



12 | 2023

Badanie i Raport: Koszyk Zakupowy

Spis treści

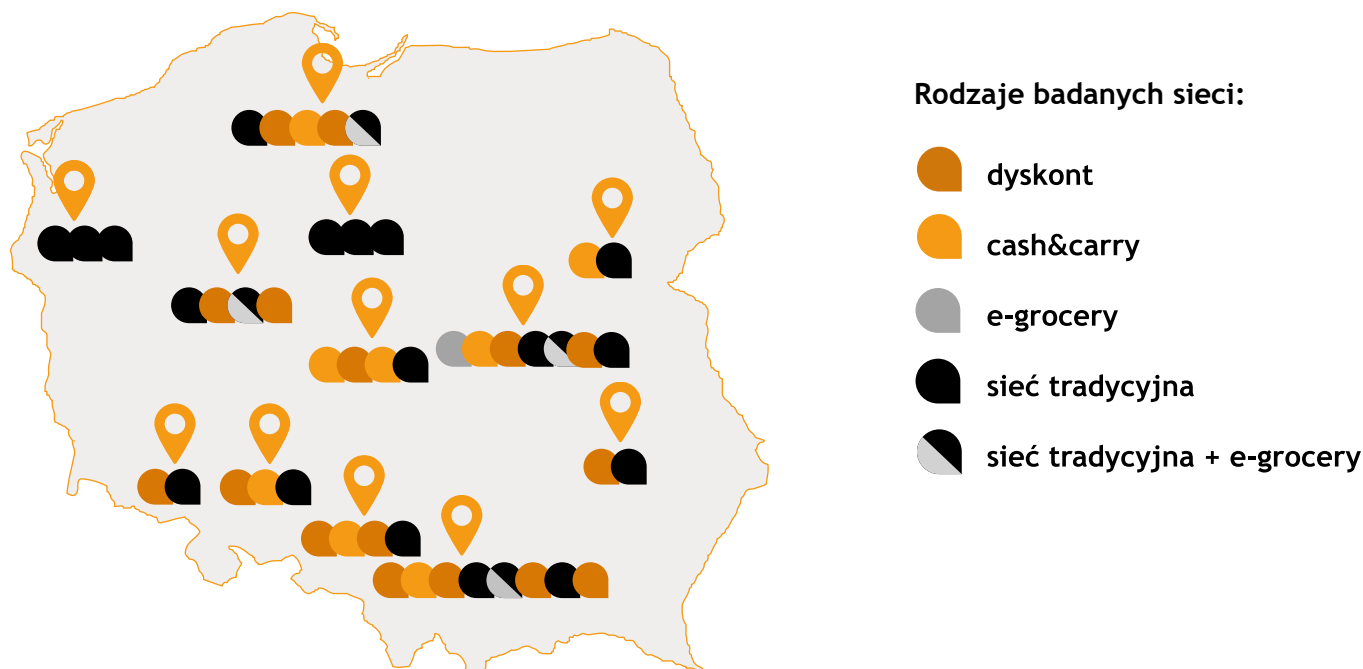
1.	Metodologia badania	3
2.	Wstęp do raportu	4
3.	Najważniejsze wnioski	5
4.	Wyniki badań średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci	8
5.	Wyniki badań średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały	9
6.	Porównanie modelu hybrydowego	10
7.	Porównanie dark store i e-grocery	11
8.	Wyniki badań według grup produktowych	12
9.	Analiza udziału sieci w minimalnych i maksymalnych cenach produktów	13
10.	Szczegółowy wykaz produktów ze wskazaniem ich cen minimalnych i maksymalnych	14
11.	Porównanie wyników rok do roku grudzień 2022 vs. grudzień 2023	16
12.	Porównanie wyników rok do roku grudzień 2022 vs. grudzień 2023	17
13.	Porównanie wyników listopad 2023 vs. grudzień 2023	18
14.	Dwie fale badania 4 - 6 grudnia i 13 - 15 grudnia 2023 r.	19
15.	Podsumowanie IV kwartału 2023 r.	20
16.	Grudzień w liczbach	21
17.	O ASM Sales Force Agency	22

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. m²; **supermarketach** (Dino, POLOmarket) - samoobsługowych sklepach o powierzchni od 400 m² do 2,5 tys. m²; **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, szybikoszyk.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; 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. Dane do raportu zbierano dwukrotnie, w dniach 4-6 oraz 13-15 grudnia 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



Prawa autorskie do niniejszego raportu - Badanie i Raport: Koszyk Zakupowy oraz prawa do baz danych stanowiących podstawę jego opracowania przysługują ASM Sales Force Agency sp. z o.o. Jakiegokolwiek wykorzystanie raportu oraz zawartych w nim zestawień informacji dotyczących cen w celach komercyjnych, w tym promocyjnych i informacyjnych, jest zabronione i wymaga zgody ASM Sales Force Agency sp. z o.o.

Wstęp do raportu

Średnia cena koszyka

280,16 zł

Artykuły spożywcze droższe niż przed rokiem

4,35 %

Najtaniej
w Auchan

Najdrożej
w Netto

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

W grudniu 2023 r. eksperci ASM Sales Force Agency ponownie przeprowadzili dwie fale badania aby dostarczyć odbiorcom jak najszerzego i najbardziej wiarygodnego obrazu rynku. Wyniki z obu fali badań zostały uśrednione i przyjęte jako zestaw wyników za grudzień. Natomiast pod koniec raportu zaprezentowano dodatkowe zestawienia, obrazujące zmiany jakie zaszły pomiędzy obiema falami badania.

Badanie i Raport Koszyk Zakupowy przeprowadzone przez **ASM Sales Force Agency** w grudniu 2023 r. wykazało, że średnia cena koszyka zakupowego zawierającego najpopularniejsze artykuły codziennego użytku spadła o **2,97 zł** czyli 1,05% i wyniosła **280,16 zł**. Dodatkowo, z zebranych danych wynika, że **w 7 na 13 sieci¹** objętych badaniem, **ceny** w grudniu ub. r. **były niższe** niż w listopadzie ub. r. **Podwyżki cen** odnotowano natomiast **w sześciu sieciach**, tj. m.in. Kaufland (10,38 %), Lidl (4,55%) czy Netto (2,64%). Zgromadzone dane wskazują również, że **wartość koszyka zakupowego zdrożała rok do roku o 4,35%** z 268,49 zł w grudniu 2022 r. do 280,16 zł w grudniu 2023 r.

Z grudniowego badania wynika, że **najtańsze zakupy** można było zrobić ponownie **w sieci Auchan**, w której średni koszt koszyka zakupowego ASM Sales Force Agency wyniósł **208,12 zł**. To wzrost o **4,42 zł**, czyli o **2,17% więcej** niż najtańszy koszyk w listopadzie ub. r., należący przed miesiącem również do sieci Auchan. Różnice w średniej cenie koszyka między pierwszym, a drugim i trzecim sklepem w rankingu wyniosły odpowiednio więcej o 27,66 zł (Lidl) i 36,50 zł (Biedronka). **Najwyższą wartość koszyka zakupowego** w grudniu 2023 r. odnotowano **w sieci Netto**, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić **331,42 zł**.

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

Najważniejsze wnioski

W grudniu 2023 r. według danych GUS ceny towarów i usług w Polsce były wyższe niż przed rokiem o 6,1%. Natomiast w stosunku do poprzedniego miesiąca ceny towarów i usług konsumpcyjnych wzrosły o 0,1%. Raport przygotowywany przez ekspertów ASM Sales Force Agency wskazuje, że wartość koszyka zakupowego zdrożała rok do roku o 4,35%, a w ujęciu miesięcznym w 7 na 13 sieci objętych badaniem, ceny badanych produktów były niższe niż przed miesiącem. Najtańsze zakupy ponownie zaoferowała sieć Auchan. Natomiast najdroższym sklepem stacjonarnym okazał się Netto. Największy wzrost cen w skali roku odnotowano po raz kolejny w przypadku kategorii dodatki, a spadek zaliczyły cztery kategorie produktów: artykuły tłuszczowe, nabiał, mięso, wędliny i ryby oraz mrożonki. Najtańsze zakupy można było zrobić ponownie w hipermarketach. W kolejnych rozdziałach prezentujemy dane zebrane w 13 sieciach handlowych i 4 kanałach sprzedaży.

W ujęciu miesięcznym:

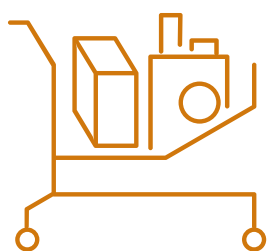
- W grudniu 2023 r. **pozycję lidera z najniższym wynikiem średniej wartości koszyka utrzymał Auchan. Najdroższa** natomiast ponownie okazała się sieć **Netto**.
- **W 7 na 13 sieci** objętych badaniem, **ceny badanych produktów w grudniu ub. r. były niższe niż w listopadzie ub. r. Podwyżki cen** odnotowano **w sześciu sieciach**.
- **Największy wzrost średniej ceny koszyka zakupowego** miał miejsce **w sieci Kaufland (10,38%)**, natomiast największy spadek **w sklepach Biedronka (9,33%)**.
- Wśród kategorii sieci tradycyjnych, **najtańsze zakupy można było ponownie zrobić w hipermarketach - 271,21 zł**.
- W zestawieniu **kanałów sprzedaży najwyższe, średnie ceny** badanych produktów w koszyku zakupowym odnotowano **w dark store** (wirtualne sklepy oferujące szybką dostawę) - **341,23 zł**. Natomiast **najtańsze zakupy (280,26 zł)** można było zrobić **w sklepach tradycyjnych**, czyli sieciach prowadzących sprzedaż stacjonarną.
- **Wartość koszyka minimalnego**, czyli zestawu produktów dostępnych w sieciach handlowych w najniższych cenach wyniosła w grudniu 2023 r. **180,67 zł** (więcej o 0,81 zł niż w listopadzie ub.r.). Natomiast **koszyk badanych produktów w najwyższych cenach - 363,91 zł** (mniej o 0,62 zł niż w listopadzie ub.r.).
- **Różnica między minimalnym, a maksymalnym koszykiem** w grudniu 2023 r. wyniosła 183,24 zł i jest ona o 1,43 zł niższa niż w listopadzie ub. r.
- Wśród produktów ujętych w badaniu **najwięcej z cenami minimalnymi** oferował **Auchan (24 produkty)**. **Najmniej najtańszych produktów** zawartych w badaniu można było znaleźć **w sieciach Intermarché i Netto (po 1 produkcie)**.
- Wśród produktów ujętych w badaniu **najwięcej z cenami maksymalnymi** ponownie **oferowała sieć Netto** (16 produktów).

W ujęciu rocznym:

- **Wartość koszyka zakupowego zdrożała rok do roku o 4,35%** z 268,49 zł w grudniu 2022 r. do 280,16 zł w grudniu 2023 r.
- W 9 na 12 analizowanych sieciach **odnotowano wzrost cen wobec 2022 roku**. Były to min.: Makro Cash & Carry (14,69%), Dino (11,08%) czy Intermarché (11,02%).
- **Największy wzrost cen** koszyka odnotowano ponownie **w sieci Netto**, w której średnia cena koszyka w grudniu 2023 r. była wyższa aż o **60,92 zł** niż w 2022 r., tj. o 22,52%.
- **W ujęciu rocznym spadek cen** 40 badanych produktów zaobserwowano **w sklepach Auchan (10,40%), Biedronka (6,86%) i Lidl (4,49%)**.
- **Wartość badanych towarów w koszyku minimalnym spadła o 15,46%**, ze **213,70 zł** w grudniu 2022 r. do **180,67 zł** w grudniu 2023 r. W listopadzie 2023 r. odnotowano również spadek i r/r i wyniósł on 13,17%. **Wartość maksymalna koszyka zakupowego** w grudniu 2023 r. wzrosła o **18,72%** wobec grudnia 2022 r. Przed rokiem za zestaw najdroższych produktów trzeba było bowiem zapłacić **306,54 zł**, a w grudniu 2023 r. wartość ta wyniosła **363,91 zł**.
- **W skali roku podrożało 6 z 10 kategorii produktów**.
- **Największy wzrost cen w skali roku** (20,92%) odnotowano w kategorii dodatki. W ujęciu rok do roku potaniały natomiast cztery kategorie produktów: artykuły tłuszczowe (27,89%), nabiał (8,96%), mrożonki (2,58%) oraz mięso, wędliny i ryby (1,72%).

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

Najwyższa suma koszyka

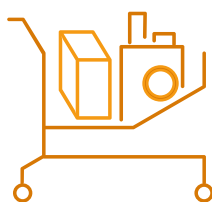


363,91 zł

Wzrost ceny koszyka
maksymalnego rok do roku

18,72 %

Średnia suma koszyka



280,16 zł

Wzrost średniej wartości
koszyka rok do roku

4,35 %

Najniższa suma koszyka



180,67 zł

Spadek ceny koszyka
minimalnego rok do roku

-15,46 %



“

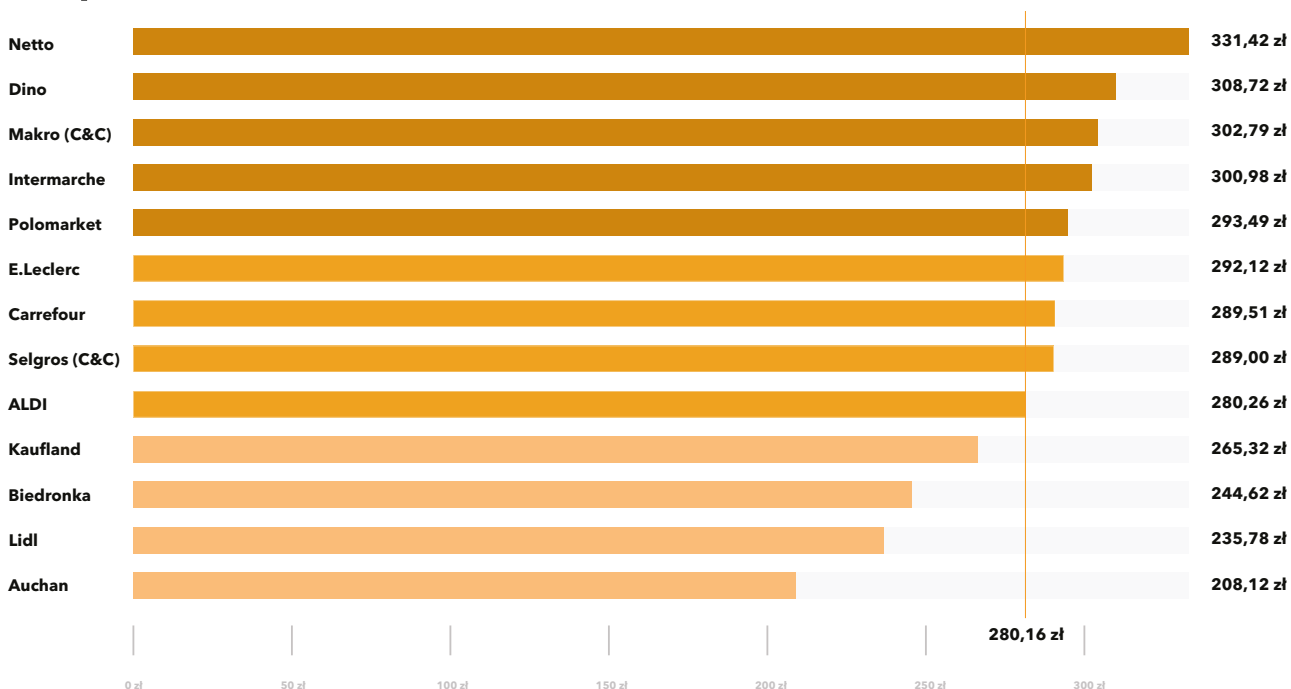
**Rok 2024
zaczął się od
umiarkowane-
go optymizmu
w branży sieci
handlowych**

Rok 2024 zaczął się od umiarkowanego optymizmu w branży sieci handlowych. Choć inflacja po doświadczeniach ubiegłego roku pozostaje na relatywnie niskim poziomie, to brakuje oznak pozwalających myśleć o dalszym jej obniżaniu. Część towarów, takich jak produkty tłuszczowe, czy nabiał i mięso, których ceny w 2023 wzrosły najbardziej, obecnie tanieje. Jednak wskaźniki makroekonomiczne a także niepewność co do cen energii i rosnące koszty pracy powodują, że klienci nie odczują zauważalnej ulgi podczas płacenia za codzienne zakupy. Naszym zdaniem w 2024 roku będziemy obserwowali kilkuprocentowe wzrosty poziomu cen. Poziom tych wzrostów w pierwszej połowie roku będzie zależał w dużej mierze od sytuacji makroekonomicznej oraz decyzji budżetowych. Właściciele sieci handlowych po raz kolejny będą musieli postarać się o uwagę klientów, nadal będziemy obserwować rozwój i modyfikacje ofert promocyjnych, wiele z nich dostępnych będzie z poziomu aplikacji zakupowych rozwijanych przez sieci handlowe.

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

Wyniki badań

średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci

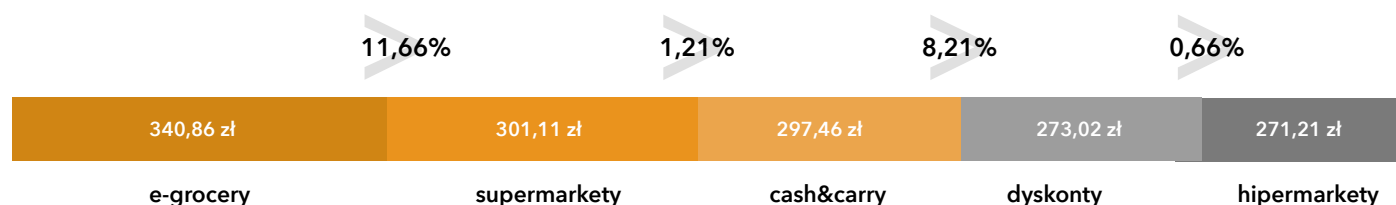


We wszystkich badanych sieciach, w przypadku braku badanego produktu został wykorzystany mechanizm przeliczenia gramatury produktu lub wykorzystano produkt zamienny.

* 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 7 na 13 sieci objętych badaniem, ceny w grudniu ub. r. były niższe niż w listopadzie ub. r. Wzrost cen odnotowano natomiast w sześciu sieciach. Już tylko w czterech sieciach średnie ceny koszyków utrzymują się powyżej 300 zł. Najniższe, średnie ceny w koszyku zakupowym odnotowano w sieci Auchan, natomiast najwyższe w sklepach Netto. Różnica między najdroższym (Netto) a najtańszym (Auchan) w tym zestawieniu koszykiem zakupowym wyniosła 59%.

Największy spadek cen można zaobserwować w sieci Biedronka (9,33%) a największy wzrost w sklepach Kaufland (10,38%). Biedronka (9,76%).



W grudniu ub. r. najtańsze zakupy można było zrobić w hipermarketach, gdzie średnia wartość koszyka zakupowego wyniosła 271,21 zł. Nieco drożej było w dyskontach (273,02 zł), sklepach typu Cash & Carry (297,46 zł) oraz supermarketach (301,11 zł). Natomiast **najdroższe zakupy oferował e-grocery**. Ceny w tym kanale spadły w ujęciu miesięcznym o 4,38%. Za zakupy online zapłaciliśmy **o 15,63 zł mniej** niż w listopadzie ub. r.

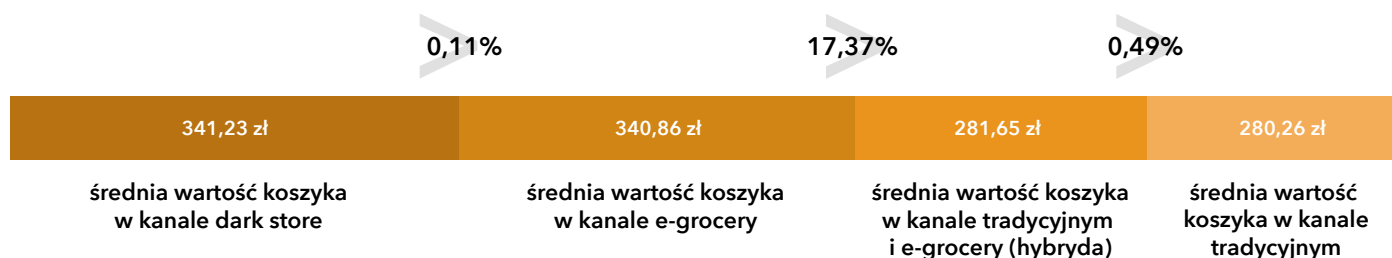
Różnica między średnią wartością koszyka zakupowego w kanale e-grocery, a koszykiem w najtańszych hipermarketach wynosi 20%.

Wyniki badań

średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały



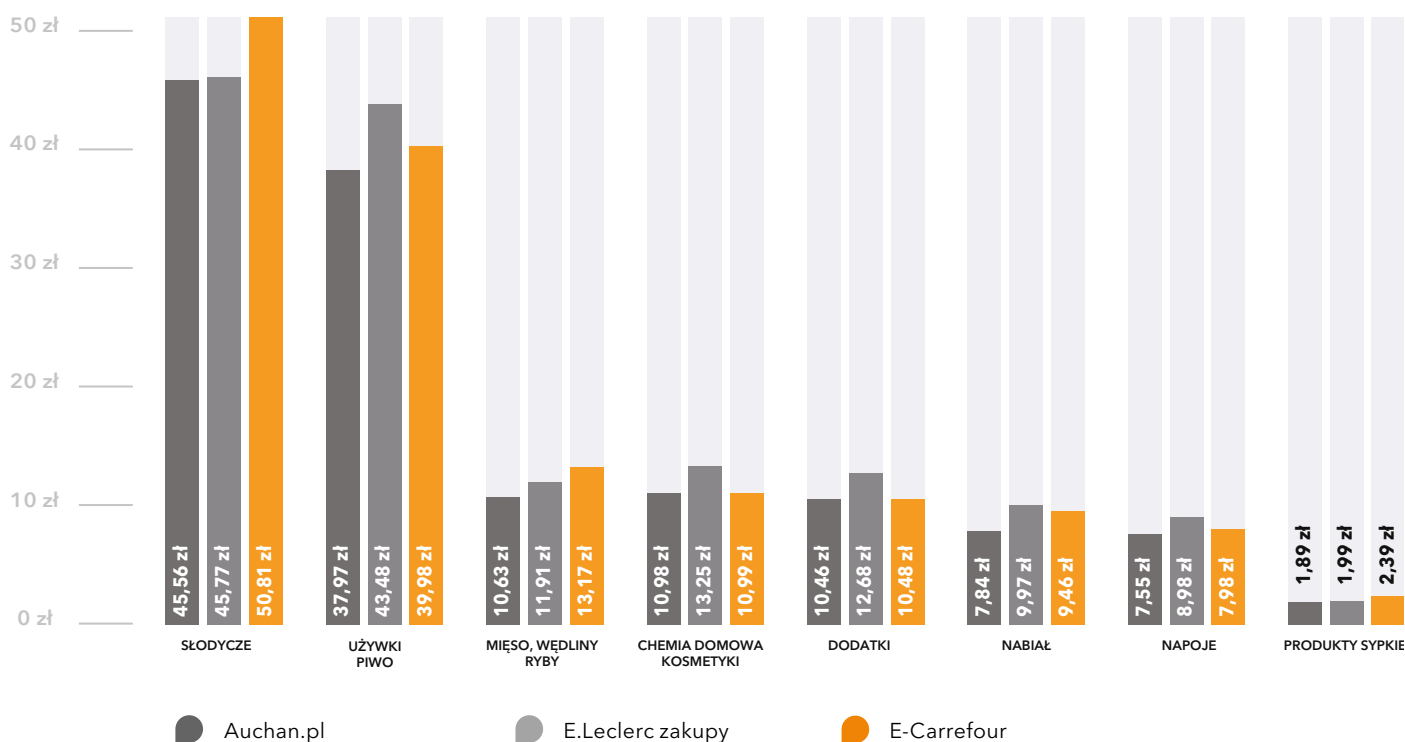
Badanie koszyka zakupowego przeprowadzone przez ASM Sales Force Agency wykazało, że w zestawieniu różnych kanałów sprzedaży **najdroższe były zakupy w sklepach typu dark store (341,23 zł)**. Nieco mniej (**340,86 zł**) należało zapłacić **w kanale e-grocery** oraz **w sklepach hybrydowych (281,65 zł)** czyli prowadzących sprzedaż stacjonarną oraz internetową. **Natomiast najtańsze zakupy (280,26 zł)** można było zrobić w sieciach tradycyjnych. W sklepach stacjonarnych średni koszyk zakupowy był aż o 60,97 zł tańszy niż w sklepach typu dark store.



Porównanie modelu hybrydowego

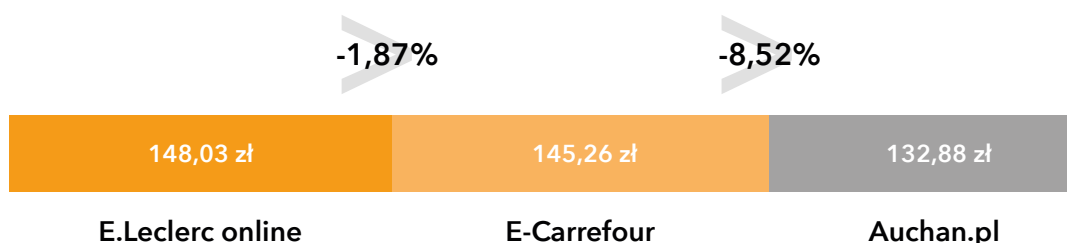
W ramach porównania modelu hybrydowego, w grudniu 2023 r. w dwóch na trzy analizowane sieci, zakupy online były tańsze niż w stacjonarnych wersjach tych samych sklepów. Natomiast w listopadzie 2023 r., w jednej na trzy sprawdzane sieci, zakupy przez Internet były tańsze.

W 2 na 3
sieci taniej
online niż
stacjonarnie



Najbardziej wyrównane ceny w grudniu ub.r. odnotowano w sklepach sieci E.Leclerc (wersja online tańsza o 3,85 zł). W przypadku sieci Carrefour zakupy przez Internet były o 7,12 zł tańsze. Natomiast sieć Auchan tak jak w poprzednich miesiącach stawia na handel tradycyjny. Zestaw produktów zamówionych przez Internet był o 21,15 zł droższy od wersji tradycyjnej.

E.Leclerc
najbardziej
wyrównane
ceny



Spośród sklepów działających w modelu hybrydowym, najtańsze zakupy online w październiku 2023 r. oferował Auchan (204,82 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	101,38 zł	98,96 zł	-2,39%
DODATKI	27,44 zł	30,55 zł	11,32%
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	18,05 zł	16,58 zł	-8,14%
MROŻONKI	20,29 zł	19,55 zł	-3,62%
NABIAŁ	20,18 zł	18,99 zł	-5,90%
NAPOJE	13,17 zł	13,80 zł	4,81%
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	12,61 zł	12,48 zł	-1,01%
SŁODYCZE	59,97 zł	62,84 zł	4,78%
PRODUKTY SYPKIE	10,23 zł	11,13 zł	8,77%
UŻYWKI, PIWO	57,55 zł	56,36 zł	-2,07%

6/10
grup
produktów
tańszych w
dark store

dodatki
największa
różnica w cenie
w kategorii

produkty
tłuszczowe
najmniejsza
różnica w cenie
w kategorii

W grudniu ub.r. analiza 10 grup produktowych pokazała, że w kanale e-grocery znalazło się 6 najdroższych grupy produktów natomiast w sklepach typu dark store było ich 4. W sklepach typu dark store były to: dodatki, napoje, słodycze i artykuły 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 kategorii dodatki, a najmniejszą w kategorii produkty tłuszczowe.

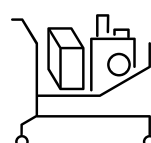
dark store

341,23 zł



-0,11%

e-grocery



340,86 zł

Wyniki badań

według grup produktowych

Zestawienie z grudnia ub. r. wykazuje, że ponownie najwięcej najdroższych grup produktów (9 na 10) było w kanale e-grocery. Natomiast **najwięcej najtańszych grup produktowych (7 na 10) można było znaleźć w dyskontach**. Trzy najtańsze grupy znalazły się w hipermarketach. Natomiast ani jedna najtańsza grupa produktów nie znalazła się w sklepach typu Cash & Carry, kanale e-grocery czy supermarketach.


9 z 10


kategorii produktów najdroższe w e-grocery

7 z 10

grup najtańsze w dyskontach

	cash & carry	dyskonty	e-grocery	hipermarkety	supermarkety
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	86,96 zł	79,37 zł	101,38 zł	74,32 zł	83,62 zł
DODATKI	24,93 zł	22,79 zł	27,44 zł	23,53 zł	26,03 zł
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	15,23 zł	13,28 zł	18,05 zł	13,64 zł	15,76 zł
MROŻONKI	15,24 zł	13,81 zł	20,29 zł	15,02 zł	16,48 zł
NABIAŁ	16,14 zł	16,49 zł	20,18 zł	15,48 zł	17,06 zł
NAPOJE	11,08 zł	10,91 zł	13,17 zł	11,02 zł	12,59 zł
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	10,57 zł	9,85 zł	12,61 zł	10,65 zł	10,95 zł
SŁODYCZE	52,44 zł	50,31 zł	59,97 zł	49,00 zł	52,99 zł
PRODUKTY SYPKIE	9,37 zł	8,65 zł	10,23 zł	9,72 zł	10,37 zł
UŻYWKI, PIWO	53,94 zł	47,56 zł	57,55 zł	48,82 zł	55,26 zł

 Najwyższa wartość

 Najniższa wartość

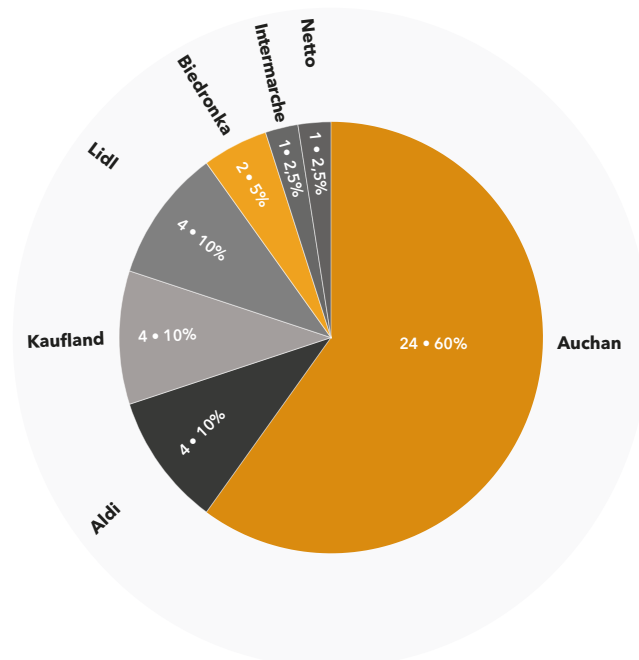
Analiza udziału w sieci

w minimalnych i maksymalnych cenach produktów

11•

oznaczenie liczby produktów w cenie minimalnej

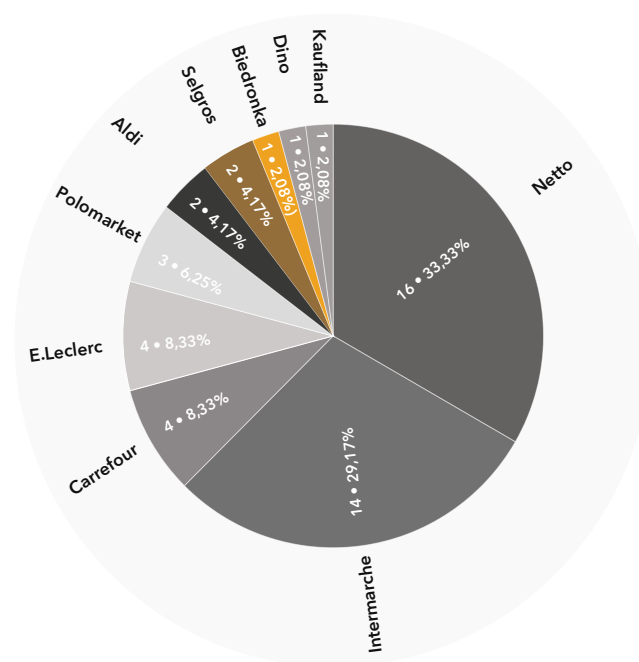
W grudniu ub. r. w przypadku **minimalnych cen produktów liderem ponownie został Auchan, który oferował 24 produkty w cenach minimalnych**. Kolejno uplasowała się sieć Lidl, ALDI i Kaufland z 4 produktami z najniższymi cenami. Na wykresie widzimy, że w sklepach Biedronka znalazły się 2 produkty w cenach minimalnych na 40 analizowanych. W sklepach Intermarché i Netto znalazł się jeden najtańszy produkt.



11•

oznaczenie liczby produktów w cenie maksymalnej

Najwięcej najdroższych badanych produktów (16) można było w grudniu ub. r. ponownie znaleźć w sieci Netto. Kolejno znalazła się sieć Intermarche (14 produktów), a następnie Carrefour, E.Leclerc (po 4 produkty), POLOmarket (3 produkty), ALDI i Selgros Cash & Carry (po 2 produkty) oraz sklepy Biedronka, Dino i Kaufland z 1 produktem z najwyższą ceną spośród 40 analizowanych.



* 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.

** 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%, a w grudniu 2023 r. nawet 300%. Na przykład żel pod prysznic Nivea Sport Men 500 ml w sieci Auchan kosztował 4,98 zł, a w sklepach E.leclerc jego cena wyniosła 20,15 zł, czyli o 306 % więcej. Natomiast kabanosy Tarczyński Exclusive Wieprzowe 105g można było kupić w sklepach Auchan za 2,68 zł, a w sieci Netto za 8,19 zł - tu różnica wyniosła 206%.

Lp.	Produkt	Sieć	Cena minimalna	Sieć	Cena maksymalna
1	Baton Prince Polo Classic XXL 50g	Auchan	0,98 zł	Netto	1,80 zł
2	Chipsy Lays paprykowe 140g	Auchan	3,54 zł	Carrefour	7,53 zł
3	Cif Cream Mleczko do czyszczenia Lemon 780 ml	Auchan	4,99 zł	Netto	15,29 zł
4	Coca Cola Original butelka PET 0,5l	Auchan	2,98 zł	Netto	4,85 zł
5	Czekolada Milka Mleczna Alpine Milk 100g	Auchan	2,78 zł	Netto	5,29 zł
6	Dr. Oetker Pizza Guseppe 4 sery 335g	Auchan	6,99 zł	Carrefour	12,99 zł
7	Dżem Łowicz truskawkowy słoiczek 280 g	Auchan	3,58 zł *	Polomarket	6,49 zł
8	Garnier Regenerujący Krem do rąk 100 ml tubka	Auchan	4,99 zł	Netto	12,59 zł
9	Guma do żucia Orbit spearmint draże 35g	Auchan	2,49 zł *	Intermarche	4,99 zł
10	Herbata Lipton Yellow Label 92/100 saszetek	Auchan	10,98 zł	Biedronka, Carrefour, Dino, Intermarche, Kaufland, Polomarket	19,99 zł
11	Hortex Warzywa na patelnię z bazylią i tymiankiem 450g	Auchan	3,98 zł	Intermarche	7,99 zł
12	Kabanosy Tarczyński Exclusive Wieprzowe 105g	Auchan	2,68 zł *	Netto	8,19 zł
13	Kawa mielona Jacobs Kronung 500g	Auchan	19,98 zł	Netto	35,19 zł
14	Ketchup Pudliszki łagodny 480g	Lidl	4,29 zł	Intermarche	7,99 zł
15	Kostka Kasia do pieczenia 250g	Biedronka	1,69 zł *	Netto	4,29 zł
16	Lisner "śledzik na raz" pikantny 100g	Auchan	1,78 zł *	Intermarche	3,99 zł
17	Lody Manhattan Classic różne rodzaje 1,4l	Biedronka	9,49 zł *	Intermarche	24,99 zł
18	Majonez Winiary 400 ml	Auchan	6,98 zł	Selgros	9,93 zł
19	Margaryna Rama Classic 400 g	Lidl	5,29 zł	Netto	8,19 zł
20	Mleko Łowickie 3,2% 1l	Netto	2,99 zł *	Carrefour	4,65 zł
21	Musztarda Sarepska Kamis 185g	ALDI	1,94 zł	Intermarche	3,99 zł
22	Napój energetyczny BLACK puszcza 0,25l	Auchan	1,98 zł	Netto	3,09 zł
23	Nivea Sport Men żel pod prysznic 500 ml	Auchan	4,98 zł	E.Leclerc	20,15 zł
24	Nutella krem 350g słoik	Auchan	9,48 zł	Intermarche	16,99 zł

25	Parówki Berlinki Classic opak. 250 g	Lidl	3,79 zł	ALDI	6,69 zł
26	Pasta Colgate MaxFresh 100 ml	Lidl	4,99 zł	Netto	10,19 zł
27	Piwo Żywiec puszka 0,5 l	Auchan	2,98 zł	E.Leclerc	5,49 zł
28	Płatki Nestle Nesquik 250 g torebka	Auchan	4,97 zł	Netto	7,77 zł
29	Płyn do płukania ust Listerine Cool Mint 500 ml	Kaufland	7,92 zł	Netto	17,29 zł
30	Płyn do zmywania Fairy Lemon 450 ml	Kaufland	4,01 zł	Netto	7,05 zł
31	Prymat pieprz czarny mielony 20g	ALDI	0,74 zł *	Intermarche, Polomarket	1,99 zł
32	Serek Almette śmietankowy 150g	Intermarche	2,99 zł *	ALDI, Netto	5,59 zł
33	Serek Danio Wanilia 130 g	Auchan	1,58 zł	Intermarche	2,49 zł
34	Serek Wiejski Piątница 200g	Auchan	1,68 zł	Selgros (C&C)	3,59 zł
35	Sok Tymbark 100% pomarańcza 1l karton	ALDI	3,49 zł	Intermarche	5,99 zł
36	Sos Tatarski Winiary 250 ml	Auchan	4,14 zł	Intermarche	7,99 zł
37	Szampon Loreal Elseve Color Vive 400 ml	Auchan	9,98 zł	Netto	19,99 zł
38	Zott Monte 150 g (white/black/classic)	Kaufland	2,45 zł	E.Leclerc, Intermarche	3,69 zł
39	Zupka instant VIFON łagodny 70g	Kaufland	1,19 zł	E.Leclerc	2,69 zł
40	Żelki Haribo Classic (Złote Misie) 85 g torebka	ALDI	1,94 zł	Intermarche	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 **180,67 zł (więcej o 0,81 zł niż w listopadzie ub. r.)**, natomiast przyjmując najwyższe ceny - **363,91 zł (mniej o 0,62 zł niż w listopadzie ub. r.)**. Różnica między najtańszym, a najdroższym koszykiem w grudniu 2023 r. **wyniosła 183,24 zł** i jest ona **o 1,43 zł niższa niż w listopadzie ub. r.** Jeśli spojrzymy na dane w ujęciu rocznym, to **suma koszyka minimalnego w grudniu 2023 r. była niższa o 15,46%** niż przed rokiem, natomiast **koszyk maksymalny był w grudniu 2023 r. droższy o 18,72 %** niż w 2022 r.

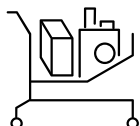
Wzrost ceny koszyka maksymalnego względem listopada 2023r.

0,45%

Najdroższy koszyk

Najwyższa cena koszyka

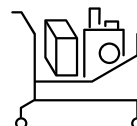
363,91 zł



Najtańszy koszyk

Najniższa cena koszyka

180,67 zł



Spadek ceny koszyka minimalnego względem listopada 2023r.

-0,17%

Porównanie wyników rok do roku

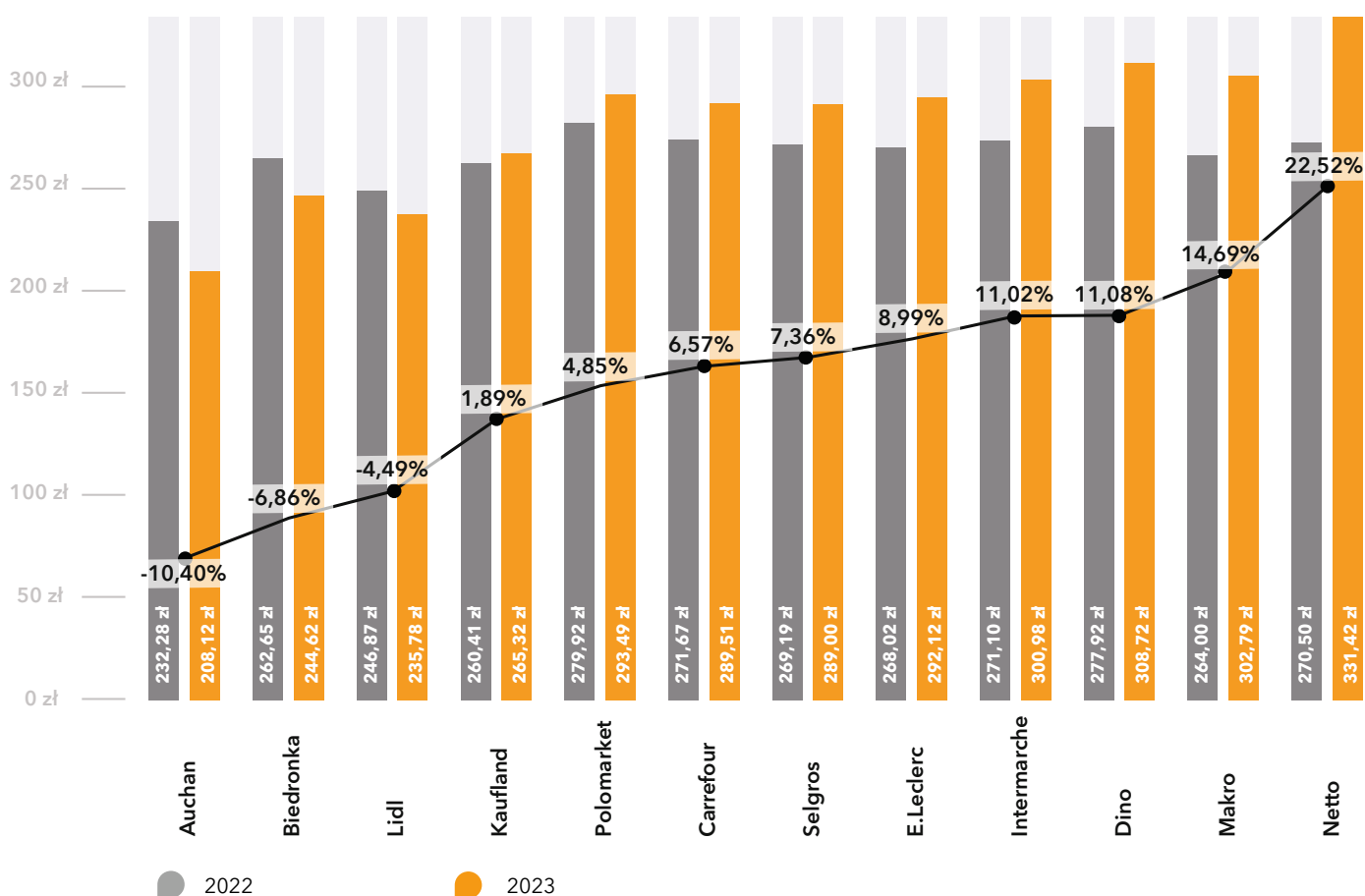
grudzień 2022 vs. grudzień 2023

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.

Z poniższego wykresu wynika, że w grudniu 2023 roku tylko w trzech na 12 badanych sieci handlowych, ceny były niższe niż przed rokiem. W pozostałych 9 sklepach ceny wzrosły.

Największy wzrost ceny
koszyka w Netto

+22,52%



Największy wzrost, tj. na poziomie 22,52% odnotowano w sieci Netto, w której średnia cena wzrosła o 60,92 zł. Natomiast spadek cen 40 badanych produktów zaobserwowano w sklepach: Auchan (10,40%), Biedronka (6,86%) i Lidl (4,49%).

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

9 z 12
sieci
podniosło ceny

Porównanie wyników rok do roku

grudzień 2022 vs. grudzień 2023

Zestawienie cen poniższych kategorii produktowych rok do roku pokazuje, że w grudniu 2023 r. względem 2022 roku **podrożało 6 na 10 analizowanych kategorii produktów: produkty sypkie, dodatki, chemia domowa i kosmetyki, słodcyce, napoje, używki i piwo**. Tym razem w ujęciu rok do roku **potaniały produkty tłuszczowe (27,89%), nabiał (8,96%), mięso, wędliny i ryby (2,58%) oraz mrożonki (1,72%)**. **W największym stopniu zdrożały dodatki**. W grudniu ub. r. **wzrost ten wyniósł 20,92% wobec 2022 r.**

Grupa produktowa	2022	2023	Różnica
DODATKI	19,76 zł	23,90 zł	20,92%
PRODUKTY SYPKIE	8,41 zł	9,44 zł	12,19%
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	72,63 zł	79,25 zł	9,11%
NAPOJE	10,35 zł	11,24 zł	8,62%
SŁODYCZE	46,91 zł	50,55 zł	7,76%
UŻYWKI, PIWO	48,58 zł	50,21 zł	3,35%
MROŻONKI	15,17 zł	14,91 zł	-1,72%
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	14,48 zł	14,10 zł	-2,58%
NABIAŁ	17,72 zł	16,14 zł	-8,96%
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	14,48 zł	10,44 zł	-27,89%
Suma średnich cen grup	268,49 zł	280,16 zł	4,35%

W każdej z analizowanych grup produktów odnotowano zmiany cen, jednak **najmniejszą różnicę stwierdzono w przypadku kategorii mrożonki (w grudniu 2023 r. taniej o 1,72%)**.

Wartość hipotetycznego koszyka skomponowanego wyłącznie z najdroższych produktów, była w grudniu 2023 roku **o 18,72% wyższa niż przed rokiem - to różnica o 57,37 zł**. W przypadku koszyka z najtańszymi produktami odnotowaliśmy spadek **w 2023 r. o 15,46%** w stosunku do roku 2022 - tutaj różnica kształtowała się na poziomie **33,03 zł**.

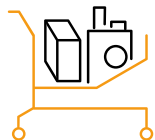
* Zmiana gramatur opakowań produktów badanych od stycznia 2023 r.:

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

Grudzień 2023

Najwyższa
suma koszyka

363,91 zł



+18,72%

Średnia
suma koszyka

280,16 zł



+4,35%

Najniższa
suma koszyka

180,67 zł

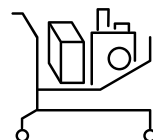


-15,46%

Grudzień 2022

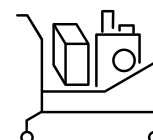
Najwyższa
suma koszyka

306,54 zł



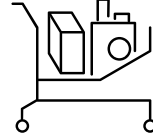
Średnia
suma koszyka

268,49 zł



Najniższa
suma koszyka

213,70 zł



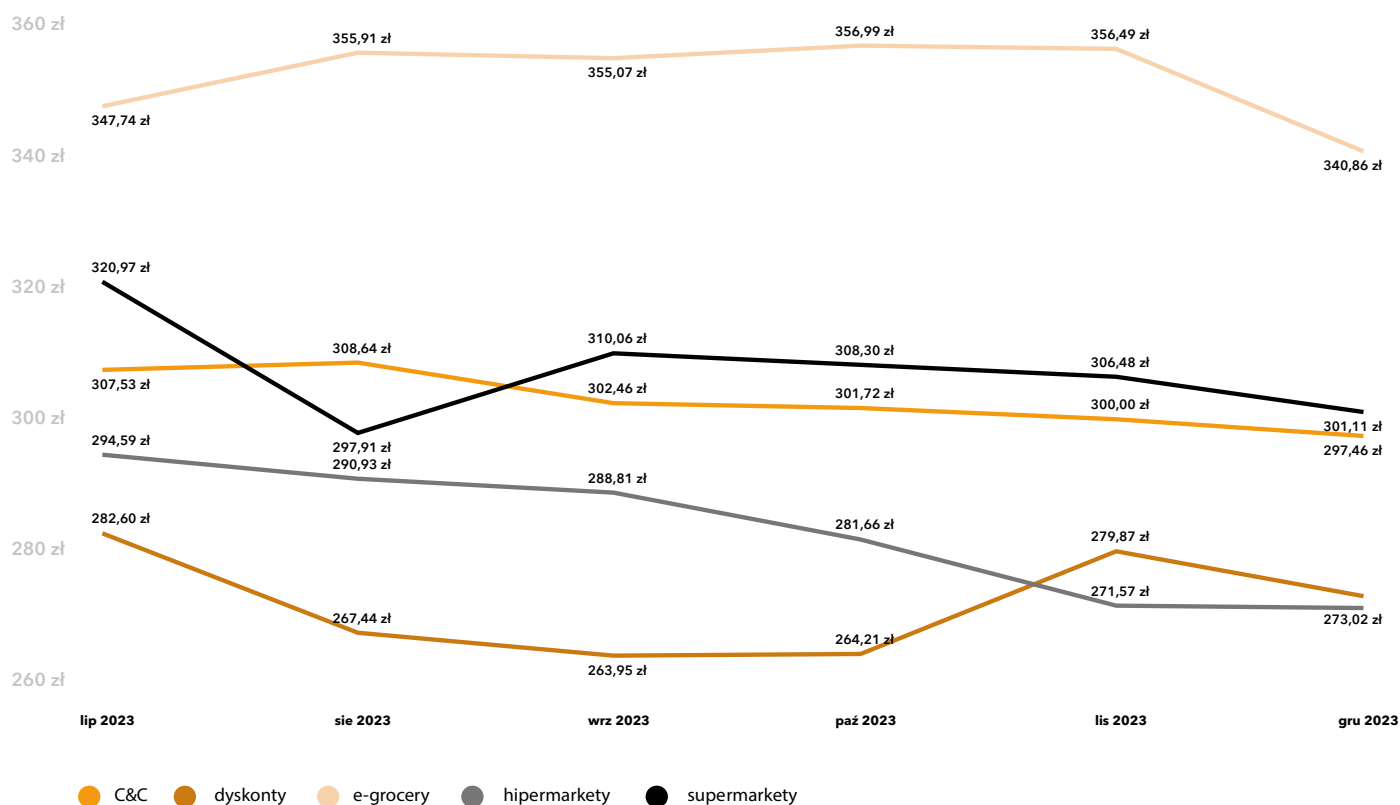
Porównanie wyników

listopad 2023 vs. grudzień 2023

Z danych zebranych przez ASM Sales Force Agency wynika, że w 7 na 13 sieci objętych badaniem, ceny w grudniu ub. r. były niższe niż w listopadzie ub. r. Podwyżki cen odnotowano natomiast w sześciu sieciach, m.in. w Kaufland (10,38%), Lidl (4,55%) czy Netto (2,64%). W grudniu ub. r. najtańsze zakupy można było ponownie zrobić w sieci Auchan. W sklepach tej marki średni koszt koszyka zakupowego wyniósł 208,12 zł. Najdroższy natomiast okazał się sklep Netto, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 331,42 zł.

	11.23	12.23	różnica
SELGROS (C&C)	290,00 zł	289,00	-0,34%
MAKRO (C&C)	300,47 zł	302,79	0,77%
BIEDRONKA	269,79 zł	244,62	-9,33%
LIDL	225,51 zł	235,78	4,55%
NETTO	322,88 zł	331,42	2,64%
AUCHAN	203,70 zł	208,12	2,17%
CARREFOUR	303,36 zł	289,51	-4,57%
KAUFLAND	240,38 zł	265,32	10,38%
E.LECLERC	299,53 zł	292,12	-2,47%
INTERMARCHE	310,90 zł	300,98	-3,19%
DINO	304,06 zł	308,72	1,53%
POLOMARKET	308,90 zł	293,49	-4,99%
ALDI	301,28 zł	280,26	-6,98%

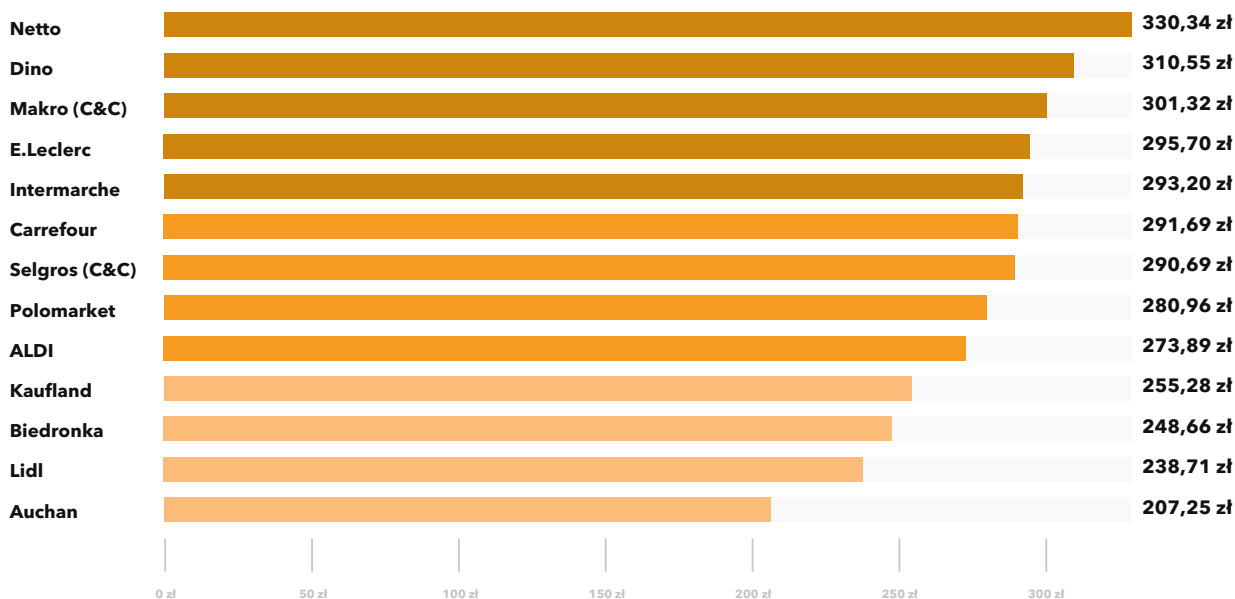
Zestawienie cen w podziale na kategorie sklepów pokazuje, że w grudniu 2023 r. najtańsze zakupy można było zrobić w hipermarketach, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 271,21 zł. Tuż za nimi z różnicą na poziomie 1,81 zł znalazły się dyskonty. Natomiast najwyższą wartość koszyka zakupowego odnotowano w kanale e-grocery - 340,86 zł, który zanotował największy spadek cen w skali miesiąca.



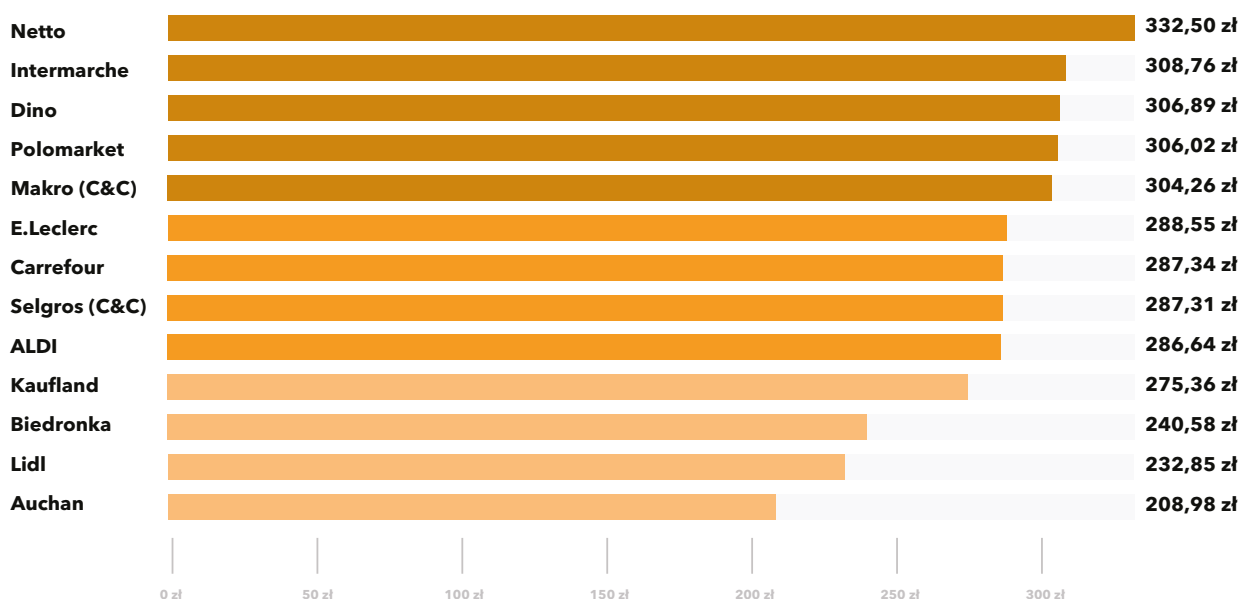
Dwie fale badania

4-6 grudnia i 13-15 grudnia 2023 r.

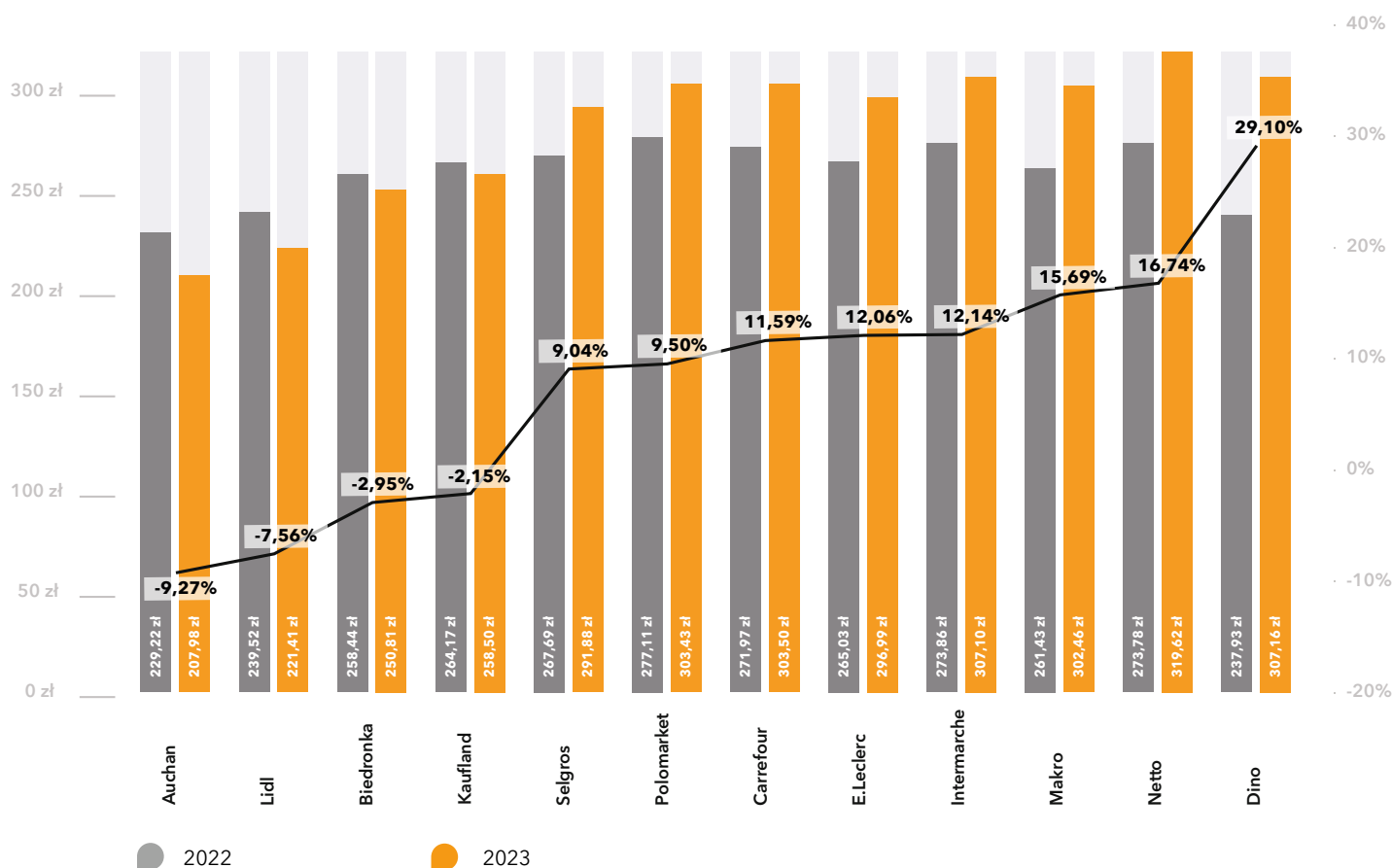
Z pierwszej fali badania (przeprowadzonej w dniach 4-6 grudnia ub. r.) wynika, że najtańsze zakupy można było zrobić w sieci Auchan, w której średni koszt koszyka zakupowego ASM Sales Force Agency wyniósł 207,25 zł. Różnice w średniej cenie koszyka między pierwszym, a drugim i trzecim sklepem w rankingu wyniosły odpowiednio więcej o 31,46 zł (Lidl) i 41,41 zł (Biedronka). Najwyższą wartość koszyka zakupowego podczas tej fali badania odnotowano w sieci Netto, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 330,34 zł.



Natomiast analiza średniej wartości koszyka zakupowego przeprowadzona w trakcie drugiej fali badania (13-15 grudnia ub.r.) wykazała, że najtańsze zakupy można było zrobić również w sklepach sieci Auchan, w której średni koszt koszyka zakupowego ASM Sales Force Agency wyniósł 208,98 zł. O miano sieci z najniższą wartością koszyka walczyły również sklepy Lidl (232,85 zł) czy Biedronka (240,58 zł). Najwyższą wartość koszyka zakupowego odnotowano w sieci Netto, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 332,50 zł.



Podsumowanie IV kwartału 2023 r.



Grudniowy Raport Koszyka Zakupowego 2022 ASM Sales Force Agency zamyka IV kwartał 2023 roku. Ciekawe obserwacje przynosi porównanie cen w IV kwartale 2023 r. wobec IV kwartału 2022 r. W **8 na 12** analizowanych sieci odnotowano wzrosty średniej ceny koszyka w IV kwartale 2023 wobec 2022 roku. **Największe wzrosty cen** zaobserwowano **w sieci Dino (29,10%), Netto (16,74%)** czy **Makro Cash & Carry (15,69%)**. **Spadki cen** odnotowano **w 4 sieciach, tj. Auchan (9,27%), Lidl (7,56%), Biedronka (2,95%)** czy **Kaufland (2,15%)**.

Grudzień w liczbach




7/13

sieci obniżyło ceny
w skali miesiąca



Auchan
liderem
najniższych
cen




dodatki z
największym
wzrostem r/r



Koszyk Zakupowy ASM
Badanie i Raport



hipermarkety
najtańszym
kanałem
zakupów



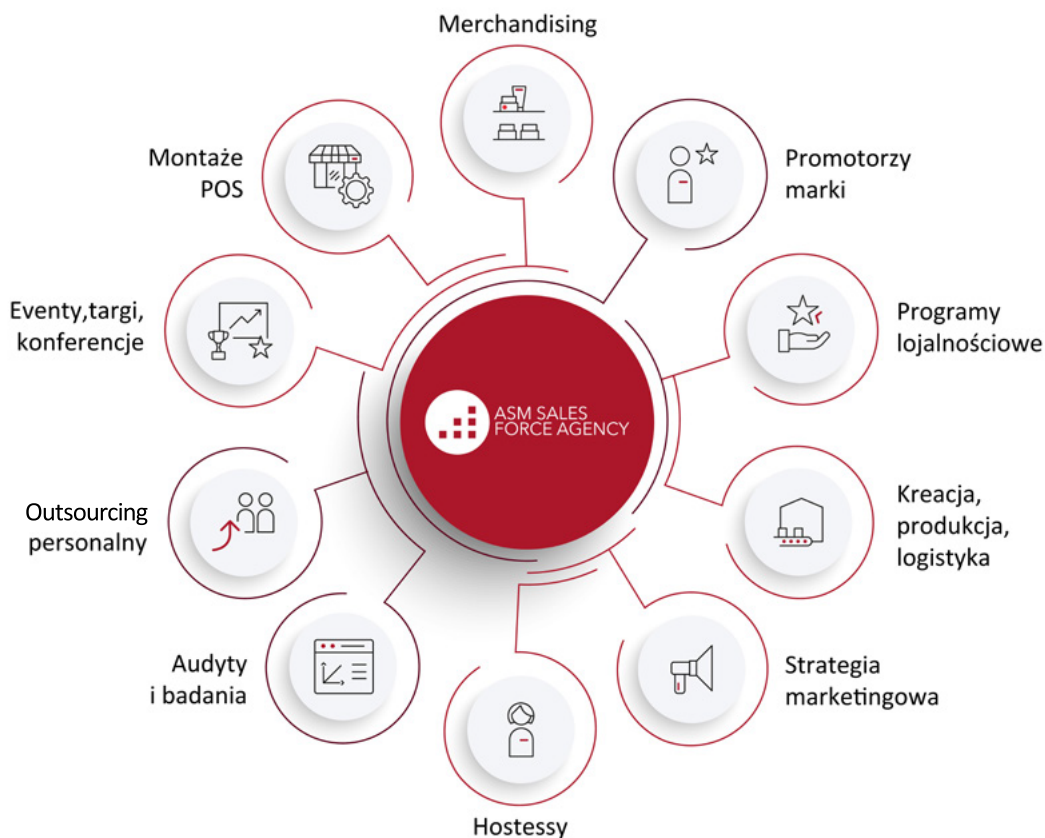
Zakupy spożywcze
droższe niż przed
rokiem

+4,35 %



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

sekretariat@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](#)

