

RAPORT KOSZYKA ZAKUPOWEGO

GRUDZIEŃ 2020



ASM SALES
FORCE AGENCY
A MEMBER OF THE ASM GROUP

RAPORT KOSZYKA ZAKUPOWEGO



Oddajemy w Państwa ręce raport zamykający wyjątkowy dla wszystkich rok 2020. Również branża handlowa przeszła ogromną transformację, a dynamiczna sytuacja rynkowa wywołana przez pandemię nie pozostała bez wpływu zarówno na modele zakupowe konsumentów, ich nawyki, jak i działania sieci handlowych.

Mimo trwającej pandemii, grudzień tradycyjnie był miesiącem wzmożonej aktywności konsumentów i marek – bożonarodzeniowe zakupy, świąteczne akcje specjalne, wyjątkowe rabaty i zintensyfikowana komunikacja produktowa po raz kolejny stały się faktem. Czy Polacy skorzystali z aż trzech niedziel handlowych i otwartych galerii, czy wybrali jednak zakupy online, do których przyzwyczaili się już w 2020 roku? Jak w grudniu kształtowały się ceny produktów i który kanał był tym najtańszym? Jakie wnioski płyną z analizy kwartalnej i całorocznej koszyka zakupowego w 2020 roku? W niniejszym raporcie znajdą Państwo odpowiedź na te i wiele innych pytań.

W raporcie już po raz kolejny przeanalizowaliśmy ceny przykładowego koszyka zakupowego, w którym znalazły się popularne artykuły FMCG (tj. nabiał, mięso i wędliny, napoje, słodycze, alkohole, chemia domowa, kosmetyki i inne).

Badanie koszyka zakupowego przeprowadzone przez **ASM Sales Force Agency** w grudniu wskazało spadek ceny koszyka maksymalnego w porównaniu z grudniem 2019 r. o **13,75 zł** – z **319,83 zł** do **306,08 zł**, co daje obniżenie cen na poziomie **4,3%**. W zestawieniu z listopadem 2020 r. koszyk maksymalny zaliczył nieznaczny wzrost cenowy – o **2,14%** (**299,67 zł** w listopadzie vs **306,08 zł** w grudniu).

W mijającym miesiącu najdroższym z badanych kanałów sprzedaży okazało się **e-grocery**. Za koszyk zakupowy trzeba było zapłacić średnio **255,52 zł**. To o **33,64 zł**, czyli o ponad **15%** więcej względem średniej sumy koszyka kanału tradycyjnego, która kształtowała się na poziomie **221,88 zł**.

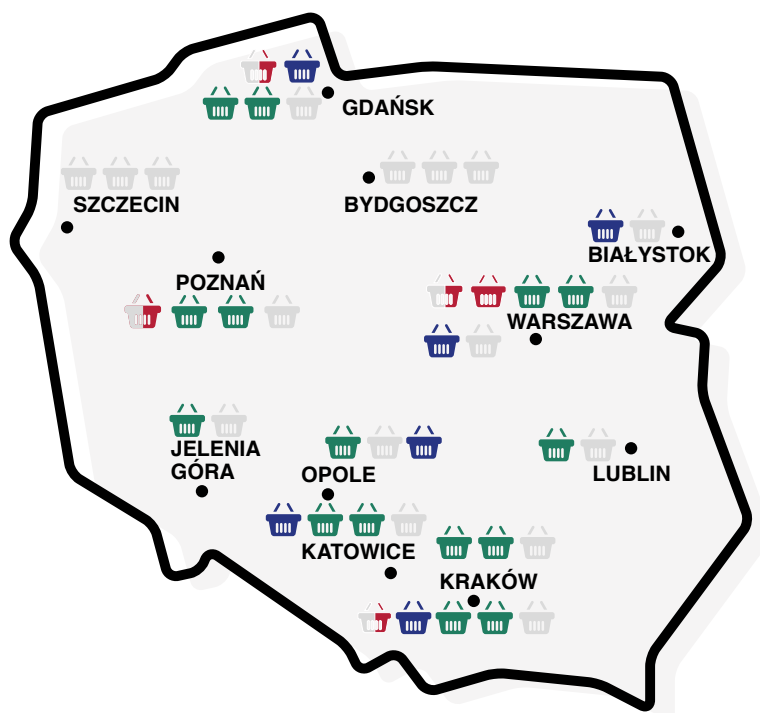
Z kolei najtaniej zakupy można było zrobić w grudniu w sklepach sieci **Auchan**. Tam koszt analogicznego koszyka kształtował się na poziomie **204,02 zł**. W kanale tradycyjnym najdroższy koszyk odnotowaliśmy w sklepach **Selgros**, gdzie średnia suma koszyka wyniosła **233,97 zł**, co daje różnicę względem najtańszego koszyka w kanale tradycyjnym na poziomie **29,95 zł**, czyli ponad **14%**.

Poniższym raportem grudniowym zamykamy zarówno czwarty kwartał, jak i cały rok. W niniejszej publikacji znajdą Państwo zatem podsumowania i wnioski w ujęciu kwartalnym i rocznym.

*METODOLOGIA:

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 i Biedronka), **sieciach tradycyjnych** (Auchan, Carrefour, E.Leclerc, Intermarché, Kaufland, Tesco) oraz **cash & carry** (Makro i Selgros). Do zbiorowej kategorii **e-grocery** zalicza się 5 sklepów online: frisco.pl, dodomku.pl, polskikoszyk.pl, szybkikoszyk.pl oraz MEGASAM24.pl. **Hybrydy** 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.

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, MEGASAM24.pl)

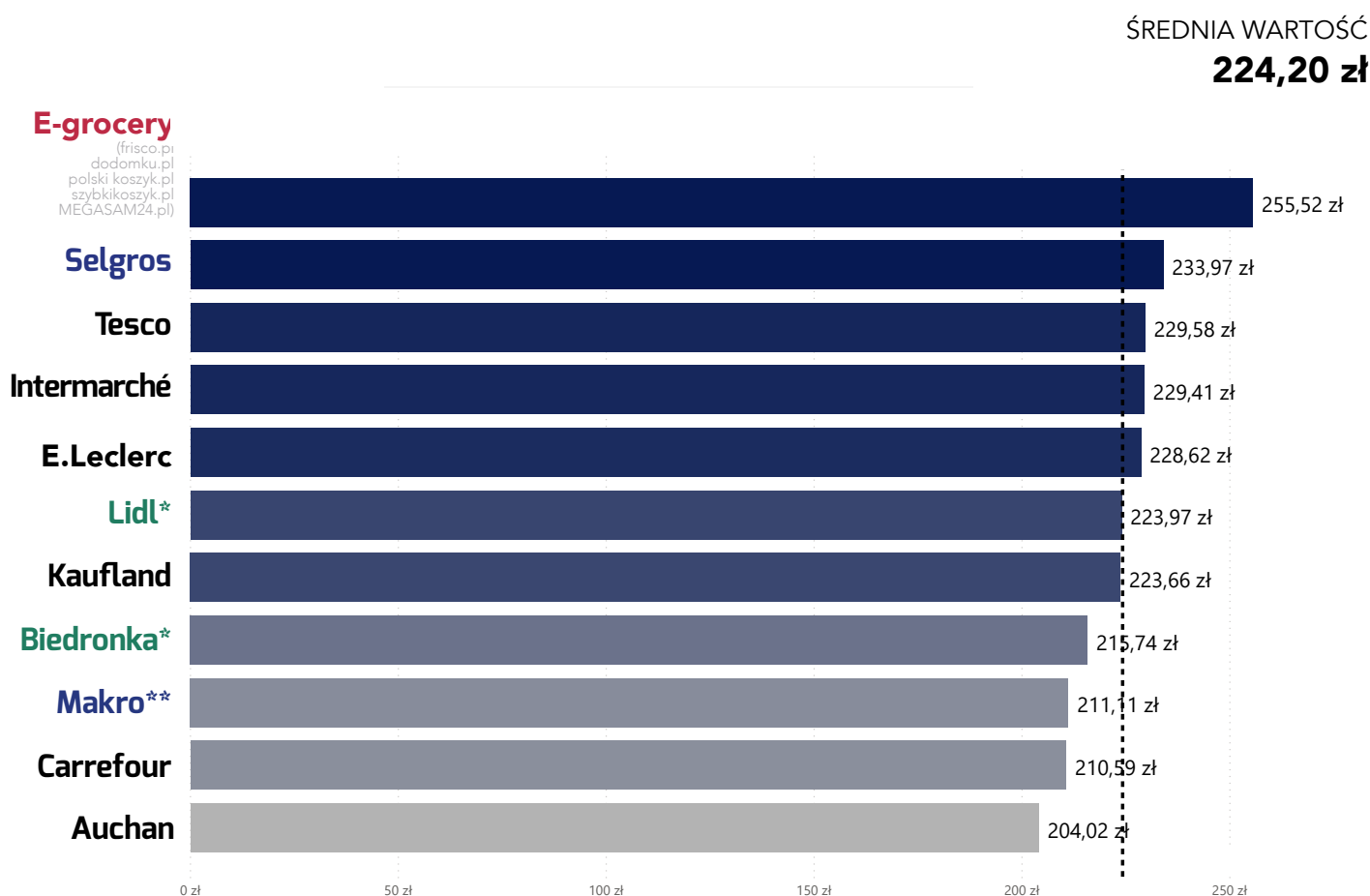
hybryda (kanał tradycyjny + e-grocery)

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, Opolo, 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; słodczy; sypkie czyli produkty instant; używki i alkohol oraz dodatki typu ketchup czy majonez).

ASM Sales Force Agency przeprowadza badanie i porównanie cen koszyka w cyklach comiesięcznych. Aktualne dane zebrano dniach 9 - 15 grudnia 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.

WYNIKI BADAŃ

ŚREDNIA WARTOŚĆ KOSZYKA ZAKUPOWEGO W PODZIALE NA SIECI I KANAŁY



* Ceny produktów odbiegających gramaturą od uwzględnionych w badaniu, zostały odpowiednio przeliczone.

** Jeden z produktów w grupie SŁODYCZE został zastąpiony zamiennikiem

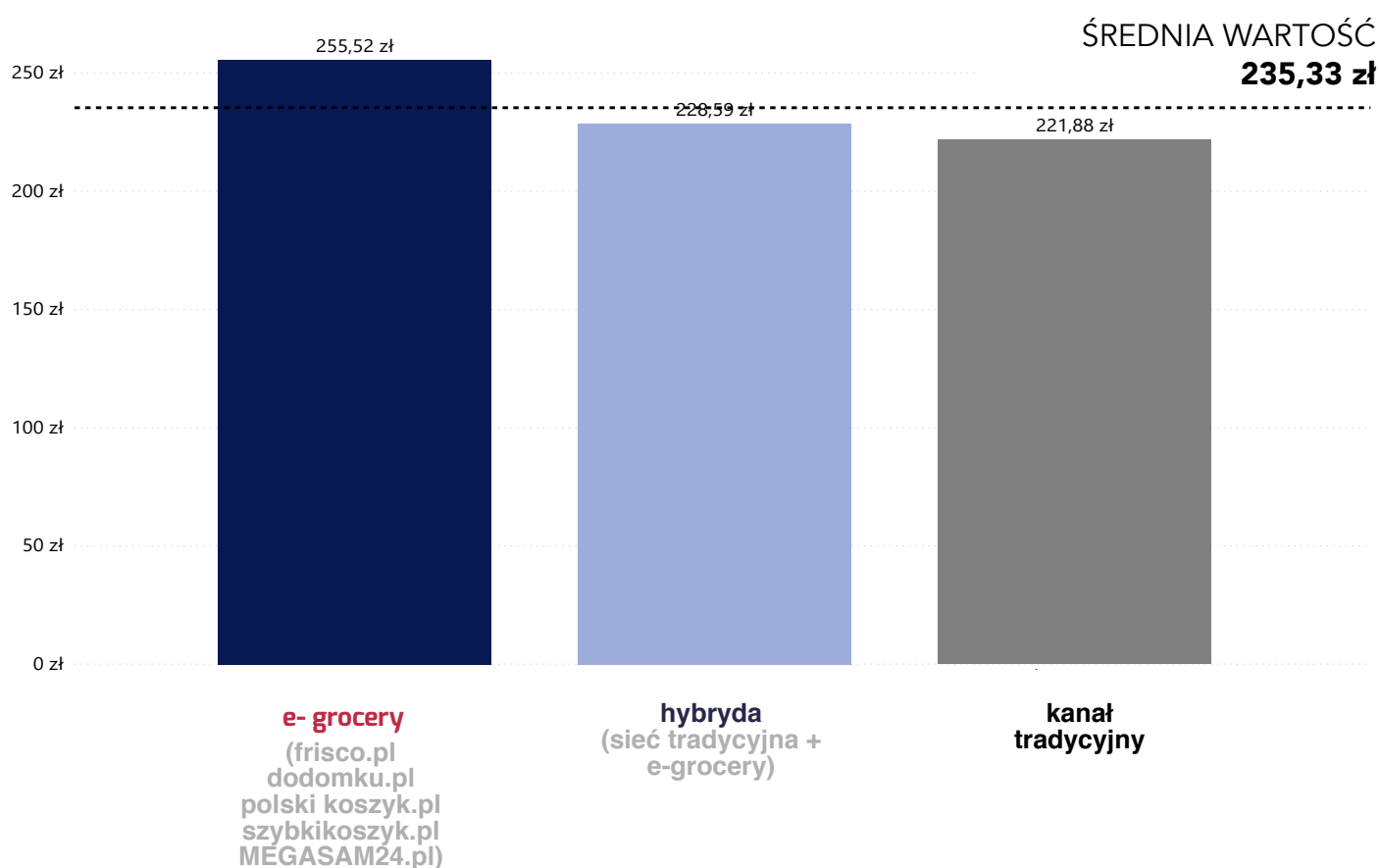
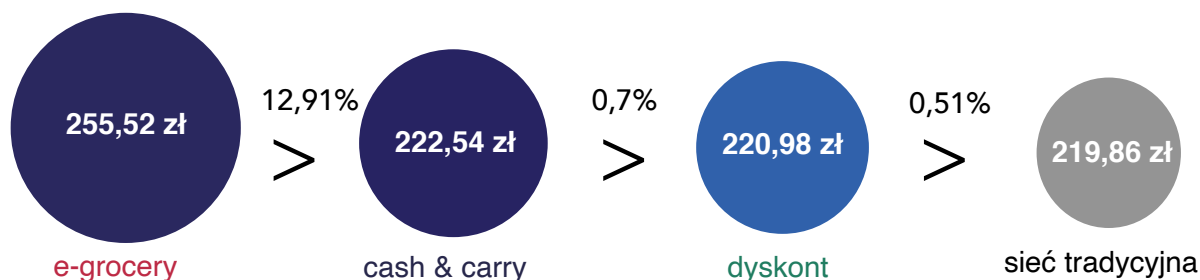
Badane przez nas produkty FMCG w większości sklepów stacjonarnych były tańsze w grudniu w porównaniu z listopadem 2020. W sklepach **Tesco** odnotowaliśmy w grudniu największy spadek wartości koszyka zakupowego i obniżenie średnich cen o **2,98%**. Produkty w najniższych cenach ponownie można było kupić w sieci **Auchan**, którego średni koszyk spadł w porównaniu do ubiegłego miesiąca o **0,39%**.

Badanie wskazuje na największy wzrost średnich cen w sklepach sieci **Lidl**, gdzie w grudniu wartość koszyka wzrosła o **5,88%** w stosunku do listopada.

Badanie potwierdziło po raz kolejny niższe ceny w kanale tradycyjnym w porównaniu do e-grocery. W grudniu odnotowaliśmy różnicę wartości średniego koszyka na poziomie ponad 15% (sklepy stacjonarne vs. online).

WYNIKI BADAŃ

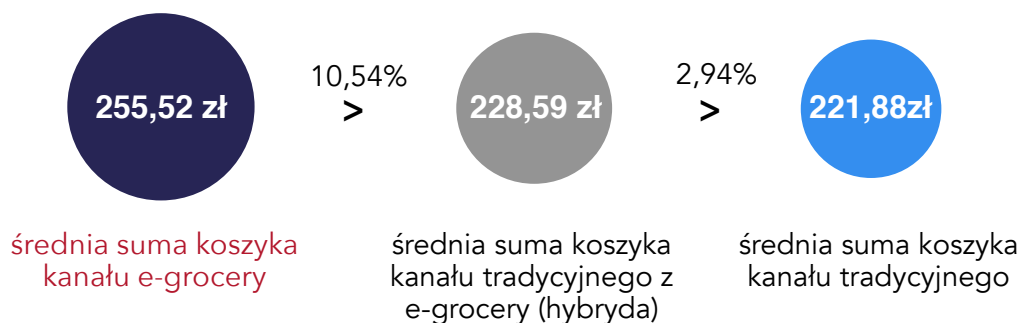
ŚREDNIA WARTOŚĆ KOSZYKA ZAKUPOWEGO W PODZIALE NA SIECI I KANAŁY



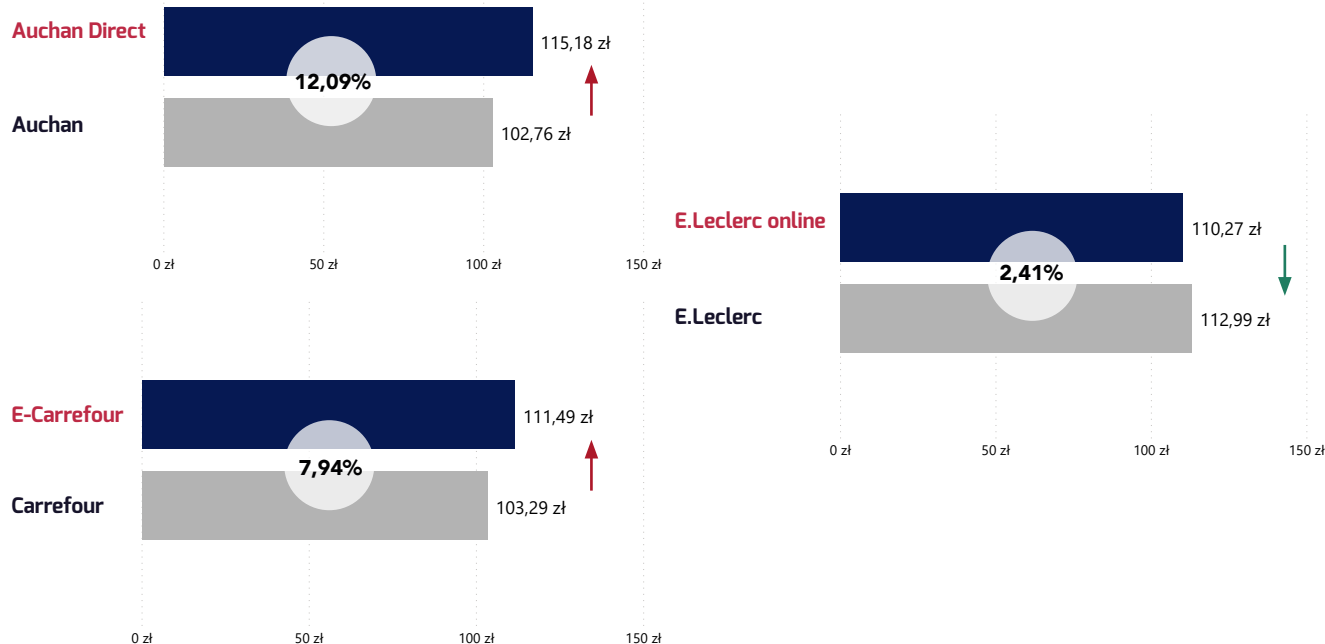
Z badania przeprowadzonego przez **ASM Sales Force Agency** wynika, że w grudniu 2020 r. najtańsze zakupy można było zrobić w sklepach sieci tradycyjnej. To zmiana w stosunku do listopada, w którym najkorzystniejsze ceny oferowała tzw. hybryda, czyli model zakupowy będący połączeniem online i offline danej sieci. W grudniu tradycyjne zakupy pod względem cenowym okazały się bezkonkurencyjne. Średnia wartość koszyka zakupowego w kanale offline wyniosła w grudniu **221,88 zł**, z kolei w modelu hybrydowym – **228,59 zł**.

ANALIZA

CEN W SIECIACH OBSŁUGUJĄCYCH KANAŁ TRADYCYJNY I E-COMMERCE




Średnia wartość koszyka zakupowego dla modelu hybrydowego została wyliczona na podstawie danych z następujących sklepów: **Auchan vs. Auchan Direct, E.Leclerc vs. E.Leclerc online, Carrefour vs. E-Carrefour**. Ze względu na wycofywanie się sieci Tesco z Polski, hybryda Tesco - Tesco.pl nie była brana pod uwagę podczas analizy modelu hybrydowego w grudniu 2020 r.




W grudniu 2020 r. zakupy online vs. offline w ramach tej samej sieci były droższe w przypadku marki Carrefour oraz Auchan. Największą różnicę w cenie online vs offline odnotowaliśmy w sklepie stacjonarnym **Auchan** – gdzie cena koszyka wyniosła **102,76 zł** i były to zakupy o **12,42 zł** tańsze w porównaniu z wysokością koszyka w **Auchan Direct**, gdzie wartość koszyka wyniosła **115,18 zł**. Stanowi to różnicę cenową na poziomie **12,09%**. Jedyny wyjątek stanowi sieć **E.Leclerc**. Tam zakupy w sklepie online sieci były tańsze niż w kanale tradycyjnym. Różnica wyniosła **2,72 zł**, czyli **2,4 %** (**112,99 zł** offline vs **110,27 zł** wartość koszyka online).

ŚREDNIE WARTOŚCI KOSZYKA W POSZCZEGÓLNYCH GRUPACH PRODUKTOWYCH

	Auchan	Auchan Direct	Carrefour	E-Carrefour	E.Leclerc	E.Leclerc online
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	19,34 zł	107,90%	20,64 zł	95,83%	24,22 zł	82,07%
MIEŚO, WĘDLINY, RYBY	4,58 zł	87,12%	4,53 zł	88,08%	3,81 zł	125,72%
MROŻONKI	12,39 zł	124,09%	12,38 zł	102,91%	12,85 zł	103,31%
NABIAŁ	3,98 zł	100,15%	4,07 zł	90,66%	3,87 zł	100,52%
NAPOJE	6,29 zł	107,54%	6,28 zł	100,00%	5,73 zł	113,13%
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	6,20 zł	100,94%	5,10 zł	111,33%	6,62 zł	96,37%
SŁODYCZE	17,24 zł	111,68%	17,51 zł	108,91%	18,43 zł	110,45%
PRODUKTY SYPKIE	1,18 zł	100,00%	1,21 zł	98,35%	1,25 zł	100,16%
UŻYWKI, ALKOHOL	31,57 zł	118,83%	31,57 zł	123,76%	36,21 zł	93,80%

 wartość procentowo wyższa niż w sklepie stacjonarnym

 wartość procentowo niższa niż w sklepie stacjonarnym


Zestawienie wskazuje na różnice cen w poszczególnych grupach produktowych w modelu hybrydowym.


- Analiza wskazuje, że w sieci **Auchan** aż 7 grup produktowych było droższych w kanale online. Tańsze produkty znalazły się jedynie w kategorii mięso/wędliny.
- Z kolei w **Carrefour** sytuacja była bardziej wyrównana – 4 kategorie produktowe były tańsze w kanale online (chemia domowa, mięso/wędliny, nabiał, produkty sypkie), 4 droższe (mrożonki, produkty tłuszczowe, słodycze, alkohol/używki), a jedna (napoje) utrzymała się na tym samym poziomie cenowym.
- W sieci **E.Leclerc** zakupy online tańsze były w obrębie trzech grup produktowych – chemii domowej, produktów tłuszczowych i alkoholi/używek. Warto jednak pamiętać, że w ujęciu całkowitym to właśnie w tej sieci zakupy online były tańsze niż w sklepie stacjonarnym.

WYNIKI BADAŃ WG GRUP PRODUKTOWYCH

W grudniu 2020 r. w **e-grocery** najdroższe produkty odnotowaliśmy w **7 z 10** badanych kategoriach. To zmiana w stosunku do listopada, kiedy to podczas zakupów online drożej zapłaciliśmy za produkty aż z 9 kategorii.

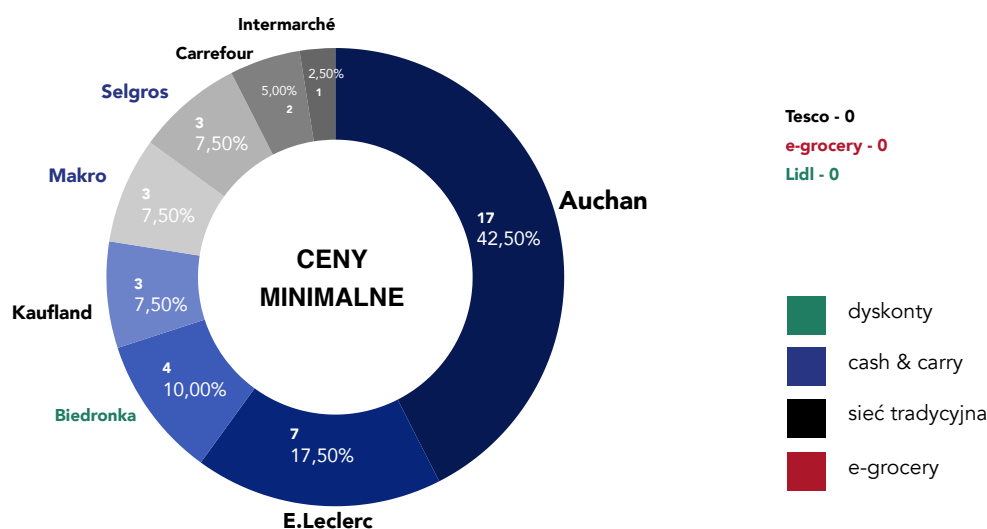
	Auchan	Biedronka	Carrefour	E.Leclerc	e-grocery	Intermarché	Kaufland	Lidl	Makro	Selgros	Tesco
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	57,05 zł	62,79 zł	59,59 zł	66,72 zł	77,07 zł	66,39 zł	66,01 zł	66,97 zł	63,33 zł	76,21 zł	71,03 zł
DODATKI	14,57 zł	15,53 zł	14,16 zł	14,86 zł	17,38 zł	15,52 zł	15,04 zł	15,29 zł	15,24 zł	16,21 zł	16,06 zł
MIEŚO, WĘDLINY, RYBY	11,43 zł	12,18 zł	12,51 zł	13,37 zł	14,99 zł	12,75 zł	12,57 zł	11,85 zł	13,06 zł	12,67 zł	13,01 zł
MROŻONKI	12,39 zł	12,94 zł	12,38 zł	12,85 zł	15,50 zł	13,80 zł	12,50 zł	12,70 zł	13,13 zł	13,33 zł	13,98 zł
NABIAŁ	12,59 zł	12,85 zł	12,88 zł	12,11 zł	15,09 zł	12,54 zł	12,13 zł	12,97 zł	11,50 zł	12,69 zł	12,97 zł
NAPOJE	8,61 zł	8,83 zł	8,23 zł	7,96 zł	9,25 zł	9,07 zł	8,97 zł	8,93 zł	7,68 zł	7,92 zł	9,07 zł
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	6,20 zł	6,27 zł	5,10 zł	6,62 zł	6,74 zł	6,36 zł	5,80 zł	6,16 zł	7,30 zł	7,36 zł	6,28 zł
SŁODYCZE	39,24 zł	43,44 zł	42,99 zł	45,80 zł	50,50 zł	43,83 zł	42,30 zł	43,28 zł	38,95 zł	42,15 zł	41,29 zł
PRODUKTY SYPKIE	8,02 zł	7,45 zł	7,93 zł	8,53 zł	9,60 zł	9,80 zł	8,53 zł	7,45 zł	7,80 zł	8,31 zł	8,43 zł
UŻYWKI, ALKOHOL	34,40 zł	33,46 zł	34,82 zł	39,80 zł	39,40 zł	39,34 zł	39,82 zł	38,38 zł	33,12 zł	37,12 zł	37,46 zł

 najwyższa wartość

 najniższa wartość

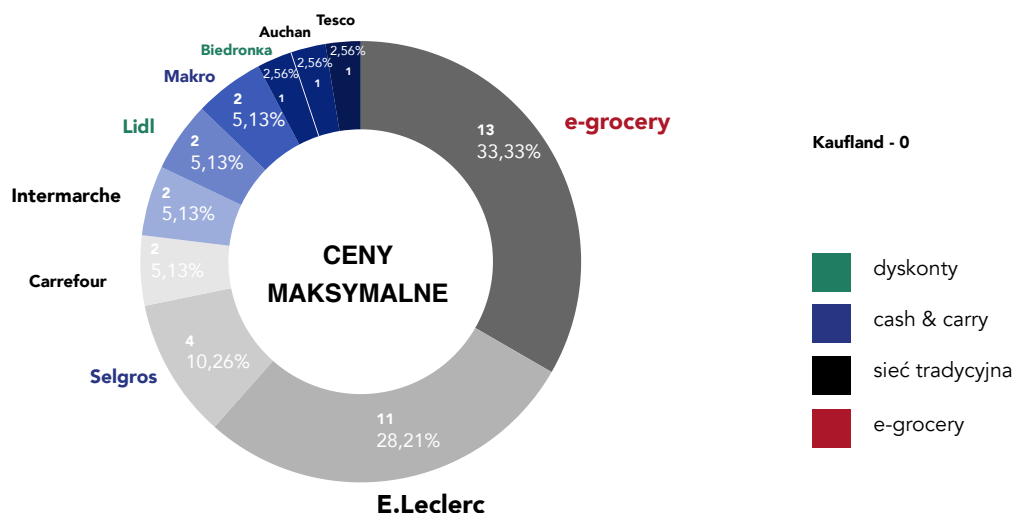
ANALIZA

UDZIAŁ SIECI W MINIMALNYCH I MAKSYMALNYCH CENACH PRODUKTÓW



Raport z badania **ASM Sales Force Agency** bazuje na cenach przykładowych produktów w określonych sieciach sklepów stacjonarnych i online. Koszyki zakupowe są zróżnicowane cenowo, nie możemy więc przyjąć stałego założenia, że najtańszy koszyk zakupowy oznacza najwięcej produktów z najniższymi cenami. Tak jednak stało się w grudniu 2020 – najtańszy koszyk zakupowy w grudniu 2020 proponowała sieć **Auchan**, podobnie zresztą jak w grudniu 2019 roku. Jednocześnie to właśnie sieć sklepów Auchan zajęła **1** miejsce w najtańszym koszyku zakupowym w grudniu 2020 wśród sieci sklepów stacjonarnych z **17** najtańszymi produktami w koszyku. Wartość tego koszyka wyniosła **204,02 zł**, czyli o **9% (20,18 zł)** mniej niż średnia wartość koszyka zakupowego w analizowanym miesiącu.

W rankingu najtańszych produktów w grudniu 2020 nie znajdziemy sieci takich jak: **Tesco, Lidl** czy **e-grocery**.



Ciekawa obserwacja w grudniu odnosi się również do analizy maksymalnych cen produktów. Najwięcej najdroższych produktów w grudniu 2020 oferowało **e-grocery** – aż **13** produktów w najwyższych cenach. Ponownie obserwujemy, że najwięcej najdroższych produktów w grudniu oznaczało jednocześnie najwyższą wartość koszyka zakupowego w tym kanale zakupowym – wartość koszyka **e-grocery** wyniosła **255,52 zł**, to jest **13,97% (31,32 zł)** więcej niż średnia suma koszyka w analizowanym miesiącu. Najwyższych cen badanych produktów nie znaleziono w sklepach sieci **Kaufland**.

SZCZEGÓŁOWY WYKAZ PRODUKTÓW ZE WSKAZANIEM ICH CEN MINIMALNYCH I MAKSYMALNYCH

Poniższa tabela szczegółowo wykazuje zróżnicowanie cen na przykładzie poszczególnych, analizowanych produktów z różnych kategorii zakupowych. Każda z badanych sieci ma odmienną politykę cenową, co widać w tabeli i łatwo wyciągnąć wniosek, że często ten sam produkt to zupełnie inna cena – niejednokrotnie o wiele wyższa. Przykładowo produkt Cif Cream Mleczko do czyszczenia 780 ml w cenie maksymalnej był ponad dwukrotnie droższy niż w cenie minimalnej – cena w **Auchan** wyniosła **6,98 zł**, zaś w sklepach sieci **Selgros** – aż **15,98 zł**! Analogiczna sytuacja ma miejsce w przypadku produktu kawy mielonej Jacobs Kronung 500g – najtaniej produkt oferowała **Biedronka (11,99 zł)**, zaś najdrożej – **E.Leclerc – 31,99 zł**.

dyskonty
 cash & carry
 sieć tradycyjna
 e-grocery

Lp.	Produkt	Sieć	Cena minimalna	Sieć	Cena maksymalna
1	Baton Prince Polo XXL 50g	BIEDRONKA	0,95 zł *	INTERMARCHE	1,49 zł
2	Chipsy Lays paprykowe 140g	AUCHAN	3,76 zł	INTERMARCHE	6,49 zł
3	Cif Cream Mleczko do czyszczenia 780 ml	AUCHAN	6,98 zł *	SELGROS	15,98 zł
4	Coca Cola Original 0,5l butelka PET	E.LECLERC	1,49 zł *	E.LECLERC	3,19 zł
5	Czekolada Milka Mleczna Alpine Milk 100g	AUCHAN	2,88 zł *	E-GROCERY	4,20 zł
6	Dr. Oetker Pizza Gusseppe 4 sery 335g	E.LECLERC	5,54 zł *	BIEDRONKA	8,98 zł
7	Dżem Łowicz różne smaki 280 g słoiczek	AUCHAN	2,99 zł	TESCO	4,19 zł
8	Garnier Regenerujący Krem do rąk 100 ml tubka	AUCHAN	6,78 zł *	E-GROCERY	9,40 zł
9	Guma do żucia Orbit spearmint draże 35g	MAKRO	3,19 zł	CARREFOUR	3,99 zł
10	Herbata Lipton Yellow Label 92/100 saszetek	KAUFLAND	10,99 zł	LIDL	14,99 zł
11	Hortex warzywa na patelnię 450g	AUCHAN	3,98 zł *	E.LECLERC	7,29 zł
12	Kawa mielona Jacobs Kronung 500g	BIEDRONKA	11,99 zł	E.LECLERC	31,99 zł
13	Ketchup Pudliszki 480g	AUCHAN	3,98 zł	E.LECLERC	5,35 zł
14	Kosta Kasia do pieczenia 250g	E.LECLERC	1,69 zł *	E-GROCERY	2,26 zł
15	Lisner "śledzik na raz" różne smaki 100g	AUCHAN	2,16 zł	E-GROCERY	2,71 zł
16	Lody Manhattan różne smaki 1,4l	AUCHAN	10,99 zł	E.LECLERC	19,99 zł
17	Majonez Winiary 250 ml	MAKRO	4,31 zł *	SELGROS	5,61 zł
18	Margaryna Rama Classic 450 g	CARREFOUR	2,50 zł	E.LECLERC	7,99 zł
19	Mleko Łowickie 3,2% 1l	MAKRO	2,46 zł	CARREFOUR	3,49 zł
20	Musztarda Sarepska Kamis 185g	AUCHAN	1,44 zł	MAKRO	3,12 zł
21	Napój energetyczny BLACK puszka 0,25l	SELGROS	1,54 zł	E.LECLERC	3,59 zł

22	Nivea Sport Men żel pod prysznic 500 ml różne rodzaje	AUCHAN	8,49 zł	SELGROS	15,98 zł
23	Nutella krem 350g słoik	E.LECLERC	10,69 zł	E.LECLERC	14,99 zł
24	Parówki Berlinki opak. 250 g	E.LECLERC	3,29 zł *	E-GROCERY	5,09 zł
25	Pasta Colgate MaxFresh 125 ml	BIEDRONKA	4,49 zł	E-GROCERY	10,09 zł
26	Piwo Żywiec puszką 0,5 l	AUCHAN	2,58 zł	E.LECLERC	3,99 zł
27	Płatki Nestle Nesquick 250 g torebka	AUCHAN	4,58 zł	E-GROCERY	5,99 zł
28	Płyn do płukania ust Listerine 500 ml różne smaki	AUCHAN	9,98 zł	E.LECLERC	22,99 zł
29	Płyn do zmywania Fairy 450 ml	BIEDRONKA	3,45 zł	E-GROCERY	5,39 zł
30	Serek Danio Vanilia 140 g	E.LECLERC	3,39 zł	E-GROCERY	4,59 zł
31	Serek Wiejski Piątnica 200g	KAUFLAND	1,29 zł	HYBRYDA	1,89 zł
32	Serek Almette różne smaki 150g	E.LECLERC	0,99 zł *	E-GROCERY	2,39 zł
33	Sok Tymbark 100% pomarańcza 1l karton	AUCHAN	3,28 zł	KAUFLAND	4,79 zł
34	Sos Tatarski Winiary 250 ml	CARREFOUR	3,19 zł	E-GROCERY	5,11 zł
35	Szampon L'Oréal Elseve różne rodzaje 500 ml	AUCHAN	9,99 zł	LIDL	15,99 zł
36	Tarczyński kabanosy 120g różne smaki	AUCHAN	4,49 zł	E.LECLERC	8,99 zł
37	Winiary "pomysł Na..." szaszetka różne rodzaje 30g	SELGROS	1,67 zł	E-GROCERY	3,18 zł
38	Zott Monte 150 g (white/black/classic)	KAUFLAND	1,85 zł	E-GROCERY	3,00 zł
39	Zupka instant VIFON różne rodzaje 70g	SELGROS	1,04 zł	SELGROS	1,67 zł
40	Żelki Haribo Classic 200 g torebka	E.LECLERC	2,19 zł	MAKRO	3,68 zł

* Jednostkowa cena promocyjna. Nieuwzględnione są promocje typu '3 za 2'.

Analizując koszyk złożony wyłącznie z najdroższych produktów w grudniu 2020, widzimy, że mogliśmy zapłacić aż **81,88 zł** więcej niż wyniosła średnia wartość koszyka zakupowego.



Najwyższa suma koszyka
306,08 zł

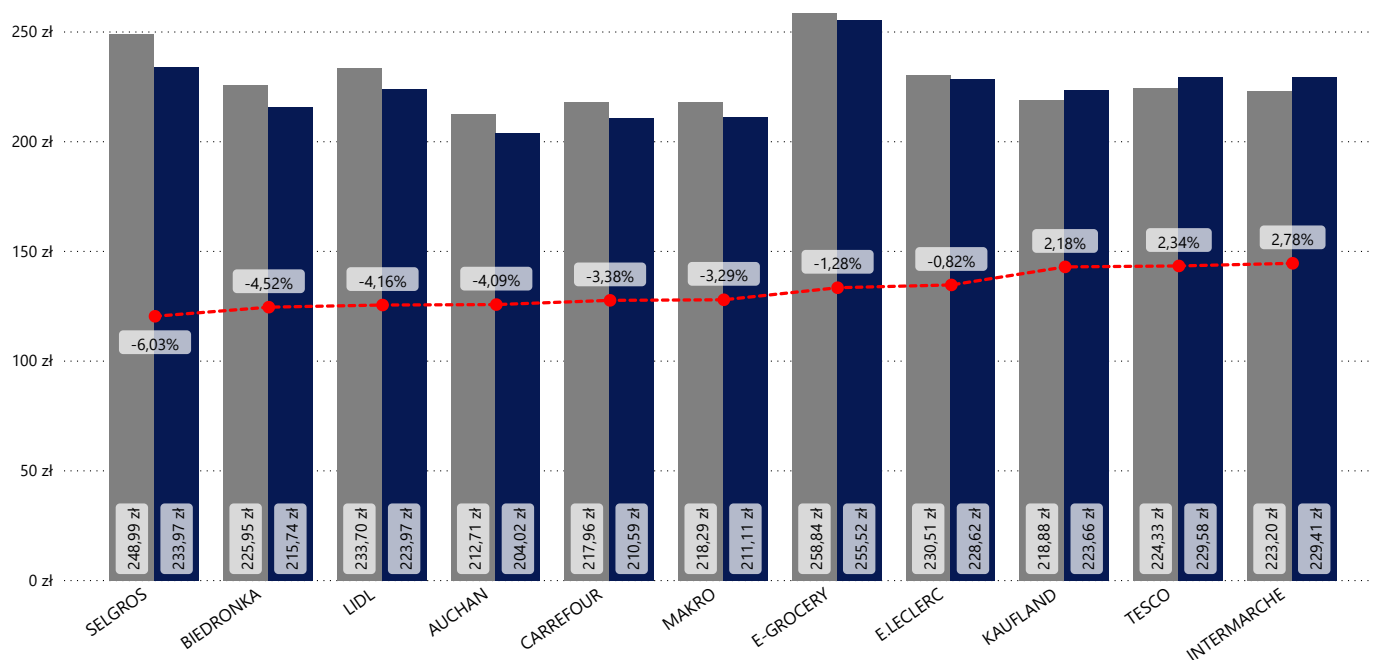


najniższa suma koszyka
173,51 zł

PORÓWNANIE WYNIKÓW ROK DO ROKU GRUDZIEŃ 2019 VS. GRUDZIEŃ 2020

W raportach Koszyka Zakupowego badany jest zawsze dokładnie ten sam zestaw produktów FMCG (reprezentujących poszczególne kategorie produktowe), tworzących symboliczny koszyk zakupowy, zaspokajający paletę różnych potrzeb życiowych Polaków.

Według zebranych danych, analizując ceny rok do roku, zaobserwowaliśmy, że na **11** badanych sieci sklepów **8** obniżyło swoje ceny w grudniu 2020 roku. Najwyższe ceny zarówno w 2019, jak i w 2020 roku oferowało **e-grocery**, które między innymi w ten sposób wykorzystało sytuację pandemiczną i wzmożone zainteresowanie konsumentów zakupami online. Największy spadek cen w ujęciu rocznym odnotowaliśmy w sieci **Selgros**, a największy wzrost cen – w sklepach sieci **Intermarché**.



■ grudzień 2020

■ grudzień 2019

■ różnica % pomiędzy kwotami

PORÓWNANIE

WYNIKÓW ROK DO ROKU

GRUDZIEŃ 2019 VS. GRUDZIEŃ 2020

Zestawienie cen badanych kategorii produktowych rok do roku wykazuje wzrost cen w przypadku kategorii dodatków, nabiału, napojów oraz produktów tłuszczowych. W 2020 roku niższe ceny względem grudnia 2019 odnotowaliśmy z kolei w kategoriach chemii domowej i kosmetyków, mięsa, wędlin i ryb, mrożonek, słodczy, produktów sypkich oraz używek i alkoholi.

GRUPA PRODUKTOWA	GRUDZIEŃ 2019	GRUDZIEŃ 2020	RÓŻNICA
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	6,23 zł	6,38 zł	2,49%
NABIAŁ	12,55 zł	12,76 zł	1,63%
DODATKI	15,35 zł	15,44 zł	0,58%
NAPOJE	8,56 zł	8,59 zł	0,37%
MROŻONKI	13,32 zł	13,23 zł	-0,71%
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	12,90 zł	12,76 zł	-1,07%
SŁODYCZE	43,62 zł	43,07 zł	-1,26%
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	68,30 zł	66,65 zł	-2,41%
UŻYWKI, ALKOHOL	38,62 zł	37,01 zł	-4,17%
PRODUKTY SYPKIE	8,76 zł	8,35 zł	-4,72%

Wartość hipotetycznego koszyka skomponowanego wyłącznie z najdroższych produktów, była w grudniu 2020 roku o **4,30%** niższa niż w ostatnim miesiącu 2019 roku. Z kolei w koszyku z najtańszymi produktami odnotowaliśmy w 2020 roku wzrost cen aż o **7,30%** - z koszyka o najniższej wartości w kwocie 161,70 zł w grudniu 2019 roku do 173,51 zł w grudniu 2020.

grudzień 2020



najwyższa suma koszyka
306,08 zł

-4,30%

<

grudzień 2019



najwyższa suma koszyka
319,83 zł

7,30%

>



najniższa suma koszyka
173,51 zł



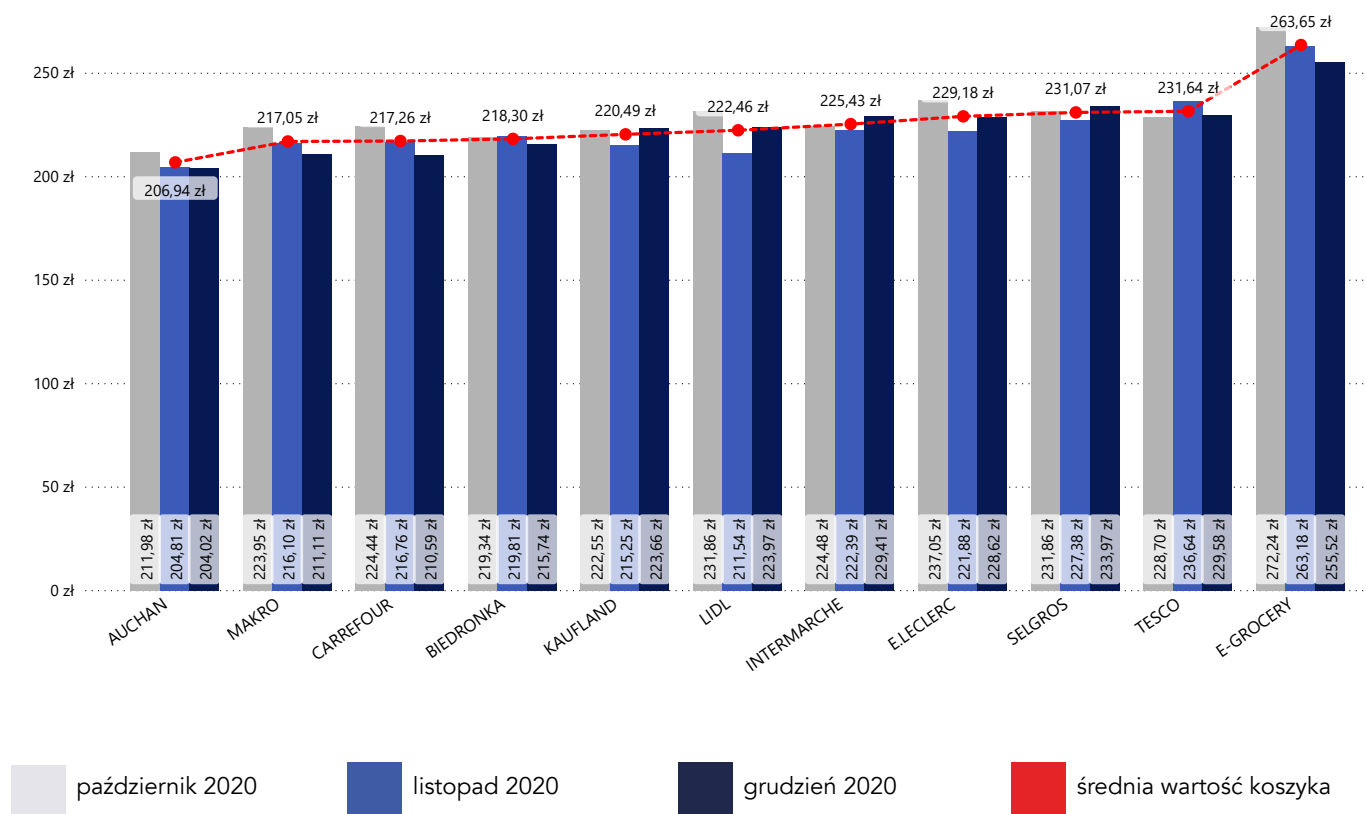
najniższa suma koszyka
161,70 zł

PODSUMOWANIE ROKU

4 KWARTAŁ 2020 R.

W czwartym kwartale 2020 roku obserwowaliśmy różnicę w średniej wartości koszyka w tradycyjnych kanałach sprzedaży – najniższą średnią wartość koszyka w sklepach tradycyjnych w Q4 odnotowano w **Auchan – 206,94 zł**, zaś najwyższą – w **Tesco – 231,64 zł** – to różnica **11,94%** pomiędzy najniższą, a najwyższą wartością. W **e-grocery** zauważalny jest spadek średniej wartości koszyka w analizowanych 3 miesiącach – różnica między pierwszym miesiącem Q4, a trzecim miesiącem Q4 to **6,14% (16,72 zł)**.

Średnia wartość koszyka w analizowanych sieciach tradycyjnych w Q4 wyniosła **221,98 zł**, natomiast w **e-grocery – 263,65 zł**.



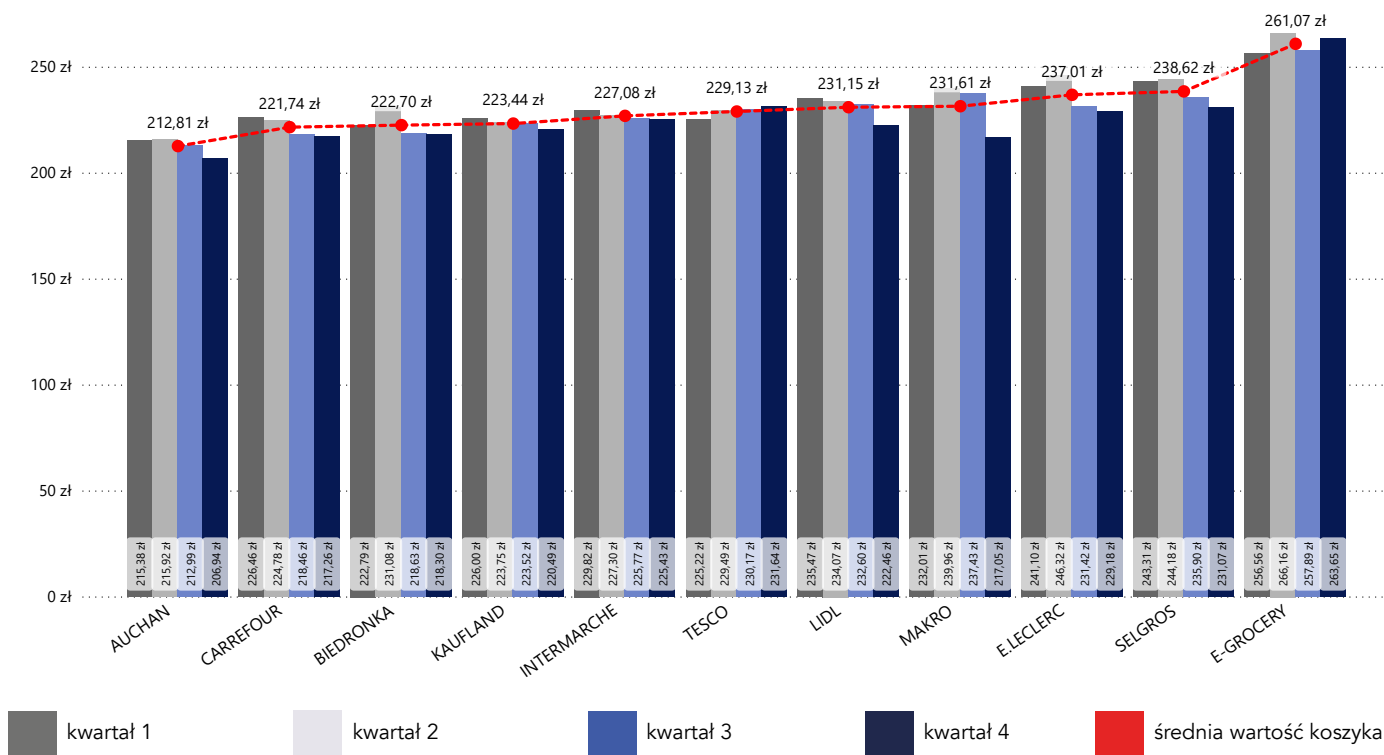
W Q4 2020 r. najdroższym kanałem sprzedaży było **e-grocery**, co podkreślaliśmy w poprzednich raportach, jednak patrząc na każdy poszczególny miesiąc kwartału – średnie ceny w kanale online i tak spadały. Najtańszy koszyk w każdym miesiącu czwartego kwartału oferowała sieć **Auchan**, która miesiąc do miesiąca obniżała średnie ceny produktów. Niewielkie różnice obserwujemy w sieciach sklepów **Biedronka** czy **Intermarché**.

Porównując Q4 2019 do Q4 2020 możemy zauważyć, że to właśnie w 2020 roku skoków cenowych było znacznie więcej, na co zdecydowany wpływ mogła mieć druga fala pandemii i liczne obostrzenia, które dotknęły w tym czasie branżę handlową głównie w kanale tradycyjnym sprzedaży.

ZESTAWIENIE KWARTAŁÓW

2020 R.

W 2020 roku przeanalizowaliśmy jak kształtowały się ceny we wszystkich kwartałach. W roku 2019 nie było to możliwe, ze względu na rozpoczęcie badań od marca 2019. Analizując cały 2020 rok w prosty sposób możemy porównać politykę cenową poszczególnych sieci we wszystkich kwartałach 2020.



W 9 z 10 analizowanych sieci sklepów stacjonarnych najtańszy był kwartał IV. Wyjątkiem w tej regule jest jedynie **Tesco**, które w każdym kwartale roku 2020 podnosiło ceny. Porównując I kwartał do IV kwartału 2020 roku w Tesco odnotowaliśmy wzrost cen o **2,95%**.

W każdym kwartale roku 2020 najmniej opłacalne były zakupy w **e-grocery** – w sklepach online ceny się wahały, na przemian spadały i wzrastały. Ostatecznie w Q4 odnotowaliśmy wzrost względem Q3 o **2,23%**. To ciekawa obserwacja, biorąc jednak pod uwagę, że miesiąc do miesiąca w Q4 ceny **e-grocery** i tak spadały.

Najstabilniejsze pod względem cokwartalnego poziomu cen były w 2020 roku w sklepach sieci **Kaufland** i **Intermarché**.

W połowie analizowanych tradycyjnych sieci zakupowych najdroższy był drugi kwartał 2020 roku, co oznacza, że pandemia wpłynęła w znaczący sposób na wzrosty cenowe, już w pierwszej fazie rozwoju. Podobną sytuację odnotowaliśmy również w **e-grocery**, gdzie średnia cena koszyka w kwartale drugim wzrosła aż o **9,60 zł** w stosunku do I kwartału, który w Polsce nie przebiegał jeszcze pod znakiem pandemii i obostrzeń w handlu.

ŚREDNIA KWOTA DLA GRUP PRODUKTÓW Z CAŁEGO ROKU


W skali roku najtańszą siecią okazała się sieć **Auchan**, a najdroższym kanałem **e-grocery**, które zdecydowanie wykorzystywało w minionym roku wzmożone zainteresowanie konsumentów zakupami online, ze względu na wygodę i bezpieczeństwo.


Najwięcej najdroższych produktów mogliśmy znaleźć w **e-grocery** – w 7 kategoriach odnotowaliśmy najwyższe ceny (chemia domowa i kosmetyki, dodatki, mrożonki, nabiał, napoje, produkty sypkie oraz używki i alkohol).

W kategorii mięso, wędliny, ryby cena w kanale **e-grocery** jest taka sama jak w sieci tradycyjnej **E.Leclerc**.

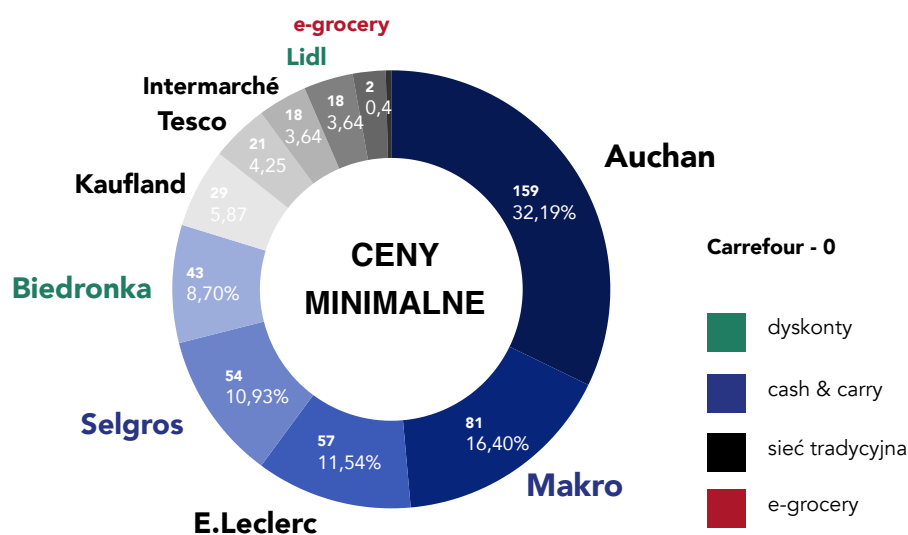
Najniższe ceny w kategoriach takich jak chemia domowa i kosmetyki, mrożonki, produkty tłuszczowe i słodczyce zaobserwowaliśmy w sieciach **Auchan**. Dodatki najtańsze były w **Intermarché**, mięso, wędliny i ryby w sieci **Kaufland**, nabiał i napoje w **Makro**, produkty sypkie w **Lidlu**, a używki i alkohol w **Biedronce**.

	Auchan	Biedronka	Carrefour	E.Leclerc	e-grocery	Intermarché	Kaufland	Lidl	Makro	Selgros	Tesco
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	61,22 zł	66,59 zł	64,80 zł	66,69 zł	78,63 zł	64,38 zł	66,84 zł	70,28 zł	75,10 zł	73,34 zł	69,36 zł
DODATKI	14,49 zł	16,35 zł	14,63 zł	17,37 zł	17,49 zł	14,30 zł	14,56 zł	15,30 zł	15,43 zł	16,37 zł	16,07 zł
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	12,66 zł	13,24 zł	12,41 zł	14,67 zł	14,67 zł	12,47 zł	12,06 zł	12,17 zł	13,15 zł	13,19 zł	13,09 zł
MROŻONKI	12,53 zł	14,97 zł	12,96 zł	13,45 zł	15,95 zł	13,22 zł	12,81 zł	13,47 zł	13,19 zł	13,54 zł	13,30 zł
NABIAŁ	12,27 zł	13,40 zł	12,92 zł	12,88 zł	15,20 zł	12,92 zł	12,42 zł	12,70 zł	12,09 zł	12,99 zł	13,14 zł
NAPOJE	8,43 zł	8,82 zł	8,53 zł	8,74 zł	9,68 zł	8,93 zł	8,67 zł	8,22 zł	7,84 zł	8,46 zł	9,19 zł
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	5,88 zł	6,75 zł	6,05 zł	7,27 zł	6,76 zł	6,18 zł	6,10 zł	6,36 zł	6,61 zł	6,54 zł	6,41 zł
SŁODYCZE	40,35 zł	44,38 zł	42,48 zł	45,37 zł	43,51 zł	43,56 zł	44,28 zł	45,01 zł	42,59 zł	41,57 zł	40,68 zł
PRODUKTY SYPKIE	8,13 zł	8,62 zł	8,02 zł	9,08 zł	10,32 zł	9,39 zł	8,40 zł	8,01 zł	8,40 zł	8,48 zł	8,63 zł
UŻYWKI, ALKOHOL	37,25 zł	36,56 zł	38,92 zł	41,53 zł	50,33 zł	40,77 zł	40,88 zł	41,88 zł	37,93 zł	40,85 zł	39,22 zł

 najwyższa wartość

 najniższa wartość

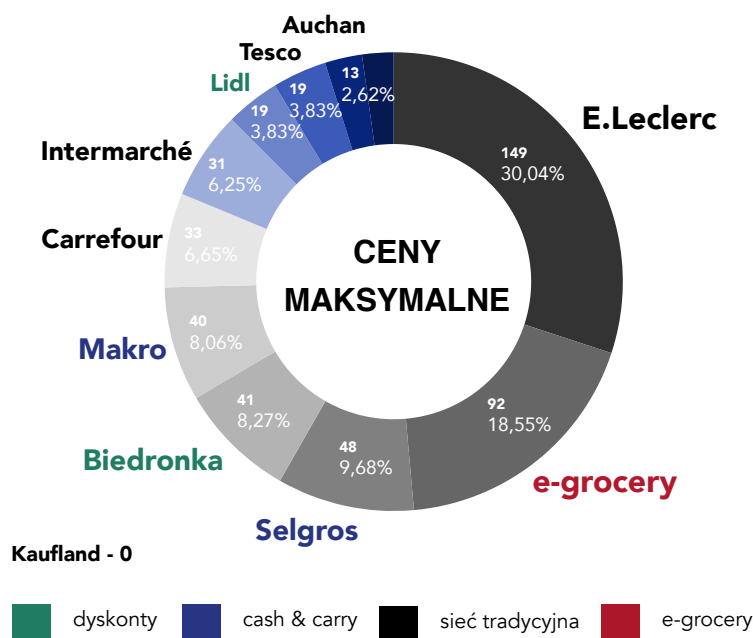
ANALIZA UDZIAŁ SIECI W MINIMALNYCH I MAKSYMALNYCH CENACH PRODUKTÓW



Patrząc na rok 2020 i udział sieci w minimalnych cenach produktów obserwujemy, że najwięcej tych najtańszych oferowała sieć sklepów **Auchan** – **32,19%** analizowanych produktów. Najmniej cen minimalnych mogliśmy znaleźć w **e-grocery** – jedynie **0,4%**.

Analizując ceny z całego roku i poszczególne wykresy ponownie w 2020 roku potwierdziła się teza, że niekoniecznie tam gdzie mamy najtańszy lub najdroższy koszyk zakupowy, kupimy najwięcej najtańszych czy najdroższych produktów. Sieć **Auchan**, pomimo pozycji lidera, w najniższej średniej cenie koszyka zakupowego w 2020 roku w kanale tradycyjnym oferowała 13 najdroższych produktów, przy czym **Kaufland** nie mając pozycji lidera – nie oferował żadnego najdroższego produktu w badanym 2020 roku.

2020



Pomimo faktu, że to **e-grocery** okazało się najdroższym kanałem zakupowym w 2020 roku, to na pierwszym miejscu w rankingu najdroższych produktów 2020 uplasował się **E.Leclerc** oferując **30,04%** maksymalnych cen, a dopiero na drugim miejscu znajduje się **e-grocery** z wynikiem **18,55%**.

Sieć sklepów **Auchan**, gdzie w 2020 roku mogliśmy kupić najtaniej oferowała jednak 13 najdroższych produktów, czyli **2,62%**. W rankingu cen maksymalnych na tej samej pozycji znalazł się **Lidl** i **Tesco** z 19 produktami i wynikiem **3,83%**.

RANKING SIECI 2020

Najtańszą siecią w skali 2020 roku podobnie jak w roku ubiegłym okazała się sieć **Auchan**. W ujęciu miesięcznym wygrała ona ranking najtańszej sieci aż 10 razy – wyjątkiem był czerwiec, gdzie najtańszy był **Carrefour** oraz sierpień – gdzie najtańsza była **Biedronka**. Rekordzistą w rankingu najwyższych cen 2020 roku jest kanał **e-grocery** – lider w każdym miesiącu 2020 roku. Po środku rankingu uplasowało się **Tesco** i **Intermarché** – mimo, że Tesco odnotowywało znaczące wzrosty cen w kolejnych kwartałach 2020.

STYCZEŃ 2020		LUTY 2020		MARZEC 2020		KWIECIEŃ 2020		MAJ 2020		CZERWIEC 2020	
Auchan	11	Auchan	11	Auchan	11	Auchan	11	Auchan	11	Carrefour	11
Carrefour	10	Biedronka	10	Tesco	10	Tesco	10	Kaufland	10	Auchan	10
Biedronka	9	Kaufland	9	Biedronka	9	Kaufland	9	Carrefour	9	Kaufland	9
Intermarche	8	Tesco	8	Kaufland	8	Intermarche	8	Intermarche	8	Intermarche	8
Makro	7	Carrefour	7	Intermarche	7	Biedronka	7	Tesco	7	Lidl	7
Tesco	6	Makro	6	Carrefour	6	Carrefour	6	Biedronka	6	Biedronka	6
Kaufland	5	Intermarche	5	Lidl	5	Lidl	5	Lidl	5	Tesco	5
Selgros	4	Lidl	4	Makro	4	Makro	4	Makro	4	Makro	4
Lidl	3	e.leclerc	3	e.leclerc	3	Selgros	3	Selgros	3	Selgros	3
e.leclerc	2	Selgros	2	Selgros	2	e.leclerc	2	e.leclerc	2	e.leclerc	2
e-grocery	1	e-grocery	1	e-grocery	1	e-grocery	1	e-grocery	1	e-grocery	1

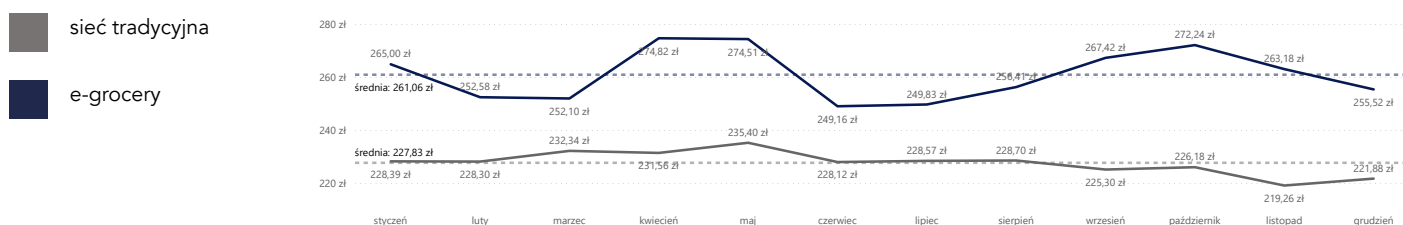
LIPIEC 2020		SIERPIEŃ 2020		WRZESIEŃ 2020		PAŹDZIERNIK 2020		LISTOPAD 2020		GRUDZIEŃ 2020	
Auchan	11	Biedronka	11	Auchan	11	Auchan	11	Auchan	11	Auchan	11
Biedronka	10	Auchan	10	Biedronka	10	Biedronka	10	Biedronka	10	Lidl	10
Carrefour	9	Carrefour	9	Carrefour	9	Carrefour	9	Carrefour	9	Kaufland	9
Kaufland	8	Kaufland	8	Selgros	8	Selgros	8	Selgros	8	Makro	8
Intermarche	7	Intermarche	7	Kaufland	7	Kaufland	7	Kaufland	7	Carrefour	7
Tesco	6	Makro	6	Tesco	6	Tesco	6	Tesco	6	Biedronka	6
e.leclerc	5	Tesco	5	Intermarche	5	Intermarche	5	Intermarche	5	e.leclerc	5
Lidl	4	e.leclerc	4	e.leclerc	4	e.leclerc	4	e.leclerc	4	Intermarche	4
Selgros	3	Lidl	3	Lidl	3	Lidl	3	Lidl	3	Selgros	3
Makro	2	Selgros	2	Makro	2	Makro	2	Makro	2	Tesco	2
e-grocery	1	e-grocery	1	e-grocery	1	e-grocery	1	e-grocery	1	Selgros	2
										e-grocery	1

PORÓWNANIE SIEĆ TRADYCYJNA VS. E-GROCERY

SUMA PUNKTÓW			sklep	punkty	miejsce
sklep	punkty	miejsce	Tesco	74	6
e-grocery	12	11	Intermarche	76	5
Makro	39	10	Kaufland	96	4
e.leclerc	41	9	Biedronka	102	2
Selgros	43	8	Carrefour	102	2
Lidl	58	7	Auchan	130	1

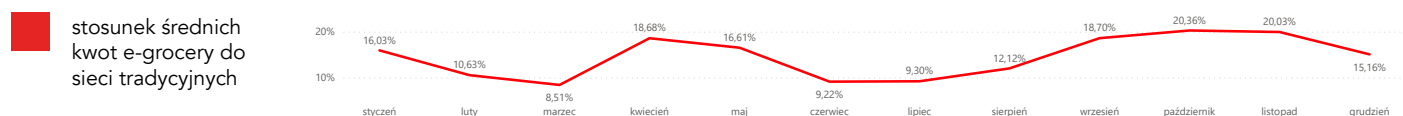
RANKING

Zaobserwowaliśmy, że w miesiącach, w których pojawiały się ograniczenia powiązane z pandemią w Polsce, ceny w **e-grocery** wzrastały i utrzymywały się znacząco powyżej średniej.

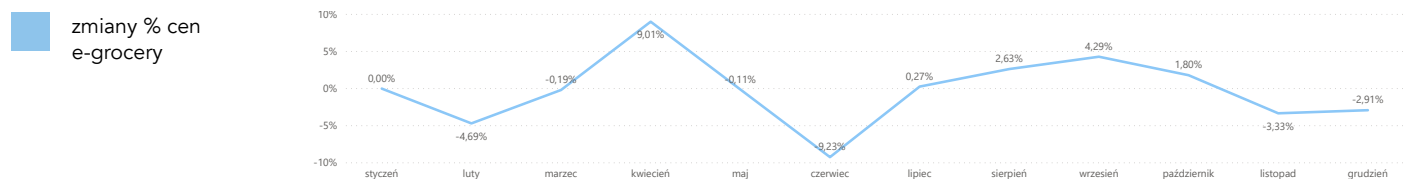


Największy przyrost wartości koszyka w zakupach online odnotowaliśmy w kwietniu 2020 r., kiedy to nasilały się obostrzenia i trwała narodowa kwarantanna – o **13,76 zł** powyżej średniej (**+5,27%**), z kolei największy spadek cen zauważalny był w czerwcu – o **11,90 zł** poniżej średniej (**-4,56%**).

W przypadku zakupów w sieciach tradycyjnych wzrost cenowy widoczny jest w maju – na wykresie o **7,57 zł** powyżej średniej (**+3,32%**), natomiast spadek w listopadzie – o **8,57 zł** poniżej średniej (**-3,76%**).



Wykres przedstawiający stosunek średnich kwot e-grocery do sieci tradycyjnych w ujęciu rocznym za 2020 pokazuje, że największa różnica pojawiła się w październiku – **20,36%** wzrostu.



Obserwując procentowe zmiany cen w kanale e-grocery w ujęciu rocznym widzimy, że największy wzrost pojawił się w kwietniu (**+9,01%**), natomiast spadek – w czerwcu (**-9,23%**).

Analizując wartości koszyków w **sieciach tradycyjnych** w całym 2020 roku, łatwo dostrzec, że te różnice nie są tak znaczące jak w przypadku **e-grocery**.

PODSUMOWANIE

Perspektywa roku 2020 pokazała nam, jak pandemia Covid-19 w Polsce i na świecie wpłynęły na politykę cenową poszczególnych sieci. Zaobserwowaliśmy, że w miesiącach kiedy sytuacja pandemiczna w Polsce nasilała się - ceny wzrastały, szczególnie w sprzedaży online. Widoczne jest to szczególnie w kwietniu i maju, a w drugiej połowie roku – w październiku i listopadzie. Okres świąteczny nie wpłynął znacząco na wzrosty cen – zarówno w sieciach tradycyjnych, jak i w e-commerce ukształtowały się one poniżej średniej.

Za nami rok ekstremalny, który wszystkie sieci handlowe, zarówno w kanale offline, jak i online, wystawił na wyjątkową próbę. Sieci musiały reagować bardzo dynamicznie, wiele biznesów przeszło prawdziwą transformację cyfrową, a e-commerce musiało przygotować się na realizację niespotykanej dotąd ilości zamówień.

Rynek się zmienił, a najbliższe 12 miesięcy pokaże, które trendy staną się normą. Z pewnością transformacji cyfrowej nie da się zatrzymać. Jak na innowacje w 2021 roku reagować będą sieci tradycyjne? Przekonamy się wkrótce i z uwagą będziemy śledzić wszelkie zmiany w branży. Analizy i wnioski przekazywać będziemy Państwu w kolejnych raportach, do zapoznania się z którymi zapraszam Państwa już teraz.

Patryk Górczyński, dyrektor zarządzający ASM Sales Force Agency

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



SELL MORE.

