu wyniosły odpowiednio więcej o 7,67 zł (Lidl) i 11,93 zł (Biedronka).
- **W 8 na 14 sieci** objętych badaniem, **ceny badanych produktów w maju były wyższe niż w kwietniu br.**
- **Najwyższe, średnie ceny badanych produktów w koszyku zakupowym odnotowano w e-grocery**. W maju 2023 r. za zakupy online płaciliśmy o 0,68 zł mniej niż przed miesiącem. **Ceny w tym kanale spadły więc o 0,20 %**.
- **Największy wzrost średniej ceny koszyka zakupowego miał miejsce w sieci POLOmarket (7,42%)**.
- W maju 2023 r. po raz kolejny **najtańsze zakupy można było zrobić w dyskontach - 276,44 zł**.
- **Najdroższy w maju 2023 r. był kanał e-grocery**, gdzie na zakupy trzeba było wydać **o blisko 24 % więcej** niż w najtańszych dyskontach.
- **Wśród produktów ujętych w badaniu najwięcej z cenami minimalnymi**, podobnie jak w kwietniu br. oferował **Auchan (25 produktów)**.
- **Najmniej najtańszych produktów** ujętych w badaniu można było znaleźć **w sieciach Dino, POLOmarket i Selgros Cash & Carry** (po 1 produkcie).
- **Wśród produktów ujętych w badaniu najwięcej z cenami maksymalnymi oferował ponownie kanał e-grocery** (17 produktów).
- **Koszyk złożony z najtańszych badanych produktów** kosztował w maju **219,80 zł** (więcej o 2,62 zł niż w kwietniu br.), natomiast **koszyk badanych produktów najdroższych - 375,88 zł** (więcej o 11,12 zł niż w kwietniu br.).
- **Różnica między najtańszym, a najdroższym koszykiem** w maju 2023 r. wyniosła 156,08 zł i jest ona o 8,50 zł wyższa niż w kwietniu br.

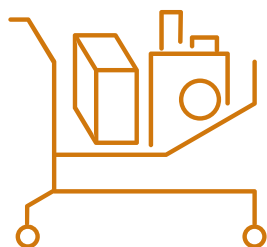


W ujęciu rocznym:

- **Suma koszyka minimalnego** w maju 2023 r. była **wyższa o 16,85% niż w 2022 r.**, w kwietniu 2023 r. odnotowano również wzrost i r/r wyniósł on **18,59%**. **Koszyk maksymalny** był w maju 2023 r. **droższy o 17,15%** niż przed rokiem.
- We wszystkich 13¹ analizowanych sieciach **odnotowano wzrost cen wobec 2022 roku**. Były to min.: E.Leclerc (30,19%), Kaufland (29,39%) czy Carrefour (29,07%). **Największy wzrost cen koszyka** odnotowano **w kanale e-grocery**, w którym średnia cena koszyka w maju 2023 r. była wyższa aż o **99,26 zł** niż przed rokiem, tj. o 40,74%.
- **Wartość koszyka zakupowego całościowo zwiększyła się o 22,42%** z 241,06 zł w maju 2022 r. do **295,10 zł** w maju 2023 r.
- **Wartość badanych towarów w najtańszym koszyku wzrosła o 16,85%**, ze **188,10 zł** w maju 2022 r. do **219,80 zł** w maju 2023 r. Wartość maksymalna koszyka zakupowego w maju 2023 r. wzrosła o **17,15%** wobec maja 2022 r. Przed rokiem za zestaw najdroższych produktów trzeba było bowiem zapłacić **320,85 zł**, a w maju 2023 r. wartość ta wyniosła **375,88 zł**.
- **W skali roku podrożały wszystkie kategorie produktów.**
- **Największy wzrost cen w skali roku** (44,33%) odnotowano ponownie w kategorii dodatki.
- W maju 2023 r. na 13 badanych sklepów, we wszystkich ceny były wyższe niż przed rokiem.

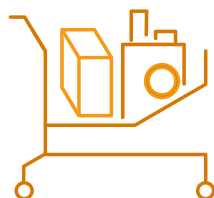
¹ Analiza nie dotyczy sieci ALDI, która została włączona do raportu w styczniu 2023 r.

Najwyższa suma koszyka



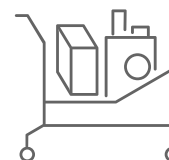
375,88 zł

Średnia suma koszyka



295,10 zł

Najniższa suma koszyka



219,80 zł



“

Tempo wzrostu cen w największych sieciach handlowych wciąż nie wyhamowało.

U progu wakacji polscy konsumenci nadal mają powody do narzekania przy sklepowej kasie. Tempo wzrostu cen w największych sieciach handlowych wciąż nie wyhamowało. Z najnowszej analizy ASM Sales Force Agency wynika, że ceny żywności najpopularniejszych produktów rosną w większym stopniu niż oficjalne dane inflacyjne.

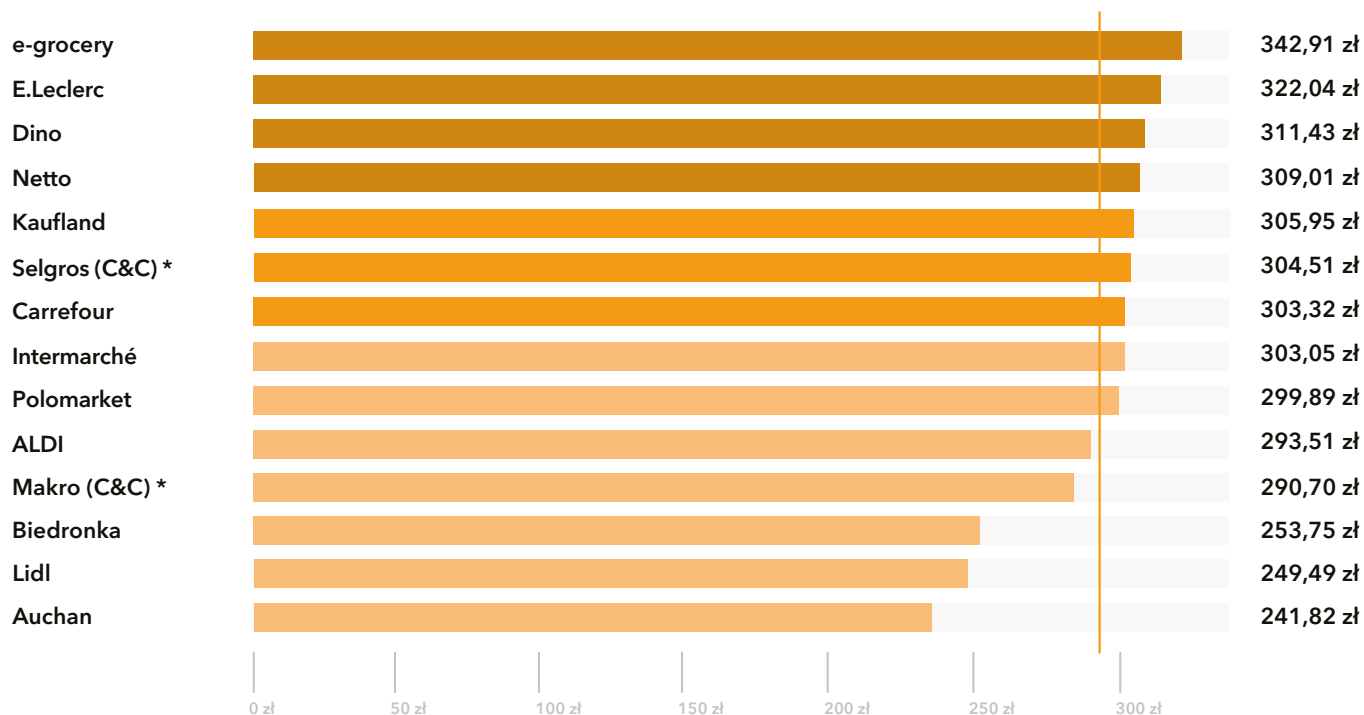
Oficjalny wskaźnik cen produktów w maju wyniósł 13 procent, tymczasem z naszej ekspertyzy, analizowane produkty podrożały rok do roku aż o 22 procent. Z naszych danych wynika, że w 8 na 14 sieci uwzględnionych w raporcie, ceny badanych produktów w maju były wyższe niż w kwietniu.

**Zbigniew Sierocki, dyrektor zarządzający
ASM Sales Force Agency**



Wyniki badań

średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci



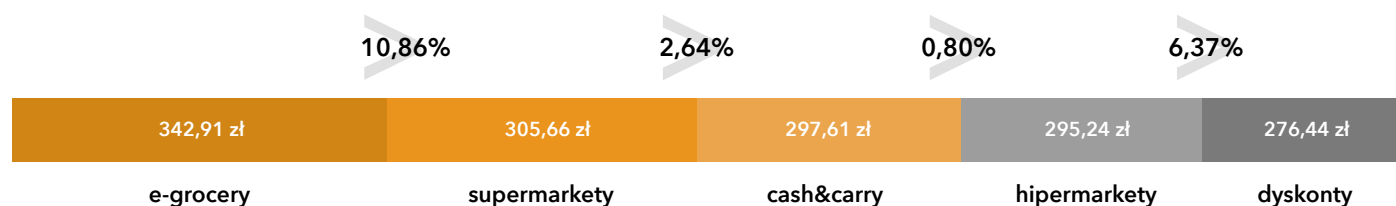
We wszystkich badanych sieciach, w przypadku braku badanego produktu został wykorzystany mechanizm przeliczenia gramatury produktu lub wykorzystano produkt zamienny.

* Podana cena za sztukę w opakowaniu zbiorczym w sieciach C&C (wyłącznie w przypadku braku możliwości zakupu pojedynczego badanego produktu)

Analiza 14 sieci handlowych, w tym kanału sprzedaży online wykazała, że w 8 na 14 sieci objętych badaniem, ceny w maju br. były wyższe niż w kwietniu 2022 r. Najwyższe, średnie ceny w koszyku zakupowym odnotowano ponownie w kanale e-grocery. **Największy wzrost cen można zaobserwować w sieci POLOmarket (7,42%).**

Średnia wartość koszyka zakupowego

295,10 zł

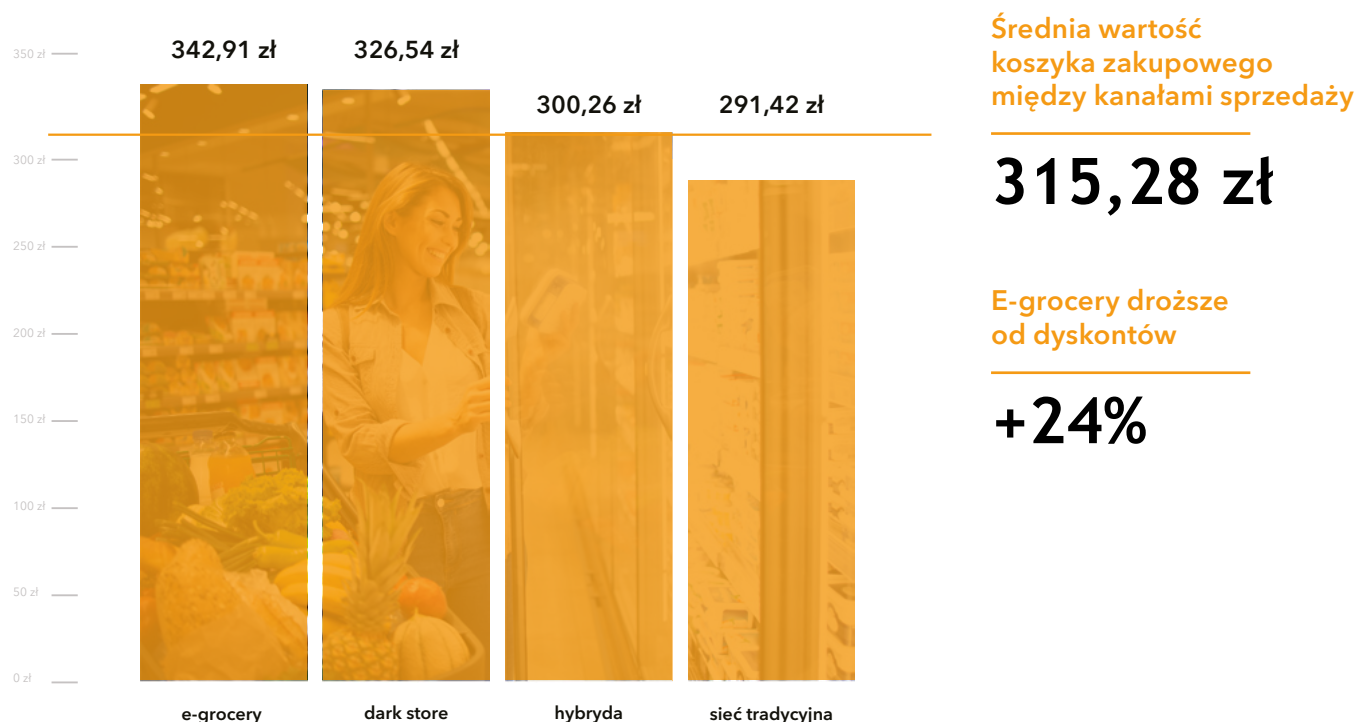


W maju br. ceny w kanale **e-grocery ponownie nieznacznie spadły (0,20%)**. Za zakupy online zapłaciliśmy **0,68 zł mniej** niż w kwietniu br. Różnica między najdroższym w tym zestawieniu koszykiem w kanale e-grocery, a najtańszym średnim koszykiem zakupowym (w tym miesiącu Auchan) wyniosła blisko **42%**.

Różnica między średnią wartością koszyka zakupowego w kanale e-grocery, a koszykiem w najtańszych dyskontach wynosi 24%. Koszyk w dyskontach kosztował średnio 276,44 zł podczas gdy w kanale e-grocery wartość ta wyniosła 342,91 zł.

Wyniki badań

średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały



Badanie koszyka zakupowego przeprowadzone przez ASM Sales Force Agency w maju 2023 r. wskazało, że **najtańsze zakupy można było po raz kolejny zrobić w dyskontach (276,44 zł).**

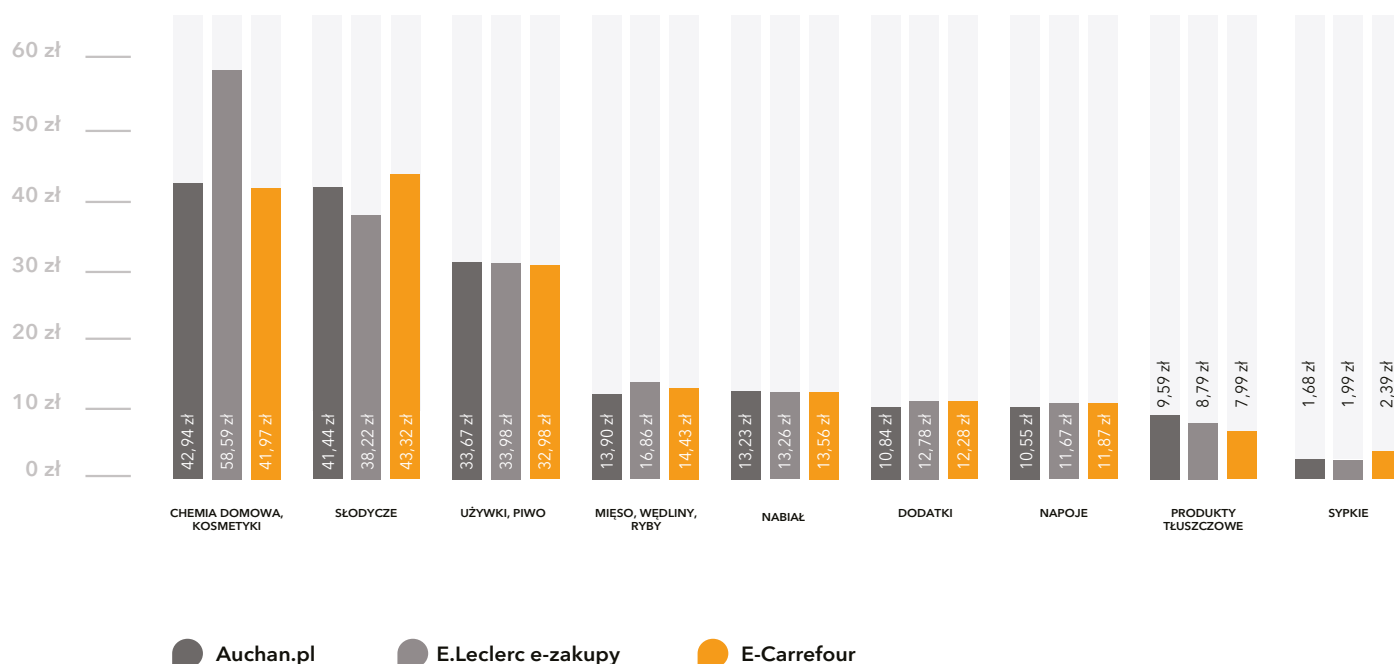


Najdroższe w maju 2023 r. były zakupy online, gdzie średni koszt koszyka zakupowego wyniósł 342,91 zł, czyli o 24% więcej niż w najtańszych dyskontach.

Porównanie modelu hybrydowego

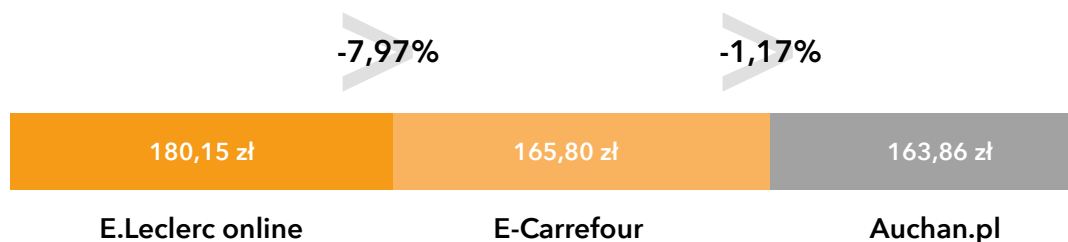
W ramach porównania modelu hybrydowego, w maju 2023 r. w dwóch na trzy analizowane sieci, zakupy online były tańsze niż w stacjonarnych wersjach tych samych sklepów. W kwietniu 2023 r., również w dwóch na trzy sprawdzane sieci, zakupy przez Internet były tańsze.

W 2 sieciach
tańiej online niż
stacjonarnie



Najbardziej wyrównane ceny w maju br. odnotowano w sklepach sieci E.Leclerc (wersja online tańsza o 1,24 zł). W przypadku sieci Carrefour zakupy przez Internet były o 4,00 zł tańsze. Natomiast sieć Auchan tak jak w poprzednich miesiącach stawia na handel tradycyjny. Zestaw produktów zamówionych przez Internet był o 27,54 zł droższy od wersji tradycyjnej.

E.Leclerc
najbardziej
wyrównane
ceny



* Grupa produktów brana pod uwagę przy porównywaniu cen została ograniczona do liczby dostępnych produktów w każdej z badanych sieci i może się różnić w każdym miesiącu.

Porównanie

dark store i e-grocery

	e-grocery	dark store	różnica
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	95,65 zł	88,04 zł	-7,95%
DODATKI	27,22 zł	29,26 zł	7,49%
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	18,11 zł	16,28 zł	-10,10%
MROŻONKI	21,43 zł	16,13 zł	-24,72%
NABIAŁ	20,15 zł	18,56 zł	-7,87%
NAPOJE	12,96 zł	13,13 zł	1,31%
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	14,33 zł	14,44 zł	0,83%
SŁODYCZE	66,29 zł	67,69 zł	2,12%
PRODUKTY SYPKIE	11,44 zł	12,14 zł	6,13%
UŻYWKI, PIWO	55,35 zł	50,86 zł	-8,11%

5/10
grup
produktów
tańszych w
dark store

tłuszcze
najmniejsza
różnica w cenie
w kategorii

mrożonki
największa
różnica w cenie
w kategorii

W maju br. analiza 10 grup produktowych pokazała, że zarówno w sklepach typu dark store jak i w kanale e-grocery znalazło się po 5 najdroższych grup produktów. W sklepach typu dark store były to: dodatki, napoje, produkty tłuszczowe, słodycze oraz produkty sypkie. Natomiast w e-grocery droższe były: chemia domowa i kosmetyki, mięso, wędliny i ryby, mrożonki, nabiał oraz używki i piwo. Największą różnicę w cenie stwierdzono w przypadku mrożonek, a najmniejszą w kategorii produkty tłuszczowe.

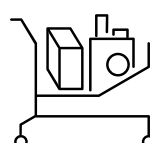
e-grocery

342,91 zł



-4,77%

dark store



326,54 zł

Wyniki badań

według grup produktowych


Zestawienie z maja br. wykazuje, że **najwięcej najdroższych grup produktów (9 na 10) było w kanale e-grocery. Natomiast najwięcej najtańszych grup produktowych (10) można było znaleźć w dyskontach** (chemia domowa i kosmetyki, dodatki, mięso, wędliny i ryby, mrożonki, nabiał, napoje, słodczyce, produkty sypkie, produkty tłuszczowe czy używki i piwo). Ani jednej najtańszej grupy produktów nie było w maju w kanale e-grocery, supermarketach, hipermarketach oraz sklepach Cash&Carry.


9 z 10

kategorii produktów najdroższe w e-grocery

Najwięcej najtańszych grup w dyskontach

	cash & carry	dyskonty	e-grocery	hipermarkety	supermarkety
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	86,22 zł	77,55 zł	95,65 zł	84,52 zł	79,67 zł
DODATKI	25,18 zł	23,60 zł	27,22 zł	23,72 zł	26,26 zł
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	14,85 zł	14,14 zł	18,11 zł	15,01 zł	16,01 zł
MROŻONKI	16,97 zł	15,10 zł	21,43 zł	15,89 zł	16,48 zł
NABIAŁ	16,44 zł	16,23 zł	20,15 zł	17,26 zł	17,57 zł
NAPOJE	10,71 zł	10,64 zł	12,96 zł	11,71 zł	11,97 zł
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	13,68 zł	12,90 zł	14,33 zł	13,10 zł	14,46 zł
SŁODYCZE	52,17 zł	49,81 zł	66,29 zł	51,72 zł	58,70 zł
PRODUKTY SYPKIE	9,26 zł	8,95 zł	11,44 zł	9,44 zł	9,49 zł
UŻYWKI, PIWO	52,15 zł	47,52 zł	55,35 zł	52,85 zł	55,06 zł

 Najwyższa wartość

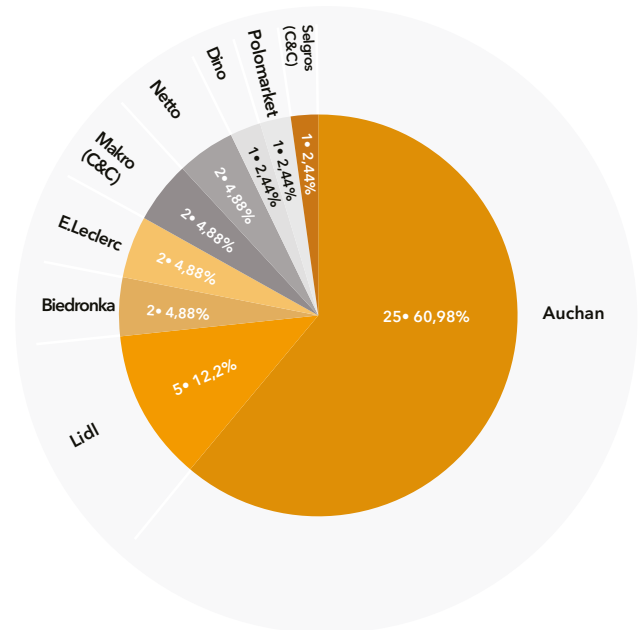
 Najniższa wartość

Analiza udziału w sieci w minimalnych i maksymalnych cenach produktów

11•

oznaczenie liczby produktów w cenie minimalnej

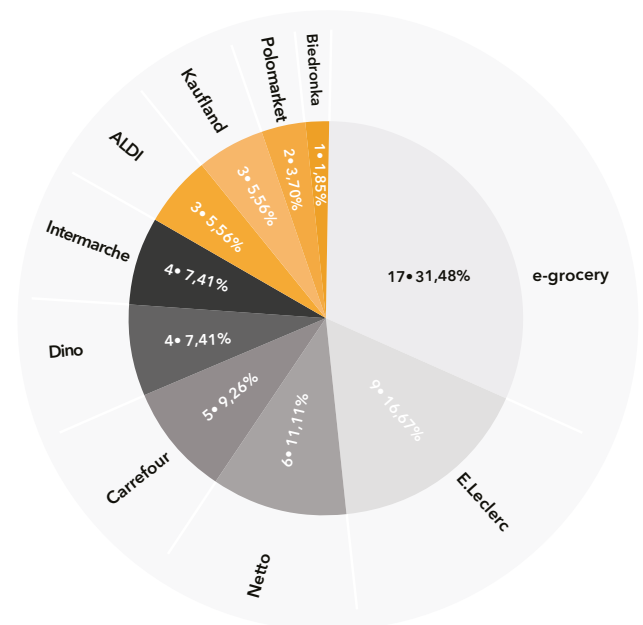
Maj potwierdził, że w przypadku minimalnych cen produktów, liderem ponownie jest Auchan, który oferował aż 25 produktów w cenach minimalnych. Kolejno uplasowała się sieć Lidl z 5 produktami z najniższymi cenami. Na wykresie widzimy, że w sklepach Biedronka, Makro Cash & Carry, E.Leclerc i Netto znalazły się po 2 produkty w cenach minimalnych na 40 analizowanych. W sieciach Dino, POLOmarket i Selgros Cash & Carry znalazł się jeden najtańszy produkt.



11•

oznaczenie liczby produktów w cenie maksymalnej

Najwięcej najdroższych badanych produktów (19) można było w maju br. znaleźć w kanale e-grocery. Tuż za nim znalazły się sklepy E.Leclerc (9 produktów), a dalej: Netto (6 produktów), Careefour (5 produktów), Dino, Intermarche (po 4 produkty), ALDI, Kaufland (po 3 produkty), POLOmarket (2 produkty) oraz Biedronka z 1 produktem z najwyższą ceną spośród 40 analizowanych.



* Dokumentem uprawniającym do dokonywania przez Klientów zakupów w Hali Sprzedaży Selgros Cash & Carry jest imienna Karta Klienta wydawana dla Firmy lub osoby prywatnej.

Szczegółowy wykaz produktów

ze wskazaniem ich cen minimalnych i maksymalnych

Z danych ASM Sales Force Agency wynika, że różnice pomiędzy cenami produktów w poszczególnych sieciach handlowych przekraczają 100%. Na przykład regenerujący krem do rąk Garnier w 100 ml w tubce w sieci Auchan kosztował 8,98 zł, a w sklepie E.Leclerc jego cena wyniosła 20,99 zł, czyli o 134% więcej. Natomiast warzywa Hortex na patelnię z bazylią i tymiankiem 450g można było kupić w sklepach Auchan za 3,98 zł, a w kanale e-grocery za 8,58zł - tu różnica wyniosła 116%.

Lp.	Produkt	Sieć	Cena minimalna	Sieć	Cena maksymalna
1	Baton Prince Polo Classic XXL 50g	Auchan	1,18 zł *	Netto	1,75 zł
2	Chipsy Lays paprykowe 140g	Lidl	4,85 zł	Intermarche	7,99 zł
3	Cif Cream Mleczko do czyszczenia Lemon 780 ml	Auchan	8,98 zł *	E.Leclerc	17,99 zł
4	Coca Cola Original butelka PET 0,5l	Auchan	2,48 zł *	e-grocery	4,63 zł
5	Czekolada Milka Mleczna Alpine Milk 100g	Auchan	3,48 zł *	Netto	4,60 zł
6	Dr. Oetker Pizza Guseppe 4 sery 335g	Auchan	7,57 zł	E.Leclerc	12,99 zł
7	Dżem Łowicz truskawkowy słoiczek 280 g	Lidl	3,73 zł *	Polomarket	6,49 zł
8	Garnier Regenerujący Krem do rąk 100 ml tubka	Auchan	8,98 zł	E.Leclerc	20,99 zł
9	Guma do żucia Orbit spearmint draże 35g	Auchan	2,98 zł *	E.Leclerc	4,69 zł
10	Herbata Lipton Yellow Label 92/100 saszetek	Biedronka	11,99 zł *	Dino, Kaufland	19,99 zł
11	Hortex Warzywa na patelnię z bazylią i tymiankiem 450g	Auchan	3,98 zł *	e-grocery	8,58 zł
12	Kabanosy Tarczyński Exclusive Wieprzowe 105g	Auchan	4,98 zł *	E.Leclerc	9,99 zł
13	Kawa mielona Jacobs Kronung 500g	Netto	19,99 zł *	e-grocery	31,48 zł
14	Ketchup Pudliszki łagodny 480g	Auchan	4,98 zł	e-grocery	7,24 zł
15	Kostka Kasia do pieczenia 250g	Auchan	3,18 zł *	Carrefour	4,99 zł
16	Lisner "śledzik na raz" pikantny 100g	Auchan	2,48 zł *	E.Leclerc	4,71 zł
17	Lody Manhattan Classic różne rodzaje 1,4l	Auchan	13,98 zł *	e-grocery	28,43 zł
18	Majonez Winiary 400 ml	Auchan	6,98 zł	e-grocery	10,09 zł
19	Margaryna Rama Classic 400 g	E.Leclerc	6,99 zł	ALDI, Carrefour, Dino, Intermarche, Netto, Polomarket	9,99 zł
20	Mleko Łowickie 3,2% 1l	Selgros	3,19 zł *	e-grocery	4,71 zł
21	Musztarda Sarepska Kamis 185g	Makro	2,47 zł	E.Leclerc	3,99 zł
22	Napój energetyczny BLACK puszka 0,25l	Auchan	1,98 zł *	ALDI, Carrefour, Dino, Intermarche, Kaufland, Netto	2,99 zł
23	Nivea Sport Men żel pod prysznic 500 ml	Auchan	10,98 zł *	e-grocery	16,99 zł

24	Nutella krem 350g słoik	Auchan	9,98 zł *	e-grocery	14,07 zł
25	Parówki Berlinki Classic opak. 250 g	Auchan	3,98 zł *	e-grocery	6,24 zł
26	Pasta Colgate MaxFresh 100 ml	E.Leclerc	5,25 zł *	Netto	9,99 zł
27	Piwo Żywiec puszka 0,5 l	Auchan	2,98 zł *	Carrefour	4,79 zł
28	Płatki Nestle Nesquik 250 g torebka	Biedronka	4,99 zł *	e-grocery	7,12 zł
29	Płyn do płukania ust Listerine Cool Mint 500 ml	Auchan	9,98 zł *	Kaufland	16,99 zł
30	Płyn do zmywania Fairy Lemon 450 ml	Netto	4,08 zł *	e-grocery	8,66 zł
31	Prymat pieprz czarny mielony 20g	Auchan	1,14 zł *	Biedronka	1,99 zł
32	Serek Almette śmietankowy 150g	Auchan	3,98 zł	e-grocery	6,23 zł
33	Serek Danio Wanilia 130 g	Auchan	1,78 zł	e-grocery	2,51 zł
34	Serek Wiejski Piątnica 200g	Dino, Lidl	1,99 zł	e-grocery	3,00 zł
35	Sok Tymbark 100% pomarańcza 1l karton	Makro	3,78 zł	ALDI, Carrefour, Dino, E.Leclerc	5,49 zł
36	Sos Tatarski Winiary 250 ml	Auchan	4,44 zł *	Netto	7,19 zł
37	Szampon Loreal Elseve Color Vive 400 ml	Polomarket	12,99 zł *	E.Leclerc	24,49 zł
38	Zott Monte 150 g (white/black/classic)	Lidl	2,55 zł	e-grocery	3,70 zł
39	Zupka instant VIFON łagodny 70g	Lidl	1,29 zł *	Intermarche	2,49 zł
40	Żelki Haribo Classic (Złote Misie) 85 g torebka	Auchan	2,24 zł *	e-grocery	4,64 zł

Cena minimalna/maksymalna - najniższa/najwyższa zaobserwowana cena wśród wszystkich lokalizacji badanych sieci

* Przez cenę promocyjną należy rozumieć rabat udzielany na produkcie bez żadnych dodatkowych warunków do spełnienia przez konsumenta np. karty lojalnościowe oraz odnosi się do zakupu pojedynczego produktu (nie dotyczy sieci C&C, w których część produktów jest dostępnych tylko w opakowaniach zbiorczych)

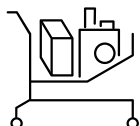
Analizując koszyk bazujący na najniższych cenach produktów zaraportowanych spośród wszystkich lokalizacji badanych sieci moglibyśmy zapłacić **219,80 zł (więcej o 2,62 zł niż w kwietniu br.)**, natomiast przyjmując najwyższe ceny - **375,88 zł (więcej o 11,12 zł niż w kwietniu br.)**. Różnica między najtańszym, a najdroższym koszykiem w maju 2023 r. **wyniosła 156,08 zł** i jest ona **o 8,50 zł wyższa niż w kwietniu br.** Jeśli spojrzymy na dane w ujęciu rocznym, to **suma koszyka minimalnego w maju 2023 r. była wyższa o 16,85%** niż przed rokiem, natomiast **koszyk maksymalny był w maju 2023 r. droższy o 17,15%** niż w 2022 r.

Wzrost ceny koszyka maksymalnego względem kwietnia 2023r.
+3,05%

Najdroższy koszyk

Najwyższa cena koszyka

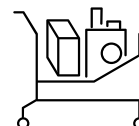
375,88 zł



Najtańszy koszyk

Najniższa cena koszyka

219,80 zł



Wzrost ceny koszyka minimalnego względem kwietnia 2023r.

1,21%

Porównanie wyników rok do roku

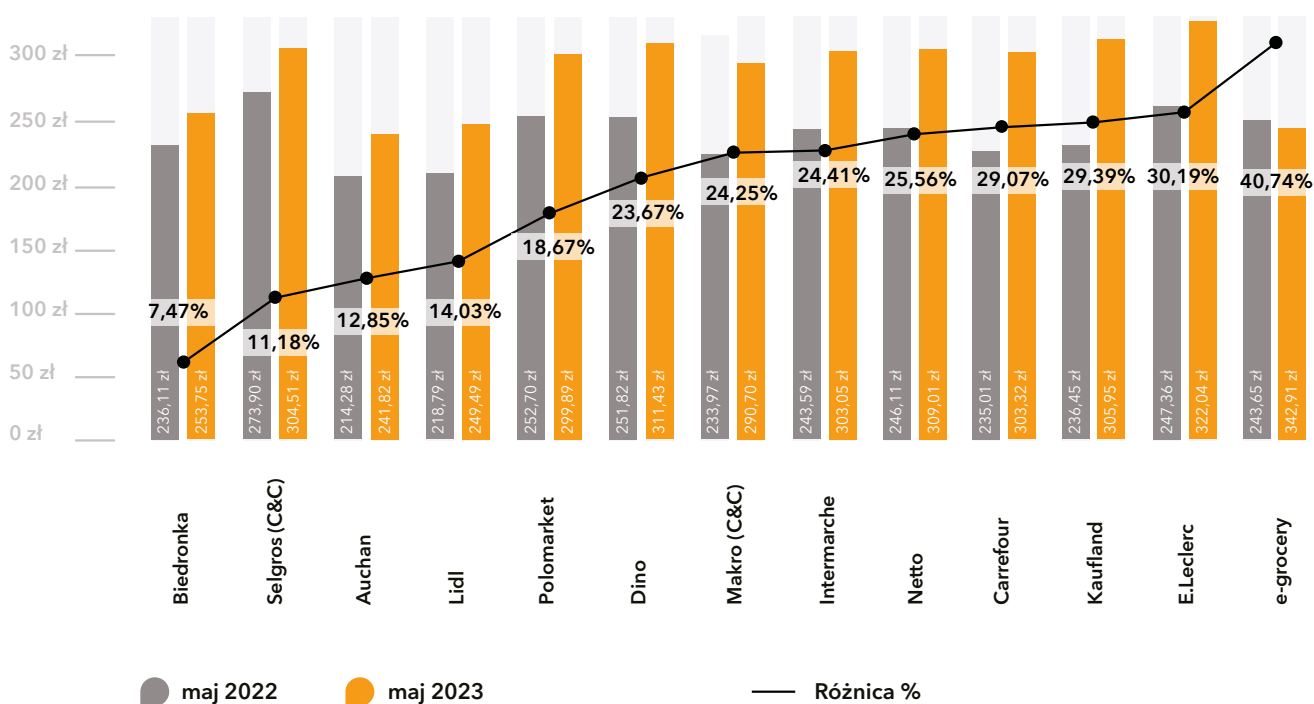
maj 2022 vs. maj 2023

Eksperti ASM Sales Force Agency od trzech lat cyklicznie analizujący zestaw tych samych produktów. Dzięki temu dane prezentowane w niniejszym raporcie pozwalają na analizę kształtowania się cen w sieciach handlowych w oparciu o ceny tych samych analizowanych produktów na przestrzeni miesiąca, kolejnych kwartałów oraz w ujęciu rocznym.*

Największy wzrost ceny koszyka w e-grocery

+40,74%

Z poniższego wykresu wynika, że w maju 2023 roku we wszystkich 13 badanych sieciach handlowych, ceny były wyższe niż przed rokiem.



Największy wzrost, tj. na poziomie 40,74% odnotowano w kanale e-grocery, w którym średnia cena wzrosła o 99,26 zł.

13 z 13
sieci
podniosło ceny

* We wszystkich badanych sieciach, w przypadku braku badanego produktu został wykorzystany mechanizm przeliczenia gramatury produktu lub wykorzystano produkt zamienny.

Porównanie wyników rok do roku

maj 2022 vs. maj 2023

Zestawienie cen poniższych kategorii produktowych rok do roku pokazuje, że w maju 2023 r. względem 2022 roku **podrożały wszystkie 10 analizowanych kategorii produktów: produkty tłuszczowe, używki i piwo, nabiał, dodatki, produkty sypkie, mrożonki, mięso, wędliny i ryby, chemia domowa i kosmetyki, napoje oraz słodyczne. Po raz kolejny w największym stopniu zdrożały dodatki. W maju br. wzrost ten wyniósł 44,33% wobec 2022 r.**

Grupa produktowa	2022	2023	Różnica
DODATKI	16,98 zł	24,51 zł	44,33%
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	10,24 zł	13,40 zł	30,90%
SŁODYCZE	41,14 zł	53,28 zł	29,50%
PRODUKTY SYPKIE	7,43 zł	9,42 zł	26,85%
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	66,81 zł	82,87 zł	24,04%
MROŻONKI	13,16 zł	16,30 zł	23,87%
NABIAŁ	14,40 zł	17,10 zł	18,74%
NAPOJE	9,98 zł	11,39 zł	14,10%
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	13,53 zł	15,10 zł	11,62%
UŻYWKI, PIWO	47,36 zł	51,72 zł	9,21%
Suma średnich cen grup	241,06 zł	295,10 zł	22,42%

W każdej z analizowanych grup produktów odnotowano zmiany cen, jednak **najmniejszą różnicę stwierdzono w przypadku kategorii używki i piwo (w maju 2023 r. drożej o 9,21%).**

Wartość hipotetycznego koszyka skomponowanego wyłącznie z najdroższych produktów, była w maju 2023 roku **o 17,15% wyższa niż przed rokiem - to różnica o 55,03 zł.** W przypadku koszyka z najtańszymi produktami odnotowaliśmy wzrost **w 2023 r. o 16,85%** w stosunku do roku 2022 - tutaj różnica kształtowała się na poziomie **31,70 zł.**

* Zmiana gramatur opakowań produktów badanych od stycznia 2023 r.:

Margaryna Rama Classic 450 g na 400 g

Serek Danio Vanilia 140 g na 130 g

Żelki Haribo Classic (Złote Misie) 100 g na 85 g

Maj 2023

Najwyższa
suma koszyka

375,88 zł



+17,15%

Średnia
suma koszyka

295,10 zł



+22,42%

Najniższa
suma koszyka

219,80 zł

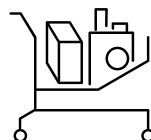


+16,85%

Maj 2022

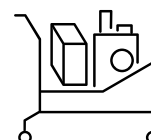
Najwyższa
suma koszyka

320,85 zł



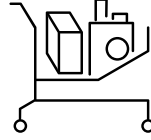
Średnia
suma koszyka

241,06 zł



Najniższa
suma koszyka

188,10 zł



Porównanie wyników

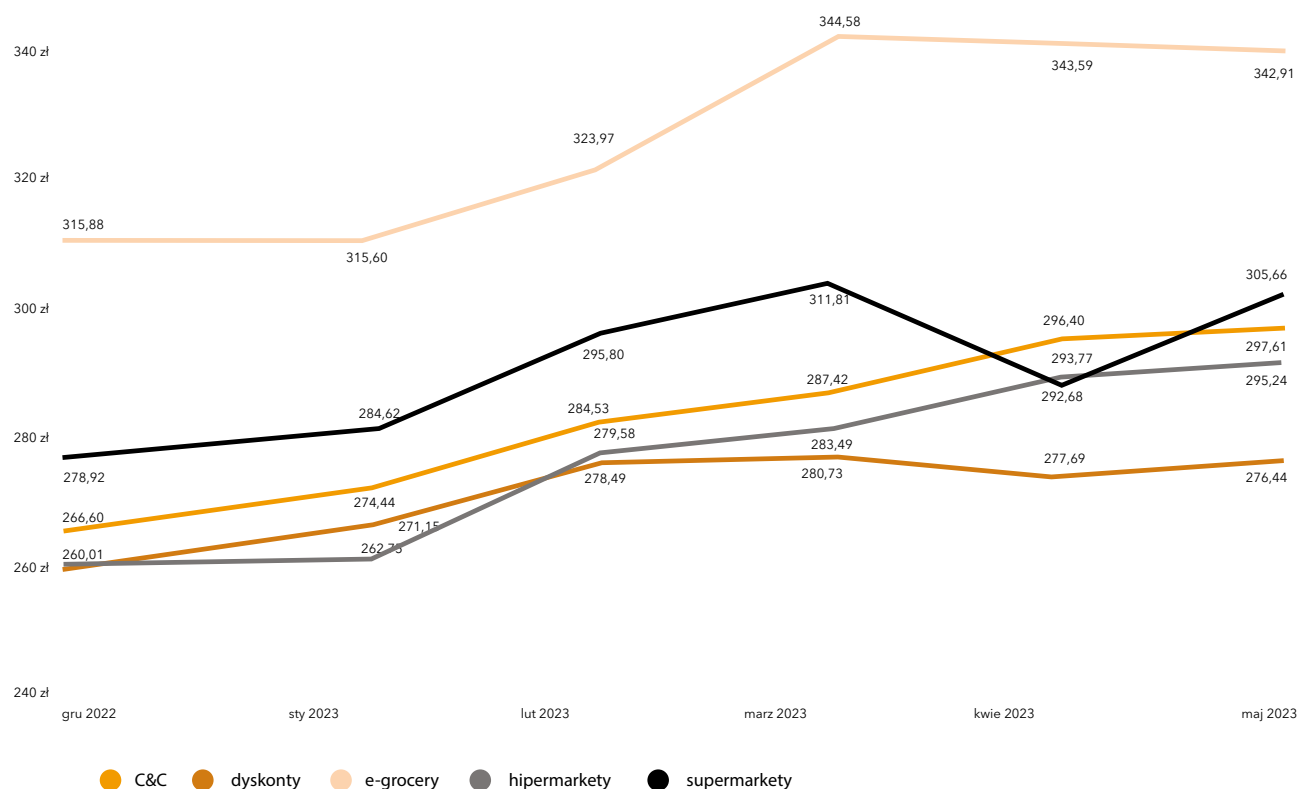
kwiecień 2023 vs. maj 2023

Z danych zebranych przez ASM Sales Force Agency wynika, że w 8 na 14 sieci objętych badaniem, ceny w maju br. były wyższe niż kwietniu br. Spadek cen odnotowano w sześciu sieciach, m.in. Lidl (-4,27%), Careefour (-1,99%), ALDI (-1,44%). Natomiast największa podwyżka dotknęła zakupy w sieci POLOmarket (7,42%). To wzrost o 20,72 zł w porównaniu do kwietnia br.

W maju br. najtańsze zakupy można było zrobić w sieci Auchan. W sklepach tej marki średni koszt koszyka zakupowego wyniósł 241,82 zł. Najdroższy natomiast okazał się kanał e-grocery, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 343,91 zł.

	04.23	05.23	różnica
e-grocery	343,59 zł	342,91 zł	-0,20%
SELGROS (C&C)	303,10 zł	304,51 zł	0,47%
MAKRO (C&C)	289,70 zł	290,70 zł	0,35%
BIEDRONKA	253,80 zł	253,75 zł	-0,02%
LIDL	260,61 zł	249,49 zł	-4,27%
NETTO	298,53 zł	309,01 zł	3,51%
AUCHAN	239,69 zł	241,82 zł	0,89%
CARREFOUR	309,47 zł	303,32 zł	-1,99%
KAUFLAND	304,87 zł	305,95 zł	0,35%
E.LECLERC	307,78 zł	322,04 zł	4,63%
INTERMARCHE	307,03 zł	303,05 zł	-1,30%
DINO	306,19 zł	311,43 zł	1,71%
POLOMARKET	279,17 zł	299,89 zł	7,42%
ALDI	297,80 zł	293,51 zł	-1,44%

Zestawienie cen w podziale na kategorie sklepów pokazuje, że w maju 2023 r. podobnie jak przed miesiącem najtańsze zakupy można było zrobić w dyskontach, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 276,44 zł. Tuż za nimi z różnicą na poziomie 18,80 zł znalazły się supermarkety. Natomiast najwyższą wartość koszyka zakupowego odnotowano w kanale e-grocery - 342,91 zł, czyli o 24% więcej niż w najtańszych dyskontach. Największy wzrost cen w skali miesiąca jest widoczny w supermarketach (12,98 zł).



Maj w liczbach

13/13

sieci podniosło ceny
produktów wobec
2022 roku



najniższa
cena
koszyka w
dyskontach

+24 %

cena koszyka w
e-grocery wobec
dyskontów



**Koszyk
Zakupowy**

Wzrost ceny koszyka
zakupowego wobec
2022 r.

+22,42%



Metodologia badania

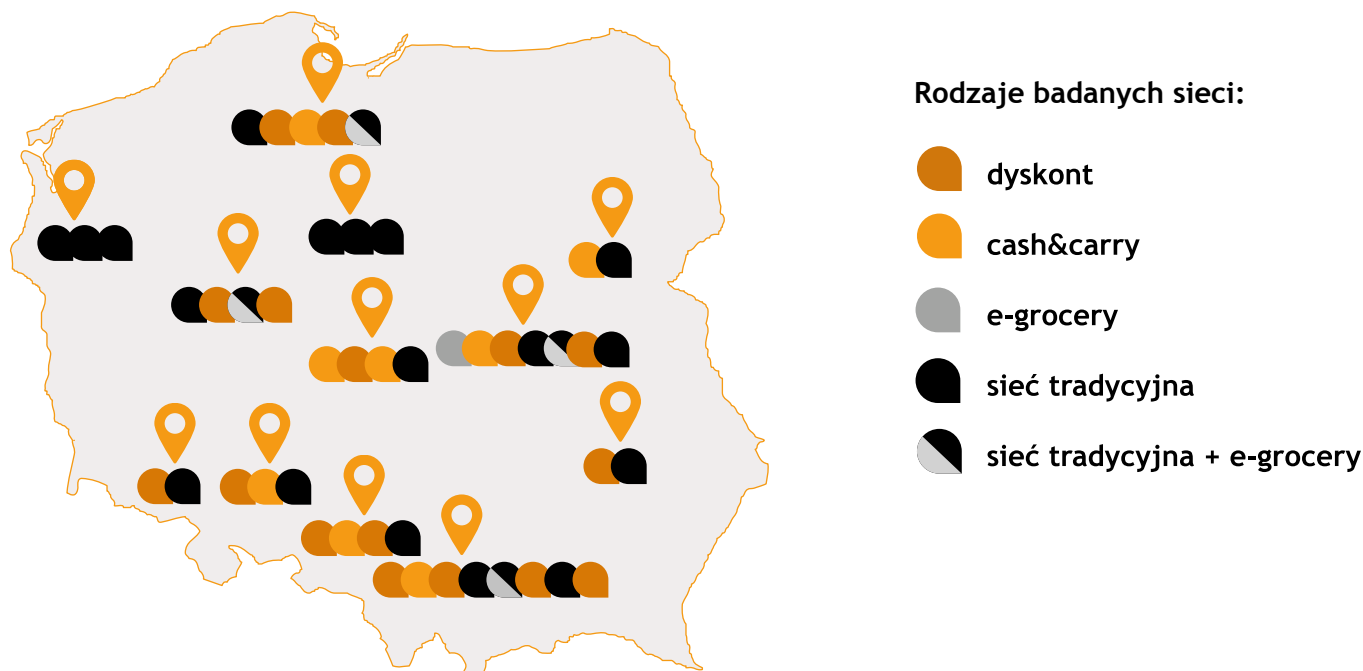
Badanie ASM Sales Force Agency obejmuje porównanie cen analogicznych produktów FMCG (tych samych marek i o tych samych gramaturach) z różnych kategorii, w sklepach stacjonarnych, internetowych oraz tzw. hybrydach (czyli sieciach prowadzących zarówno sprzedaż online, jak i offline).

Badanie przeprowadzane jest w dyskontach (Lidl, Biedronka, Netto, ALDI) - sklepach oferujących towar w ograniczonym asortymencie i w obniżonych cenach; hipermarketach (Auchan, Carrefour, Kaufland, E.Leclerc, Intermarché) - sklepach samoobsługowych o powierzchni powyżej 2,5 tys. m²; supermarketach (Dino, Polomarket) - samoobsługowych sklepach o powierzchni od 400 m² do 2,5 tys. m²; Cash & Carry (Makro**, Selgros) - wielkopowierzchniowych sklepach/hurtowniach, przeznaczonych dla przedsiębiorców i detalistów; e-grocery (frisco.pl, dodomku.pl, polskikoszyk.pl, szybkikoszyk.pl, megasam24.pl oraz barbora.pl.) - sklepach prowadzących działalność wyłącznie w Internecie; Dark Store - wirtualnych sklepach oferujących szybką dostawę do domu; w sieciach tradycyjnych, prowadzących sprzedaż w sklepach stacjonarnych oraz tzw. hybrydach, czyli sieciach prowadzących sprzedaż stacjonarną oraz internetową (Auchan vs. Auchan.pl, E.Leclerc vs. E.Leclerc online, Carrefour vs. E-Carrefour).

Dane do badania zostały zebrane w 5 placówkach każdej z sieci tradycyjnych w losowo wybranych lokalizacjach na terenie całej Polski. Raport obejmuje łącznie 65 punktów sprzedażowych i ceny 40 wspólnych dla wszystkich sieci produktów z 10 kategorii (chemia domowa i kosmetyki; mięso, wędliny, ryby; mrożonki; nabiał; napoje; produkty tłuszczowe; słodczy; sypkie, czyli produkty instant; używki i piwo oraz dodatki typu ketchup czy majonez). We wszystkich badanych sieciach, w przypadku braku badanego produktu został wykorzystany mechanizm przeliczenia gramatury produktu lub wykorzystano produkt zamienny.

ASM Sales Force Agency przeprowadza badanie i porównanie cen koszyka w cyklach comiesięcznych. Aktualne dane zebrano w dniach 10 - 16 maja 2023 r. Raport został sporządzony przez ekspertów ASM Sales Force Agency, spółki specjalizującej się w świadczeniu kompleksowych usług wsparcia sprzedaży i outsourcingu.

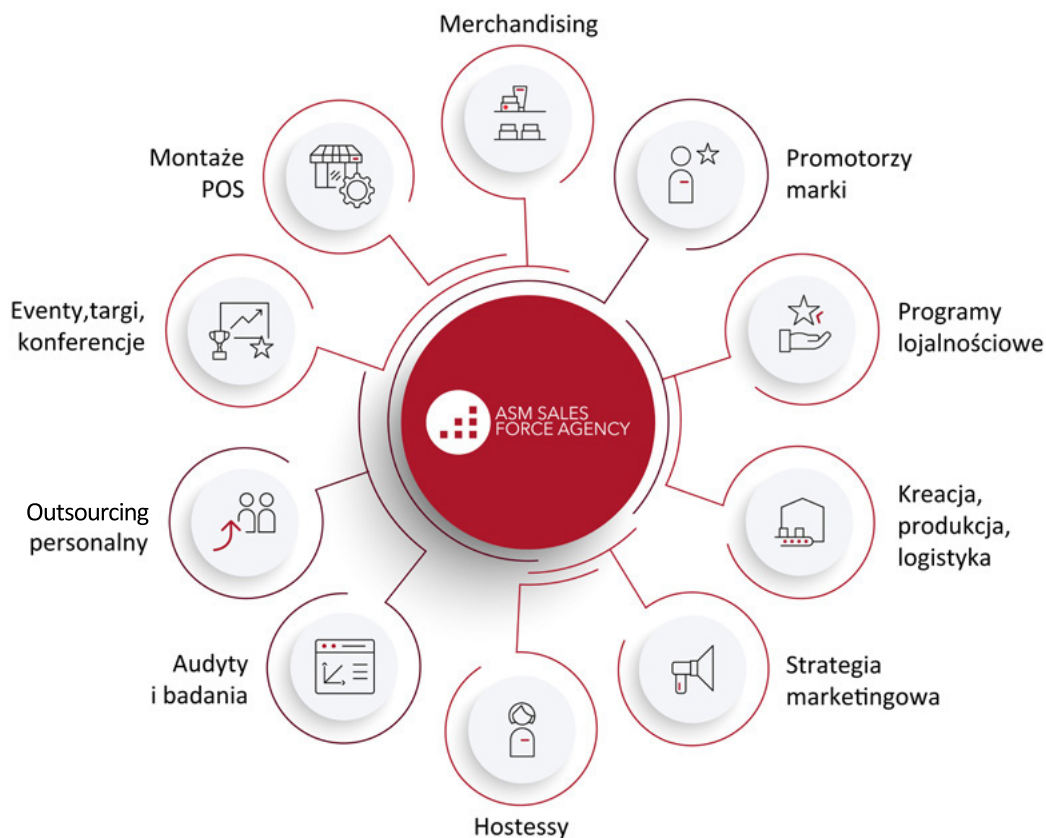
Zasięg badania wg lokalizacji



** Klient MAKRO - osoba fizyczna, osoba prawna lub jednostka organizacyjna nie będąca osobą prawną, której ustawa przyznaje zdolność prawną, posiadająca nr Klienta MAKRO, dokonująca zakupów w sieci MAKRO Cash and Carry Polska S.A. na cele związane z działalnością gospodarczą, nie będąca konsumentem.

0 ASM Sales Force Agency

ASM Sales Force Agency dzięki ponad 20-letniej znajomości rynku, zasięgowi działania, szerokim kompetencjom oraz autorskim know-how krajowych i zagranicznych ekspertów, oferuje w pełni sprawdzone i zintegrowane działania z zakresu merchandisingu i outsourcingu sił sprzedaży.



ASM Sales Force Agency

Niedźwiedzia 6b
02-737 Warszawa

+48 22 416 96 96
kontakt@asmsalesforce.pl
www.asmsalesforce.pl



DataSense Platform® to autorskie narzędzie łączące niezbędne funkcje do kompleksowego zarządzania merchandisingiem i sprzedażą. To także zaawansowana analityka w trybie live oraz bieżący monitoring projektów w wielu lokalizacjach.

[dowiedz się więcej](#)

