

# RAPORT KOSZYKA ZAKUPOWEGO

MARZEC 2020



ASM SALES  
FORCE AGENCY  
A MEMBER OF THE ASM GROUP

# RAPORT KOSZYKA ZAKUPOWEGO

Eksperti **ASM Sales Force Agency** po raz trzeci w tym roku zmierzili ceny podstawowych produktów FMCG. Zapraszamy do zapoznania się z **Raportem Koszyka Zakupowego ASM SFA**:

**Marzec przyniósł wzrost cen o 1,4 proc.** (ok. 3 zł) względem lutego 2020 r. **Średnia wartość koszyka zakupowego wyniosła w zeszłym miesiącu 233,94 zł** (wobec 230,7 w lutym). **Najdrożej, jak niemal co miesiąc, kupowaliśmy online, ale co ciekawe, koszyk zestawiony z produktów e-grocery był tym razem nieznacznie tańszy niż przed miesiącem** (o niecałe 0,5 zł). **Mniej zapłaciliśmy również za zakupy w najdroższym sklepie stacjonarnym – podobnie jak przed miesiącem była nim hurtownia Selgros** (o ok. 6 zł tańsza niż w lutym). **We wszystkich pozostałych sieciach cena naszego koszyka zakupowego była wyższa w porównaniu m/m.** Nawet w najtańszym od kilku miesięcy Auchan, gdzie zapłacilibyśmy za zestaw tych samych produktów FMCG **216,2 zł** (nieznacznie więcej niż w lutym). Dystans do koszyka najdroższego (e-grocery) pozostał podobny jak przed miesiącem (ok. 14 proc.). Natomiast **różnica pomiędzy najdroższym (Selgros) a najtańszym sklepem stacjonarnym (Auchan) wzrosła w marcu z 10 do 11,5 procenta (24,5 zł vs. 28 zł).**

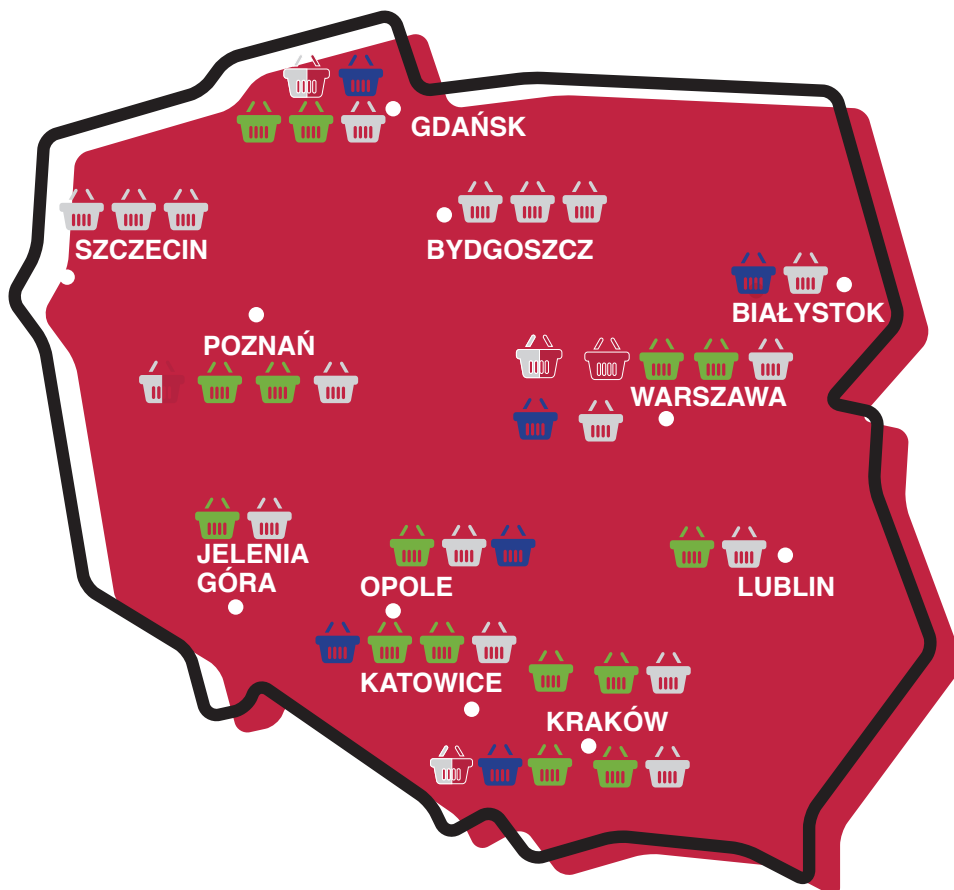
## **METODOLOGIA:**

Badanie ASM SFA 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 i Biedronka), **sieciach tradycyjnych** (Auchan, Carrefour, E.Leclerc, Intermarché, Kaufland, Tesco) oraz **cash & carry** (Makro i Selgros). Do zbiorowej kategorii **e-grocery** zaliczają się 4 sklepy online: frisco.pl, dodomku.pl, polskikoszyk.pl oraz szybikoszyk.pl. **Hybrydę** sprzedaży stacjonarnej i internetowej reprezentują odpowiednio Auchan vs. Auchan Direct, E.Leclerc vs. E.Leclerc online, Carrefour vs. E-Carrefour oraz Tesco vs. Tesco e-zakupy.

Dane do badania zostały zebrane w 5 placówkach każdej z sieci tradycyjnych, zlokalizowanych w 12 miastach (Białystok, Bydgoszcz, Gdańsk, Jelenia Góra, Lublin, Łódź, Katowice, Kraków, Opole, Poznań, Warszawa, Szczecin). Raport obejmuje łącznie 50 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; słodycze; sypkie czyli produkty instant; używki i alkohol oraz dodatki typu ketchup czy majonez).

ASM SFA przeprowadza badanie i porównanie cen koszyka w cyklach comiesięcznych. Aktualne dane zebrano dniach 11-17. marca 2020 r. Raport został sporządzony przez ekspertów ASM Sales Force Agency, spółki specjalizującej się w świadczeniu kompleksowych usług wsparcia sprzedaży i outsourcingu, członka grupy ASM Group S.A.

# ZASIĘG BADANIA WG LOKALIZACJI



## RODZAJE BADANYCH SIECI:



dyskont



cash&carry



sieć tradycyjna



e-grocery



sieć tradycyjna + e-grocery

## SIECI HANDLOWE:

Biedronka , Lidl

Makro, Selgros

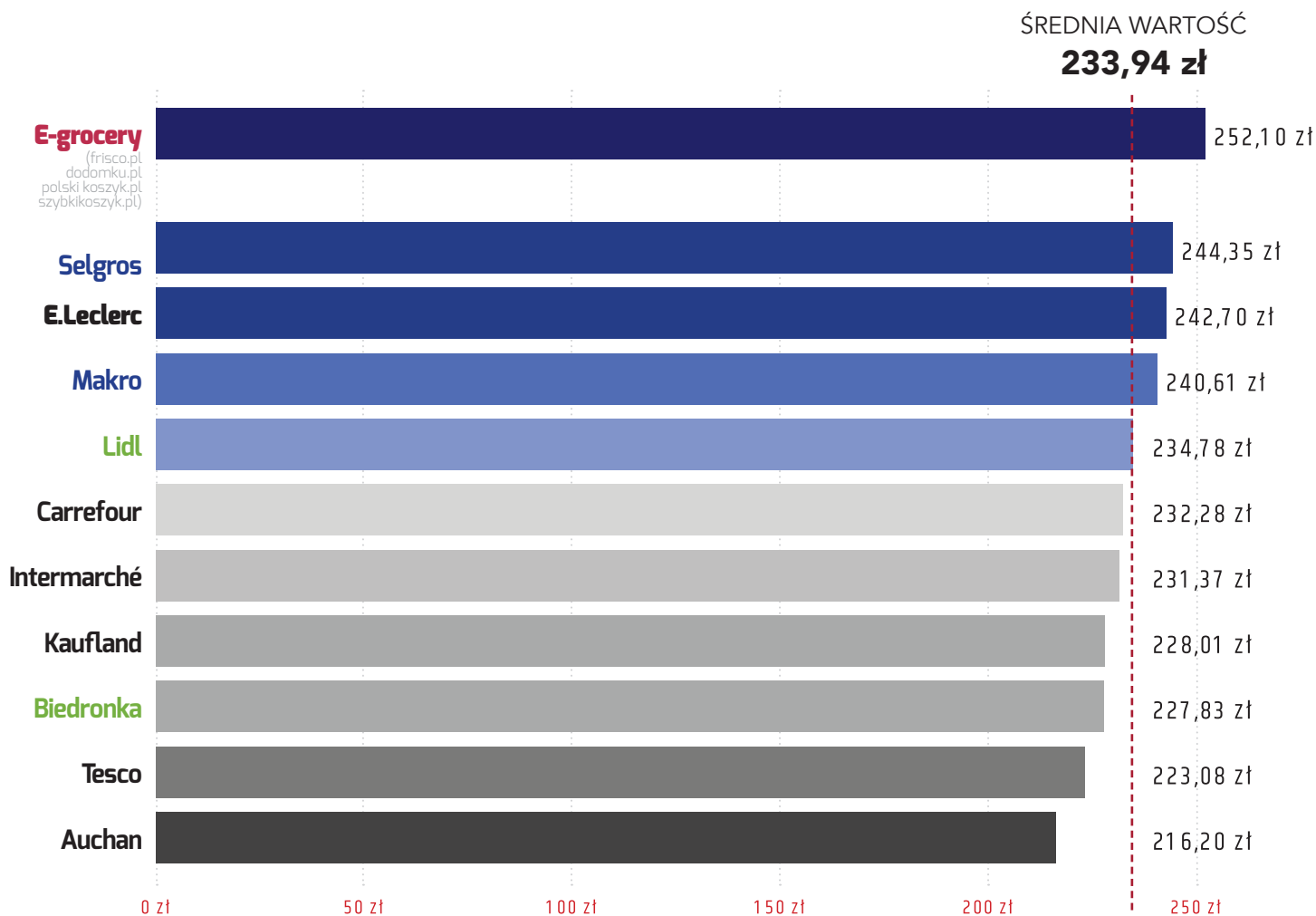
Auchan, carrefour, E.Leclerc, Intermarche, Kaufland, Tesco

e-grocery ( frisco.pl, dodomku.pl, polski koszyk.pl, szybkikoszyk.pl)

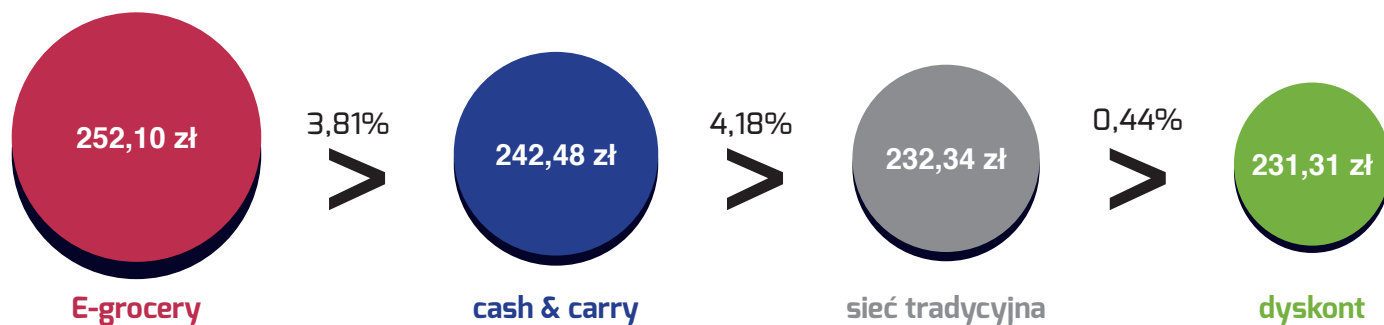
hybryda ( kanał tradycyjny + e-grocery)

# WYNIKI BADAŃ

ŚREDNIA WARTOŚĆ KOSZYKA ZAKUPOWEGO W PODZIALE NA SIECI I KANAŁY



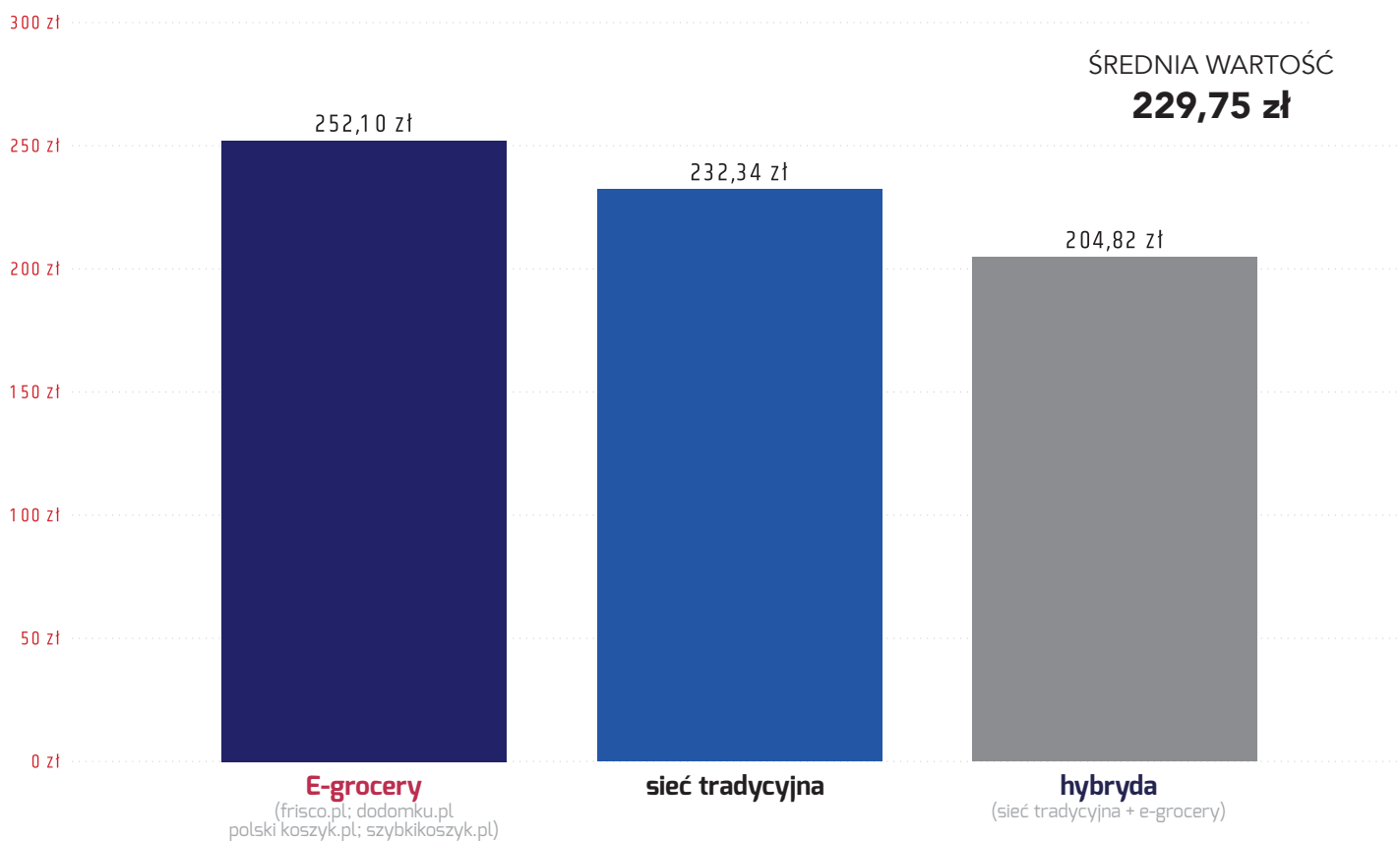
Niezmiennie pod względem wysokich cen w rankingu prowadzi e-grocery z wartością 252,1 zł (niemal identyczną jak przed miesiącem). **Dystans koszyka e-grocery do wartości średniej badania wyraźnie się zmniejszył – w marcu wyniósł pierwszy raz od pół roku mniej niż 20 zł.** Różnica między wartością średnią koszyka zakupowego, a wartością najtańszych zakupów – w Auchan, nieznacznie wzrosła (o 2 zł, czyli w tym przypadku o 0,26 proc.)



# WYNIKI BADAŃ

## ŚREDNIA WARTOŚĆ KOSZYKA ZAKUPOWEGOW PODZIALE NA SIECI I KANAŁY

Cenowy ranking w podziale na sieci od dawna nie ulega zmianie: w uśrednieniu także tym razem najdroższe okazały się zakupy zrobione wyłącznie online (252,1 zł), będąc o 3,81 proc. droższe od zakupów w sklepach Cash&Carry (242,48 zł) – czym C&C zmniejszyło dystans o ponad 1,5 proc. w porównaniu do lutego 2020. Mniej więcej taki sam dystans jak przed miesiącem dzieli hurtownie od sklepów tradycyjnych (ponad 4 proc.), a najtańsze pozostają dyskonty (ale tylko o niecałe 0,5 proc.).



Także w porównaniu kanałów sprzedaży niezmiennie, od rozpoczęcia cyklicznych badań koszyka zakupowego ASM SFA, pod względem wysokości cen przoduje kanał e-grocery. Podobnie jak w poprzedzających miesiącach na drugim miejscu pod względem atrakcyjności cen plasują się sklepy tradycyjne, a jeszcze taniej wyniosą nas zakupy w hybrydach online i off-line (czyli mix zakupów w sklepie stacjonarnym i internetowym tej samej sieci). Hybrydy średnią kwotą 204,82 zł, znacznie – bo aż o 18,75 proc. (ponad 47 zł) wyprzedzają zakupy wyłącznie online. Sklepy tradycyjne plasują się cenowo mniej więcej pośrodku.

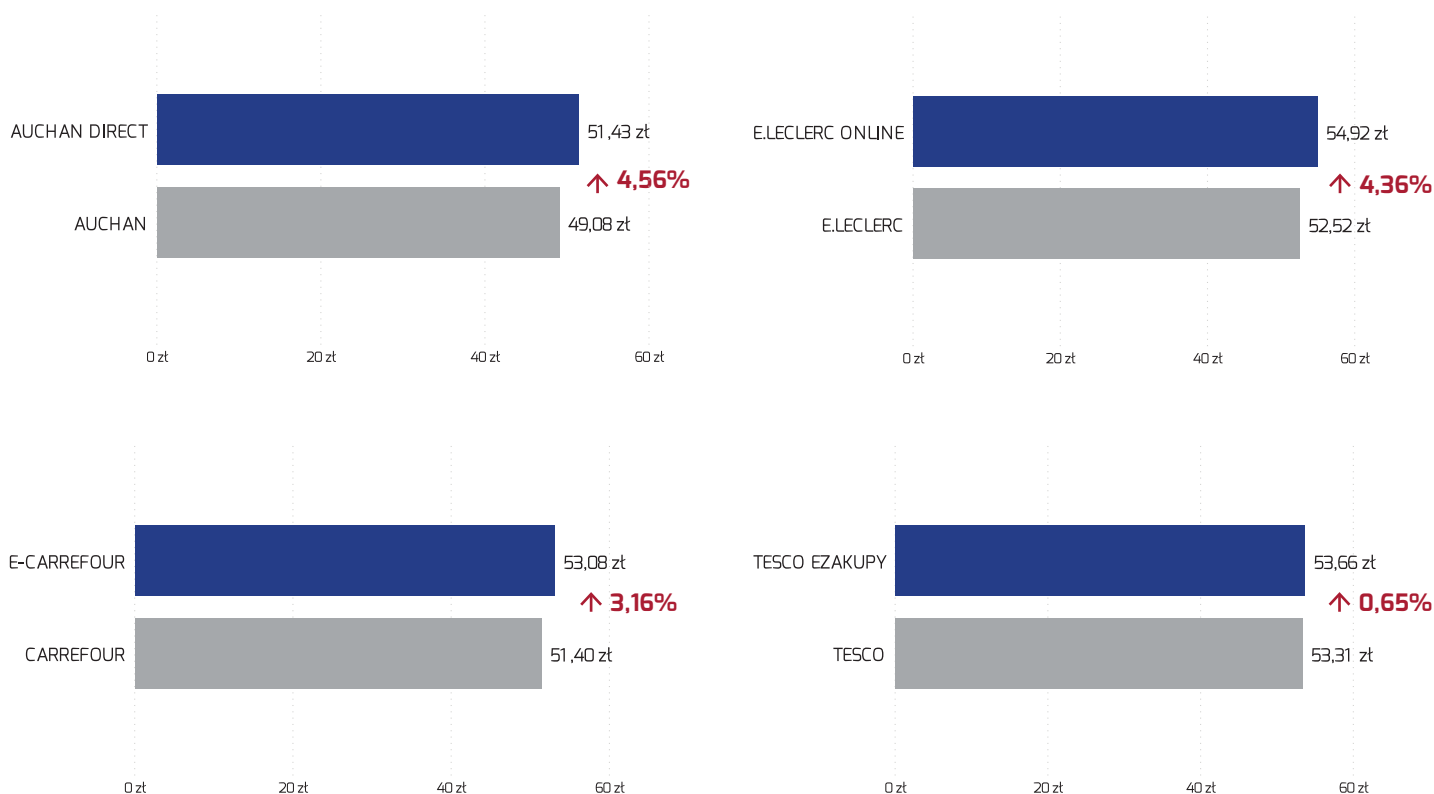


# ANALIZA CEN W SIECIACH OBSŁUGUJĄCYCH KANAŁ TRADYCYJNY I E-COMMERCE

Tzw. *hybrydy*, czyli sklepy funkcjonujące zarówno w Internecie, jak i stacjonarnie, są analizowane w badaniu cen koszyka zakupowego ASM SFA od lipca 2019 r.

Należy podkreślić, że średnia wartość koszyka zakupowego dla hybryd została wyliczona na podstawie danych z czterech par sklepów: odpowiednio Auchan vs. Auchan Direct, E.Leclerc vs. E.Leclerc online, Carrefour vs. E-Carrefour oraz Tesco vs. Tesco e-zakupy. (Podobnie koszyk e-grocery skomponowany został na bazie produktów dostępnych w sumie w czterech sklepach online: frisco.pl, dodomku.pl, polskikoszyk.pl i szybkikoszyk.pl). **Tylko w ten sposób możliwe było zestawienie wszystkich badanych produktów dostępnych w danym kanale sprzedaży.**


**Natomiast do porównania cen produktów w tzw. hybrydach, czyli między kanałem online i offline tej samej sieci, wykorzystano wyłącznie te produkty, które występują w każdej parze sklepów.**




**W marcu wszystkie hybrydy miały wyższe ceny online.** Średnio najtańszych zakupów w danej sieci można było dokonać wybierając produkty w najkorzystniejszych cenach danego kanału sprzedaży (a więc część online, część stacjonarnie).

Amplitudy cen są różne w poszczególnych kategoriach produktowych (patrz str. 7/8).

# ŚREDNIE WARTOŚCI KOSZYKA W POSZCZEGÓLNYCH GRUPACH PRODUKTOWYCH

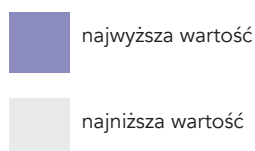
 najwyższa wartość

 najniższa wartość

	AUCHAN	AUCHAN DIRECT	CARREFOUR	E-CARREFOUR	E.LECLERC	E.LECLERC ONLINE	TESCO	TESCO EZAKUPY
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	5,18 zł	118,44%	5,19 zł	96,15%	6,86 zł	78,59%	5,49 zł	100,00%
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	2,26 zł	109,93%	2,24 zł	109,28%	2,77 zł	89,89%	2,49 zł	100,00%
MROŻONKI	12,95 zł	97,84%	13,44 zł	96,58%	12,00 zł	111,50%	13,61 zł	93,89%
NABIAŁ	3,98 zł	105,28%	3,87 zł	97,93%	4,00 zł	102,30%	3,99 zł	100,00%
NAPOJE	5,92 zł	103,98%	6,68 zł	94,91%	6,60 zł	108,79%	7,50 zł	101,07%
SŁODYCZE	11,83 zł	104,35%	12,60 zł	113,17%	12,83 zł	113,31%	12,56 zł	110,35%
SYPKIE	3,58 zł	110,77%	3,85 zł	111,11%	4,08 zł	94,65%	3,68 zł	94,57%
UŻYWKI, ALKOHOL	3,38 zł	102,96%	3,53 zł	113,03%	3,39 zł	117,77%	3,99 zł	100,00%

# WYNIKI BADAŃ WG GRUP PRODUKTOWYCH

Amplitudy cenowe między kategoriami (ale i pomiędzy konkretnymi, analogicznymi produktami – patrz str. 10-11) są mniej lub bardziej znaczące. W marcu największe rozbieżności zmierzaliśmy w kategorii chemii domowej i kosmetyków (od 62,51 zł w Auchan do 84,68 zł w Makro za ten sam zestaw produktów). **W marcu największe rozbieżności cenowe zmierzaliśmy w kategorii chemii domowej i kosmetyków** (od 62,51 zł w Auchan do 84,68 zł w Makro za ten sam zestaw produktów).

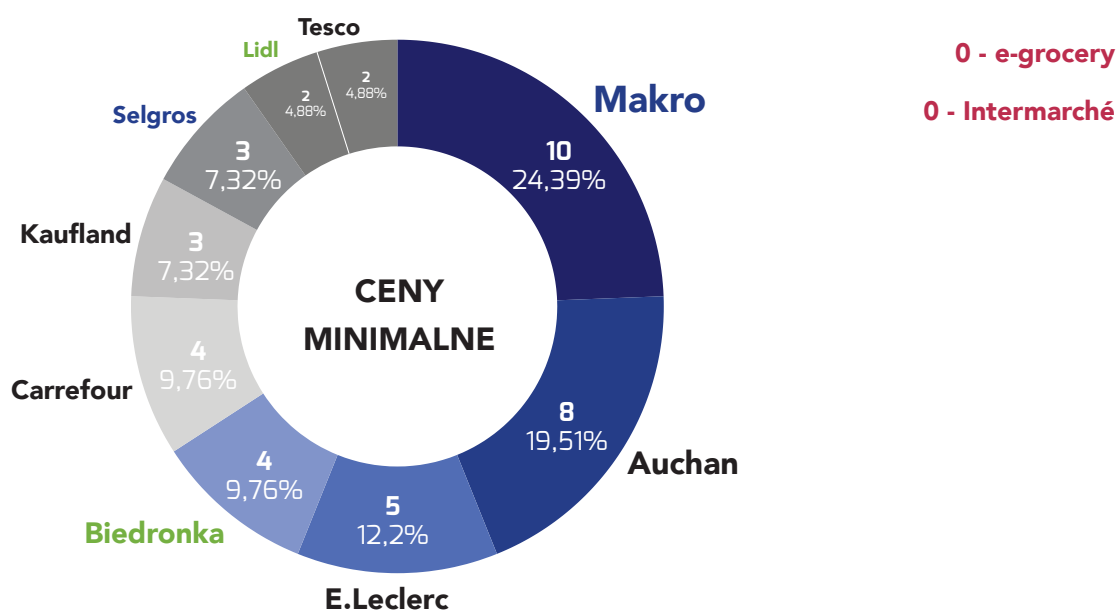


	AUCHAN	BIEDRONKA	CARREFOUR	E.LECLERC	E-GROCERY	INTERMARCHE	KAUFLAND	LIDL	MAKRO	SELGROS	TESCO
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	62,51 zł	78,44 zł	68,51 zł	71,51 zł	83,72 zł	65,88 zł	67,71 zł	69,81 zł	84,68 zł	78,84 zł	68,02 zł
DODATKI	15,17 zł	20,27 zł	14,83 zł	18,48 zł	17,83 zł	14,56 zł	13,73 zł	15,26 zł	13,40 zł	15,00 zł	16,44 zł
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	11,79 zł	16,66 zł	12,11 zł	15,67 zł	14,72 zł	12,61 zł	12,70 zł	11,15 zł	13,94 zł	13,36 zł	13,80 zł
MROŻONKI	12,95 zł	19,48 zł	13,44 zł	12,00 zł	16,50 zł	13,91 zł	12,66 zł	14,12 zł	14,07 zł	13,82 zł	13,61 zł
NABIAŁ	12,73 zł	15,94 zł	12,96 zł	13,28 zł	15,80 zł	13,09 zł	12,96 zł	12,75 zł	12,18 zł	12,84 zł	13,45 zł
NAPOJE	8,07 zł	10,18 zł	8,71 zł	8,71 zł	10,00 zł	9,04 zł	8,87 zł	8,27 zł	7,84 zł	8,85 zł	9,48 zł
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	5,79 zł	8,28 zł	6,35 zł	8,94 zł	7,23 zł	6,36 zł	6,39 zł	6,28 zł	5,85 zł	6,81 zł	6,28 zł
SŁODYCZE	42,36 zł	49,47 zł	42,93 zł	44,87 zł	34,14 zł	46,44 zł	43,80 zł	45,21 zł	45,10 zł	42,28 zł	36,53 zł
SYPKIE	8,55 zł	10,76 zł	8,45 zł	9,45 zł	11,44 zł	10,13 zł	8,67 zł	8,67 zł	9,03 zł	8,25 zł	8,67 zł
UŻYWKI, ALKOHOL	36,29 zł	44,52 zł	43,98 zł	39,78 zł	40,75 zł	40,32 zł	40,52 zł	43,26 zł	34,51 zł	44,29 zł	37,97 zł

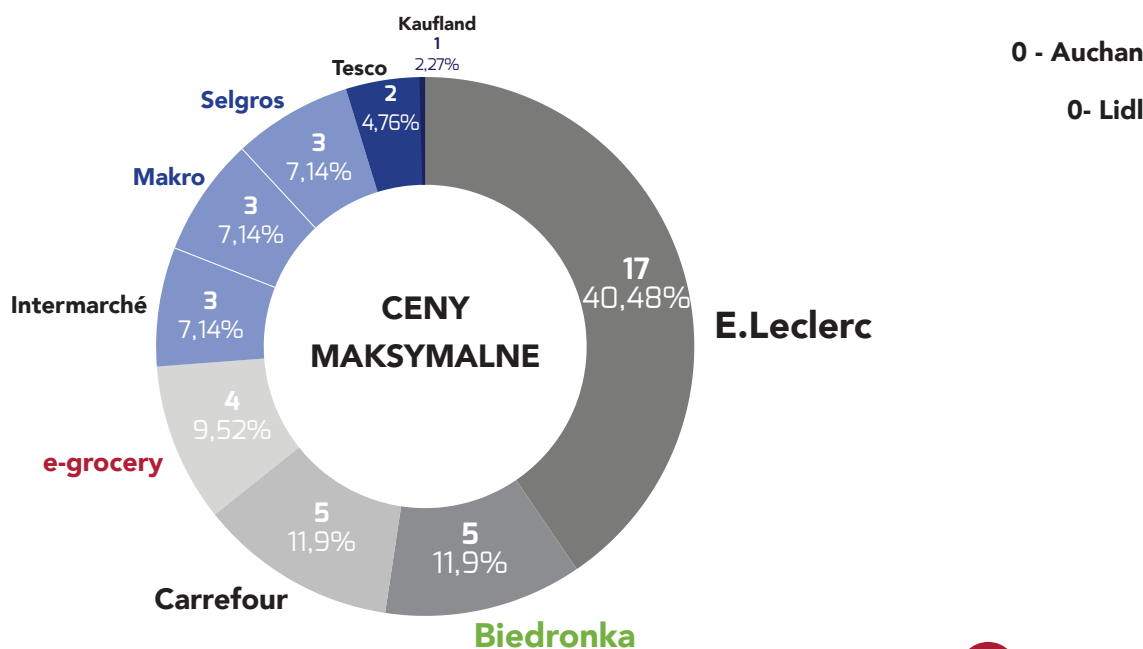


# ANALIZA UDZIAŁ SIECI W MINIMALNYCH I MAKSYMALNYCH CENACH PRODUKTÓW

W marcu, najkorzystniejszy pod względem cenowym (w kontekście raportu ASM SFA), Auchan miał w swojej ofercie 8 najtańszych produktów. Nie był rekordzistą – **najwięcej, bo aż 10 najtańszych spośród badanych artykułów znaleźliśmy w Makro** (czwartej najdroższej sieci w tym miesiącu). Natomiast jedna z tańszych sieci – Biedronka (trzecia pod względem niskich cen) posiadała w swoim asortymencie tylko 4 najtańsze produkty.



Analogicznie rzecz ma się z produktami najdroższymi: Najdroższe zakupy robione online nie oznaczają, że e-grocery składa się głównie z najdroższych towarów – znaleźliśmy ich tam zaledwie cztery. Także najdroższy stacjonarny sklep – Selgros oferował tylko trzy najdroższe produkty spośród mierzonych przez ASM SFA. Zdecydowanym **rekordzistą pod względem liczby najdroższych produktów z naszego badania był w marcu E.Leclerc (17 sztuk)**.



# SZCZEGÓŁOWY WYKAZ PRODUKTÓW ZE WSKAZANIEM ICH DOSTĘPNOŚCI W CENACH MINIMALNYCH I MAKSYMALNYCH

Badanie ASM SFA niezmiennie wykazuje, że rozdzźwięk między cenami najwyższymi a najniższymi tych samych produktów może być znaczący w zależności od sieci i kanału sprzedaży (oraz, co logiczne, akcji promocyjnych). Oznacza to, że za ten sam produkt jesteśmy w stanie zapłacić dużo więcej w zależności od miejsca i kanału, w którym dokonujemy zakupów. Warto zwrócić uwagę na ceny poszczególnych produktów – zwłaszcza z kategorii luksusowych (jak alkohol czy słodczyce) lub kupowanych rzadziej (jak np. kosmetyki, chemia domowa). Tu dotkliwie możemy odczuć różnice w cenie tego samego produktu: np. mleczko do czyszczenia Cif kosztowało w marcu w Makro 6,49 zł, co stanowiło niemal 1/3 ceny analogicznego produktu (o takiej samej gramaturze i tego samego producenta) w hurtowni Selgros (17,21 zł); dla odmiany Nivea Sport Men żel pod prysznic 500 ml można było kupić w Selgrosie o ponad połowę taniej niż w Makro (8,45 zł vs. 18,44 zł).

LP.	PRODUKT	GRUPA PRODUKTOWA	SIEĆ	CENA MIN	SIEĆ	CENA MAX
1	Cif Cream Mleczko do czyszczenia 780 ml	CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	MAKRO	6,49 zł	SELGROS	17,21 zł
2	Garnier Regenerujący Krem do rąk 100 ml tubka	CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	E.LECLERC	6,98 zł	CARREFOUR	13,99 zł
3	Nivea Sport Men żel pod prysznic 500 ml różne rodzaje	CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	SELGROS	8,45 zł	MAKRO	18,44 zł
4	Pasta Colgate MaxFresh 125 ml	CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	AUCHAN	4,48 zł	E.LECLERC	9,69 zł
5	Płyn do płukania ust Listerine 500 ml różne smaki	CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	CARREFOUR	10,99 zł	E.LECLERC	22,99 zł
6	Płyn do zmywania Fairy 450 ml	CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	E.LECLERC	3,90 zł	CARREFOUR	7,59 zł
7	Szampon Loreal Elseve różne rodzaje 500 ml	CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	CARREFOUR	7,99 zł	E.LECLERC	21,99 zł
8	Ketchup Pudliszki 480g	DODATKI	MAKRO	3,83 zł	E.LECLERC	7,49 zł
9	Majonez Winiary 250 ml	DODATKI	MAKRO	3,51 zł	TESCO	7,49 zł
10	Musztarda Sarepska Kamis 185 g	DODATKI	KAUFLAND	1,49 zł	E.LECLERC	3,29 zł
11	Sos Tatarski Winiary 250 ml	DODATKI	MAKRO	3,34 zł	E.LECLERC	5,49 zł
12	Lisner „śledzik na raz” różne smaki 100g	MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	LIDL	1,79 zł	E.LECLERC	2,99 zł
13	Parówki Berlinki opak. 250 g	MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	AUCHAN	3,08 zł	BIEDRONKA	5,49 zł
14	Tarczyński kabanosy 120 g różne smaki	MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	BIEDRONKA	3,99 zł	E.LECLERC	9,25 zł
15	Dr. Oetker Pizza Gusseppe 4 sery 335g	MROŻONKI	E.LECLERC	5,59 zł*	CARREFOUR	10,79 zł
16	Hortex warzywa na patelnię 450 g	MROŻONKI	KAUFLAND	4,44 zł*	E-GROCERY	7,91 zł
17	Mleko Łowickie 3,2% 1 l	NABIAŁ	KAUFLAND	2,19 zł	SELGROS	3,62 zł

18	Serek Danio Vanilia 140 g	NABIAŁ	AUCHAN	1,28 zł*	E.LECLERC	2,59 zł
19	Serek Wiejski Piątnica 200 g	NABIAŁ	AUCHAN	1,49 zł	MAKRO	3,66 zł
20	Serek Almette różne smaki 150 g	NABIAŁ	E.LECLERC	3,39 zł	E-GROCERY	4,95 zł
21	Zott Monte 150 g (white/black/classic)	NABIAŁ	MAKRO	2,26 zł	BIEDRONKA	3,99 zł
22	Coca Cola Original 0,5l butelka PET	NAPOJE	E.LECLERC	1,89 zł*	BIEDRONKA/ E.LECLERC	3,49 zł
23	Napój energetyczny BLACK puszka 0,25l	NAPOJE	BIEDRONKA	1,49 zł	E.LECLERC	2,99 zł
24	Sok Tymbark 100% pomarańcza 1 l karton	NAPOJE	MAKRO	2,25 zł*	INTERMARCHE	4,85 zł
25	Kosta Kasia do pieczenia 250 g	PRODUKTY TŁUSZCZOWE	BIEDRONKA	1,59 zł*	E.LECLERC	4,19 zł
26	Margaryna Rama Classic 450 g	PRODUKTY TŁUSZCZOWE	AUCHAN	3,38 zł	E.LECLERC	6,99 zł
27	Baton Prince Polo XXL 50g	SŁODYCZE	AUCHAN	0,99 zł*	CARREFOUR/E.LECLERC	1,89 zł
28	Czekolada Milka Mleczna Alpine Milk 100 g	SŁODYCZE	BIEDRONKA	2,29 zł*	CARREFOUR	4,49 zł
29	Dżem Łowicz różne smaki 280 g słoiczek	SŁODYCZE	CARREFOUR	2,99 zł	TESCO	6,79 zł
30	Lody Manhattan różne smaki 1,4 l	SŁODYCZE	TESCO	7,49 zł*	E.LECLERC	17,99 zł
31	Nutella krem 350 g słoik	SŁODYCZE	MAKRO	8,11 zł*	INTERMARCHE	16,89 zł
32	Płatki Nestle Nesquik 250 g torebka	SŁODYCZE	SELGROS	3,77 zł*	INTERMARCHE	9,99 zł
33	Żelki Haribo Classic 200 g torebka	SŁODYCZE	LIDL	1,89 zł*	BIEDRONKA	5,99 zł
34	Chipsy Lays paprykowe 140 g	SYPKIE	AUCHAN	3,28 zł*	E-GROCERY	6,50 zł
35	Winiary „pomysł Na...” szaszetka różne rodzaje 30 g	SYPKIE	SELGROS	2,25 zł	MAKRO	3,45 zł
36	Zupka instant VIFON różne rodzaje 70 g	SYPKIE	AUCHAN/ TESCO	0,99 zł	E-GROCERY	1,99 zł
37	Guma do żucia Orbit spearmint draże 35 g	UŻYWKI, ALKOHOL	MAKRO	1,61 zł	E-GROCERY	4,12 zł
38	Herbata Lipton Yellow Label 92/100 saszetek	UŻYWKI, ALKOHOL	MAKRO	10,32 zł*	SELGROS	23,90 zł
39	Kawa mielona Jacobs Kronung 500g	UŻYWKI, ALKOHOL	CARREFOUR	13,49 zł	BIEDRONKA	24,99 zł
40	Piwo Żywiec puszka 0,5 l	UŻYWKI, ALKOHOL	MAKRO	2,64 zł	E.LECLERC	3,99 zł

\* cena promocyjna \*\* e-grocery nie prowadzi sprzedaży alkoholu



NAJWYŻSZA SUMA KOSZYKA  
**346,38 zł**



NAJNIŻSZA SUMA KOSZYKA  
**163,66 zł**

Różnica między hipotetycznymi koszykami w cenach ekstremalnych wyniosła w marcu 52,75 proc. **Hipotetyczny koszyk najdroższy kosztował 346,38 zł (aż o 10 zł więcej niż jego odpowiednik przed miesiącem), natomiast najtańszy 163,66 zł (o 1,62 zł więcej niż w lutym).**

# PORÓWNANIE

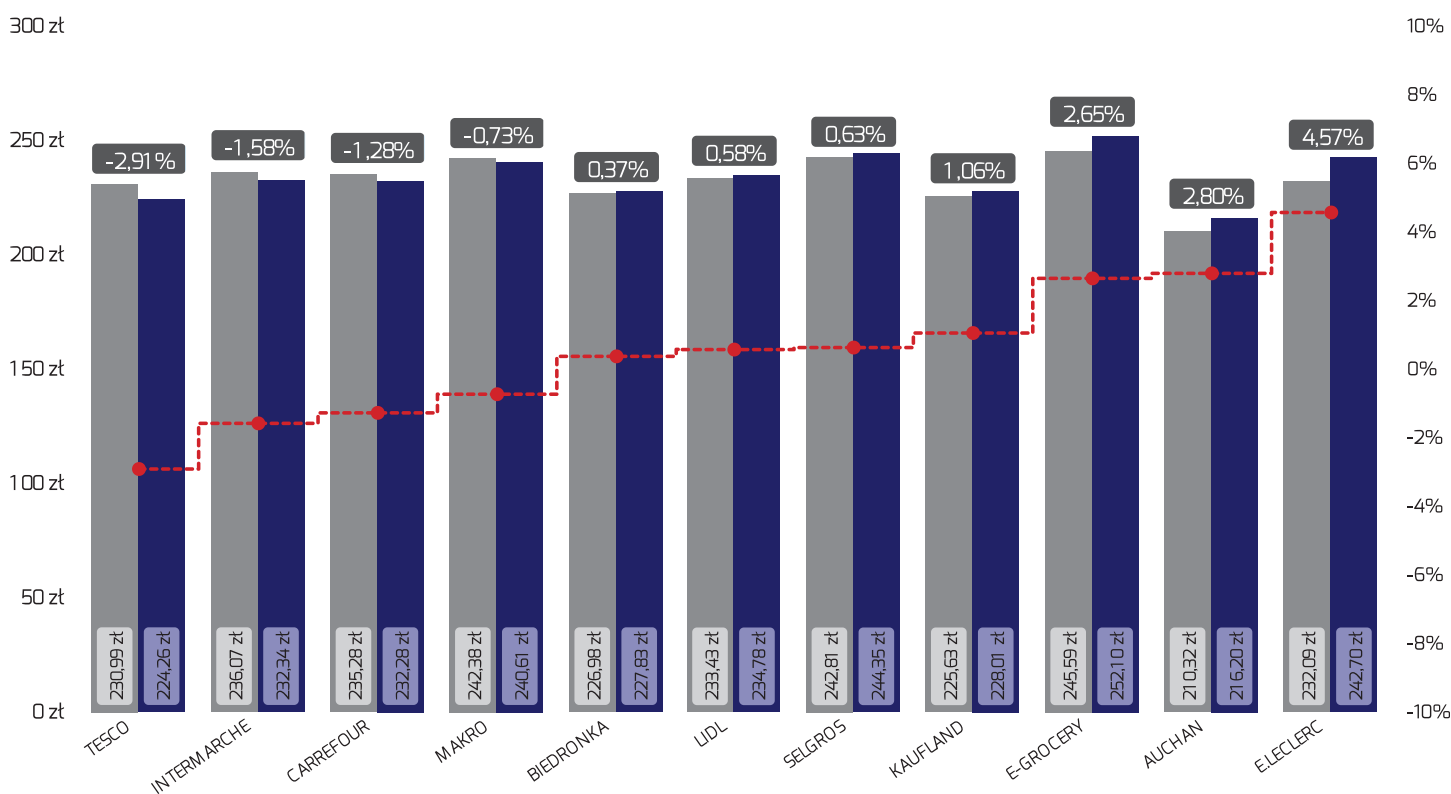
## MARZEC 2019-2020

**Marzec 2020 jest pierwszym miesiącem, w którym możliwe jest porównanie rok do roku** – to właśnie w marcu 2019 rozpoczęliśmy cykl naszych comiesięcznych badań cen koszyka zakupowego.

Zebrane dane umożliwiają szereg analiz. Przypomnijmy, że od powstania raportu mierzony jest niezmiennie ten sam zestaw produktów FMCG (reprezentujących poszczególne kategorie – o tym więcej na str. 13), tworzących symboliczny koszyk zakupowy zaspokajający paletę różnych potrzeb życiowych Polaków.

Zacznijmy od porównania poszczególnych sieci r/r – od najniższej do najwyższej procentowej różnicy wartości koszyków. **Tylko cztery z jedenastu badanych podmiotów potaniały w marcu br. względem analogicznego okresu przed rokiem.**

● marzec 2019 ● marzec 2020 ● różnica % między kwotami



Koszyki zakupowe skomponowane z produktów zakupionych w sieciach Tesco, Intermarche, Carrefour i Makro były w marcu 2020 tańsze niż w marcu 2019. Największą różnicę cen r/r odnotowaliśmy w Tesco (potaniało w 2020 o blisko 3 proc.). Intermarche i Carrefour staniały o ok. 1,5 proc., natomiast w hurtowni Makro te same zakupy były po roku tańsze o 0,73 proc.

**Wszystkie pozostałe badane sieci i kanały sprzedaży zdrożały.** Najmniej Biedronka (poniżej 0,5 proc.) oraz Lidl i Selgros (oba o ok. 0,6 proc.); następnie Kaufland (ok. 1 proc. zwwyżki cen); zakupy w e-grocery oraz Auchan okazały się w tym roku droższe o ok. 3 proc. – co nie przeszkadza sieci Auchan pozostawać najtańszą spośród badanych. Rekordowe wzrosty cen odnotowaliśmy w sieci E.Leclerc – o ponad 4,5 proc. r/r.

**Zestawienie cen poszczególnych kategorii produktowych rok do roku pokazuje, że większość towarów FMCG podrożała.** Potaniały jedynie dwie kategorie: chemia domowa i kosmetyki (aż o 3,66 procenta) oraz produkty sypkie, przy czym te ostatnie nieznacznie.

Ceny produktów sypkich i napojów pozostały najbardziej stabilne. Ceny słodczy wzrosły średnio o ok. 3 procent względem marca 2019, używki, alkohol, tłuszcze i dodatki o 5,7-6,7 proc. Mięso zdrożało o 7 procent r/r, natomiast największy skok cen zarejestrowaliśmy w kategorii mrożonek – aż o 9 procent.

ŚREDNIA WARTOŚĆ			
GRUPA PRODUKTOWA	MARZEC 2019	MARZEC 2020	RÓŻNICA
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	70,23 zł	67,75 zł	-3,66%
DODATKI	14,99 zł	16,07 zł	6,72%
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	12,04 zł	12,96 zł	7,10%
MROŻONKI	12,87 zł	14,13 zł	8,92%
NABIAŁ	12,74 zł	13,08 zł	2,60%
NAPOJE	8,70 zł	8,74 zł	0,46%
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	6,39 zł	6,80 zł	6,03%
SŁODYCZE	42,43 zł	43,78 zł	3,08%
SYPKIE	8,91 zł	8,87 zł	-0,45%
UŻYWKI, ALKOHOL	39,62 zł	42,01 zł	5,69%

Skomponowane wyłącznie z najdroższych w marcu produktów hipotetyczne (!) koszyki wykazują ponad 3,5-procentową różnicę – w roku bieżącym zestaw produktów najdroższych przewyższał analogiczny set z 2019 r. o 12,5 zł.

Koszyk złożony z produktów najtańszych kosztowałby w marcu 2020 r. nieznacznie mniej niż przed rokiem – o ok. 1 zł (czyli 0,73 proc). **Oznacza to, że rok do roku wzrósł rozdźwięk cenowy między koszykiem produktów najdroższych i najtańszych, i to aż o 7,5 proc. (13,65 zł).**



NAJWYŻSZA SUMA  
KOSZYKA 2019  
**333,93 zł**

**+3,58%**

NAJWYŻSZA SUMA  
KOSZYKA 2020  
**346,38 zł**



NAJNIŻSZA SUMA  
KOSZYKA 2019  
**164,86 zł**

**-0,73%**

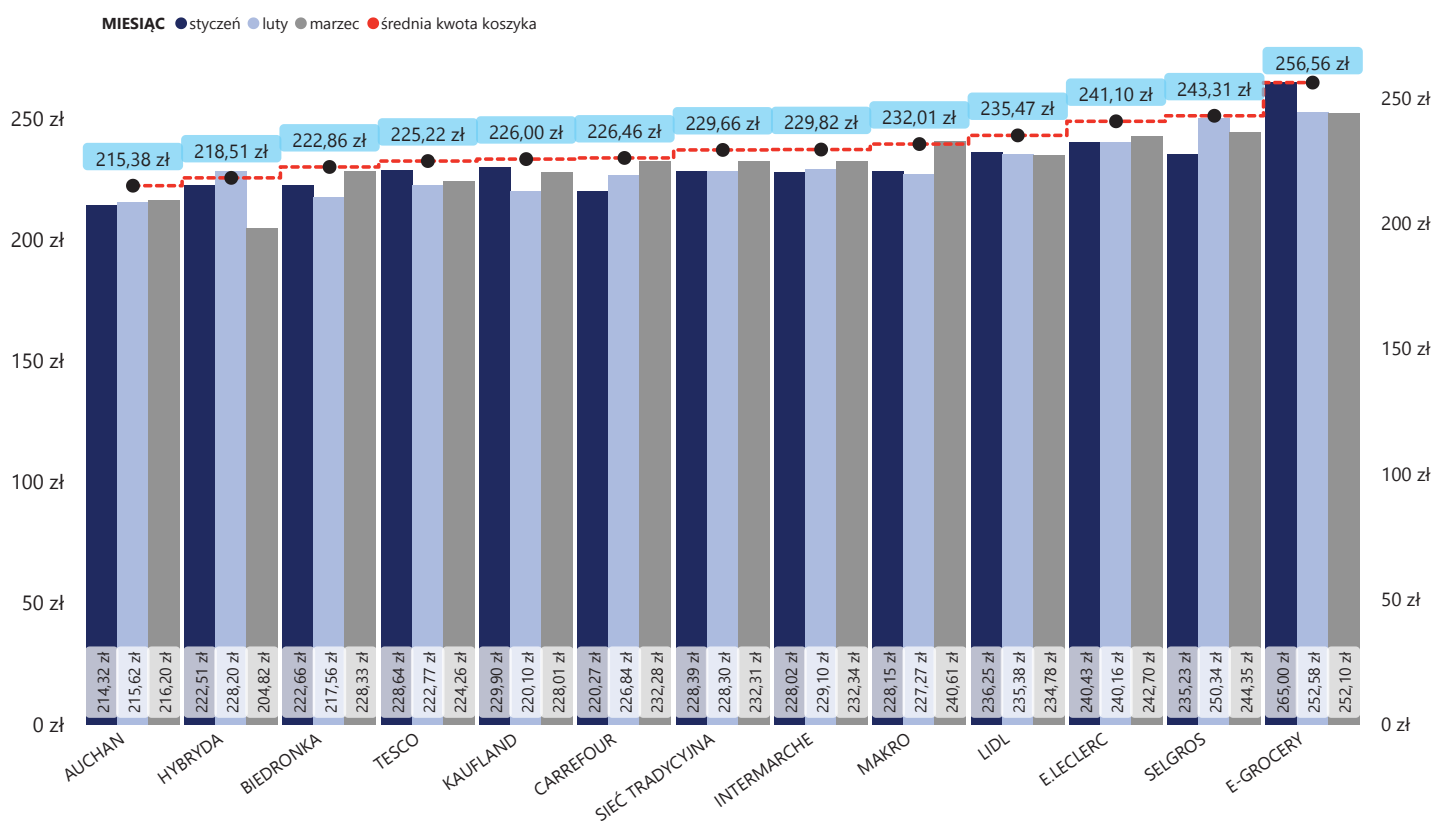
NAJNIŻSZA SUMA  
KOSZYKA 2020  
**163,66 zł**

# PODSUMOWANIE KWARTAŁU

## 1 KWARTAŁ 2020 R.

### Marzec 2020 zamyka także pierwszy kwartał roku.

Uwzględniając uśrednione wartości koszyków z trzech miesięcy, ranking sieci kształtuje się następująco:



**W skali kwartału najtańsza pozostaje sieć Auchan** (ze średnią wartością koszyków zakupowych równą 215,38 zł), choć z miesiąca na miesiąc zakupy tutaj drożały średnio o złotówkę.

**Pod względem wysokich cen na podium także w skali kwartału znalazły się te same sieci, co w poszczególnych miesiącach:** najdroższe e-grocery (ze 256,56 zł – przy czym średnią zawyżyły rekordowo wysokie ceny w styczniu) pozostawił znacząco w tyle Selgros (z 243,31 zł – tu z kolei styczeń był wyraźnie tańszy niż pozostałe dwa miesiące kwartału) oraz E.Leclerc (z 241,1 zł).

Najstabilniejszy pod względem skoków cenowych był w pierwszym kwartale 2020 r. Lidl: od stycznia systematycznie taniał o mniej niż 1 zł.

Pod względem kanału sprzedaży najtańsze w skali kwartału były zakupy w sieciach hybrydowych (zwłaszcza w marcu) – tu nasz koszyk kosztował o ponad 10 zł mniej (w uśrednieniu kwartalnym) niż w sieciach tradycyjnych (gdzie z kolei marzec przyniósł wyższe ceny). Zdecydowanie najdrożej kupowaliśmy online, szczególnie w styczniu 2020 r.

# PODSUMOWANIE

Aktualny raport cen koszyka zakupowego ASM SFA zawiera oprócz tradycyjnych, comiesięcznych zestawień i analiz, także podsumowanie kwartalne oraz pierwsze w historii badania porównanie rok do roku.

**Podsumowując, średnia wartość koszyka zakupowego w marcu była o ponad 3 zł wyższa niż w lutym, i o 2 zł wyższa niż w rekordowym dotychczas styczniu 2020 r.** (kiedy to średnią zawyżały bardzo wysokie ceny e-grocery). **W marcu kanał e-grocery nieznacznie potaniał względem lutego, odczuwalnie niższe ceny zmierzaliśmy również w najdroższym sklepie stacjonarnym, którym ponownie okazała się hurtownia Selgros.** Koszyki zakupowe skomponowane w pozostałych badanych sklepach były w nich droższe niż przed miesiącem. **Także pozostający liderem niskich cen Auchan podrożał miesiąc do miesiąca o ok. 0,5 zł.**

Zestawienie kwartalne nie przyniosło znaczących zmian w rankingu, natomiast porównanie wyników miesięcznych 2019 i 2020 wykazuje wzrosty cen rok do roku, choć ich skala nie pokrywa się z rekordowym wskaźnikiem inflacji (która wg. GUS wyniosła w marcu 2020 4,6 proc. r/r).

*-Średnia wartość badanego przez nas koszyka zakupowego wzrosła rok do roku co prawda niezbyt drastycznie, ale tendencje rosnące są wyraźne dla większości sieci – nawet tych najtańszych. Największe skoki cenowe widać w kanale e-grocery. Należy wziąć pod uwagę, że pomiary cen do naszego marcowego badania pokryły się z terminem ogłoszenia pandemii koronawirusa, a więc i z boomem zakupów „na zapas”, ale jeszcze przed wprowadzeniem restrykcyjnych ograniczeń w handlu. Tę wyjątkową, kryzysową sytuację na rynku (zresztą nie tylko polskim, ale i w całym regionie) odzwierciedlają najprawdopodobniej wyniki badania za miesiąc.*

- komentuje **Patryk Górczyński, dyrektor zarządzający ASM SFA.**

# WIELOWYMIAROWE WSPARCIE SPRZEDAŻY



**ASM Sales Force Agency** świadczy usługi kompleksowego wsparcia sprzedaży. Dzięki ponad 20-letniej znajomości rynku, zasięgowi działania, szerokim kompetencjom oraz autorskim know-how naszych ekspertów, oferujemy w pełni sprawdzone i zintegrowane działania z zakresu merchandisingu, outsourcingu sił sprzedaży, doradztwa oraz ekspertyzy branżowej.

ASM SFA jest spółką zależną należącą do ASM Group S.A., polskiej spółki holdingowej prowadzącej działalność w Polsce i na rynkach europejskich.



SELL MORE.

