



06 | 2023

## Badanie i Raport: Koszyk Zakupowy



**Koszyk  
Zakupowy**

# Spis treści

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

# Wstęp do raportu

Różnica między najtańszym i najdroższym koszykiem

**103,89 zł**

Najdrożej w e-grocery  
Średnia cena

**345,17 zł**

Najtaniej  
w Auchan

Oddajemy w Państwa ręce najnowsze Badanie i Raport Koszyk Zakupowy, zawierające analizę cen produktów w branży spożywczej w czerwcu 2023 roku. Zawarliśmy w nim także porównanie danych w ujęciu rocznym i kwartalnym. Według szybkiego szacunku Głównego Urzędu Statystycznego inflacja w czerwcu 2023 r. spadła do 11,5%, a ceny nie wzrosły względem maja br.

Analitycy ASM Sales Force Agency zaobserwowali wzrosty cen produktów w koszykach między czerwcem, a majem 2023 r. w 9 na 14 analizowanych sieci sprzedaży. Kanał e-grocery wciąż pozostaje najdroższym kanałem zakupów. W czerwcu 2023 roku koszt zakupów online wzrósł o 0,66% względem maja br.

W czerwcu 2023 roku Badanie i Raport Koszyk Zakupowy przeprowadzone przez **ASM Sales Force Agency** wykazało średnią cenę koszyka na poziomie **297,38 zł**. To wzrost o **2,28 zł, czyli 0,77%** w porównaniu do maja br.

**Najtańsze zakupy można było po raz kolejny zrobić w sieci Auchan**, w której średni koszt koszyka zakupowego ASM Sales Force Agency wyniósł **241,28 zł**. To spadek o **0,54 zł, czyli o 0,22% mniej** niż najtańszy koszyk w maju br., należący przed miesiącem również do Auchan. **Najwyższą wartość koszyka zakupowego w czerwcu 2023 r. ASM Sales Force Agency odnotowało ponownie w kanale e-grocery**, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić **345,17 zł**, czyli aż o 43% więcej niż w najtańszych sklepach Auchan.

# Najważniejsze wnioski

Czerwiec 2023 r. przyniósł kilka zmian w raporcie cyklicznie przygotowywanym przez ekspertów ASM Sales Force Agency. Tym razem w ośmiu sieciach średnie ceny koszyków przekroczyły próg 300 zł. Dodatkowo odnotowano wzrosty średnich cen koszyków w 9 na 14 analizowanych sieci. Średnie ceny podstawowych produktów ujętych w badaniu wzrosły rok do roku o 20%. Największy wzrost cen w skali roku już ponownie odnotowano w kategorii dodatki. Natomiast za zakupy online trzeba zapłacić o blisko 60 zł więcej niż przed rokiem. W kolejnych rozdziałach prezentujemy szczegółowe dane zebrane w 14 sieciach handlowych i kanałach sprzedaży.

## W ujęciu miesięcznym:

- W czerwcu 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 10,84 zł (Lidl) i 13,86 zł (Biedronka).
- **W 9 na 14 sieci** objętych badaniem, **ceny badanych produktów w czerwcu były wyższe niż w maju br.**
- **Najwyższe, średnie ceny badanych produktów w koszyku zakupowym odnotowano w e-grocery**. W czerwcu 2023 r. za zakupy online płaciliśmy o 2,26 zł więcej niż przed miesiącem. **Ceny w tym kanale wzrosły więc o 0,66 %.**
- **Największy wzrost średniej ceny koszyka zakupowego miał miejsce w sieci POLOmarket (5,91%).**
- W czerwcu 2023 r. po raz kolejny **najtańsze zakupy można było zrobić w dyskontach - 281,52 zł.**
- **Najdroższy w czerwcu 2023 r. był kanał e-grocery**, gdzie na zakupy trzeba było wydać **o 22 % więcej** niż w najtańszych dyskontach.
- **Wśród produktów ujętych w badaniu najwięcej z cenami minimalnymi**, podobnie jak w maju br. oferował **Auchan (25 produktów)**.
- **Najmniej najtańszych produktów** ujętych w badaniu można było znaleźć **w sieciach ALDI, Intermarche, Kaufland, Makro Cash & Carry, Netto** (po 1 produkcie).
- **Wśród produktów ujętych w badaniu najwięcej z cenami maksymalnymi oferował ponownie kanał e-grocery** (21 produktów).
- **Koszyk złożony z najtańszych badanych produktów** kosztował w czerwcu **229,26 zł** (więcej o 9,46 zł niż w maju br.), natomiast **koszyk badanych produktów najdroższych - 372,99 zł** (mniej o 2,89 zł niż w maju br.).
- **Różnica między najtańszym, a najdroższym koszykiem** w czerwcu 2023 r. wyniosła 143,73 zł i jest ona o 12,35 zł niższa niż w maju br.

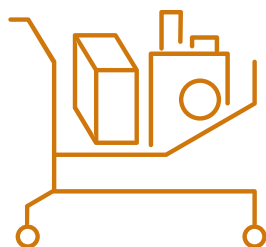


## W ujęciu rocznym:

- **Suma koszyka minimalnego** w czerwcu 2023 r. była **wyższa o 19,29% niż w 2022 r.**, w maju 2023 r. odnotowano również wzrost i r/r wyniósł on **16,85%**. **Koszyk maksymalny** był w czerwcu 2023 r. **droższy o 26,11%** niż przed rokiem.
- We wszystkich 13<sup>1</sup> analizowanych sieciach **odnotowano wzrost cen wobec 2022 roku**. Były to min.: Carrefour (25,50%), Intermarche (25,45%) czy Kaufland (23,66%). **Największy wzrost cen koszyka** odnotowano **w sieci Netto**, w którym średnia cena koszyka w czerwcu 2023 r. była wyższa aż o **72,00 zł** niż przed rokiem, tj. o 28,83%.
- **Wartość koszyka zakupowego całościowo zwiększyła się o 20,52%** z 246,75 zł w czerwcu 2022 r. do **297,38 zł** w czerwcu 2023 r.
- **Wartość badanych towarów w najtańszym koszyku wzrosła o 19,29%**, ze **192,19 zł** w czerwcu 2022 r. do **229,26 zł** w czerwcu 2023 r. Wartość maksymalna koszyka zakupowego w czerwcu 2023 r. wzrosła o **26,11%** wobec czerwca 2022 r. Przed rokiem za zestaw najdroższych produktów trzeba było bowiem zapłacić **295,77 zł**, a w czerwcu 2023 r. wartość ta wyniosła **372,99 zł**.
- **W skali roku podrożały wszystkie kategorie produktów.**
- **Największy wzrost cen w skali roku** (42,71%) odnotowano ponownie w kategorii dodatki.
- W czerwcu 2023 r. na 13 badanych sklepów, we wszystkich ceny były wyższe niż przed rokiem.

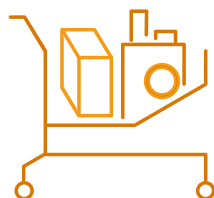
<sup>1</sup> Analiza nie dotyczy sieci ALDI, która została włączona do raportu w styczniu 2023 r.

### Najwyższa suma koszyka



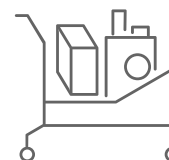
**372,99 zł**

### Średnia suma koszyka



**297,38 zł**

### Najniższa suma koszyka



**229,26 zł**







“

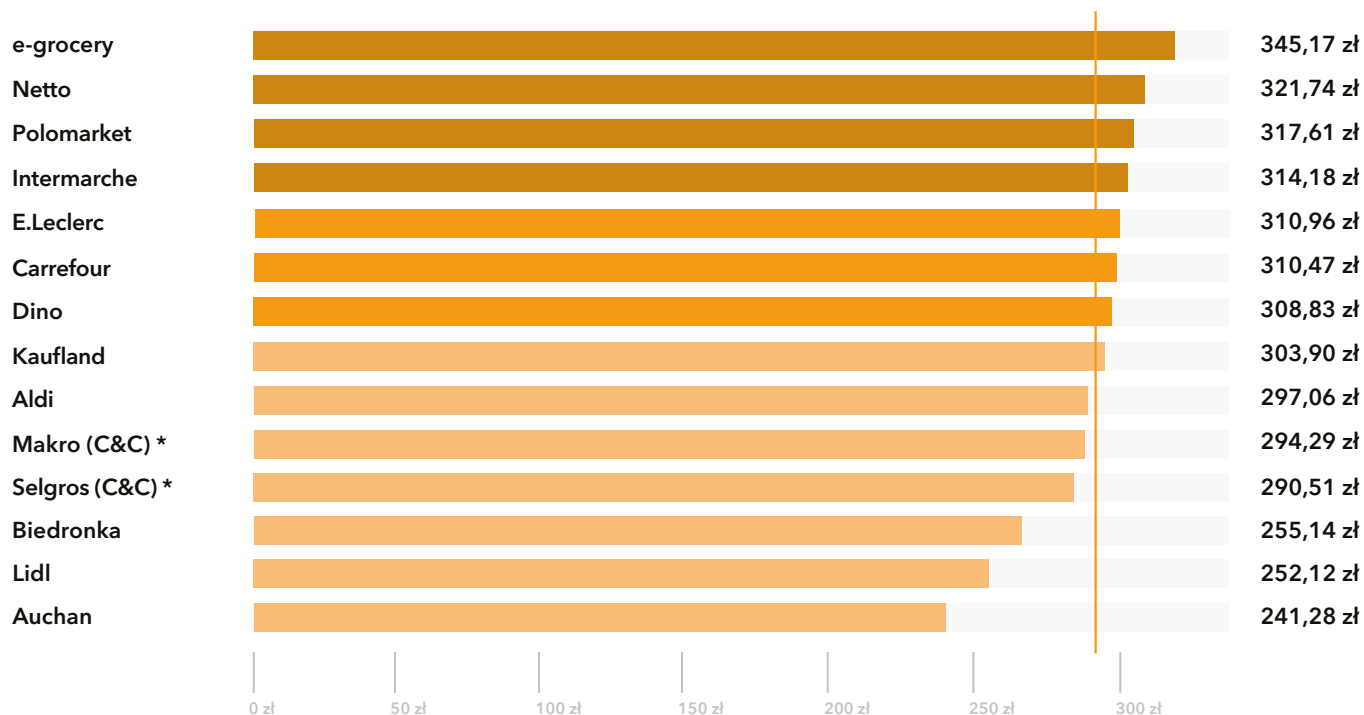
**Wakacje  
powitały  
klientów  
wysokimi  
cenami.**

Wakacje powitały klientów wysokimi cenami. Mimo, że na papierze i w oficjalnych danych GUS inflacja spada, to w sklepach klienci nadal mają do czynienia z drożyzną. Z naszej najnowszej analizy wynika, że cena podstawowych zakupów spożywczych wzrosła rok do roku o ponad 50 zł. Jeszcze bardziej widoczne jest to w przypadku zestawu najtańszych produktów. W ujęciu rocznym jego cena wzrosła o 20%, natomiast cena najdroższego koszyka wzrosła aż o 26%. Te wzrosty są niestety widoczne przy sklepowych kasach i stąd wciąż wysokie wartości na paragonach. Naszym zdaniem w najbliższych tygodniach największe sieci handlowe będą prowadzić aktywną politykę cenową, możliwe są różnego rodzaju wakacyjne promocje, które mają zwiększać sprzedaż i przyciągnąć do sklepów nowych klientów.

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

# Wyniki badań

## średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci



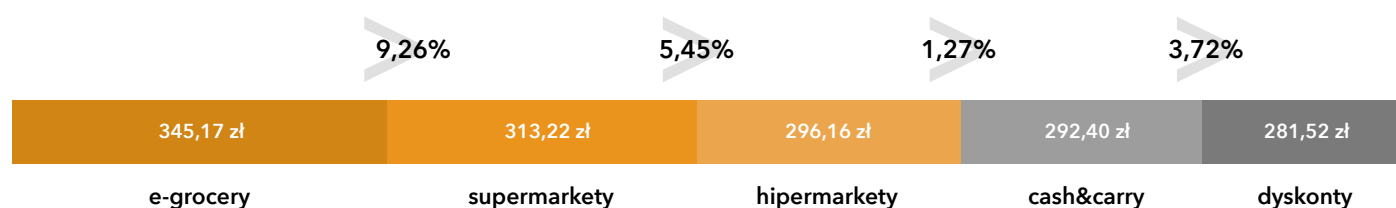
We wszystkich badanych sieciach, w przypadku braku badanego produktu został wykorzystany mechanizm przeliczenia gramatury produktu lub wykorzystano produkt zamienny.

\* 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 9 na 14 sieci objętych badaniem, ceny w czerwcu br. były wyższe niż w maju 2023 r. Najwyższe, średnie ceny w koszyku zakupowym odnotowano ponownie w kanale e-grocery. **Największy wzrost cen można zaobserwować w sieci POLOmarket (5,91%).**

Średnia wartość koszyka zakupowego

**297,38 zł**

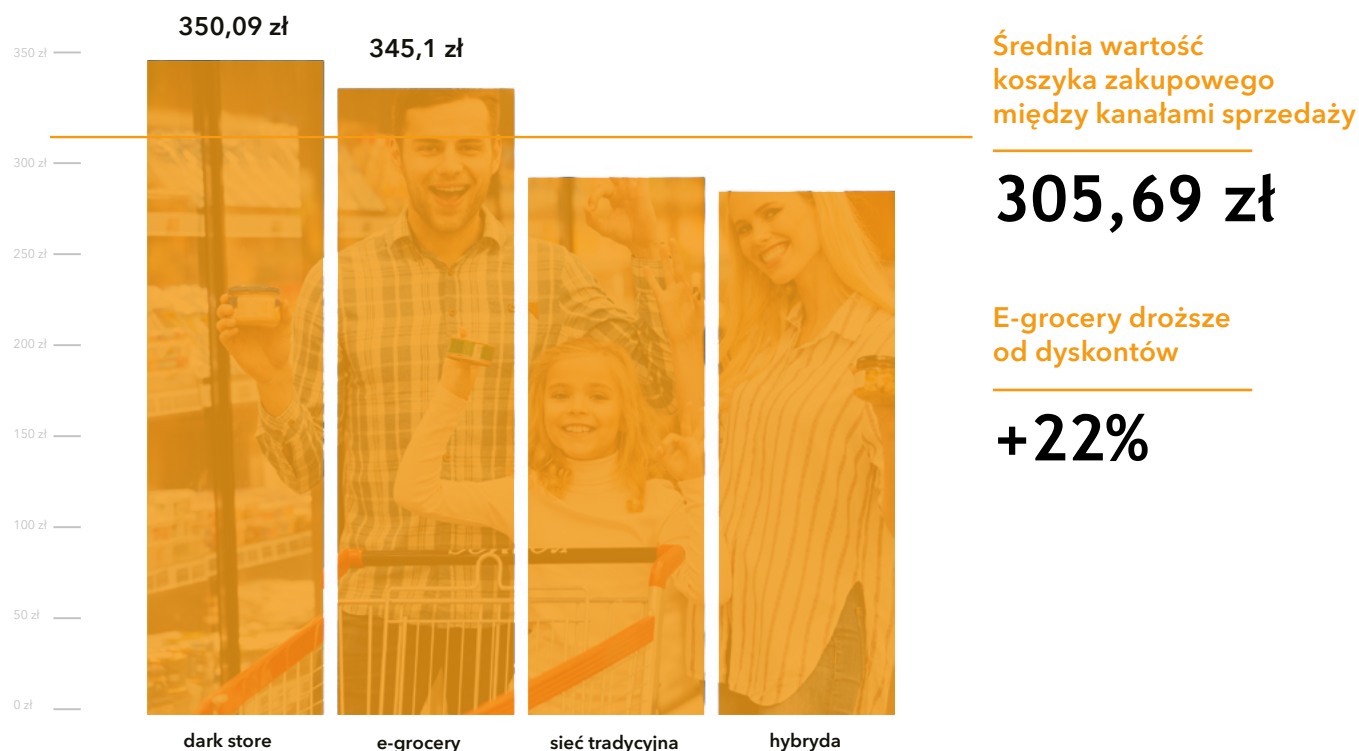


W czerwcu br. ceny w kanale **e-grocery wzrosły (0,66%)**. Za zakupy online zapłaciliśmy **o 2,26 zł więcej** niż w maju br. Różnica między najdroższym w tym zestawieniu koszykiem w kanale e-grocery, a najtańszym średnim koszykiem zakupowym (w tym miesiącu Auchan) wyniosła **43%**.

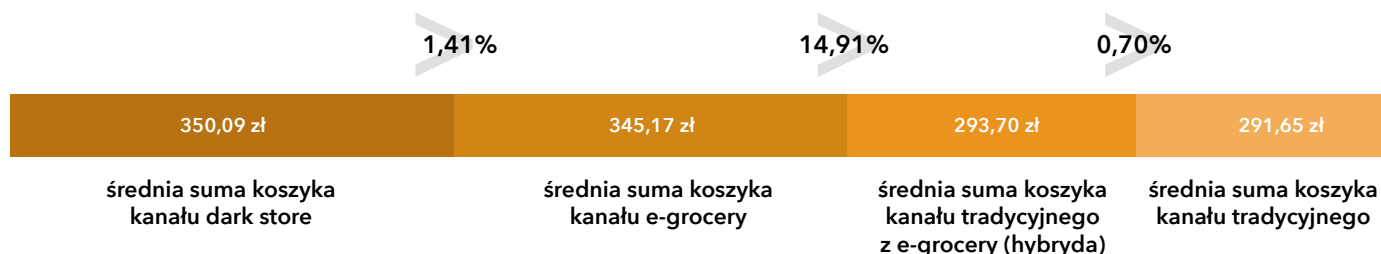
**Różnica między średnią wartością koszyka zakupowego w kanale e-grocery, a koszykiem w najtańszych dyskontach wynosi 22%.** Koszyk w dyskontach kosztował średnio 281,52 zł podczas gdy w kanale e-grocery wartość ta wyniosła 345,17 zł.

# Wyniki badań

## średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały



Badanie koszyka zakupowego przeprowadzone przez ASM Sales Force Agency w czerwcu 2023 r. wskazało, że **najtańsze zakupy można było po raz kolejny zrobić w dyskontach (281,52 zł)**.



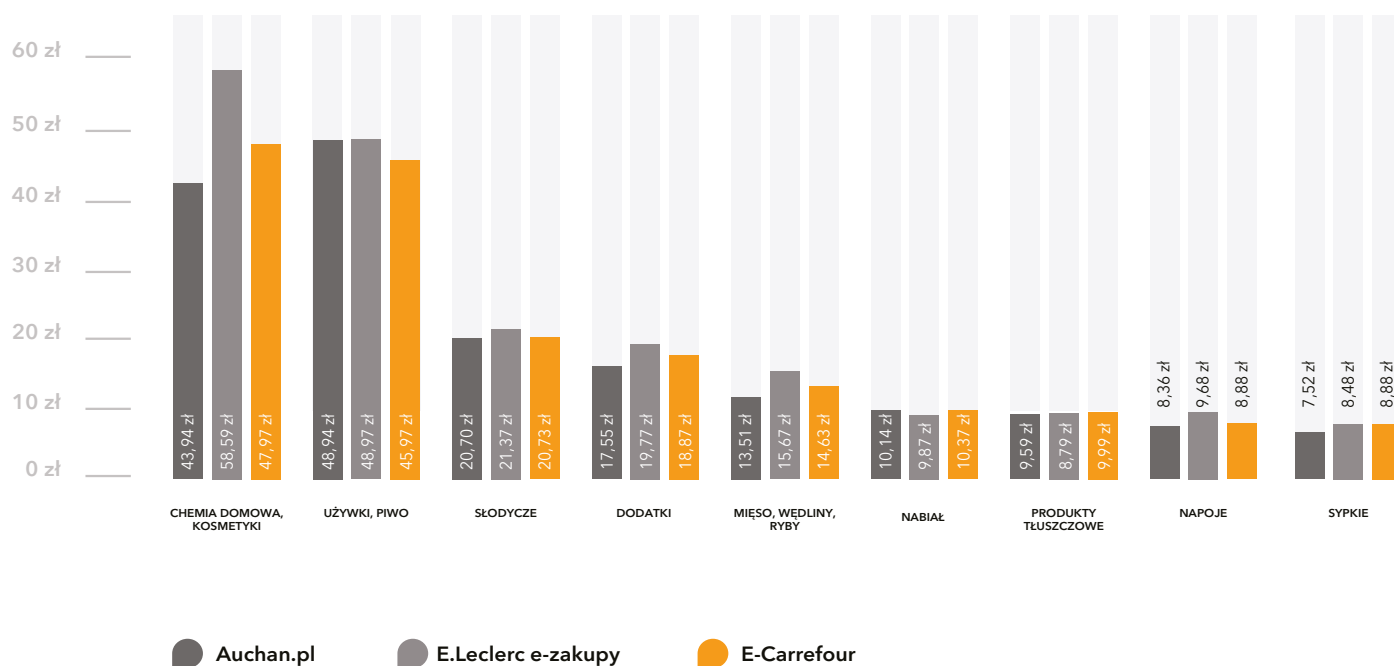
**Najdroższe w czerwcu 2023 r. były zakupy online, gdzie średni koszt koszyka zakupowego wyniósł 345,17 zł, czyli o 22% więcej niż w najtańszych dyskontach.**



# Porównanie modelu hybrydowego

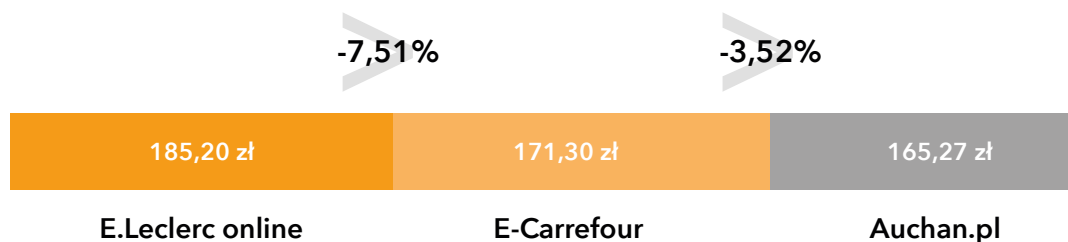
W ramach porównania modelu hybrydowego, w czerwcu 2023 r. w dwóch na trzy analizowane sieci, zakupy online były droższe niż w stacjonarnych wersjach tych samych sklepów. Natomiast w maju 2023 r., w dwóch na trzy sprawdzane sieci, zakupy przez Internet były tańsze.

W 2 sieciach drożej online niż stacjonarnie



Najbardziej wyrównane ceny w czerwcu br. odnotowano w sklepach sieci E.Leclerc (wersja online droższa o 4,19 zł). W przypadku sieci Carrefour zakupy przez Internet były o 10,24 zł tańsze. Natomiast sieć Auchan tak jak w poprzednich miesiącach stawia na handel tradycyjny. Zestaw produktów zamówionych przez Internet był o 27,45 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	98,45 zł	95,11 zł	<b>-3,39%</b>
DODATKI	27,97 zł	29,99 zł	<b>7,21%</b>
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	17,99 zł	16,60 zł	<b>-7,77%</b>
MROŻONKI	20,85 zł	19,63 zł	<b>-5,83%</b>
NABIAŁ	20,57 zł	19,35 zł	<b>-5,93%</b>
NAPOJE	13,05 zł	14,23 zł	<b>9,11%</b>
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	14,42 zł	14,21 zł	<b>-1,43%</b>
SŁODYCZE	66,29 zł	71,03 zł	<b>7,15%</b>
PRODUKTY SYPKIE	10,98 zł	12,53 zł	<b>14,17%</b>
UŻYWKI, PIWO	54,61 zł	57,41 zł	<b>5,13%</b>

**5/10**  
grup  
produktów  
tańszych w  
dark store

**tłuszcze**  
najmniejsza  
różnica w cenie  
w kategorii

**produkt  
sypkie**  
największa  
różnica w cenie  
w kategorii

W czerwcu 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, słodycze, produkty sypkie oraz używki i piwo. Natomiast w e-grocery droższe były: chemia domowa i kosmetyki, mięso, wędliny i ryby, mrożonki, nabiał oraz produkty tłuszczowe. Największą różnicę w cenie stwierdzono w przypadku produktów sypkich, a najmniejszą w kategorii produkty tłuszczowe.

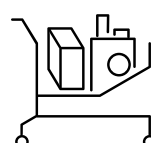
dark store

**350,09 zł**



**-1,41%**

e-grocery



**345,17 zł**

# Wyniki badań

## według grup produktowych


Zestawienie z czerwca br. wykazuje, że najczęściej najdroższych grup produktów ( 10 na 10) było w kanale e-grocery. Natomiast **najwięcej najtańszych grup produktowych (7) można było znaleźć w dyskontach** (chemia domowa i kosmetyki, dodatki, mięso, wędliny i ryby, mrożonki, nabiał, produkty tłuszczowe czy używki i piwo). Trzy najtańsze grupy produktów były w sklepach Cash&Carry (napoje, słodczyce i produkty sypkie). Natomiast ani jednej najtańszej grupy produktów nie było w czerwcu w kanale e-grocery, supermarketach czy hipermarketach.


10 z 10

kategorii produktów najdroższe w e-grocery

Najwięcej najtańszych grup w dyskontach

	cash & carry	dyskonty	e-grocery	hipermarkety	supermarkety
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	86,41 zł	78,70 zł	98,45 zł	84,64 zł	89,97 zł
DODATKI	25,18 zł	23,18 zł	27,97 zł	23,58 zł	26,37 zł
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	15,10 zł	14,04 zł	17,99 zł	15,04 zł	16,22 zł
MROŻONKI	16,48 zł	14,82 zł	20,85 zł	15,37 zł	16,48 zł
NABIAŁ	16,90 zł	16,78 zł	20,57 zł	17,45 zł	17,36 zł
NAPOJE	10,58 zł	10,75 zł	13,05 zł	11,50 zł	12,39 zł
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	13,68 zł	12,72 zł	14,42 zł	13,04 zł	13,08 zł
SŁODYCZE	49,24 zł	51,37 zł	66,29 zł	51,71 zł	58,80 zł
PRODUKTY SYPKIE	8,98 zł	9,44 zł	10,98 zł	9,51 zł	9,92 zł
UŻYWKI, PIWO	49,87 zł	49,74 zł	54,61 zł	54,33 zł	52,64 zł

 Najwyższa wartość

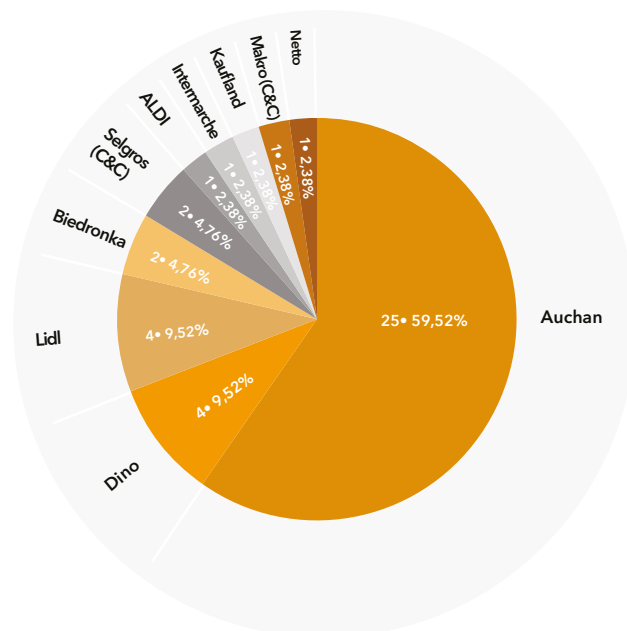
 Najniższa wartość

# Analiza udziału w sieci w minimalnych i maksymalnych cenach produktów

11•

oznaczenie liczby  
produktów w cenie  
minimalnej

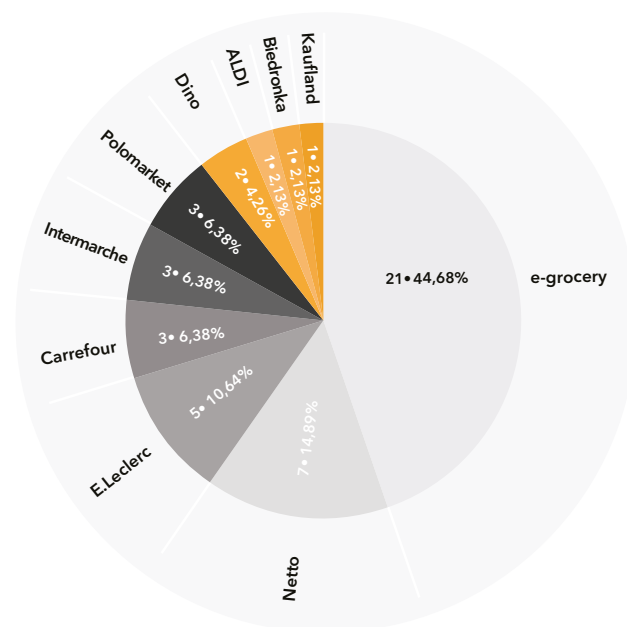
Czerwiec potwierdził, że w przypadku minimalnych cen produktów, liderem ponownie jest Auchan, który oferował aż 25 produktów w cenach minimalnych. Kolejno uplasowały się sieci Lidl i Dino z 4 produktami z najniższymi cenami. Na wykresie widzimy, że w sklepach Biedronka i Selgros\* Cash & Carry znalazły się po 2 produkty w cenach minimalnych na 40 analizowanych. W sieciach ALDI, Intermarche, Kaufland, Netto i Makro\*\* Cash & Carry znalazł się jeden najtańszy produkt.



11•

oznaczenie liczby  
produktów w cenie  
maksymalnej

Najwięcej najdroższych badanych produktów (21) można było w czerwcu br. znaleźć w kanale e-grocery. Tuż za nim znalazły się sklepy Netto (7 produktów), a dalej: E.Leclerc (5 produktów), Carrefour, Intermarche, POLOmarket (po 3 produkty), Dino (2 produkty) oraz ALDI, Biedronka i Kaufland 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.

\*\* 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.

# 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 Lisner śledzik na raz pikantny 100g w sieci Kaufland kosztował 1,74 zł, a w kanale e-grocery jego cena wyniosła 3,76 zł, czyli o 116% więcej. Natomiast warzywa Hortex na patelnię z bazylią i tymiankiem 450g można było kupić w sklepach Auchan za 3,94 zł, a w kanale e-grocery za 8,49 zł - tu różnica wyniosła 115%.

Lp.	Produkt	Sieć	Cena minimalna	Sieć	Cena maksymalna
1	Baton Prince Polo Classic XXL 50g	Selgros	1,13 zł *	Netto	1,75 zł
2	Chipsy Lays paprykowe 140g	Lidl	4,77 zł *	Intermarche	7,99 zł
3	Cif Cream Mleczko do czyszczenia Lemon 780 ml	Auchan	8,98 zł *	Netto	15,29 zł
4	Coca Cola Original butelka PET 0,5l	Auchan	2,44 zł *	e-grocery	4,63 zł
5	Czekolada Milka Mleczna Alpine Milk 100g	Biedronka	3,39 zł	e-grocery	4,95 zł
6	Dr. Oetker Pizza Guseppe 4 sery 335g	Auchan	7,57 zł	e-grocery	12,35 zł
7	Dżem Łowicz truskawkowy słoiczek 280 g	Auchan	3,69 zł *	Polomarket	6,49 zł
8	Garnier Regenerujący Krem do rąk 100 ml tubka	Auchan, Lidl	8,95 zł *	E.Leclerc	18,99 zł
9	Guma do żucia Orbit spearmint draże 35g	Auchan	2,97 zł	e-grocery	4,73 zł
10	Herbata Lipton Yellow Label 92/100 saszetek	Auchan	13,98 zł *	Carrefour, Dino, Intermarche, Kaufland	19,99 zł
11	Hortex Warzywa na patelnię z bazylią i tymiankiem 450g	Auchan	3,94 zł *	e-grocery	8,49 zł
12	Kabanosy Tarczyński Exclusive Wieprzowe 105g	Lidl	4,98 zł *	E.Leclerc	8,50 zł
13	Kawa mielona Jacobs Kronung 500g	Auchan	23,97 zł *	e-grocery, Netto	30,75 zł
14	Ketchup Pudliszki łagodny 480g	Auchan	4,94 zł	Polomarket	7,99 zł
15	Kostka Kasia do pieczenia 250g	Aldi	2,99 zł	e-grocery	4,95 zł
16	Lisner "śledzik na raz" pikantny 100g	Kaufland	1,74 zł	e-grocery	3,76 zł
17	Lody Manhattan Classic różne rodzaje 1,4l	Makro	14,89 zł	e-grocery	28,43 zł
18	Majonez Winiary 400 ml	Auchan	6,28 zł *	e-grocery	10,65 zł
19	Margaryna Rama Classic 400 g	Dino	6,99 zł *	Netto	10,19 zł
20	Mleko Łowickie 3,2% 1l	Dino, Netto	3,49 zł	e-grocery	4,98 zł
21	Musztarda Sarepska Kamis 185g	Auchan	2,38 zł	E.Leclerc	3,99 zł
22	Napój energetyczny BLACK puszka 0,25l	Auchan	1,94 zł *	Netto	3,05 zł
23	Nivea Sport Men żel pod prysznic 500 ml	Selgros	12,98 zł *	e-grocery	16,59 zł



24	Nutella krem 350g słoik	Auchan	9,97 zł *	e-grocery	14,83 zł
25	Parówki Berlinki Classic opak. 250 g	Auchan	3,97 zł *	e-grocery	6,04 zł
26	Pasta Colgate MaxFresh 100 ml	Lidl	5,45 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	Intermarche	5,70 zł	e-grocery	7,58 zł
29	Płyn do płukania ust Listerine Cool Mint 500 ml	Auchan	9,97 zł *	e-grocery	18,45 zł
30	Płyn do zmywania Fairy Lemon 450 ml	Dino	4,50 zł	e-grocery	8,09 zł
31	Prymat pieprz czarny mielony 20g	Auchan	1,18 zł	Biedronka, Polomarket	1,99 zł
32	Serek Almette śmietankowy 150g	Auchan	4,38 zł *	e-grocery	6,50 zł
33	Serek Danio Wanilia 130 g	Auchan	1,78 zł *	e-grocery	2,59 zł
34	Serek Wiejski Piątnica 200g	Dino	1,99 zł	e-grocery	2,83 zł
35	Sok Tymbark 100% pomarańcza 1l karton	Auchan	3,98 zł *	Aldi, Carrefour, Dino	5,49 zł
36	Sos Tatarski Winiary 250 ml	Auchan	4,44 zł	Netto	7,19 zł
37	Szampon L'oreal Elseve Color Vive 400 ml	Auchan	12,98 zł	E.Leclerc	26,99 zł
38	Zott Monte 150 g (white/black/classic)	Auchan	2,68 zł *	e-grocery	3,68 zł
39	Zupka instant VIFON łagodny 70g	Auchan	1,68 zł	Intermarche	2,49 zł
40	Żelki Haribo Classic (Złote Misie) 85 g torebka	Biedronka	2,25 zł	E.Leclerc	3,99 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)

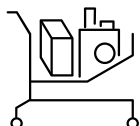
Analizując koszyk bazujący na najniższych cenach produktów zaraportowanych spośród wszystkich lokalizacji badanych sieci moglibyśmy zapłacić **229,26 zł (więcej o 9,46 zł niż w maju br.)**, natomiast przyjmując najwyższe ceny - **372,99 zł (mniej o 2,89 zł niż w maju br.)**. Różnica między najtańszym, a najdroższym koszykiem w czerwcu 2023 r. **wyniosła 143,73 zł** i jest ona **o 12,35 zł niższa niż w maju br.** Jeśli spojrzymy na dane w ujęciu rocznym, to **suma koszyka minimalnego w czerwcu 2023 r. była wyższa o 19,29%** niż przed rokiem, natomiast **koszyk maksymalny był w czerwcu 2023 r. droższy o 26,11%** niż w 2022 r.

Spadek ceny  
koszyka  
maksymalnego  
względem  
maja 2023r.  
**-0,77%**

### Najdroższy koszyk

Najwyższa cena  
koszyka

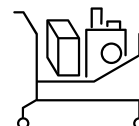
**372,99 zł**



### Najtańszy koszyk

Najniższa cena  
koszyka

**229,26 zł**



Wzrost ceny  
koszyka  
minimalnego  
względem  
maja 2023r.

**4,30%**

# Porównanie wyników rok do roku

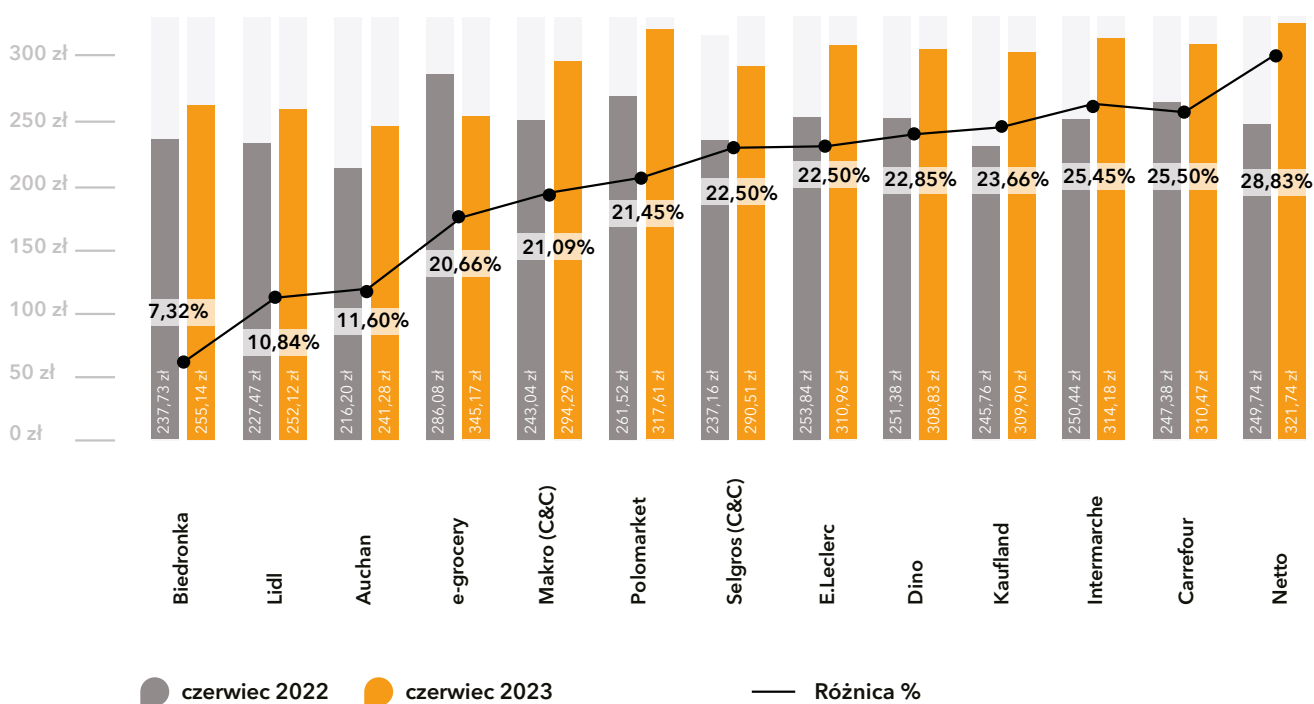
## czerwiec 2022 vs. czerwiec 2023

Eksperti ASM Sales Force Agency od trzech lat cyklicznie analizują ceny zestawu 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 Netto

**+28,83%**

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



**Największy wzrost, tj. na poziomie 28,83% odnotowano w sieci Netto, w której średnia cena wzrosła o 72,00 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

## czerwiec 2022 vs. czerwiec 2023

Zestawienie cen poniższych kategorii produktowych rok do roku pokazuje, że w czerwcu 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 czerwcu br. wzrost ten wyniósł 42,71% wobec 2022 r.**

Grupa produktowa	2022	2023	Różnica
DODATKI	17,10 zł	24,40 zł	<b>42,71%</b>
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	67,28 zł	84,94 zł	<b>26,25%</b>
PRODUKTY SYPKIE	7,67 zł	9,58 zł	<b>24,87%</b>
SŁODYCZE	43,68 zł	53,31 zł	<b>22,06%</b>
MROŻONKI	13,24 zł	15,92 zł	<b>20,25%</b>
NAPOJE	9,93 zł	11,39 zł	<b>14,71%</b>
UŻYWKI, PIWO	45,96 zł	52,16 zł	<b>13,49%</b>
NABIAŁ	15,85 zł	17,38 zł	<b>9,66%</b>
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	13,81 zł	15,14 zł	<b>9,64%</b>
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	12,23 zł	13,14 zł	<b>7,46%</b>
Suma średnich cen grup	246,75 zł	297,37 zł	<b>20,52%</b>

W każdej z analizowanych grup produktów odnotowano zmiany cen, jednak **najmniejszą różnicę stwierdzono w przypadku kategorii produkty tłuszczowe (w czerwcu 2023 r. drożej o 7,46%).**

Wartość hipotetycznego koszyka skomponowanego wyłącznie z najdroższych produktów, była w czerwcu 2023 roku **o 26,11% wyższa niż przed rokiem - to różnica o 77,22 zł.** W przypadku koszyka z najtańszymi produktami odnotowaliśmy wzrost **w 2023 r. o 19,29%** w stosunku do roku 2022 - tutaj różnica kształtowała się na poziomie **37,07 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

### Czerwiec 2023

Najwyższa  
suma koszyka

**372,99 zł**



**+26,11%**

Średnia  
suma koszyka

**297,38 zł**



**+20,52%**

Najniższa  
suma koszyka

**229,26 zł**

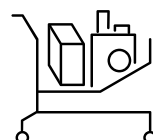


**+19,29%**

### Czerwiec 2022

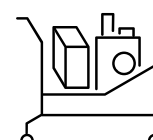
Najwyższa  
suma koszyka

**295,77 zł**



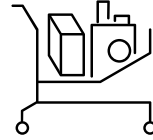
Średnia  
suma koszyka

**246,75 zł**



Najniższa  
suma koszyka

**192,19 zł**



# Porównanie wyników

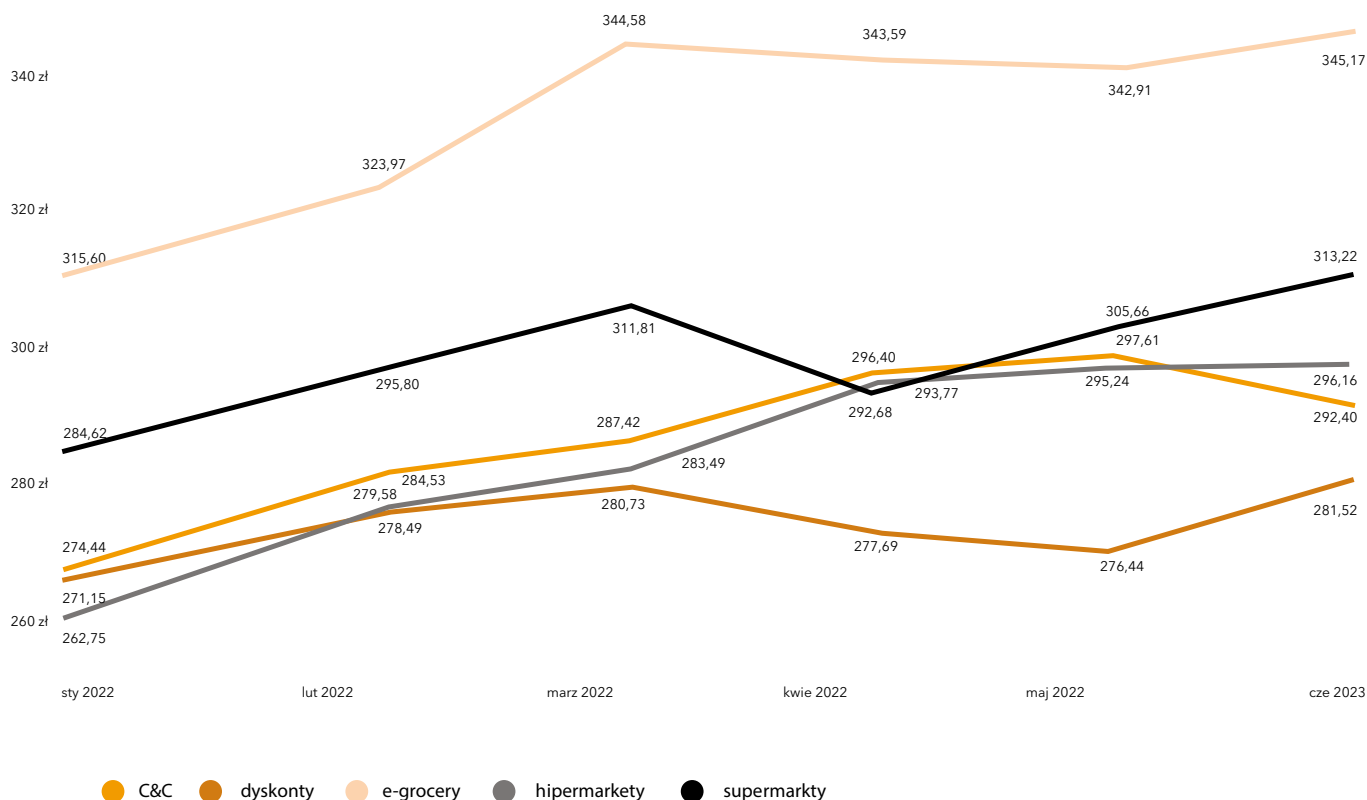
## maj 2023 vs. czerwiec 2023

Z danych zebranych przez ASM Sales Force Agency wynika, że w 9 na 14 sieci objętych badaniem, ceny w czerwcu br. były wyższe niż maju br. Nieznaczne spadki cen odnotowano w pięciu sieciach, m.in. Selgross Cash & Carry (-4,60%), E.Leclerc (-3,44%). Natomiast największa podwyżka dotknęła zakupy w sieci POLOmarket (5,91%). To wzrost o 17,72 zł w porównaniu do maja br.

W czerwcu br. najtańsze zakupy można było zrobić w sieci Auchan. W sklepach tej marki średni koszt koszyka zakupowego wyniósł 241,28zł. Najdroższy natomiast okazał się kanał e-grocery, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 345,17 zł.

	05.23	06.23	różnica
e-grocery	342,91 zł	345,17 zł	<b>0,66%</b>
SELGROS (C&C)	304,51 zł	290,51 zł	<b>-4,60%</b>
MAKRO (C&C)	290,70 zł	294,29 zł	<b>1,23%</b>
BIEDRONKA	253,75 zł	257,98 zł	<b>1,67%</b>
LIDL	249,49 zł	255,14 zł	<b>0,55%</b>
NETTO	309,01 zł	321,74 zł	<b>4,12%</b>
AUCHAN	241,82 zł	241,28 zł	<b>-0,22%</b>
CARREFOUR	303,32 zł	310,47 zł	<b>2,36%</b>
KAUFLAND	305,95 zł	303,90 zł	<b>-0,67%</b>
E.LECLERC	322,04 zł	310,96 zł	<b>-3,44%</b>
INTERMARCHE	303,05 zł	314,18 zł	<b>3,67%</b>
DINO	311,43 zł	308,83 zł	<b>-0,83%</b>
POLOMARKET	299,89 zł	317,61 zł	<b>5,91%</b>
ALDI	293,51 zł	297,06 zł	<b>1,21%</b>

Zestawienie cen w podziale na kategorie sklepów pokazuje, że w czerwcu 2023 r. podobnie jak przed miesiącem najtańsze zakupy można było zrobić w dyskontach, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 281,52 zł. Tuż za nimi z różnicą na poziomie 10,88 zł znalazło się Cash & Carry. Natomiast najwyższą wartość koszyka zakupowego odnotowano w kanale e-grocery - 345,17 zł, czyli o 22% więcej niż w najtańszych dyskontach. Największy wzrost cen w skali miesiąca ponownie jest widoczny w supermarketach (7,56 zł).



# Porównanie wyników

## II kwartał 2023 vs. II kwartał 2022

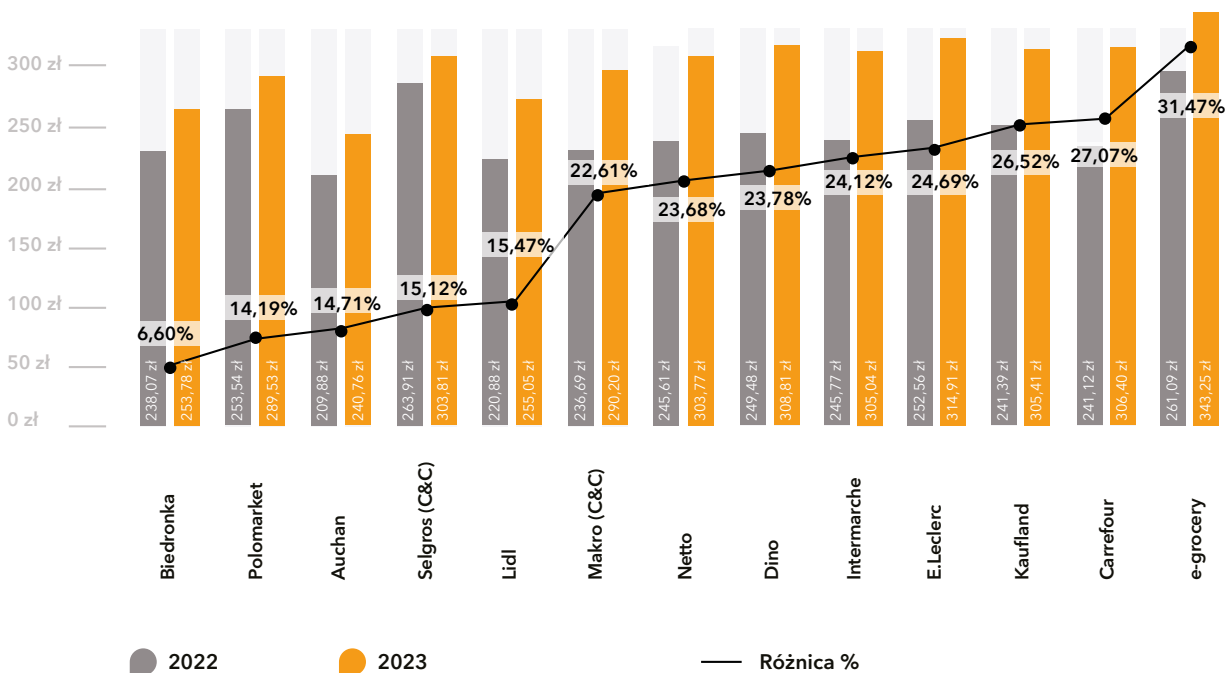
Interesujące obserwacje przynosi porównanie cen w II kwartale 2023 r. wobec 2022 r.

We wszystkich 13 analizowanych sieciach handlowych oraz kanale sprzedaży online ceny koszyka w II kwartale 2023 były wyższe niż przed rokiem. W największym stopniu ceny wzrosły w sklepach Carrefour (27,07%), Kaufland (26,52%), E.Leclerc (24,69%) oraz w Intermarche (24,12%). Jeszcze droższy był tylko kanał e-grocery. W jego przypadku wzrost cen wyniósł aż 31,47%.

Największy wzrost ceny koszyka w Carrefour

**+27,07%**

 Koszyk Zakupowy





# Czerwiec w liczbach



9/14

sieci podniosło ceny produktów wobec maja 2023




w skali roku podrożały wszystkie kategorie produktów

**+42,71 %**

największy wzrost cen w skali roku w kategorii dodatki



**Koszyk Zakupowy**



Wzrost ceny koszyka minimalnego wobec 2022 r.

**+19,29%**



# Metodologia badania

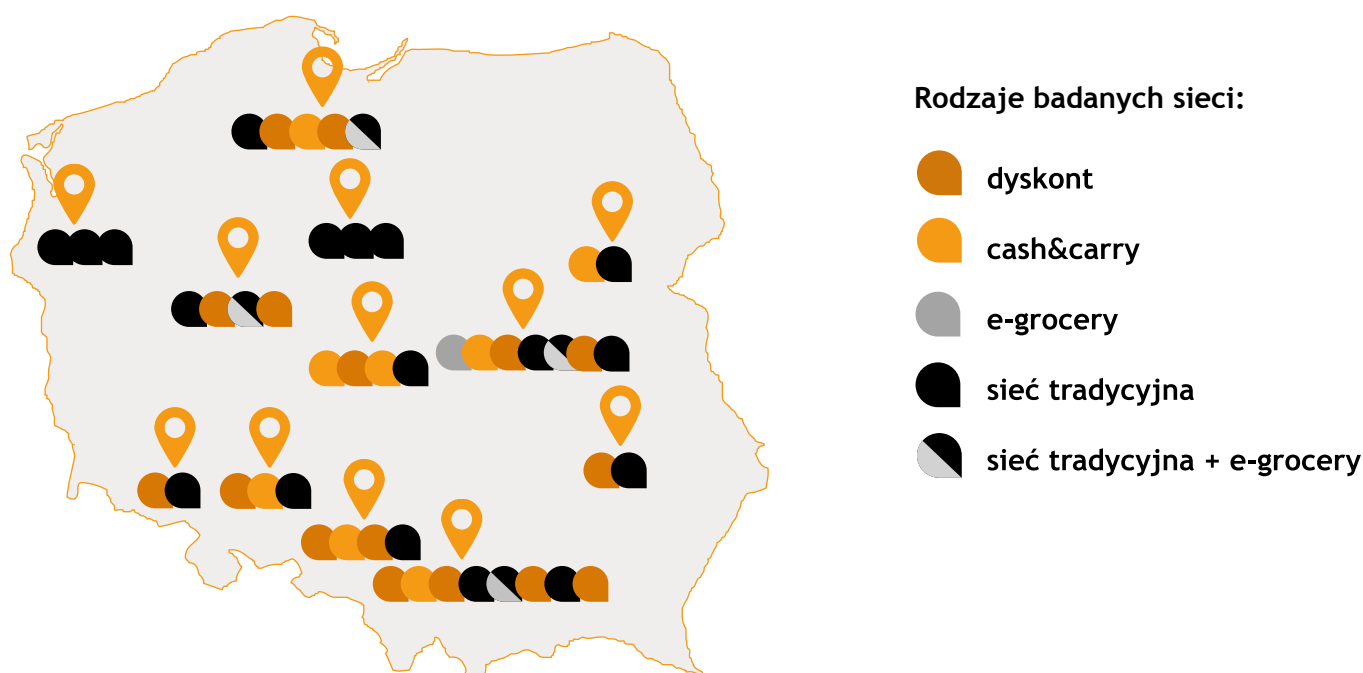
Badanie ASM Sales Force Agency obejmuje porównanie cen analogicznych produktów FMCG (tych samych marek i o tych samych gramaturach) z różnych kategorii, w sklepach stacjonarnych, internetowych oraz tzw. hybrydach (czyli sieciach prowadzących zarówno sprzedaż online, jak i offline).

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. m<sup>2</sup>; supermarketach (Dino, Polomarket) - samoobsługowych sklepach o powierzchni od 400 m<sup>2</sup> do 2,5 tys. m<sup>2</sup>; 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; żywniki 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.

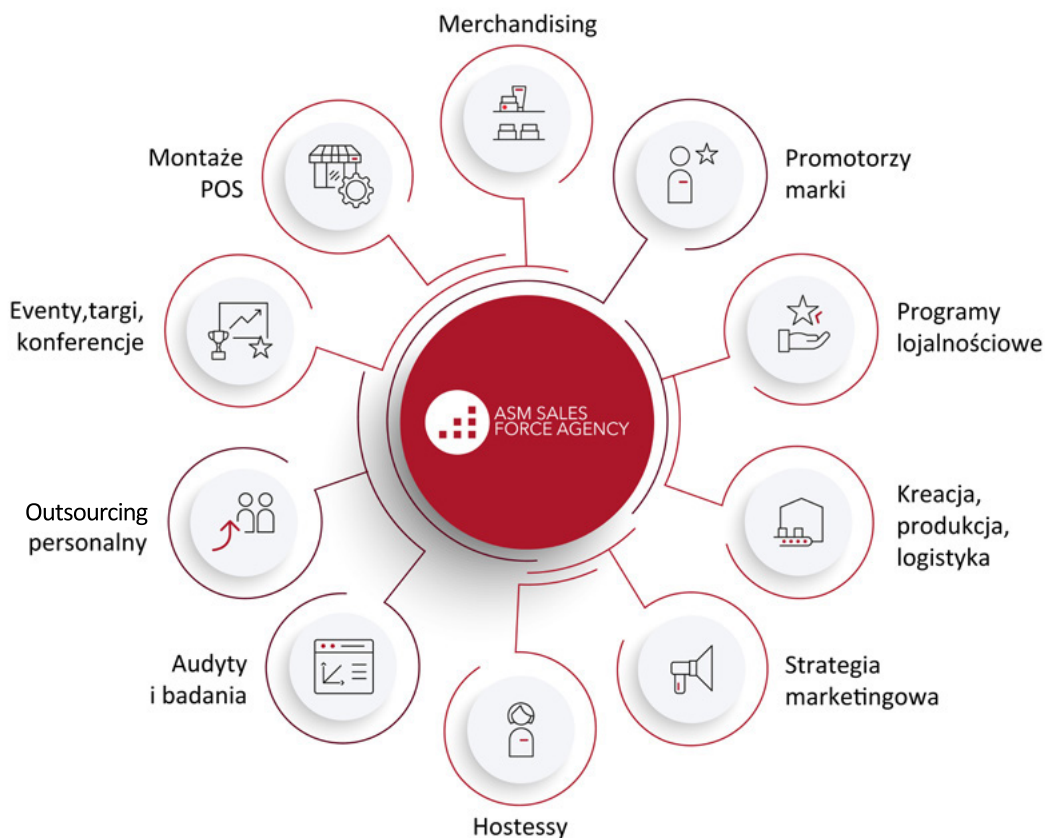
ASM Sales Force Agency przeprowadza badanie i porównanie cen koszyka w cyklach comiesięcznych. Aktualne dane zebrano w dniach 5 - 7 czerwca 2023 r. Raport został sporządzony przez ekspertów ASM Sales Force Agency, spółki specjalizującej się w świadczeniu kompleksowych usług wsparcia sprzedaży i outsourcingu.

## Zasięg badania wg lokalizacji



# 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](http://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](#)

