



12|2024

Badanie i Raport: Koszyk Zakupowy

Spis treści

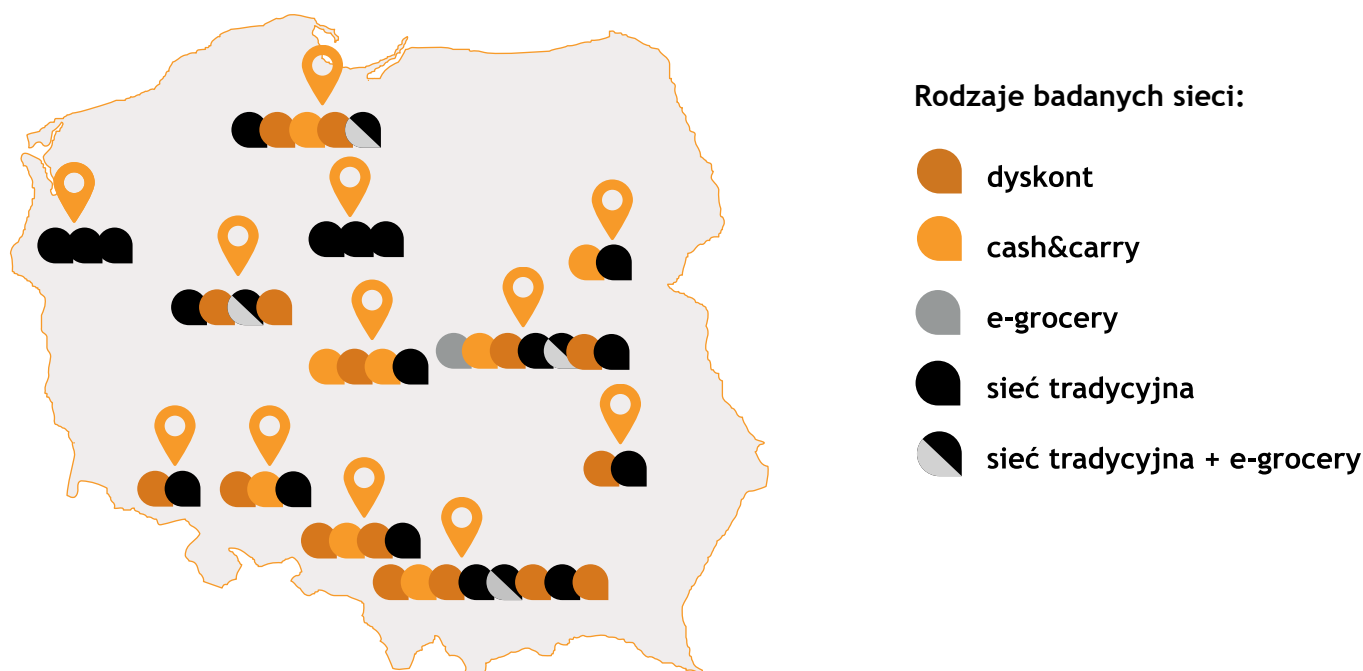
1.	Metodologia badania	3
2.	Wstęp do raportu	4
3.	Najważniejsze wnioski	5
4.	Wyniki badań średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci	8
5.	Wyniki badań średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały	9
6.	Porównanie modelu hybrydowego	10
7.	Porównanie dark store i e-grocery	11
8.	Wyniki 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 2023 vs. grudzień 2024	16
12.	Porównanie wyników rok do roku grudzień 2023 vs. grudzień 2024	17
13.	Porównanie wyników listopad 2024 vs. grudzień 2024	18
14.	Podsumowanie IV kwartału 2024	19
15.	Grudzień w liczbach	20
16.	O ASM SFA	21

Metodologia badania

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). 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,) - sklepach samoobsługowych o powierzchni powyżej 2,5 tys. m²; **supermarketach** (Dino, POLOmarket, Intermarché) - 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. W tym przypadku obejmuje: **kanal e-grocery** (frisco.pl, dodomku.pl, polskikoszyk.pl, mamyto.pl oraz megasam24.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; słodczyce; 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 SFA przeprowadza badanie i porównanie cen koszyka w cyklach comiesięcznych. Dane do raportu zbierano w dniach 2-4 grudnia 2024 r. Raport został sporządzony przez ekspertów ASM SFA, 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 SFA sp. z o.o. Jakikolwiek wykorzystanie raportu oraz zawartych w nim zestawień informacji dotyczących cen w celach komercyjnych, w tym promocyjnych i informacyjnych, jest zabronione i wymaga zgody ASM SFA sp. z o.o.

Wstęp do raportu

Średnia cena koszyka

303,54 zł

Artykuły spożywcze
droższe niż przed rokiem

8,34%

Najtaniej
w Auchan

Najdrożej w
Polomarket

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 miesięczne, kwartalne 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 SFA** w grudniu 2024 r. wykazało, że średnia cena koszyka zakupowego zawierającego najpopularniejsze artykuły codziennego użytku wzrosła o **3,96 zł** czyli 1,32% i wyniosła **303,54 zł**. Dodatkowo, z zebranych danych wynika, że **w 9 na 13 sieci** objętych badaniem, **ceny** w grudniu ub. r. **były wyższe** niż w listopadzie ub. r. **Spadek cen** odnotowano jedynie **w czterech sieciach**, m.in. Netto (7,54%), Biedronka (2,47%) czy Makro Cash & Carry (1,92%). Zgromadzone dane wskazują również, że **wartość koszyka zakupowego wzrosła rok do roku o 8,34%** z 280,16 zł w grudniu 2023 r. do 303,54 zł w grudniu 2024 r.

Z grudniowego badania wynika, że **najtańsze zakupy** można było ponownie zrobić w **sieci Auchan**, w której średni koszt koszyka zakupowego ASM SFA wyniósł **258,64 zł**. To wzrost o **11,08 zł**, czyli o **4,48 %** 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 7,03 zł (Biedronka) i 27,13 zł (Makro Cash & Carry). **Najwyższą wartość koszyka zakupowego** w grudniu 2024 r. odnotowano **w sieci POLOmarket**, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić **330,34 zł**.

Najważniejsze wnioski

Według danych GUS ceny towarów i usług konsumpcyjnych w grudniu 2024 r. w porównaniu z analogicznym miesiącem ub. roku wzrosły o 4,7% a w stosunku do poprzedniego miesiąca nie zmieniły się. Raport przygotowywany przez ekspertów ASM SFA wskazuje, że wartość koszyka zakupowego wzrosła rok do roku o 8,34%. W ujęciu miesięcznym w 9 na 13 sieci objętych badaniem, ceny badanych produktów były wyższe. W dziewięciu sieciach średnie ceny koszyków wyniosły powyżej 300 zł. W grudniu ub.r. na szczycie listy najtańszych sieci utrzymał się Auchan. Natomiast najdroższym sklepem stacjonarnym został POLOmarket. Wzrost cen w skali roku odnotowano we wszystkich 10 kategoriach produktowych. Najtańsze zakupy można było tym razem zrobić w sklepach typu Cash & Carry. W zestawieniu kanałów sprzedaży najdroższe zakupy były w dark store.

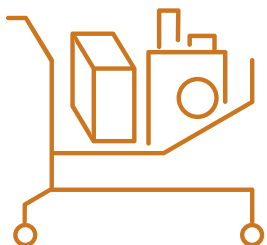
W ujęciu miesięcznym:

- W grudniu 2024 r. **pozycję lidera z najniższym wynikiem średniej wartości utrzymała sieć Auchan. Najdroższe** natomiast okazały się **sklepy POLOmarket**.
- **W 9 na 13 sieci** objętych badaniem, **ceny badanych produktów w grudniu ub. r. były wyższe niż w listopadzie ub. r.** Spadek cen odnotowano jedynie **w czterech sieciach**.
- **Największy wzrost średniej ceny koszyka zakupowego miał miejsce w sieci E.Leclerc (8,70%),** natomiast największy spadek **w sklepach Netto (7,54%).**
- Wśród kategorii sieci tradycyjnych, **najtańsze zakupy można było zrobić w sklepach typu Cash & Carry - 285,91 zł.**
- W zestawieniu **kanałów sprzedaży najwyższe, średnie ceny** badanych produktów w koszyku zakupowym odnotowano **w dark store - 368,01 zł.** Natomiast **najtańsze zakupy (303,54 zł)** można było zrobić w **sieciach tradycyjnych**.
- **Wartość koszyka minimalnego**, czyli zestawu produktów dostępnych w sieciach handlowych w najniższych cenach wyniosła w grudniu 2024 r. 223,37 zł (więcej o 14,40 zł niż w listopadzie ub. r.). Natomiast **koszyk badanych produktów w najwyższych cenach - 366,57 zł** (mniej o 2,10 zł niż w listopadzie ub. r.).
- **Różnica między minimalnym, a maksymalnym koszykiem** w grudniu 2024 r. wyniosła 143,20 zł i jest ona o 16,50 zł niższa niż w listopadzie ub. r.
- Wśród produktów ujętych w badaniu **najwięcej z cenami minimalnymi oferowała Biedronka (21 produktów).** **Najmniej najtańszych produktów** zawartych w badaniu można było znaleźć w **sieciach: Dino, Kaufland i Netto (po 1 produkcie).**
- Wśród produktów ujętych w badaniu **najwięcej z cenami maksymalnymi oferowała sieć Netto** (20 produktów).

W ujęciu rocznym:

- **Wartość koszyka zakupowego wzrosła rok do roku o 8,34%** z 280,16 zł w grudniu 2023 r. do 303,54 zł w grudniu 2024 r.
- W 10 na 13 analizowanych sieci **odnotowano wzrost cen wobec 2023 roku**. Były to min. Auchan (24,27%), Kaufland (17,49%), czy Aldi (13,68%).
- **Największy wzrost cen koszyka** zanotowano natomiast **w sieci Lidl**, w której średnia cena koszyka w grudniu 2024 r. była wyższa aż **o 76,06 zł** niż w 2023 r., tj. o 32,26%.
- **W ujęciu rocznym spadek cen** 40 badanych produktów zaobserwowano **w sklepach: Makro Cash & Carry (5,62%), Netto (2,57 %) i Selgros Cash & Carry (1,02%)**.
- **Wartość badanych towarów w koszyku minimalnym wzrosła o 23,63%**, z **180,67 zł** w 2023 r. do **223,37 zł** w grudniu 2024 r. W listopadzie 2024 r. odnotowano również wzrost r/r i wyniósł on 16,18 %. **Wartość maksymalna koszyka zakupowego** w grudniu 2024 r. wzrosła o **0,73 %** wobec grudnia 2023 r. Przed rokiem za zestaw najdroższych produktów trzeba było bowiem zapłacić **363,91 zł**, a w grudniu 2024 r. wartość ta wyniosła **366,57 zł**.
- **W skali roku podrożało 10 z 10 kategorii produktów**.
- **Największy wzrost cen w skali roku** (24,29%) odnotowano po raz kolejny w kategorii napoje.

Najwyższa suma koszyka

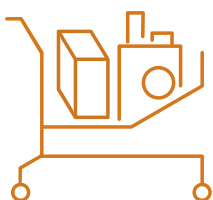


366,57 zł

Wzrost ceny koszyka
maksymalnego rok do roku

0,73%

Średnia suma koszyka



303,54 zł

Wzrost średniej wartości
koszyka rok do roku

8,34%

Najniższa suma koszyka



223,37 zł

Wzrost ceny koszyka
minimalnego rok do roku

23,63%



“

**Koszyk Zakupowy
ASM SFA
pozwala lepiej
przewidywać
zmiany na
dynamicznym
rynku.**

Nasze cyklicznie przeprowadzane badanie, pozwala zrozumieć nie tylko aktualne trendy, ale i przewidywać dalsze zmiany na dynamicznie ewoluującym rynku. Najnowszy raport ASM SFA jednoznacznie wskazuje, że polski rynek FMCG w 2024 roku charakteryzował się dalszą presją inflacyjną, szczególnie w kluczowych kategoriach, takich jak napoje, których ceny wzrosły aż o 24,29% rok do roku. Choć nie zmienił się lider niskich cen, to znaczące różnice cen między kanałami sprzedaży - z dark store na czele jako najdroższym rozwiązaniem - ujawniają rosnące zróżnicowanie w kosztach dostępu do tych samych produktów.

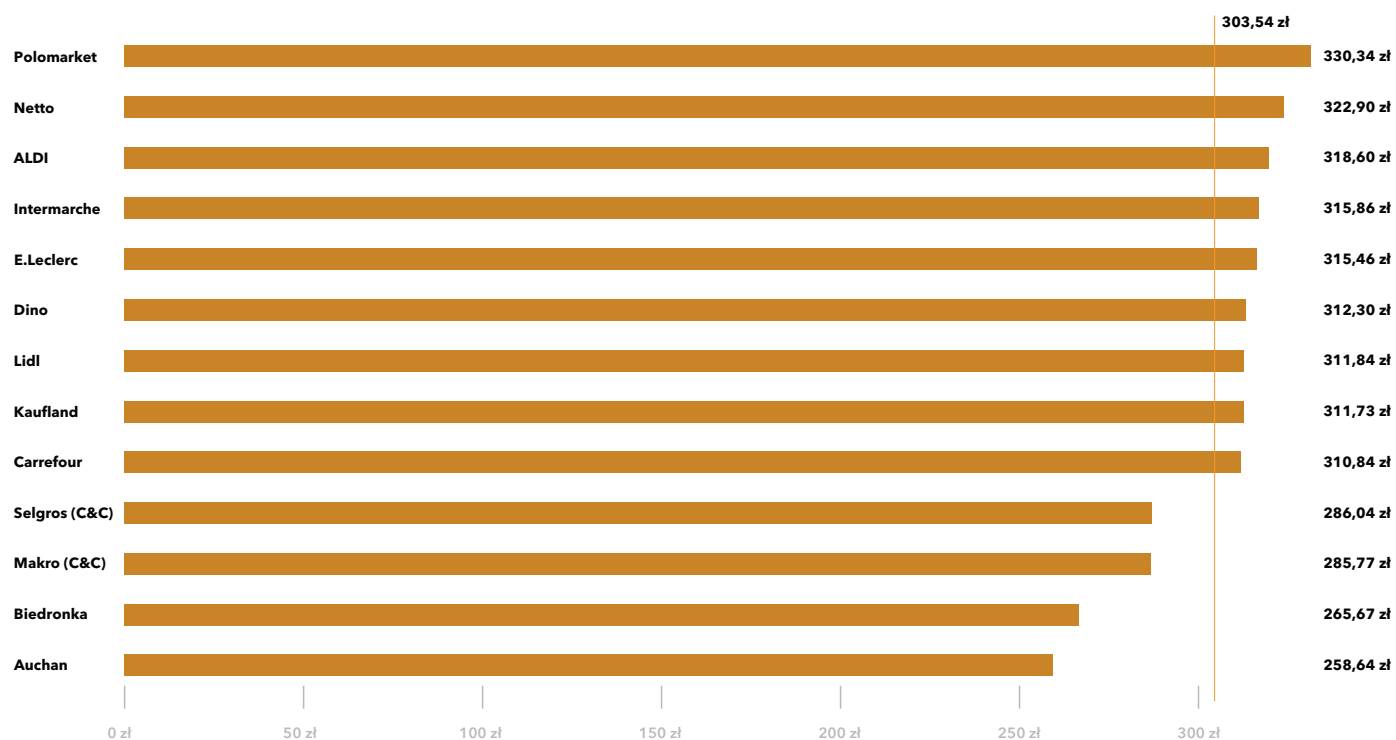
Analitycy ASM SFA ustalili, że cena koszyka zakupowego wzrosła w skali roku w 10 na 13 analizowanych sieci. Różnica między koszykiem minimalnym i maksymalnym osiągnęła poziom 143,20 zł. W praktyce oznacza to, że decyzje konsumentów dotyczące miejsca i kanału zakupów mają coraz większe znaczenie dla domowego budżetu. Dane te sygnalizują wyraźne wyzwania dla rynku, który w obliczu wahań cenowych będzie musiał jeszcze bardziej precyzyjnie dostosowywać swoją ofertę, aby sprostać oczekiwaniom klientów. Personalizowane akcje promocyjne i aktywne działania sieci we własnych aplikacjach zakupowych to tylko jeden ze sposobów na zwrócenie uwagi klientów.

**Kamil Kruk, Client Service & Analysis Director
ASM SFA**



Wyniki badań

średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci

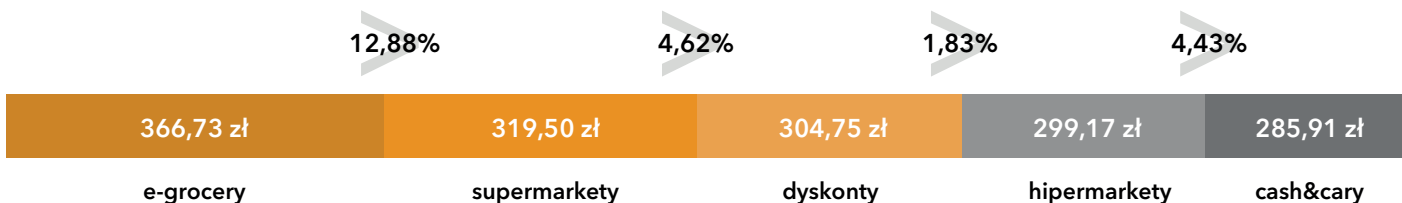


We wszystkich badanych sieciach, w przypadku braku badanego produktu został wykorzystany mechanizm przeliczenia gramatury produktu lub wykorzystano produkt zamienny.

* 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 9 na 13 sieci objętych badaniem, ceny w grudniu ub. r. były wyższe niż w listopadzie ub. r. Spadek cen odnotowano natomiast w czterech sieciach. Tym razem w dziewięciu sieciach średnie ceny koszyków wyniosły powyżej 300 zł. Najniższe, średnie ceny w koszyku zakupowym odnotowano w sieci Auchan, natomiast najwyższe w sklepach POLOmarket. Różnica między najdroższym (POLOmarket) a najtańszym (Auchan) w tym zestawieniu koszykiem zakupowym wyniosła 28%.

Największy wzrost cen można zaobserwować w sieci E.Leclerc (8,70%) a największy spadek w sklepach Netto (7,54%).



W grudniu ub. r. najtańsze zakupy można było zrobić w sklepach typu Cash & Carry, gdzie średnia wartość koszyka zakupowego wyniosła 285,91 zł. Nieco drożej było w hipermarketach (299,17 zł), dyskontach (304,75 zł) oraz supermarketach (319,50 zł). Natomiast **najdroższe zakupy oferował kanał e-grocery**. Ceny w tym kanale spadły w ujęciu miesięcznym o 0,08%. Za zakupy online zapłaciliśmy **o 0,29 zł mniej** niż w listopadzie ub. r.

Różnica między średnią wartością koszyka zakupowego w kanale e-grocery, a koszykiem w najtańszych sklepach typu Cash & Carry wynosi 22%.

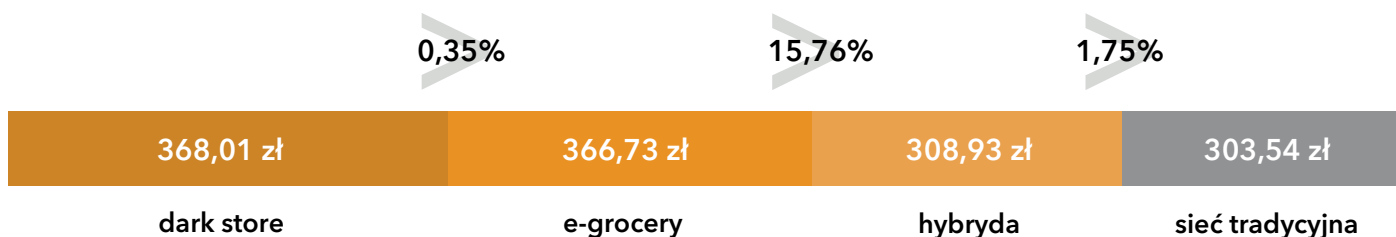


Wyniki badań

średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały



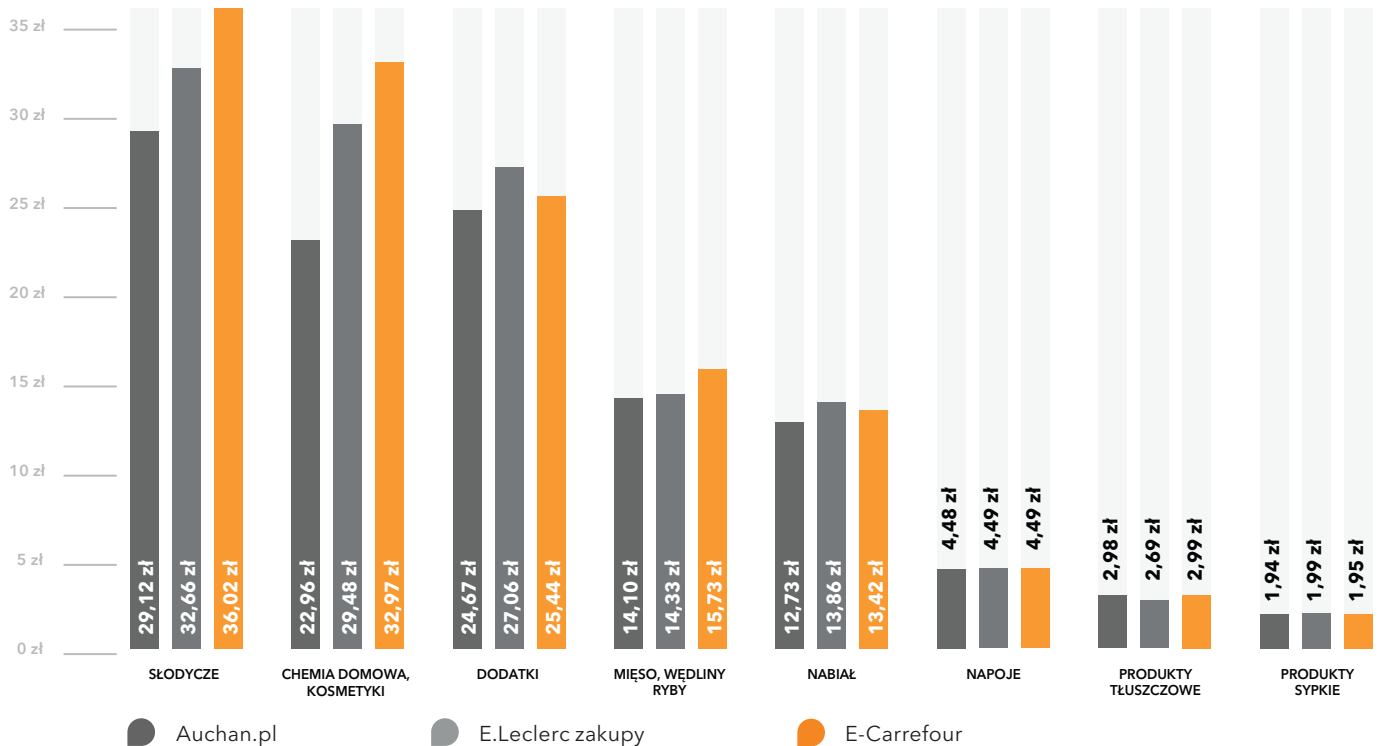
Badanie koszyka zakupowego przeprowadzone przez ASM SFA wykazało, że w zestawieniu różnych kanałów sprzedaży **najdroższe zakupy były w dark store (368,01 zł)**. Nieco mniej (**366,73 zł**) należało zapłacić **w kanale e-grocery** oraz w **sieciach hybrydowych (308,93 zł)**. **Natomiast najtańsze zakupy (303,54 zł)** można było zrobić w sieciach tradycyjnych. W sklepach tradycyjnych średni koszyk zakupowy był aż o 64,47 zł tańszy niż w dark store.



Porównanie modelu hybrydowego

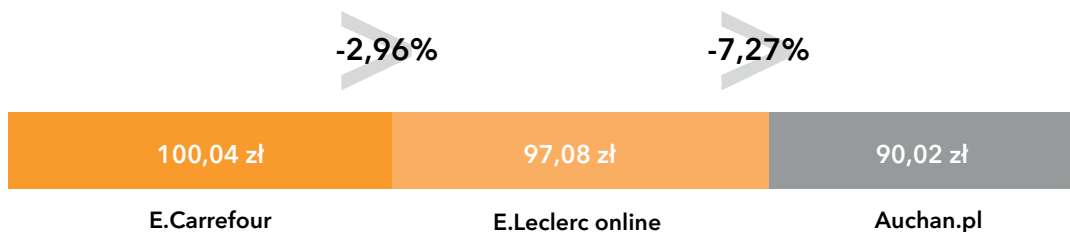
W ramach porównania modelu hybrydowego, w grudniu 2024 r. we wszystkich trzech analizowanych sieciach, zakupy online nie były tańsze niż w stacjonarnych wersjach tych samych sklepów. Podobnie było w listopadzie ub. r. kiedy to we wszystkich trzech analizowanych sieciach było drożej online niż stacjonarnie.

W 3 na 3
sieci drożej
online niż
stacjonarnie



Najbardziej wyrównane ceny w grudniu ub. r. odnotowano w sklepach sieci E.Leclerc (wersja online droższa o 0,20 zł). W przypadku sieci Carrefour zakupy przez Internet były droższe o 0,26 zł. Natomiast sieć Auchan tak jak w poprzednich miesiącach stawia na handel tradycyjny. Zestaw produktów zamówionych przez Internet był o 10,16 zł droższy od wersji tradycyjnej.

E.Leclerc
najbardziej
wyrównane
ceny



Spośród sklepów działających w modelu hybrydowym, najtańsze zakupy online w grudniu 2024 r. oferował Auchan.pl (90,02 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	102,37 zł	103,76 zł	1,36%
DODATKI	30,65 zł	30,72 zł	0,24%
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	18,73 zł	18,00 zł	-3,90%
MROŻONKI	21,57 zł	20,90 zł	-3,11%
NABIAŁ	21,08 zł	20,39 zł	-3,29%
NAPOJE	15,38 zł	16,79 zł	9,19%
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	11,14 zł	13,01 zł	16,85%
SŁODYCZE	69,94 zł	68,76 zł	-1,69%
PRODUKTY SYPKIE	12,19 zł	13,90 zł	14,05%
UŻYWKI, PIWO	63,68 zł	61,78 zł	-2,99%

5 na 10
najdroższych
grup produktów
w kanale e-grocery
i dark store

dodatki
najmniejsza
różnica w cenie
w kategorii

**produkty
tłuszczowe**
największa
różnica w cenie
w kategorii

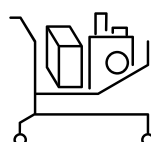
W grudniu ub. r. analiza 10 grup produktowych pokazała, że podobnie jak przed miesiącem zarówno w kanale e-grocery jak i sklepach typu dark store znalazło się po 5 najdroższych grupy produktów. W kanale e-grocery były to: mięso, wędliny, ryby, mrożonki, nabiał, słodczyce oraz używki i piwo. Natomiast w dark store droższe były: chemia domowa i kosmetyki, dodatki, napoje, produkty tłuszczowe oraz produkty sypkie. Największą różnicę w cenie stwierdzono w przypadku produktów tłuszczowych, a najmniejszą w przypadku kategorii dodatki.

dark store



368,01 zł

-0,35%



366,73 zł

e-grocery



Wyniki badań


według grup produktowych


Zestawienie z grudnia ub. r. wykazuje, że podobnie jak przed miesiącem najczęściej najdroższych grup produktów (10 na 10) było w supermarketach. Natomiast najczęściej **najtańszych grup produktowych (10 na 10) można było znaleźć w hipermarketach**. Ani jedna najtańsza lub najdroższa grupa produktów nie znalazła się w sklepach typu Cash & Carry, dyskontach czy kanale e-grocery.

10 z 10
kategorii
produktów
najdroższe w
supermarketach

10 z 10
grup najtańsze
w hipermarketach

	cash & carry	dyskonty	e-grocery	hipermarkety	supermarkety
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	78,78 zł	83,13 zł	102,37 zł	61,15 zł	134,51 zł
DODATKI	23,09 zł	23,83 zł	30,65 zł	18,37 zł	39,43 zł
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	14,78 zł	14,89 zł	18,73 zł	11,35 zł	24,04 zł
MROŻONKI	15,94 zł	14,66 zł	21,57 zł	11,66 zł	24,51 zł
NABIAŁ	15,60 zł	17,45 zł	21,08 zł	12,93 zł	26,92 zł
NAPOJE	12,52 zł	14,66 zł	15,38 zł	10,18 zł	22,07 zł
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	8,97 zł	10,77 zł	11,14 zł	8,16 zł	17,68 zł
SŁODYCZE	52,61 zł	58,03 zł	69,94 zł	44,08 zł	95,07 zł
PRODUKTY SYPKIE	10,02 zł	10,94 zł	12,19 zł	7,83 zł	16,16 zł
UŻYWKI, PIWO	53,60 zł	56,41 zł	63,68 zł	41,16 zł	78,87 zł

 Najniższa wartość

 Najwyższa wartość

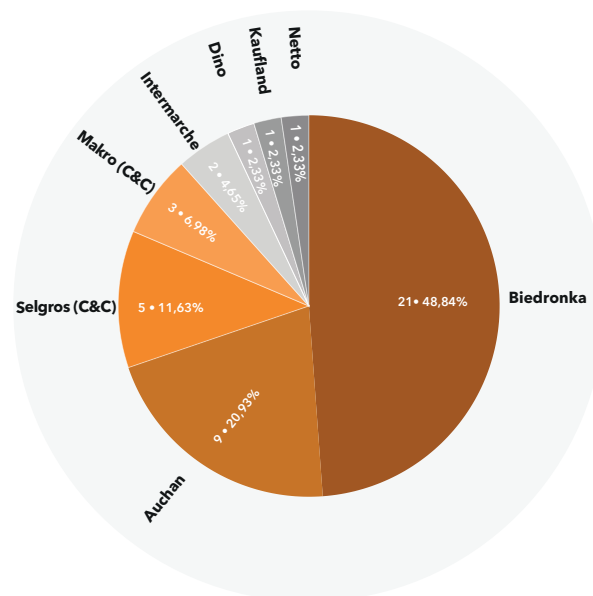
Analiza udziału w sieci

w minimalnych i maksymalnych cenach produktów

21•

oznaczenie liczby produktów w cenie minimalnej

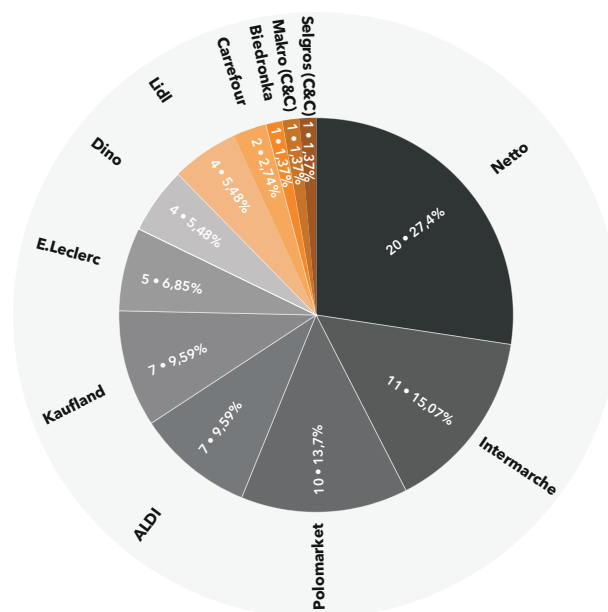
W grudniu ub. r. w przypadku **minimalnych cen produktów liderem została Biedronka, która oferowała 21 produktów w cenach minimalnych**. Kolejno uplasował się Auchan z 9 produktami z najniższymi cenami a następnie: Selgros Cash & Carry (5 produktów), Makro Cash & Carry (3 produkty), Intermarché (2 produkty). Na wykresie widzimy, że w sieciach: Dino, Kaufland i Netto znalazło się po 1 produkcie w cenach minimalnych na 40 analizowanych.



20•

oznaczenie liczby produktów w cenie maksymalnej

Najwięcej najdroższych badanych produktów (20) można było w grudniu ub. r. znaleźć w sieci Netto. Kolejno uplasowały się sklepy: Intermarché (11 produktów), POLOmarket (10 produktów), Aldi i Kaufland (po 7 produktów). Następnie E.Leclerc (5 produktów) Dino i Lidl (po 4 produkty), Carrefour (2 produkty). W sklepach Biedronka, Makro Cash & Carry i Selgros Cash & Carry znalazło się po 1 produkcie 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 SFA wynika, że różnice pomiędzy cenami produktów w poszczególnych sieciach handlowych przekraczają 100%. Na przykład Prymat pieprz czarny mielony 20g w sieci Auchan kosztował 0,89 zł, a w sklepach Biedronka i Netto jego cena wyniosła 1,99 zł, czyli o 124% więcej. Natomiast pasta Colgate MaxFresh 75ml można było kupić w sklepach Auchan za 3,73 zł, a w sieci POLOMarket za 7,99 zł - tu różnica wyniosła 114%.

Lp.	Produkt	Sieć	Cena minimalna	Sieć	Cena maksymalna
1	Baton Prince Polo Classic XXL 50g	Biedronka	1,49 zł	Intermarche	2,59 zł
2	Chipsy Lays paprykowe 130g	Biedronka	4,99 zł	Netto	8,05 zł
3	Cif Cream Mleczko do czyszczenia Lemon 780 ml	Auchan	9,98 zł	Intermarche	15,74 zł
4	Coca Cola Original butelka PET 0,5l	Makro (C&C)	3,29 zł	Polomarket	5,99 zł
5	Czekolada Milka Mleczna Alpine Milk 100g	Selgros (C&C)	3,68 zł	* Netto	6,59 zł
6	Dr. Oetker Pizza Giuseppe 4 sery 335g	Selgros (C&C)	8,07 zł	* Netto	12,09 zł
7	Dżem Łowicz truskawkowy słoiczek 280 g	Biedronka	3,99 zł	Netto	6,95 zł
8	Garnier Regenerujący Krem do rąk 75 ml tubka	Makro (C&C)	7,98 zł	E.Leclerc	16,99 zł
9	Guma do żucia Orbit spearmint draże 29g	Auchan	3,48 zł	ALDI	5,99 zł
10	Herbata Lipton Yellow Label 92/100 saszetek	Biedronka	12,99 zł	Netto	21,99 zł
11	Hortex Warzywa na patelnię z bazylią i tymiankiem 450g	Biedronka	3,99 zł	Netto	7,10 zł
12	Kabanosy Tarczyński Exclusive Wieprzowe 105g	Biedronka	4,49 zł	* Netto	7,25 zł
13	Kawa mielona Jacobs Kronung 500g	Dino	22,49 zł	* Makro (C&C)	33,20 zł
14	Ketchup Pudliszki łagodny 480g	Selgros (C&C)	4,43 zł	* Netto	7,69 zł
15	Kostka Kasia do pieczenia 250g	Selgros (C&C)	2,09 zł	* Netto	4,25 zł
16	Lisner śledzik na raz pikantny 100g	Biedronka	2,29 zł	Netto	3,89 zł
17	Lody Manhattan Classic vanilla-chocolate 1,4l	Auchan	14,98 zł	* Netto	25,19 zł
18	Majonez Winiary 400 ml	Auchan	7,18 zł	Netto	9,39 zł
19	Margaryna Rama Classic 400 g	Biedronka	4,99 zł	ALDI, Dino, E.Leclerc, Intermarche, Kaufland, Lidl, Polomarket	7,99 zł
20	Mleko Łaciate UHT 3,2% 1l	Selgros (C&C)	3,56 zł	* ALDI, Netto	4,49 zł
21	Musztarda Sarepska Kamis 185g	Biedronka	1,99 zł	ALDI, Carrefour, Dino, E.Leclerc, Intermarche, Kaufland, Polomarket	3,49 zł
22	Napój energetyczny BLACK Energy Classic puszka 0,25l	Auchan	1,98 zł	Intermarche	3,14 zł
23	Nivea Sport Men żel pod prysznic 500 ml	Biedronka	10,99 zł	Intermarche	17,84 zł
24	Nutella krem 350g słoik	Makro (C&C), Biedronka	12,29 zł	Netto	17,59 zł
25	Parówki Berlinki Classic opak. 250 g	Intermarche	3,99 zł	* Polomarket	5,99 zł



26	Pasta Colgate MaxFresh 75ml	Auchan	3,73 zł	Polomarket	7,99 zł
27	Piwo Żywiec puszka 0,5 l	Biedronka, Netto	2,99 zł *	Intermarche	4,49 zł
28	Płatki Nestle Nesquik 250 g torebka	Biedronka	5,32 zł *	Kaufland, Netto	7,99 zł
29	Płyn do płukania ust Listerine Cool Mint 500 ml	Auchan	9,98 zł	ALDI	17,99 zł
30	Płyn do zmywania Fairy Lemon 450 ml	Kaufland	4,56 zł	Lidl	7,49 zł
31	Prymat pieprz czarny mielony 20g	Auchan	0,89 zł	Biedronka, Netto	1,99 zł
32	Serek Almette śmietankowy 150g	Biedronka	3,49 zł	Netto	5,99 zł
33	Serek Danio Wanilia 130 g	Biedronka, Intermarche	1,49 zł	Netto	2,55 zł
34	Serek Wiejski Piątница 200g	Biedronka	1,69 zł	Polomarket	2,99 zł
35	Sok Tymbark 100% pomarańcza 1l karton	Biedronka	4,99 zł	ALDI, Intermarche, Kaufland, Lidl	7,99 zł
36	Sos Tatarski Winiary 250 ml	Biedronka	3,99 zł	Dino, E.Leclerc, Intermarche, Kaufland, Polomarket	6,99 zł
37	Szampon Loreal Elseve Color Vive 400 ml	Auchan	12,98 zł	Netto	20,89 zł
38	Zott Monte 150 g (white/black/classic)	Biedronka	1,99 zł	ALDI, Carrefour, Dino, Intermarche, Kaufland, Lidl, Polomarket	3,59 zł
39	Zupka instant VIFON łagodny 70g	Biedronka	1,49 zł	Netto, Polomarket	2,19 zł
40	Żelki Haribo Classic (Złote Misie) 85 g torebka	Biedronka	2,12 zł *	Selgros (C&C)	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)

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

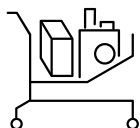
Analizując koszyk bazujący na najniższych cenach produktów zareportowanych spośród wszystkich lokalizacji badanych sieci moglibyśmy zapłacić **223,37 zł (więcej o 14,40 zł niż w listopadzie ub. r.)**, natomiast przyjmując najwyższe ceny - **366,57 zł (mniej o 2,10 zł niż w listopadzie ub. r.)**. Różnica między najtańszym, a najdroższym koszykiem w grudniu 2024 r. **wyniosła 143,20 zł** i jest ona **o 16,50 zł niższa niż w listopadzie ub. r.** Jeśli spojrzymy na dane w ujęciu rocznym, to **suma koszyka minimalnego w grudniu 2024 r. była wyższa o 23,63%** niż przed rokiem, natomiast **koszyk maksymalny był w grudniu 2024 r. droższy o 0,73%** niż w 2023 r.

Spadek ceny koszyka maksymalnego względem listopada 2024r.
0,57%

Najdroższy koszyk

Najwyższa cena koszyka

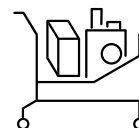
366,57 zł



Najtańszy koszyk

Najniższa cena koszyka

223,37 zł



Wzrost ceny koszyka minimalnego względem listopada 2024r.
6,89%

Porównanie wyników rok do roku

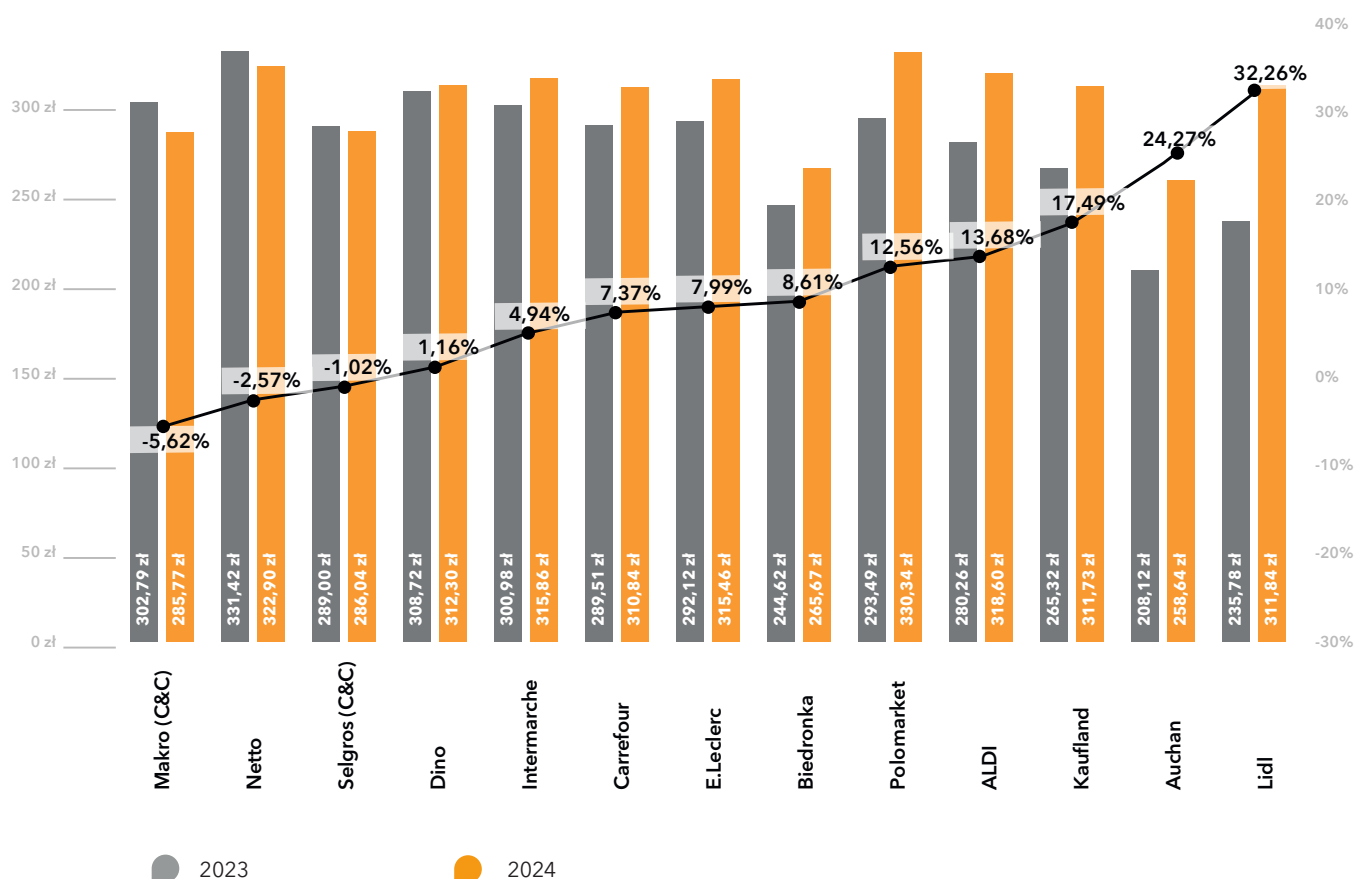
grudzień 2023 vs. grudzień 2024

Eksperti ASM SFA 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 2024 roku w 10 na 13 badanych sieci handlowych, ceny były wyższe niż przed rokiem. W pozostałych trzech sklepach ceny spadły.

Największy wzrost ceny koszyka w Lidl

+32,26%



Największy wzrost, tj. na poziomie 32,26% odnotowano w sieci Lidl, w której średnia cena wzrosła o 76,06 zł. Natomiast spadek cen 40 badanych produktów zaobserwowano w trzech sieciach: Makro Cash & Carry (5,62%), Netto (2,57%) i Selgros Cash & Carry (1,02%).

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

10 z 13
sieci
podniosło ceny



Porównanie wyników rok do roku

grudzień 2023 vs. grudzień 2024

Zestawienie cen poniższych kategorii produktowych rok do roku pokazuje, że w grudniu 2024 r. względem 2023 roku **podrożało 10 na 10 analizowanych kategorii produktów: dodatki, mięso, wędliny i ryby, mrożonki, nabiał, napoje, słodczyce, produkty sypkie oraz używki i piwo, produkty tłuszczowe oraz chemia domowa i kosmetyki. W największym stopniu zdrożały napoje. W grudniu ub. r. wzrost ten wyniósł 24,29% wobec 2023 r.**

Grupa produktowa	2023	2024	Różnica
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	79,25 zł	83,18 zł	4,96%
DODATKI	23,90 zł	24,40 zł	2,11%
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	14,10 zł	15,16 zł	7,53%
MROŻONKI	14,91 zł	15,47 zł	3,75%
NABIAŁ	16,14 zł	17,17 zł	6,42%
NAPOJE	11,24 zł	13,97 zł	24,29%
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	10,44 zł	10,73 zł	2,83%
SŁODYCZE	50,55 zł	58,46 zł	15,67%
PRODUKTY SYPKIE	9,44 zł	10,57 zł	12,06%
UŻYWKI, PIWO	50,21 zł	54,42 zł	8,37%
Suma średnich cen grup	280,16 zł	303,54 zł	8,34%

W każdej z analizowanych grup produktów odnotowano zmiany cen, jednak **najmniejszą różnicę stwierdzono w przypadku kategorii dodatki (w grudniu 2024 r. drożej o 2,11 %).**

Wartość hipotetycznego koszyka skomponowanego wyłącznie z najdroższych produktów, była w grudniu 2024 roku **o 0,73% wyższa niż przed rokiem - to różnica o 2,66 zł.** W przypadku koszyka z najtańszymi produktami odnotowaliśmy wzrost **w 2024 r. o 23,63%** w stosunku do roku 2023 - tutaj różnica kształtowała się na poziomie **42,70 zł.**

* Zmiana gramatur opakowań produktów badanych od stycznia 2024: Pasta Colgate Max Fresh 100 ml na 75 ml Chipsy Lays paprykowe 140 g na 130 g Guma do żucia Orbit spearmint draże 35 g na 29 g Od czerwca 2024: Garnier Regenerujący Krem do rąk 100 ml (tubka) na 75ml

* Od maja 2024 z powodu malejącej dostępności Mleka Łowickiego 3,2% 1l, produkt ten został zastąpiony produktem Mleko Łaciate UHT 3,2% 1l

Grudzień 2024

Najwyższa
suma koszyka

366,57 zł



+0,73%

Średnia
suma koszyka

303,54 zł



+8,34%

Najniższa
suma koszyka

223,37 zł

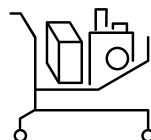


+23,63%

Grudzień 2023

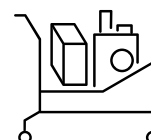
Najwyższa
suma koszyka

363,91 zł



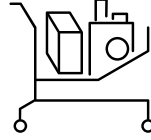
Średnia
suma koszyka

280,16 zł



Najniższa
suma koszyka

180,67 zł



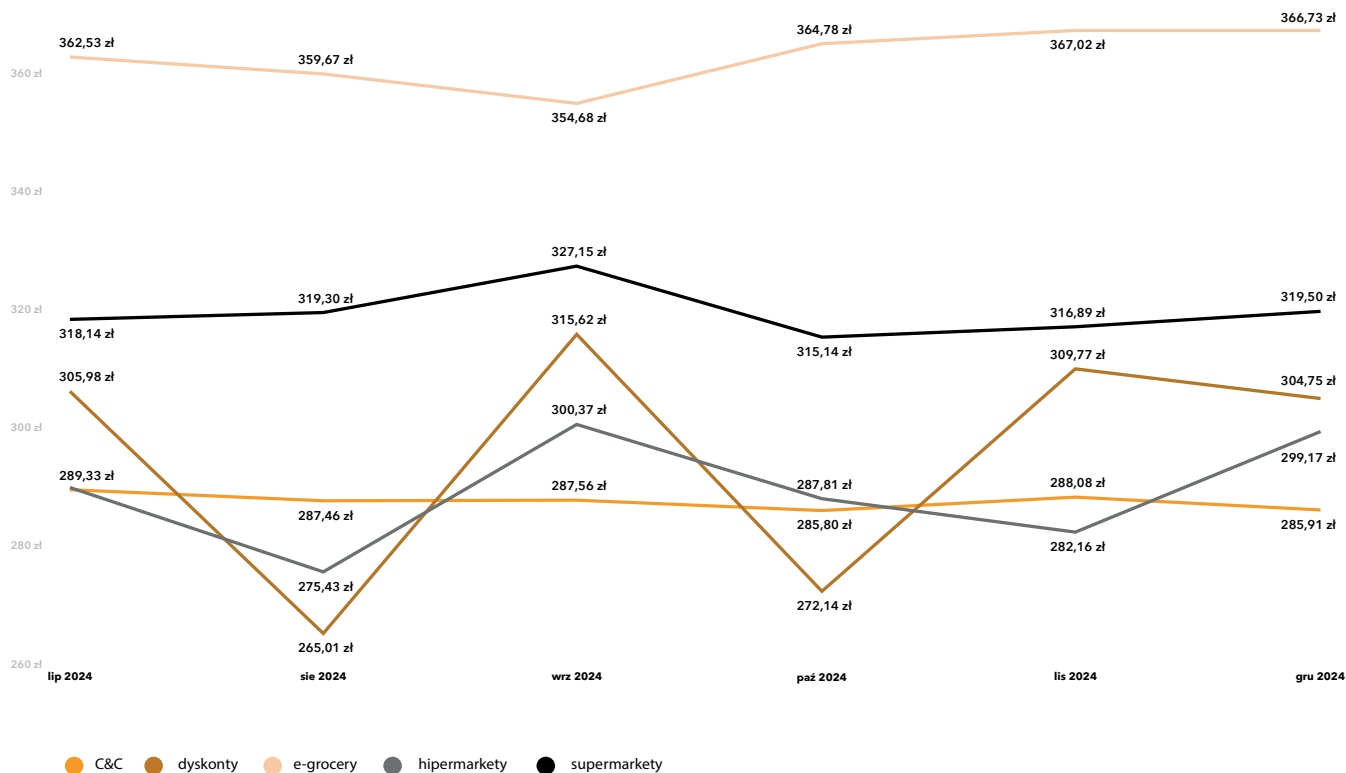
Porównanie wyników

listopad 2024 vs. grudzień 2024

Z danych zebranych przez ASM SFA wynika, że w 9 na 13 sieci objętych badaniem, ceny w grudniu ub. r. były wyższe niż w listopadzie ub. r. Spadek cen odnotowano jedynie w czterech sieciach, m.in. Netto (7,54%), Biedronka (2,47%) czy Makro Cash & Carry (1,92%). W grudniu ub. r. najtańsze zakupy można było zrobić w sieci Auchan. W sklepach tej marki średni koszt koszyka zakupowego wyniósł 258,64 zł. Najdroższy natomiast okazał się sklep POLOmarket gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 330,34 zł.

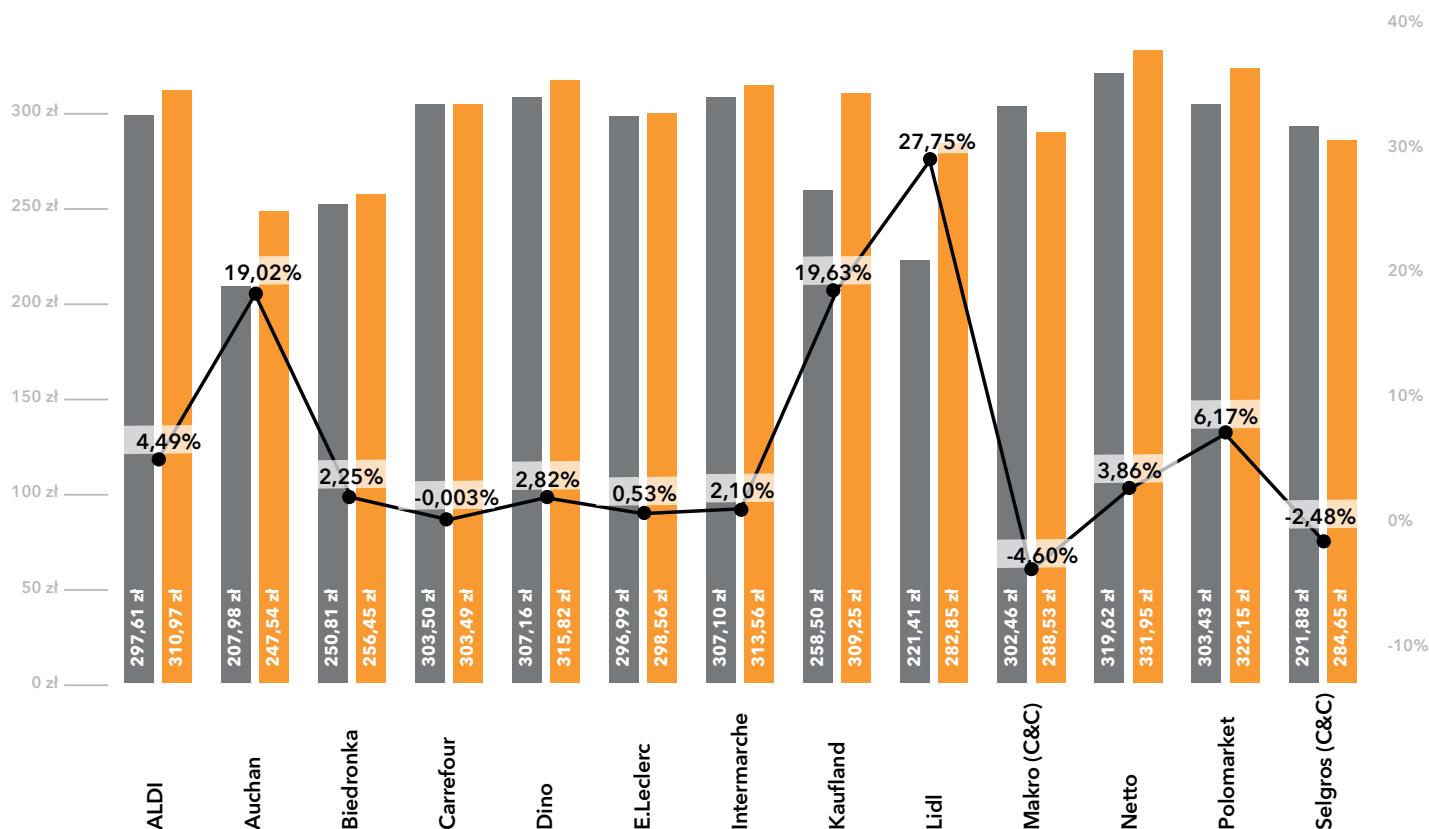
	11.24	12.24	różnica
SELGROS (C&C)	284,79 zł	286,04 zł	0,44%
MAKRO (C&C)	291,36 zł	285,77 zł	-1,92%
BIEDRONKA	272,39 zł	265,67 zł	-2,47%
LIDL	306,63 zł	311,84 zł	1,70%
NETTO	349,23 zł	322,90 zł	-7,54%
AUCHAN	247,56 zł	258,64 zł	4,48%
CARREFOUR	287,79 zł	310,84 zł	8,01%
KAUFLAND	303,06 zł	311,73 zł	2,86%
E.LECLERC	290,21 zł	315,46 zł	8,70%
INTERMARCHE	312,58 zł	315,86 zł	1,05%
DINO	317,10 zł	312,30 zł	-1,51%
POLOMARKET	321,00 zł	330,34 zł	2,91%
ALDI	310,84 zł	318,60 zł	2,50%
	299,58 zł	303,54 zł	1,32%

Zestawienie cen w podziale na kategorie sklepów pokazuje, że w grudniu 2024 r. najtańsze zakupy można było zrobić w sklepach typu Cash & Carry, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 285,91 zł. Tuż za nimi z różnicą na poziomie 13,26 zł znalazły się hipermarkety. Natomiast najwyższą wartość koszyka zakupowego odnotowano w kanale e-grocery - 366,73 zł. Największy wzrost cen w skali miesiąca jest widoczny w hipermarketach (299,17 zł).



Podsumowanie

IV kwartału 2024 r.



Grudniowy Raport Koszyka Zakupowego ASM SFA zamyka IV kwartał 2024 roku. Ciekawe obserwacje przynosi porównanie cen w IV kwartale 2024 r. wobec IV kwartału 2023 r. W **10 na 13** analizowanych sieci odnotowano wzrosty średniej ceny koszyka w IV kwartale 2024 wobec 2023 roku. **Największe wzrosty cen** zaobserwowano w sieciach: **Lidl (27,75%), Kaufland (19,63%)** czy **Auchan (19,02%)**. **Spadki cen** odnotowano w **3 sieciach**, m.in. **Makro Cash & Carry (4,60%)** czy **Selgros Cash & Carry (2,48%)**. Zgromadzone dane wskazują również, że wartość koszyka zakupowego wzrosła kwartał do kwartału o **5,38%** z **282,19 zł** w IV kwartale 2023 r. do **297,37 zł** w IV kwartale 2024 r.



Grudzień w liczbach

9/13

sieci podniosło ceny
w skali miesiąca



Auchan
liderem
najniższych
cen

napoje
z największym
wzrostem r/r



Koszyk Zakupowy ASM
Badanie i Raport

Dark store
najdroższym
kanałem
zakupów

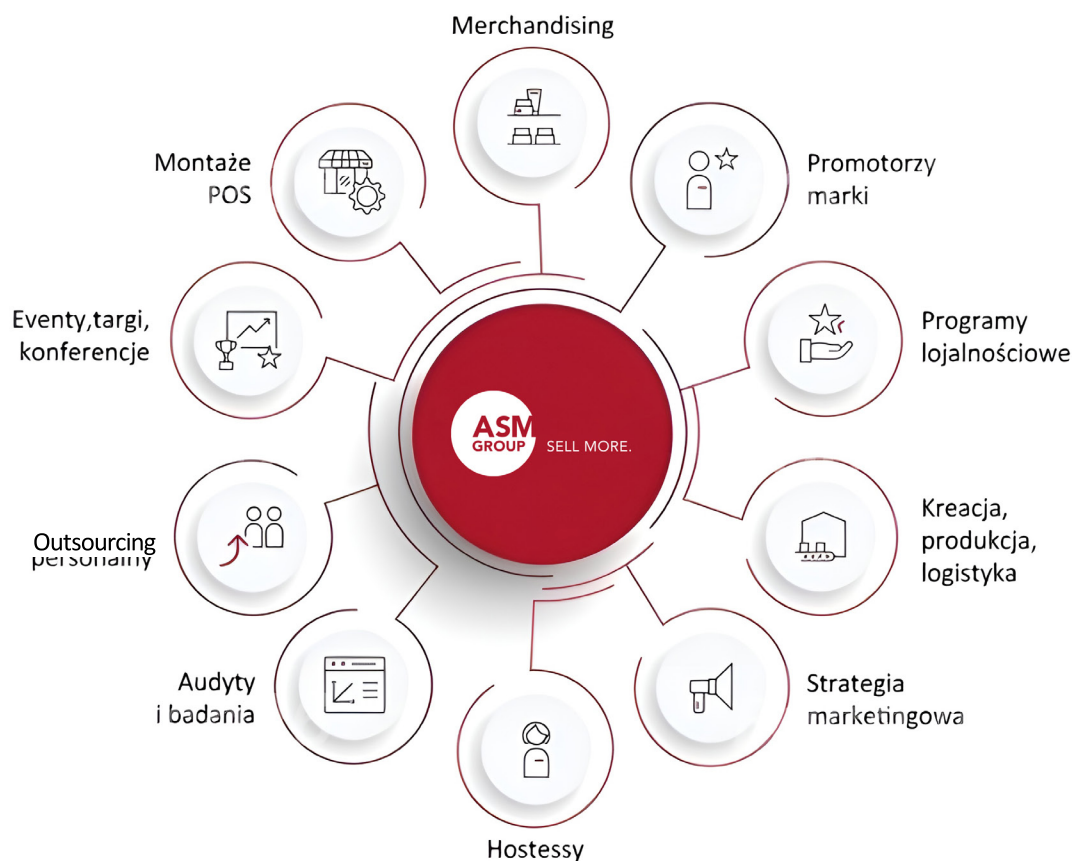
Zakupy spożywcze
droższe niż przed
rokiem

8,34%



ASM SFA

ASM SFA 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 SFA

Grzybowska 78
00-844 Warszawa

+48 22 416 96 96

aleksandra.s@asmgroup.pl
www.asmgroup.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](#)

