



08 | 2023

## Badanie i Raport: Koszyk Zakupowy



**Koszyk  
Zakupowy**

# Spis treści

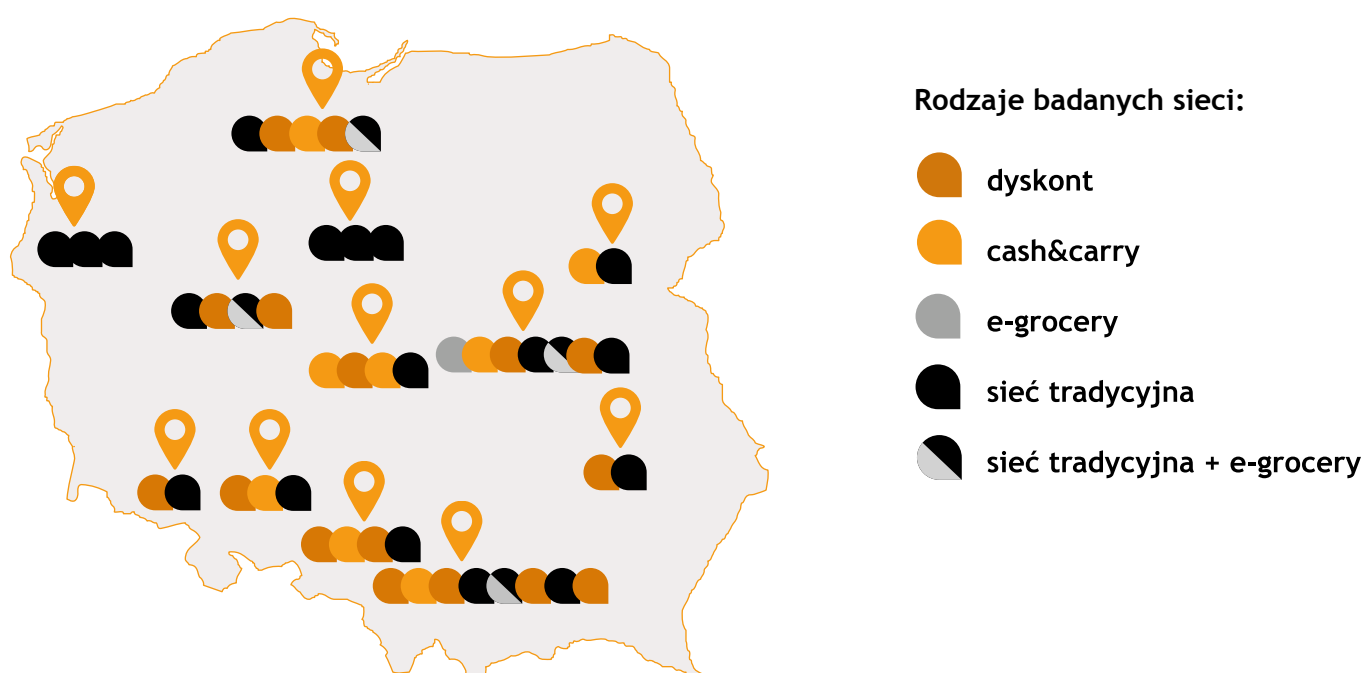
1.	<b>Metodologia badania</b>	3
2.	<b>Wstęp do raportu</b>	4
3.	<b>Najważniejsze wnioski</b>	5
4.	<b>Wyniki badań</b> średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci	8
5.	<b>Wyniki badań</b> średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały	9
6.	<b>Porównanie modelu hybrydowego</b>	10
7.	<b>Porównanie</b> dark store i e-grocery	11
8.	<b>Wyniki badań</b> według grup produktowych	12
9.	<b>Analiza udziału sieci</b> w minimalnych i maksymalnych cenach produktów	13
10.	<b>Szczegółowy wykaz produktów</b> ze wskazaniem ich cen minimalnych i maksymalnych	14
11.	<b>Porównanie wyników rok do roku</b> sierpień 2022 vs. sierpień 2023	16
12.	<b>Porównanie wyników</b> lipiec 2023 vs. sierpień 2023	18
13.	<b>Sierpień w liczbach</b>	19
14.	<b>O ASM Sales Force Agency</b>	20

# 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). W podziale na sieci tradycyjne badanie jest przeprowadzane w: **dyskontach** (Lidl, Biedronka, Netto, ALDI) czyli 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>; **sklepach typu Cash & Carry** (Makro, Selgros) - wielkopowierzchniowych sklepach/hurtowniach, przeznaczonych dla przedsiębiorców i detalistów. Raport uwzględnia również porównanie koszyka zakupowego w podziale na kanały sprzedaży. W tym przypadku obejmuje: **kanal e-grocery** (frisco.pl, dodomku.pl, polskikoszyk.pl, szybkikoszyk.pl, megasam24.pl oraz barbora.pl.) czyli sklepy prowadzące działalność wyłącznie w Internecie; **dark store** - wirtualne sklepy oferujące szybką dostawę do domu; **sieci tradycyjne** prowadzące sprzedaż w sklepach stacjonarnych oraz tzw. **hybrydy**, czyli sieci oferujące 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 7 - 9 sierpnia 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



# Wstęp do raportu

Średnia cena koszyka

**285,02 zł**

Artykuły spożywcze droższe niż przed rokiem

**12 %**

Najtaniej  
w Lidl

Najdrożej  
w E.Leclerc

Oddajemy w Państwa ręce najnowsze Badanie i Raport Koszyk Zakupowy, zawierające analizę cen najpopularniejszych artykułów spożywczych w sieciach handlowych i kanałach sprzedaży. Publikacja przedstawia zarówno miesięczne, jak i roczne zmiany cen koszyka zakupowego, w którym znalazło się 40 wybranych produktów FMCG z 10 podstawowych kategorii.

Badanie i Raport Koszyk Zakupowy przeprowadzone przez **ASM Sales Force Agency** w sierpniu 2023 r. wykazało, że średnia cena koszyka zakupowego zawierającego najpopularniejsze artykuły codziennego użytku spadła o **15,56 zł, czyli 5,18%** i wyniosła **285,02 zł**. Dodatkowo, z zebranych danych wynika, że **w 11 na 13<sup>1</sup> sieci** objętych badaniem, **ceny** w sierpniu br. **były niższe** niż lipcu br. Niewielkie **wzrosty cen** odnotowano jedynie **w dwóch sieciach**, tj. Carrefour (2,38%) i E.Leclerc (6,74%). Zgromadzone dane wskazują również, że **wartość koszyka zakupowego zdrożała rok do roku o 12,02%** z 254,44 zł w sierpniu 2022 r. do 285,02 zł w sierpniu 2023 r.

Z sierpniowego badania wynika, że Auchan, który był dotychczasowym liderem najniższych cen został zdetronizowany. Tym razem **najtańsze zakupy** można było zrobić **w sieci Lidl**, w której średni koszt koszyka zakupowego ASM Sales Force Agency wyniósł **228,43 zł**. To spadek o **19,83 zł, czyli o 7,99 % mniej** niż najtańszy koszyk w lipcu br., należący przed miesiącem do Auchan. Różnica w średniej cenie koszyka między pierwszym, a drugim i trzecim sklepem w rankingu wyniosły odpowiednio więcej o 0,22 zł (Auchan) i 3,01 zł (Biedronka). **Najwyższą wartość koszyka zakupowego** w sierpniu 2023 r. odnotowało **w sieci E.Leclerc**, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić **315,82 zł**.

<sup>1</sup> Od sierpnia 2023 r. zestawienie obejmuje wyłącznie 13 sieci tradycyjnych, z wyłączeniem kanału e-grocery.

# Najważniejsze wnioski

Według danych GUS ceny towarów i usług konsumpcyjnych w sierpniu 2023 wzrosły rok do roku o 10,1%, a w porównaniu z poprzednim miesiącem utrzymały się na tym samym poziomie. Hamowanie inflacji znajduje odzwierciedlenie w raporcie przygotowywanym przez ekspertów ASM Sales Force Agency. Po raz pierwszy od października 2021 roku odnotowano znaczący spadek cen miesiąc do miesiąca. Najtańsze zakupy tym razem zaoferowała sieć Lidl, choć różnica w średniej cenie koszyka między liderem a drugim Auchan wyniosła zaledwie 0,22 zł. Natomiast najdroższym sklepem stacjonarnym okazał się E.Leclerc. Największy wzrost cen w skali roku ponownie odnotowano w kategorii dodatki, natomiast produkty tłuszczowe potaniały jako jedyne w ujęciu rok do roku. W kolejnych rozdziałach prezentujemy dane zebrane w 13 sieciach handlowych i 4 kanałach sprzedaży.

## W ujęciu miesięcznym:

- W sierpniu 2023 r. **pozycję lidera z najniższym wynikiem średniej wartości koszyka przejęła sieć Lidl. Najdroższa okazała się natomiast sieć E.Leclerc.**
- **W 11 na 13 sieci** objętych badaniem, **ceny badanych produktów w sierpniu były niższe niż w lipcu br.** Niewielkie **wzrosty cen** odnotowano jedynie **w dwóch sieciach.**
- **Największy spadek średniej ceny koszyka zakupowego** miał miejsce **w sieci Biedronka (9,66%),** natomiast największy wzrost **w sklepach E.Leclerc (6,74%).**
- Wśród kategorii sieci tradycyjnych, **najtańsze zakupy można było zrobić w dyskontach - 267,44 zł.**
- W zestawieniu **kanałów sprzedaży najwyższe, średnie ceny** badanych produktów w koszyku zakupowym odnotowano **w e-grocery - 355,91 zł.** W sierpniu 2023 r. za zakupy online płaciliśmy **o 8,17 zł więcej** niż przed miesiącem. Natomiast **najtańsze zakupy (282,09 zł)** można było zrobić **w sklepach hybrydowych** czyli sieciach prowadzących sprzedaż stacjonarną oraz internetową.
- **Wartość koszyka minimalnego,** czyli zestawu produktów dostępnych w sieciach handlowych w najniższych cenach wyniosła w sierpniu 2023 r. **212,01 zł** (mniej o 13,60 zł niż w lipcu br.). Natomiast **koszyk badanych produktów w najwyższych cenach - 349,86 zł** (mniej o 17,52 zł niż w lipcu br.).
- **Różnica między minimalnym, a maksymalnym koszykiem** w sierpniu 2023 r. wyniosła 137,85 zł i jest ona o 3,92 zł niższa niż w lipcu br.
- Wśród produktów ujętych w badaniu **najwięcej z cenami minimalnymi,** podobnie jak w lipcu br. oferował **Auchan (24 produkty).** **Najmniej najtańszych produktów** zawartych w badaniu można było znaleźć **w sieciach Dino i Selgros Cash & Carry (po 1 produkcie).**
- Wśród produktów ujętych w badaniu **najwięcej z cenami maksymalnymi oferowała sieć Netto** (12 produktów).

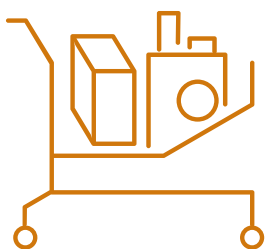


## W ujęciu rocznym:

- **Wartość koszyka zakupowego zdrożała rok do roku o 12,02%** z 254,44 zł w sierpniu 2022 r. do 285,02 zł w sierpniu 2023 r.
- W 10 na 12<sup>2</sup> analizowanych sieciach **odnotowano wzrost cen wobec 2022 roku**. Były to min.: Intermarché (19,17%), Makro Cash & Carry (19,86%) czy E.Leclerc (23,65%).
- **Największy wzrost cen koszyka** odnotowano **w sieci Carrefour**, w którym średnia cena koszyka w sierpniu 2023 r. była wyższa aż o **62,30 zł** niż przed rokiem, tj. o 24,83%.
- **W ujęciu rocznym spadek cen** 40 badanych produktów zaobserwowano **w sklepach Biedronka (5,94%) i Lidl (3,17%)**.
- **Wartość badanych towarów w koszyku minimalnym wzrosła o 6,73%**, ze **198,65 zł** w sierpniu 2022 r. do **212,01 zł** w sierpniu 2023 r. W lipcu 2023 r. odnotowano również wzrost i r/r i wyniósł on 17,11%. **Wartość maksymalna koszyka zakupowego** w sierpniu 2023 r. wzrosła o **17,33%** wobec sierpnia 2022 r. Przed rokiem za zestaw najdroższych produktów trzeba było bowiem zapłacić **298,19 zł**, a w sierpniu 2023 r. wartość ta wyniosła **349,86 zł**.
- **W skali roku podrożało 9 z 10 kategorii produktów**.
- **Największy wzrost cen w skali roku (28,97%)** odnotowano ponownie w kategorii dodatki. **Produkty tłuszczowe jako jedyne potaniały** w ujęciu rok do roku (10,02%).

<sup>2</sup> Analiza nie dotyczy sieci ALDI, która została włączona do raportu w styczniu 2023 r.

### Najwyższa suma koszyka

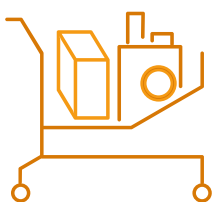


**349,86 zł**

Wzrost ceny koszyka  
maksymalnego rok do roku

**17,33 %**

### Średnia suma koszyka



**285,02 zł**

Wzrost średniej wartości  
koszyka rok do roku

**12,02 %**

### Najniższa suma koszyka



**212,01 zł**

Wzrost ceny koszyka  
minimalnego rok do roku

**6,73 %**



“

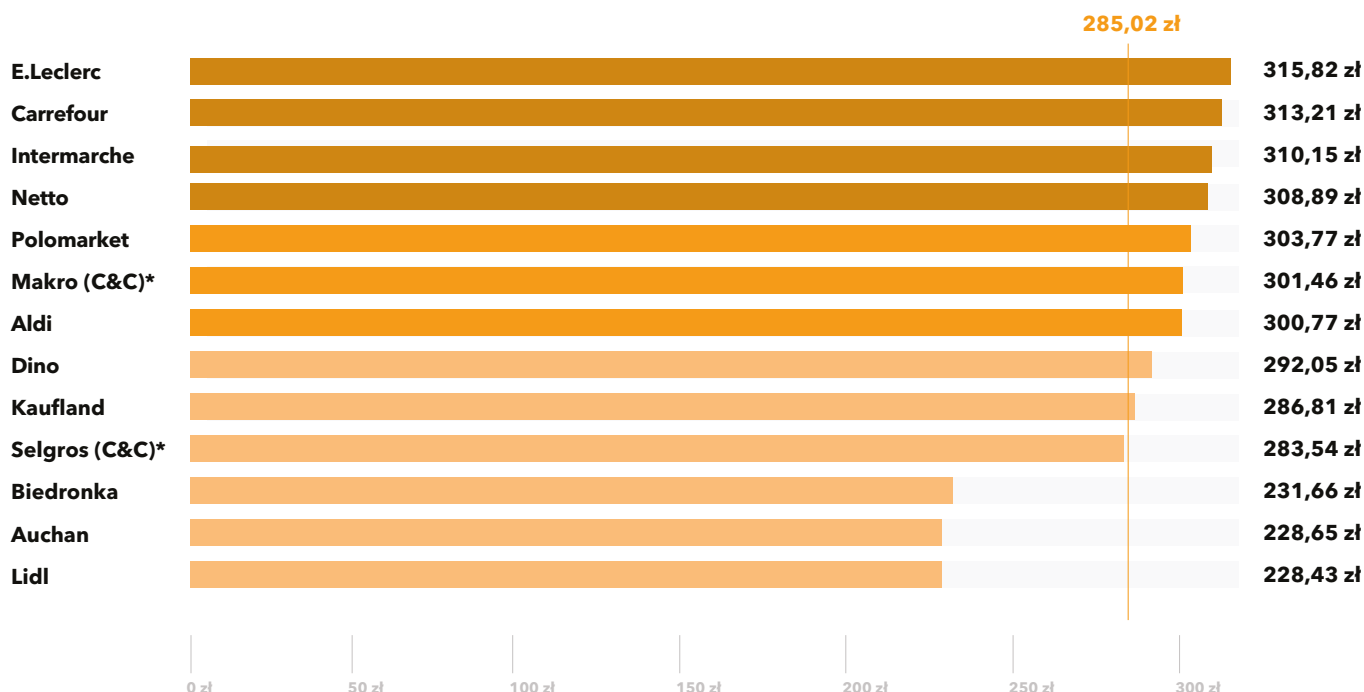
**Mimo niższej inflacji, średnie ceny w sklepach są wciąż na wysokim poziomie.**

Choć oficjalny wskaźnik inflacji zbliżył się do poziomu 10 procent a ekonomiści prognozują, że w kolejnym miesiącu będzie to już wynik jednocyfrowy, to średnie ceny w sklepach nadal są na wysokim poziomie. Z najnowszej analizy ekspertów ASM Sales Force Agency wynika, że najpopularniejsze artykuły codziennego użytku są o 12 procent droższe niż przed rokiem. Badanie i Raport Koszyk Zakupowy pokazuje, że w ostatnim miesiącu, względem 2022 roku, podrożało aż 9 na 10 analizowanych kategorii, które zbadaliśmy. Naszym zdaniem w kolejnych miesiącach będziemy obserwować jeszcze większą aktywność sieci handlowych jeśli chodzi o prowadzenie polityki cenowej. Dla klientów oznacza to wiele jesiennych akcji specjalnych i promocji produktów. Wpływ na poziom cen może mieć także fakt, że w ostatnim czasie doszło do dużej przeceny paliw na stacjach benzynowych.

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

# Wyniki badań

## średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci

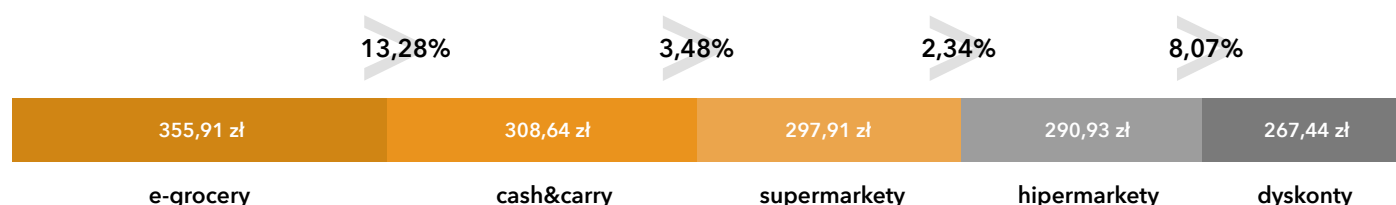


We wszystkich badanych sieciach, w przypadku braku badanego produktu został wykorzystany mechanizm przeliczenia gramatury produktu lub wykorzystano produkt zamienny.

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

Analiza 13 sieci handlowych wykazała, że w 11 na 13 sieci objętych badaniem, ceny w sierpniu br. były niższe niż w lipcu 2023 r. Pomimo spadków w aż siedmiu sieciach średnie ceny koszyków wciąż przekraczają próg 300 zł. Najniższe, średnie ceny w koszyku zakupowym odnotowano w sieci Lidl, natomiast najwyższe w sklepach E.Leclerc. Różnica między najdroższym (E.Leclerc) a najtańszym (Lidl) w tym zestawieniu koszykiem zakupowym wyniosła 38 %.

**Największy spadek cen można zaobserwować w sieci Biedronka (9,66%) a największy wzrost w sklepach E.Leclerc (6,74%).**



**W sierpniu br. najtańsze zakupy można było zrobić w dyskontach**, gdzie średnia wartość koszyka zakupowego wyniosła 267,44 zł. Nieco drożej było w hipermarketach (290,93 zł) oraz supermarketach (297,91 zł) i sklepach typu Cash & Carry (308,64 zł). Natomiast **najdroższe zakupy oferował e-grocery**. Ceny w tym kanale wzrosły w ujęciu miesięcznym o 2,35%. Za zakupy online zapłaciliśmy **o 8,17 zł więcej** niż w lipcu br.

**Różnica między średnią wartością koszyka zakupowego w kanale e-grocery, a koszykiem w najtańszych dyskontach wynosi 33%.**



# Wyniki badań

## średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały



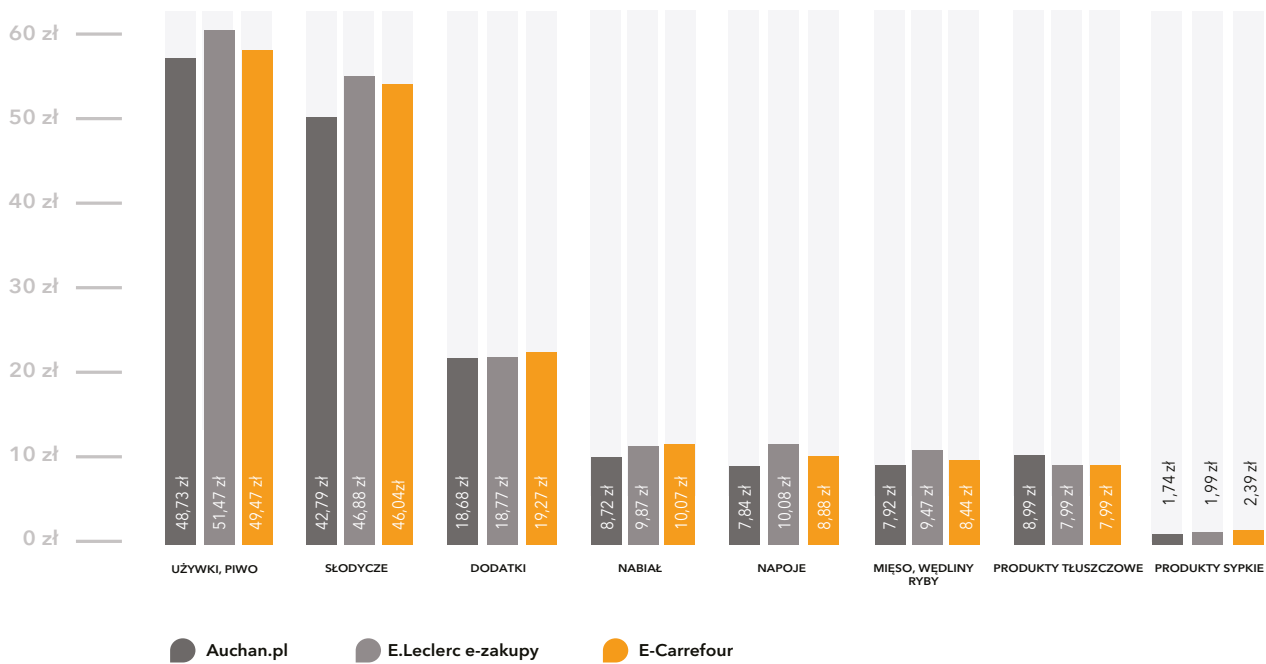
Badanie koszyka zakupowego przeprowadzone przez ASM Sales Force Agency wykazało, że w zestawieniu różnych kanałów sprzedaży **najdroższe były zakupy online (355,91 zł)**. Nieco mniej (354,05 zł) należało zapłacić w dark store czyli wirtualnych sklepach oferujących szybką dostawę do domu. W sieciach stacjonarnych średni koszyk zakupowy był aż o 70,89 zł tańszy niż w kanale e-grocery. **Natomiast najtańsze zakupy (282,09 zł)** można było zrobić **w sklepach hybrydowych** czyli sieciach prowadzących sprzedaż stacjonarną oraz internetową.



# Porównanie modelu hybrydowego

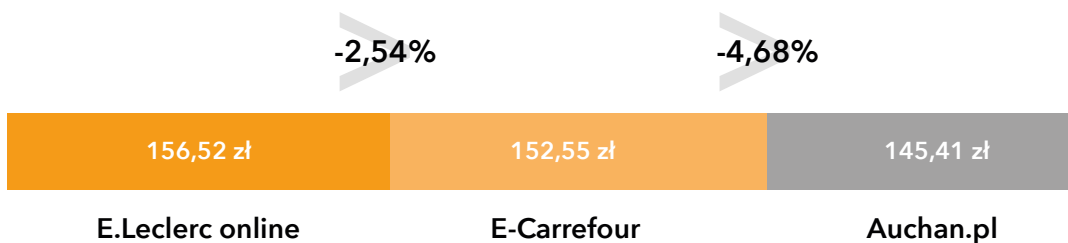
W ramach porównania modelu hybrydowego, w sierpniu 2023 r. w dwóch na trzy analizowane sieci, zakupy online były tańsze niż w stacjonarnych wersjach tych samych sklepów. Podobnie było w lipcu 2023 r., kiedy to w dwóch na trzy sprawdzane sieci, zakupy przez Internet były również tańsze.

W 2 sieciach  
tańiej online niż  
stacjonarnie



Najbardziej wyrównane ceny w sierpniu br. odnotowano w sklepach sieci E.Leclerc (wersja online tańsza o 0,43 zł). W przypadku sieci Carrefour zakupy przez Internet były o 8,44 zł tańsze. Natomiast sieć Auchan tak jak w poprzednich miesiącach stawia na handel tradycyjny. Zestaw produktów zamówionych przez Internet był o 32,80 zł droższy od wersji tradycyjnej.

E.Leclerc  
najbardziej  
wyrównane  
ceny



Spośród sklepów działających w modelu hybrydowym, najtańsze zakupy online w sierpniu 2023 r. oferował Auchan (145,41 zł).

\* 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	104,84 zł	99,73 zł	<b>-4,88%</b>
DODATKI	29,29 zł	29,64 zł	<b>1,20%</b>
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	17,76 zł	16,69 zł	<b>-6,00%</b>
MROŻONKI	21,26 zł	20,45 zł	<b>-3,83%</b>
NABIAŁ	19,77 zł	18,75 zł	<b>-5,17%</b>
NAPOJE	13,21 zł	13,80 zł	<b>4,47%</b>
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	13,76 zł	13,73 zł	<b>-0,22%</b>
SŁODYCZE	67,29 zł	70,81 zł	<b>5,23%</b>
PRODUKTY SYPKIE	10,99 zł	12,73 zł	<b>15,80%</b>
UŻYWKI, PIWO	57,74 zł	57,73 zł	<b>-0,03%</b>

**6/10**  
grup  
produktów  
tańszych w  
dark store

używki  
i piwo  
najmniejsza  
różnica w cenie  
w kategorii

prod.  
sypkie  
największa  
różnica w cenie  
w kategorii

W sierpniu br. analiza 10 grup produktowych pokazała, że w kanale e-grocery znalazło się 6 najdroższych grup produktów natomiast w sklepach typu dark store było ich 4. W sklepach typu dark store były to: dodatki, napoje, słodczyce i produkty sypkie. Natomiast w e-grocery droższe były: chemia domowa i kosmetyki, mięso, wędliny i ryby, mrożonki, nabiał, produkty tłuszczowe oraz używki i piwo. Największą różnicę w cenie stwierdzono w przypadku produktów sypkich, a najmniejszą w kategorii używki i piwo.

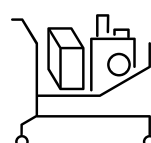
e-grocery

**355,91 zł**



**-0,52%**

dark store



**354,05 zł**

# Wyniki badań

## według grup produktowych


Zestawienie z sierpnia br. wykazuje, że najwięcej najdroższych grup produktów (10 na 10) było w kanale e-grocery. Natomiast **najwięcej najtańszych grup produktowych (8 na 10) można było znaleźć w dyskontach** (chemia domowa i kosmetyki, dodatki, mięso, wędliny i ryby, mrożonki, napoje, słodyczne, produkty sypkie czy używki i piwo). Po jednej najtańszej grupie produktów było w sklepach typu Cash & Carry i supermarketach. Natomiast ani jednej najtańsza grupa produktów nie znalazła się w kanale e-grocery oraz 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	83,16 zł	76,16 zł	104,84 zł	83,92 zł	87,01 zł
DODATKI	24,35 zł	21,49 zł	29,29 zł	23,42 zł	25,37 zł
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	15,45 zł	13,10 zł	17,76 zł	14,67 zł	15,33 zł
MROŻONKI	16,93 zł	13,72 zł	21,26 zł	14,96 zł	15,73 zł
NABIAŁ	15,31 zł	15,67 zł	19,77 zł	16,88 zł	16,76 zł
NAPOJE	10,67 zł	10,48 zł	13,21 zł	11,76 zł	12,05 zł
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	11,83 zł	11,76 zł	13,76 zł	11,89 zł	10,76 zł
SŁODYCZE	51,70 zł	48,54 zł	67,29 zł	52,82 zł	51,46 zł
PRODUKTY SYPKIE	9,73 zł	8,99 zł	10,99 zł	10,01 zł	9,82 zł
UŻYWKI, PIWO	53,37 zł	47,53 zł	57,74 zł	50,60 zł	53,62 zł

 Najwyższa wartość

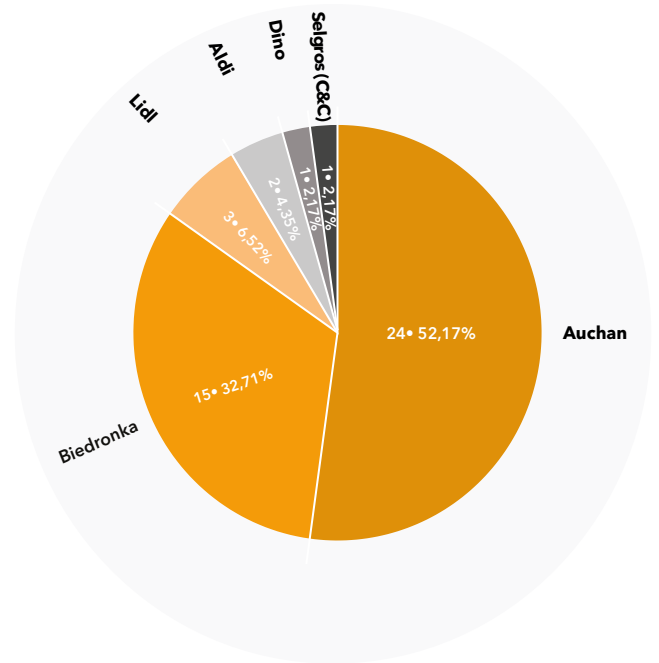
 Najniższa wartość

# Analiza udziału w sieci w minimalnych i maksymalnych cenach produktów

11•

oznaczenie liczby  
produktów w cenie  
minimalnej

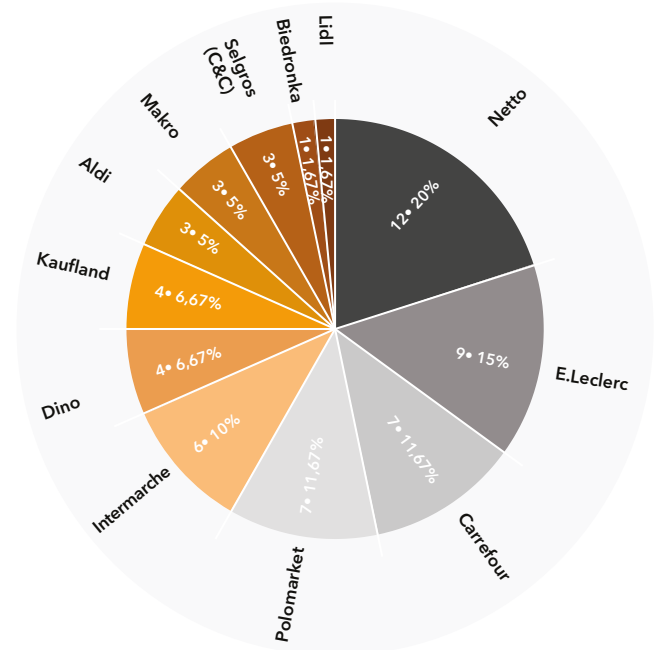
Sierpień potwierdził, że w przypadku minimalnych cen produktów, liderem ponownie jest Auchan, który oferował 24 produkty w cenach minimalnych. Kolejno uplasowała się sieć Biedronka z 15 produktami z najniższymi cenami. Na wykresie widzimy, że w sklepach Lidl znalazły się 3 produkty w cenach minimalnych na 40 analizowanych. W sieciach ALDI znalazły się dwa najtańsze produkty, a w Dino i Selgros Cash & Carry jeden najtańszy produkt.



11•

oznaczenie liczby  
produktów w cenie  
maksymalnej

Najwięcej najdroższych badanych produktów (12) można było w sierpniu br. znaleźć w sieci Netto. Tuż za nim znalazł się E.Leclerc (9 produktów), a następnie Carrefour i POLOMarket (po 7 produktów), Intermarché (6 produktów), sklepy Dino i Kaufland (po 4 produkty), Selgros\* Cash & Carry, Makro\*\* Cash & Carry i ALDI (po 3 produkty) oraz Lidl i 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.

\*\* 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 Biedronka kosztował 1,69 zł, a w sklepach Carrefour ich cena wyniosła 3,69 zł, czyli o 118 % więcej. Natomiast butelkę 0,5l Coca Coli Original można było kupić w sklepach Biedronka za 2,39 zł, a w sieci E.Leclerc za 4,99 zł - tu różnica wyniosła 109%.

Lp.	Produkt	Sieć	Cena minimalna	Sieć	Cena maksymalna
1	Baton Prince Polo Classic XXL 50g	Auchan	1,18 zł	Selgros (C&C)	1,79 zł
2	Chipsy Lays paprykowe 140g	Biedronka	4,49 zł *	Intermarche	8,49 zł
3	Cif Cream Mleczko do czyszczenia Lemon 780 ml	Auchan	8,94 zł	ALDI	14,99 zł
4	Coca Cola Original butelka PET 0,5l	Biedronka	2,39 zł *	E.Leclerc	4,99 zł
5	Czekolada Milka Mleczna Alpine Milk 100g	Auchan, Biedronka	2,98 zł	Netto	4,60 zł
6	Dr. Oetker Pizza Guseppe 4 sery 335g	Biedronka	7,50 zł	E.Leclerc	12,59 zł
7	Dżem Łowicz truskawkowy słoiczek 280 g	Biedronka	3,65 zł *	POLOmarket	6,49 zł
8	Garnier Regenerujący Krem do rąk 100 ml tubka	Biedronka	7,48 zł *	E.Leclerc	12,95 zł
9	Guma do żucia Orbit spearmint draże 35g	Biedronka	2,95 zł *	E.Leclerc	4,69 zł
10	Herbata Lipton Yellow Label 92/100 saszetek	Auchan	12,98 zł	ALDI, Carrefour, Dino, E.Leclerc, Intermarche, Kaufland, POLOmarket	19,99 zł
11	Hortex Warzywa na patelnię z bazylią i tymiankiem 450g	Auchan	3,48 zł	E.Leclerc	7,11 zł
12	Kabanosy Tarczyński Exclusive Wieprzowe 105g	Auchan, Biedronka	4,64 zł *	Carrefour, Kaufland, Netto	6,99 zł
13	Kawa mielona Jacobs Kronung 500g	Biedronka	19,98 zł *	Selgros (C&C)	31,97 zł
14	Ketchup Pudliszki łagodny 480g	Lidl	4,49 zł	Netto	7,15 zł
15	Kostka Kasia do pieczenia 250g	Auchan	2,98 zł	Intermarche	4,75 zł
16	Lisner "śledzik na raz" pikantny 100g	Biedronka	1,69 zł *	Carrefour	3,69 zł
17	Lody Manhattan Classic różne rodzaje 1,4l	Lidl	12,99 zł *	Carrefour	22,85 zł
18	Majonez Winiary 400 ml	Auchan	5,98 zł	Makro (C&C)	10,03 zł
19	Margaryna Rama Classic 400 g	Biedronka	5,98 zł *	Netto	10,19 zł
20	Mleko Łowickie 3,2% 1l	Selgros (C&C)	2,89 zł *	Intermarche	4,69 zł
21	Musztarda Sarepska Kamis 185g	Auchan	2,38 zł	E.Leclerc	3,99 zł
22	Napój energetyczny BLACK puszką 0,25l	Auchan, Biedronka	1,89 zł *	Netto	3,09 zł
23	Nivea Sport Men żel pod prysznic 500 ml	Auchan	10,98 zł	Netto	16,35 zł
24	Nutella krem 350g słoik	Auchan	9,48 zł	POLOmarket	13,99 zł



25	Parówki Berlinki Classic opak. 250 g	Auchan	3,94 zł	Carrefour, Dino, Kaufland, Makro (C&C), Netto, POLOmarket, Selgros (C&C)	5,99 zł
26	Pasta Colgate MaxFresh 100 ml	Auchan	5,39 zł	Netto	10,19 zł
27	Piwo Żywiec puszka 0,5 l	Auchan	2,98 zł	Netto	4,09 zł
28	Płatki Nestle Nesquik 250 g torebka	Auchan	4,98 zł	Netto	7,77 zł
29	Płyn do płukania ust Listerine Cool Mint 500 ml	Auchan, Biedronka	9,94 zł *	Netto	17,35 zł
30	Płyn do zmywania Fairy Lemon 450 ml	Biedronka	4,08 zł *	Lidl	7,29 zł
31	Prymat pieprz czarny mielony 20g	Auchan	1,18 zł	Biedronka, POLOmarket	1,99 zł
32	Serek Almette śmietankowy 150g	Auchan	3,88 zł	ALDI	5,55 zł
33	Serek Danio Wanilia 130 g	Auchan	1,78 zł	Carrefour	2,38 zł
34	Serek Wiejski Piątnica 200g	ALDI, Dino	1,99 zł	Netto	3,59 zł
35	Sok Tymbark 100% pomarańcza 1l karton	Lidl	3,76 zł *	E.Leclerc	5,99 zł
36	Sos Tatarski Winiary 250 ml	Auchan	4,19 zł	Dino, Intermarche, Kaufland, POLOmarket	6,99 zł
37	Szampon Loreal Elseve Color Vive 400 ml	Auchan, Biedronka	12,88 zł *	E.Leclerc	22,99 zł
38	Zott Monte 150 g (white/black/classic)	Auchan	2,78 zł	Dino, Intermarche, POLOmarket	3,42 zł
39	Zupka instant VIFON łagodny 70g	Auchan	1,48 zł	Carrefour	2,19 zł
40	Żelki Haribo Classic (Złote Misie) 85 g torebka	ALDI	2,41 zł	Makro (C&C)	3,68 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 **212,01 zł (mniej o 13,60 zł niż w lipcu br.)**, natomiast przyjmując najwyższe ceny - **349,86 zł (mniej o 17,52 zł niż w lipcu br.)**. Różnica między najtańszym, a najdroższym koszykiem w sierpniu 2023 r. **wyniosła 137,85 zł** i jest ona **o 3,92 zł niższa niż w lipcu br.** Jeśli spojrzymy na dane w ujęciu rocznym, to **suma koszyka minimalnego w sierpniu 2023 r. była wyższa o 6,73%** niż przed rokiem, natomiast **koszyk maksymalny był w sierpniu 2023 r. droższy o 17,33%** niż w 2022 r.

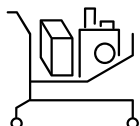
Spadek ceny  
koszyka  
maksymalnego  
względem  
lipca 2023r.

**-17,52 zł**

### Najdroższy koszyk

Najwyższa cena  
koszyka

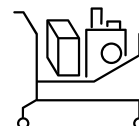
**349,86 zł**



### Najtańszy koszyk

Najniższa cena  
koszyka

**212,01 zł**



Spadek ceny  
koszyka  
minimalnego  
względem  
lipca 2023r.

**-13,60 zł**

# Porównanie wyników rok do roku

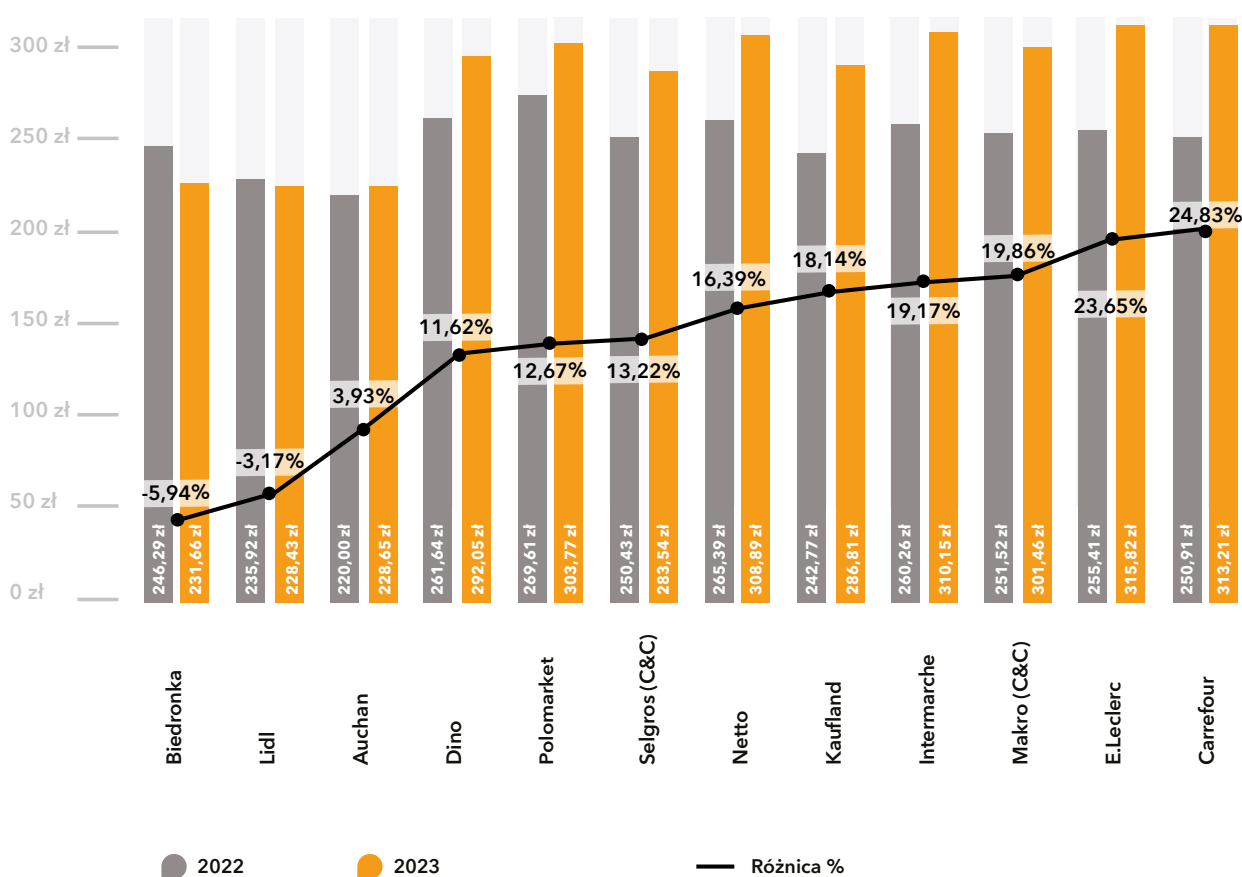
## sierpień 2022 vs. sierpień 2023

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 Carrefour

**+24,83%**

Z poniższego wykresu wynika, że w sierpniu 2023 roku tylko w dwóch na 12 badanych sieci handlowych, ceny były niższe niż przed rokiem. W pozostałych sklepach ceny wzrosły.



**Największy wzrost, tj. na poziomie 24,83% odnotowano w sieci Carrefour**, w której średnia cena wzrosła o 62,30 zł. Natomiast spadek cen 40 badanych produktów zaobserwowano w sklepach Biedronka (5,94%) i Lidl (3,17%).

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

**10 z 12**  
sieci  
podniosło ceny

# Porównanie wyników rok do roku

## sierpień 2022 vs. sierpień 2023

Zestawienie cen poniższych kategorii produktowych rok do roku pokazuje, że w sierpniu 2023 r. względem 2022 roku **podrożało 9 na 10 analizowanych kategorii produktów: używki i piwo, nabiał, dodatki, produkty sypkie, mrożonki, mięso, wędliny i ryby, chemia domowa i kosmetyki, napoje oraz słodczyce.** Jako jedyne **w ujęciu rok do roku potaniały produkty tłuszczowe (10,02%).** Natomiast **w największym stopniu zdrożały dodatki.** W sierpniu br. **wzrost ten wyniósł 28,97% wobec 2022 r.**

Grupa produktowa	2022	2023	Różnica
DODATKI	18,04 zł	23,27 zł	<b>28,97%</b>
PRODUKTY SYPKIE	8,12 zł	9,63 zł	<b>18,57%</b>
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	69,81 zł	81,89 zł	<b>17,30%</b>
SŁODYCZE	45,01 zł	51,12 zł	<b>13,57%</b>
NAPOJE	10,08 zł	11,24 zł	<b>11,51%</b>
UŻYWKI, PIWO	46,49 zł	50,54 zł	<b>8,72%</b>
MROŻONKI	13,80 zł	15,00 zł	<b>8,68%</b>
NABIAŁ	15,94 zł	16,25 zł	<b>1,95%</b>
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	14,17 zł	14,41 zł	<b>1,68%</b>
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	12,97 zł	11,67 zł	<b>-10,02%</b>
Suma średnich cen grup	254,44 zł	285,02 zł	<b>12,02%</b>

W każdej z analizowanych grup produktów odnotowano zmiany cen, jednak **najmniejszą różnicę stwierdzono w przypadku kategorii mięso, wędliny i ryby (w sierpniu 2023 r. drożej o 1,68%).**

Wartość hipotetycznego koszyka skomponowanego wyłącznie z najdroższych produktów, była w sierpniu 2023 roku **o 17,33% wyższa niż przed rokiem - to różnica o 51,67 zł.** W przypadku koszyka z najtańszymi produktami odnotowaliśmy wzrost **w 2023 r. o 6,73%** w stosunku do roku 2022 - tutaj różnica kształtowała się na poziomie **13,36 zł.**

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

Margaryna Rama Classic 450 g na 400 g

Serek Danio Wanilia 140 g na 130 g

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

### Sierpień 2023

Najwyższa  
suma koszyka

**349,86 zł**



**+17,33%**

Średnia  
suma koszyka

**285,02 zł**



**+12,02%**

Najniższa  
suma koszyka

**212,01 zł**

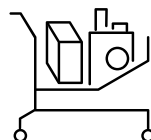


**+6,73%**

### Sierpień 2022

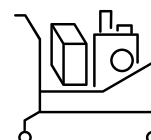
Najwyższa  
suma koszyka

**298,19 zł**



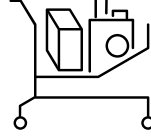
Średnia  
suma koszyka

**254,44 zł**



Najniższa  
suma koszyka

**198,65 zł**



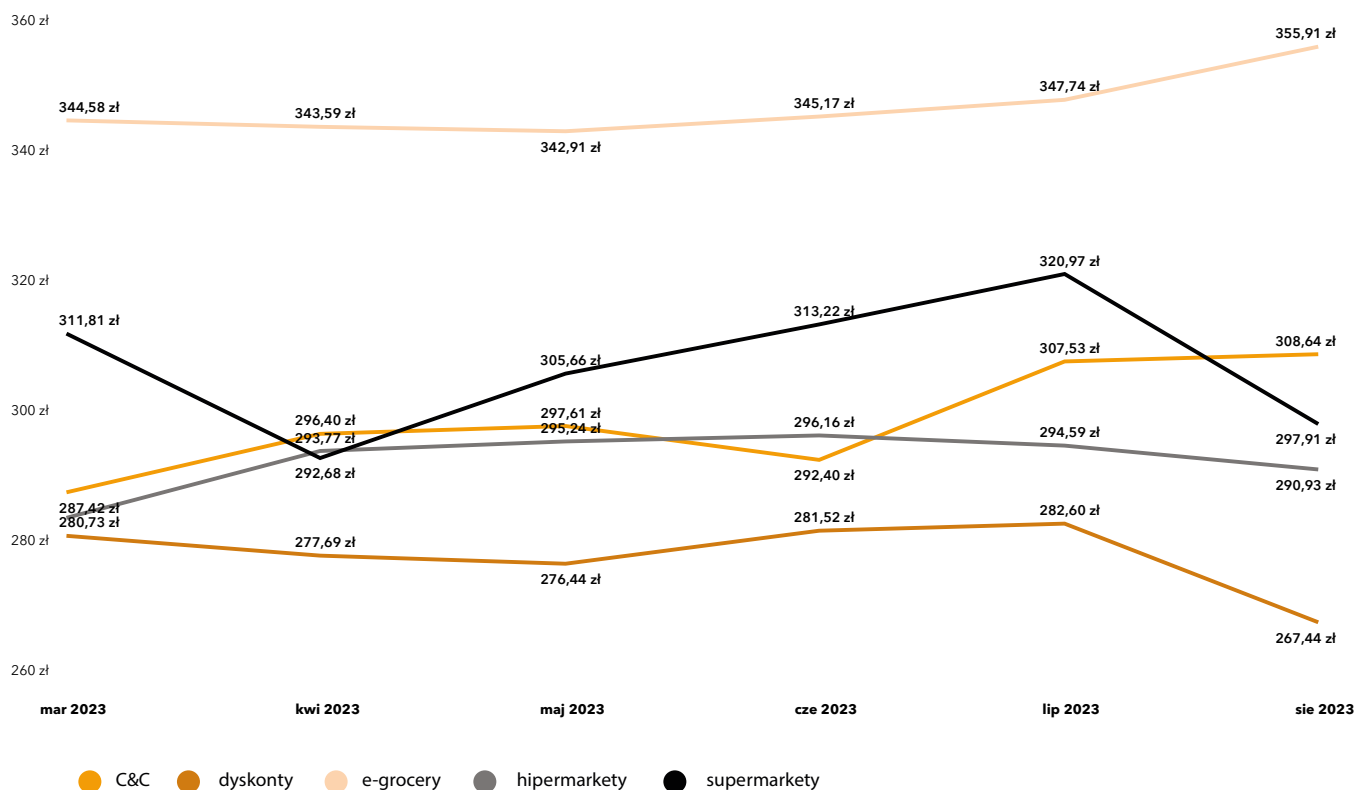
# Porównanie wyników

## lipiec 2023 vs. sierpień 2023

Z danych zebranych przez ASM Sales Force Agency wynika, że w 10 na 13 sieci objętych badaniem, ceny w sierpniu br. były niższe niż lipcu u br. Wzrosty cen odnotowano w dwóch sieciach, m.in. w Carrefour (2,38%) czy E.Leclerc (6,74%). W sierpniu br. najtańsze zakupy można było zrobić tym razem w sieci Lidl. W sklepach tej marki średni koszt koszyka zakupowego wyniósł 228,43 zł. Najdroższy natomiast okazał sklep E.Leclerc, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 315,82 zł.

	07.23	08.23	różnica
SELGROS	310,64 zł	283,54 zł	<b>-8,72%</b>
MAKRO	304,42 zł	301,46 zł	<b>-0,97%</b>
BIEDRONKA	256,43 zł	231,66 zł	<b>-9,66%</b>
LIDL	248,26 zł	228,43 zł	<b>-7,99%</b>
NETTO	317,48 zł	308,89 zł	<b>-2,71%</b>
AUCHAN	247,93 zł	228,65 zł	<b>-7,78%</b>
CARREFOUR	305,92 zł	313,21 zł	<b>2,38%</b>
KAUFLAND	305,12 zł	286,81 zł	<b>-6,00%</b>
E.LECLERC	295,89 zł	315,82 zł	<b>6,74%</b>
INTERMARCHE	318,11 zł	310,15 zł	<b>-2,50%</b>
DINO	318,59 zł	292,05 zł	<b>-8,33%</b>
POLOMARKET	323,35 zł	303,77 zł	<b>-6,06%</b>
ALDI	308,24 zł	300,77 zł	<b>-2,42%</b>

Zestawienie cen w podziale na kategorie sklepów pokazuje, że w sierpniu 2023 r. podobnie jak przed miesiącem najtańsze zakupy można było zrobić w dyskontach, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 267,44 zł. Tuż za nimi z różnicą na poziomie 23,49 zł znalazły się hipermarkety. Natomiast najwyższą wartość koszyka zakupowego odnotowano w kanale e-grocery - 355,91 zł, czyli o 33% więcej niż w najtańszych dyskontach. Największy spadek cen w skali miesiąca jest widoczny w supermarketach (23,06 zł).



# Sierpień w liczbach




11/13

sieci obniżyło ceny  
w skali miesiąca




Lidl nowym  
liderem  
najniższych  
cen




produkty tłuszczowe  
potaniały w ujęciu  
rok do roku



**Koszyk  
Zakupowy**



e-grocery  
najdroższym  
kanałem  
zakupów



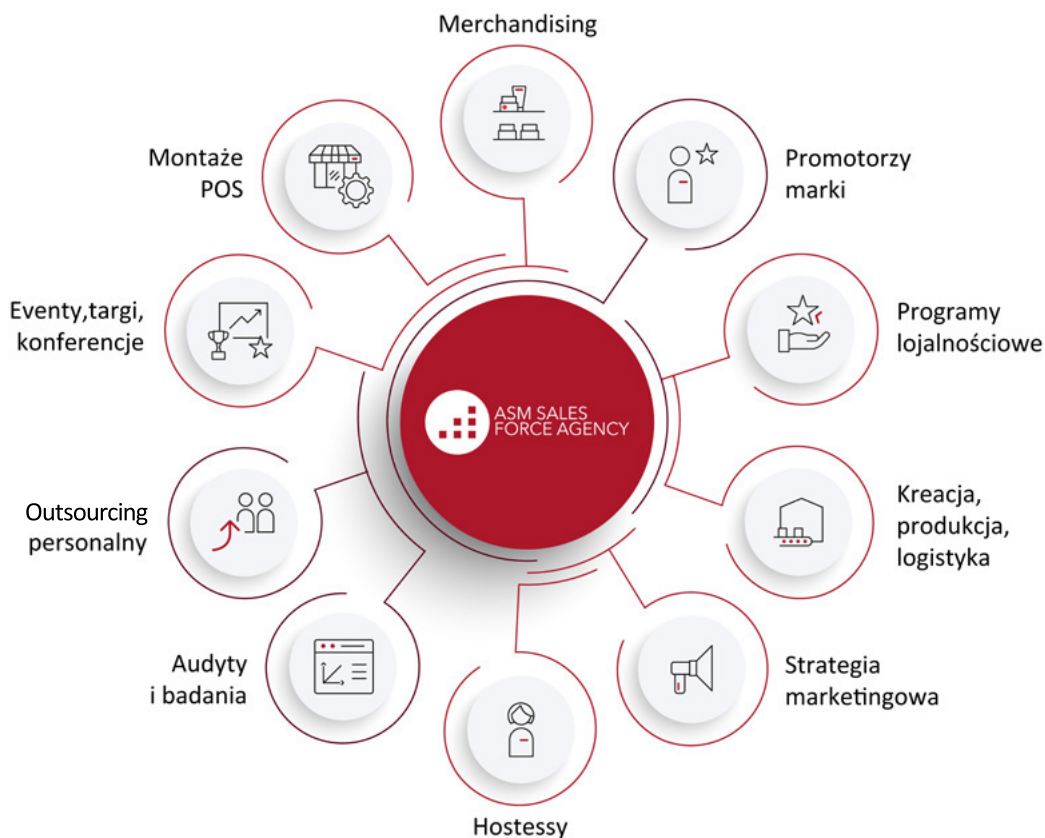
Zakupy spożywcze  
droższe niż przed  
rokiem

+12,00%



# 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

Grzybowska 78  
00-844 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](#)

