



04 | 2024

# Badanie i Raport: Koszyk Zakupowy

# Spis treści

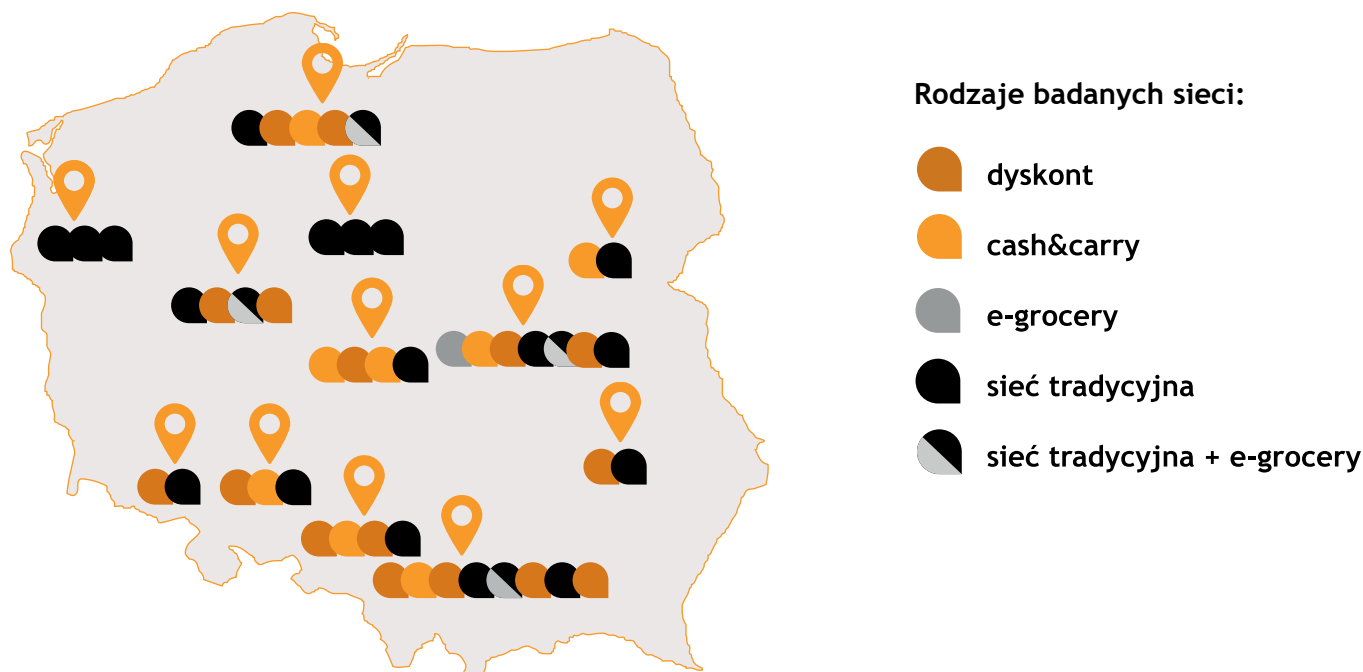
1.	<b>Metodologia badania</b>	3
2.	<b>Wstęp do raportu</b>	4
3.	<b>Najważniejsze wnioski</b>	5
4.	<b>Wyniki badań</b> średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci	8
5.	<b>Wyniki badań</b> średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały	9
6.	<b>Porównanie modelu hybrydowego</b>	10
7.	<b>Porównanie</b> dark store i e-grocery	11
8.	<b>Wyniki badań</b> według grup produktowych	12
9.	<b>Analiza udziału sieci</b> w minimalnych i maksymalnych cenach produktów	13
10.	<b>Szczegółowy wykaz produktów</b> ze wskazaniem ich cen minimalnych i maksymalnych	14
11.	<b>Porównanie wyników rok do roku</b> kwiecień 2023 vs. kwiecień 2024	16
12.	<b>Porównanie wyników rok do roku</b> kwiecień 2023 vs. kwiecień 2024	17
13.	<b>Porównanie wyników</b> marzec 2024 vs. kwiecień 2024	18
14.	<b>Kwiecień w liczbach</b>	19
15.	<b>O ASM Sales Force Agency</b>	20

# Metodologia badania

Badanie ASM Sales Force Agency obejmuje porównanie cen analogicznych produktów FMCG (tych samych marek i o tych samych gramaturach) z różnych kategorii, w sklepach stacjonarnych, internetowych oraz tzw. hybrydach (czyli sieciach prowadzących zarówno sprzedaż online, jak i offline). W podziale na sieci tradycyjne badanie jest przeprowadzane w: **dyskontach** (Lidl, Biedronka, Netto, ALDI) czyli sklepach oferujących towar w ograniczonym asortymencie i w obniżonych cenach; **hipermarketach** (Auchan, Carrefour, Kaufland, E.Leclerc,) - sklepach samoobsługowych o powierzchni powyżej 2,5 tys. m<sup>2</sup>; **supermarketach** (Dino, POLOmarket, Intermarché) - samoobsługowych sklepach o powierzchni od 400 m<sup>2</sup> do 2,5 tys. m<sup>2</sup>; **sklepach typu Cash & Carry** (Makro, Selgros) - wielkopowierzchniowych sklepach/hurtowniach, przeznaczonych dla przedsiębiorców i detalistów. Raport uwzględnia również porównanie koszyka zakupowego w podziale na kanały sprzedaży. W tym przypadku obejmuje: **kanale-grocery** (frisco.pl, dodomku.pl, polskikoszyk.pl, szybkikoszyk.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; 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 w dniach 8-10 kwietnia 2024 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. Jakiemukolwiek 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

**295,30 zł**

Artykuły spożywcze droższe niż przed rokiem

**0,93 %**

Najtaniej  
w Auchan

Najdrożej w  
Intermarché

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 roczne zmiany cen koszyka zakupowego, w którym znalazło się 40 wybranych produktów FMCG z 10 podstawowych kategorii.

Badanie i Raport Koszyk Zakupowy przeprowadzone przez **ASM Sales Force Agency** w kwietniu 2024 r. wykazało, że średnia cena koszyka zakupowego zawierającego najpopularniejsze artykuły codziennego użytku wzrosła o **2,43 zł** czyli 0,83% i wyniosła **295,30 zł**. Dodatkowo, z zebranych danych wynika, że w **7 na 13 sieci<sup>1</sup>** objętych badaniem, **ceny** w kwietniu br. **były wyższe** niż w marcu br. **Spadki cen** odnotowano natomiast **w sześciu sieciach**, tj. m.in. Kaufland (7,02%) czy Auchan (4,38%). Zgromadzone dane wskazują również, że **wartość koszyka zakupowego zdrożała rok do roku o jedyne 0,93%** z 292,58 zł w kwietniu 2023 r. do 295,30 zł w kwietniu 2024 r.

Z kwietniowego badania wynika, że **najtańsze zakupy** można było tym razem zrobić **w sieci Auchan**, w której średni koszt koszyka zakupowego ASM Sales Force Agency wyniósł **227,37 zł**. To spadek o **1,66 zł**, czyli o **0,72% mniej** niż najtańszy koszyk w marcu br., należący przed miesiącem do sieci Biedronka. Różnice w średniej cenie koszyka między pierwszym, a drugim i trzecim sklepem w rankingu wyniosły odpowiednio więcej o 27,21 zł (Biedronka) i 47,01 zł (Kaufland). **Najwyższą wartość koszyka zakupowego** w kwietniu 2024 r. odnotowano **w sieci Intermarché**, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić **322,12 zł**.

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

# Najważniejsze wnioski

Według danych GUS ceny towarów i usług konsumpcyjnych w kwietniu 2024 r. w porównaniu z analogicznym miesiącem ub. roku wzrosły o 2,4% a w stosunku do poprzedniego miesiąca wzrosły o 1,1%. Raport przygotowywany przez ekspertów ASM Sales Force Agency wskazuje, że wartość koszyka zakupowego zdrożała rok do roku o 0,93% a w ujęciu miesięcznym w 7 na 13 sieci objętych badaniem, ceny badanych produktów były wyższe niż przed miesiącem. W kwietniu sieć Auchan ponownie znalazła się na szczycie listy najtańszych sieci. Natomiast najdroższym sklepem stacjonarnym został Intermarché. Największy wzrost cen w skali roku odnotowano w kategorii napoje a spadek zaliczyły cztery kategorie produktów: artykuły tłuszczowe, nabiał, słodocze oraz mrożonki. Najtańsze zakupy można było ponownie zrobić w hipermarketach. W zestawieniu kanałów sprzedaży najdroższe zakupy były w kanale e-grocery. W kolejnych rozdziałach prezentujemy dane zebrane w 13 sieciach handlowych i 4 kanałach sprzedaży.

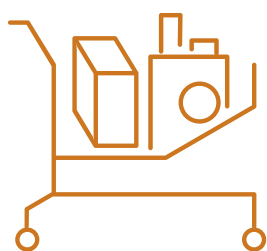
## W ujęciu miesięcznym:

- W kwietniu 2024 r. **pozycję lidera z najniższym wynikiem średniej wartości koszyka objął Auchan. Najdroższa** natomiast okazała się sieć **Intermarché**.
- **W 7 na 13 sieci** objętych badaniem, **ceny badanych produktów w kwietniu br. były wyższe niż marcu br.** Obniżki **cen** odnotowano **w sześciu sieciach**.
- **Największy wzrost średniej ceny koszyka zakupowego** miał miejsce **w sieci Lidl (12,22%)**, natomiast największy spadek **w sklepach Kaufland (7,02%)**.
- Wśród kategorii sieci tradycyjnych, **najtańsze zakupy można było zrobić w hipermarketach - 281,79 zł.**
- W zestawieniu **kanałów sprzedaży najwyższe, średnie ceny** badanych produktów w koszyku zakupowym odnotowano **w kanale e-grocery - 351,38 zł**. Natomiast **najtańsze zakupy (295,30 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 kwietniu 2024 r. **192,87 zł** (mniej o 11,48 zł niż w marcu br.). Natomiast **koszyk badanych produktów w najwyższych cenach - 372,63 zł** (więcej o 6,38 zł niż w marcu br.).
- **Różnica między minimalnym, a maksymalnym koszykiem** w kwietniu 2024 r. wyniosła 179,76 zł i jest ona o 17,86 zł wyższa niż w marcu br.
- Wśród produktów ujętych w badaniu **najwięcej z cenami minimalnymi** oferował **Auchan (19 produktów)** a następnie **Biedronka (17 produktów)**. **Najmniej najtańszych produktów** zawartych w badaniu można było znaleźć **w sieciach: Aldi, Dino, Netto i POLOmarket (po 1 produkcie)**.
- Wśród produktów ujętych w badaniu **najwięcej z cenami maksymalnymi** oferowała sieć **Intermarché (16 produktów)**.

## W ujęciu rocznym:

- **Wartość koszyka zakupowego zdrożała rok do roku o 0,93%** z 292,58 zł w kwietniu 2023 r. do 295,30 zł w kwietniu 2024 r.
- W 8 na 13 analizowanych sieciach **odnotowano wzrost cen wobec 2023 roku**. Były to min.: POLOmarket (10,97%), Netto (6,58%) czy Intermarché (4,91%).
- **Największy wzrost cen koszyka** odnotowano **w sieci Lidl**, w której średnia cena koszyka w kwietniu 2024 r. była wyższa o **55,27 zł** niż w 2023 r., tj. o 21,21%.
- **W ujęciu rocznym spadek cen** 40 badanych produktów zaobserwowano **w sklepach: Kaufland (10%), Selgros Cash & Carry (5,89%), Auchan (5,14%), Dino (1,07%) i E.Leclerc (0,36%)**.
- **Wartość badanych towarów w koszyku minimalnym spadła o 11,19%**, z **217,18 zł** w kwietniu 2023 r. do **192,87 zł** w kwietniu 2024 r. W marcu 2024 r. odnotowano również spadek i r/r i wyniósł on 8,22%. **Wartość maksymalna koszyka zakupowego** w kwietniu 2024 r. wzrosła o **2,16%** wobec kwietnia 2023 r. Przed rokiem za zestaw najdroższych produktów trzeba było bowiem zapłacić **364,76 zł**, a w kwietniu 2024 r. wartość ta wyniosła **372,63 zł**.
- **W skali roku podrożało 6 z 10 kategorii produktów**.
- **Największy wzrost cen w skali roku** (18,39%) odnotowano ponownie w kategorii napoje. W ujęciu rok do roku potaniały natomiast cztery kategorie produktów: artykuły tłuszczowe (25,24%), nabiał (4,73%), mrożonki (2,88%) oraz słodycze (0,94%).

### Najwyższa suma koszyka

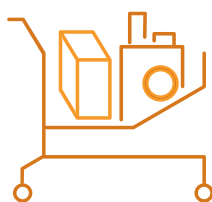


**372,63 zł**

Wzrost ceny koszyka  
maksymalnego rok do roku

**2,16 %**

### Średnia suma koszyka



**295,30 zł**

Wzrost średniej wartości  
koszyka rok do roku

**0,93 %**

### Najniższa suma koszyka



**192,87 zł**

Spadek ceny koszyka  
minimalnego rok do roku

**-11,19 %**



“

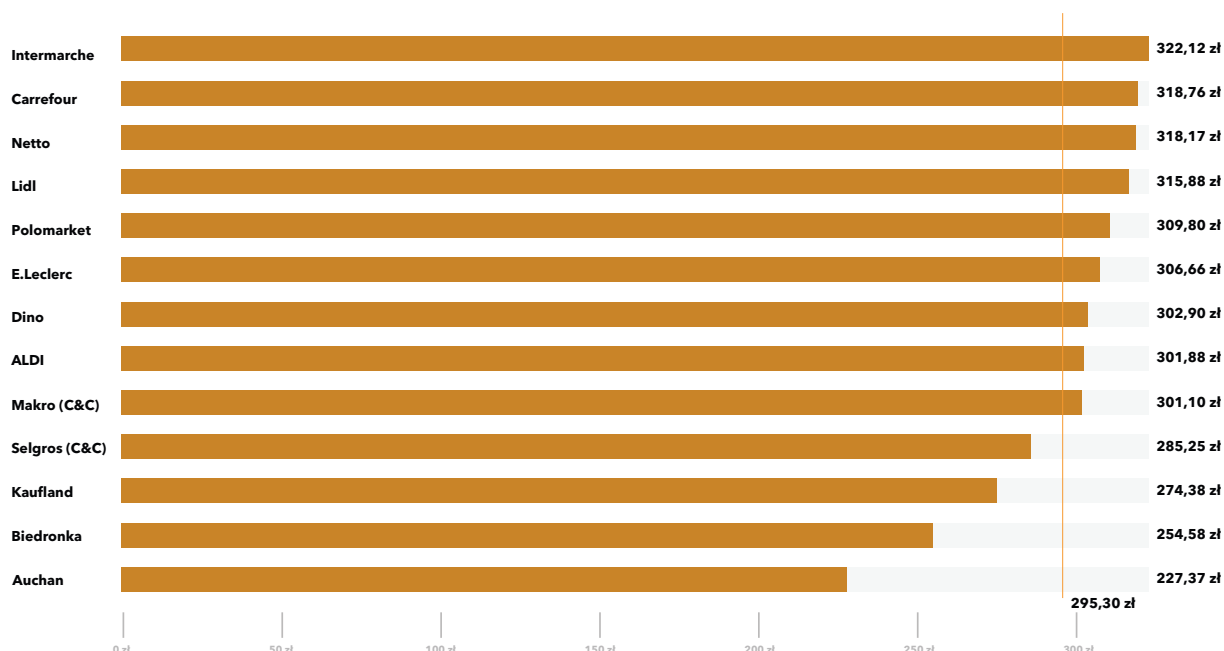
**W najbliższych miesiącach ceny podstawowych produktów nadal będą rosły.**

Analiza kwietniowych danych w badanych przez nas sieciach handlowych potwierdziła to, co przewidywali nasi eksperci oraz ekonomiści. Mimo wielu akcji promocyjnych wprowadzonych przez sklepy na początku kwietnia, klienci zauważyli i odczuli wzrost cen części produktów spowodowany zmianą stawki podatku VAT. W gąszczu ofert i okazji sieciom handlowym udało się zrealizować swój cel, czyli zapewnić konsumentów, że przynajmniej część produktów utrzymała swoje ceny a przez to zbudować zainteresowanie ofertą i zachęcić do zakupów. Obecnie widzimy powolny wzrost wartości codziennych zakupów, ponieważ inflacja nadal utrzymuje tendencję wzrostową. Nie zmieni się to w najbliższych miesiącach. Za sprawą spodziewanych wzrostów cen energii oraz z uwagi na niewystarczającą liczbę pracowników sezonowych przewidujemy, że ceny warzyw, owoców oraz innych, podstawowych produktów nadal będą rosnąć.

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

# Wyniki badań

## średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci

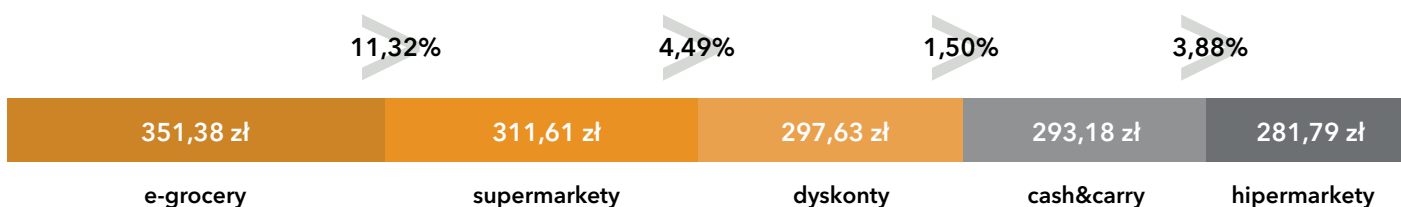


We wszystkich badanych sieciach, w przypadku braku badanego produktu został wykorzystany mechanizm przeliczenia gramatury produktu lub wykorzystano produkt zamienny.

\* 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 kwietniu br. były wyższe niż w marcu br. Spadek cen odnotowano natomiast w sześciu sieciach. W aż dziewięciu sieciach średnie ceny koszyków wyniosły powyżej 300 zł. Najniższe, średnie ceny w koszyku zakupowym odnotowano w sieci Auchan, natomiast najwyższe w sklepach Intermarché. Różnica między najdroższym (Intermarché) a najtańszym (Auchan) w tym zestawieniu koszykiem zakupowym wyniosła blisko 42%.

**Największy spadek cen można zaobserwować w sieci Kaufland (7,02%) a największy wzrost w sklepach Lidl (12,22%).**



**W kwietniu br. najtańsze zakupy można było zrobić w hipermarketach**, gdzie średnia wartość koszyka zakupowego wyniosła 281,79 zł. Nieco drożej było w sklepach typu Cash & Carry (293,18 zł), dyskontach (297,63 zł) oraz supermarketach (311,61 zł). Natomiast **najdroższe zakupy oferował e-grocery**. Ceny w tym kanale wzrosły w ujęciu miesięcznym o 1,4%. Za zakupy online zapłaciliśmy **o 4,85 zł więcej** niż w marcu br.

**Różnica między średnią wartością koszyka zakupowego w kanale e-grocery, a koszykiem w najtańszych hipermarketach wynosi blisko 25%.**

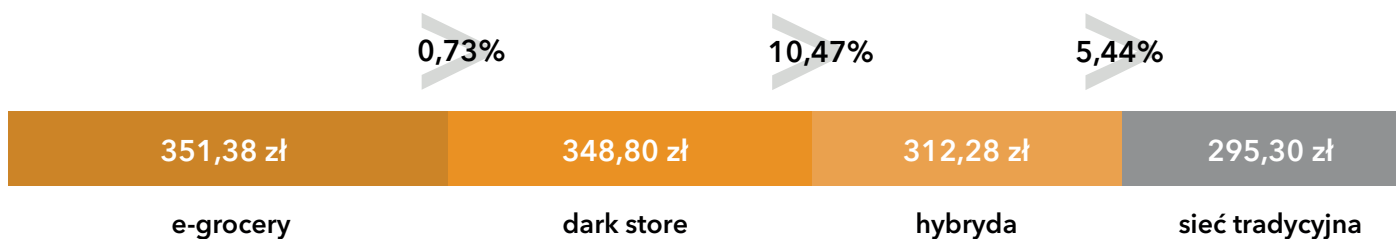


# Wyniki badań

## średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały



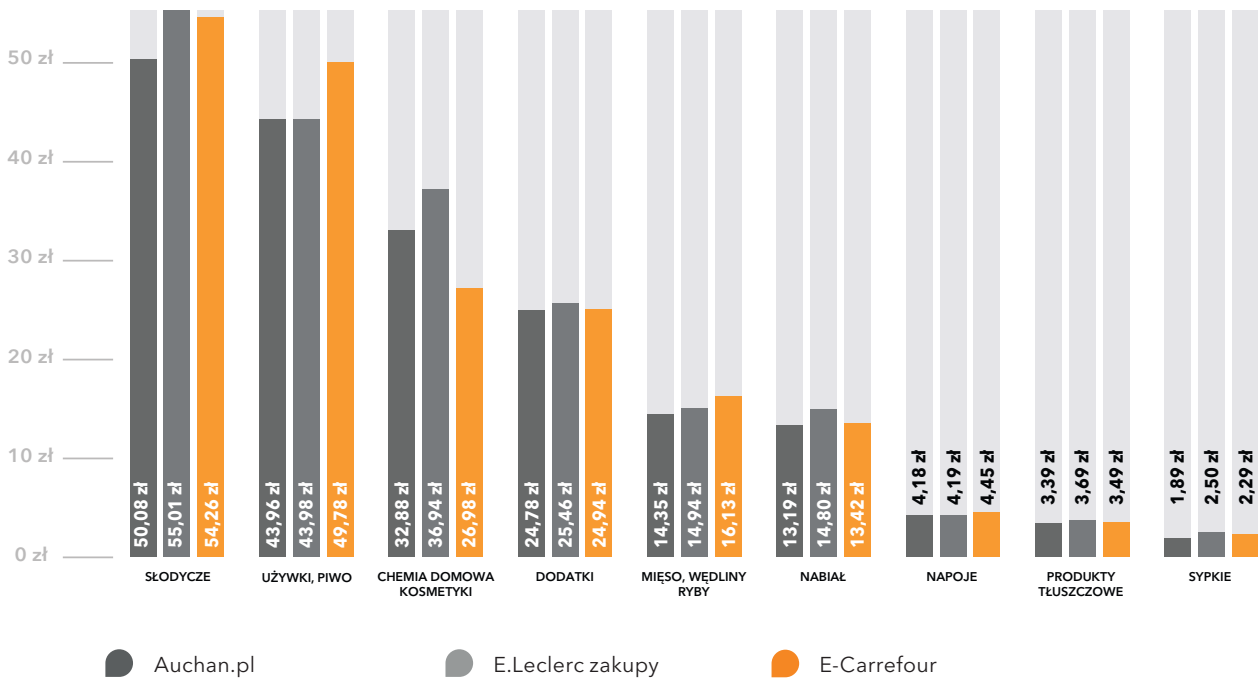
Badanie koszyka zakupowego przeprowadzone przez ASM Sales Force Agency wykazało, że w zestawieniu różnych kanałów sprzedaży **najdroższe były zakupy w kanale e-grocery (351,38 zł)**. Nieco mniej (**348,80 zł**) należało zapłacić **w sklepach typu dark store** oraz **w sklepach hybrydowych (312,28 zł)** czyli prowadzących sprzedaż stacjonarną oraz internetową. Natomiast **najtańsze zakupy (295,30 zł)** można było zrobić w sieciach tradycyjnych. W sklepach stacjonarnych średni koszyk zakupowy był aż o 56,08 zł tańszy niż w kanale e-grocery.



# Porównanie modelu hybrydowego

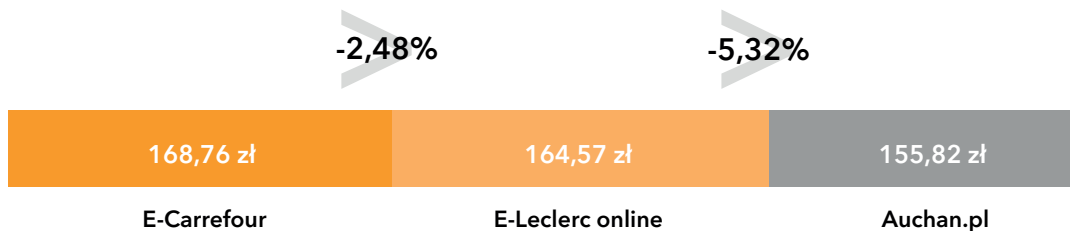
W ramach porównania modelu hybrydowego, w kwietniu 2024 r. w jednej na trzy analizowane sieci, zakupy online były tańsze niż w stacjonarnych wersjach tych samych sklepów. Również w marcu 2024 r., w jednej na trzy sprawdzane sieci, zakupy przez Internet były tańsze.

W 1 na 3  
sieci taniej  
online niż  
stacjonarnie



Najbardziej wyrównane ceny w kwietniu br. odnotowano ponownie w sklepach sieci Carrefour (wersja online tańsza o 0,24 zł). W przypadku sieci E.Leclerc zakupy przez Internet były o 3,07 zł droższe. Natomiast sieć Auchan tak jak w poprzednich miesiącach stawia na handel tradycyjny. Zestaw produktów zamówionych przez Internet był o 32,02 zł droższy od wersji tradycyjnej.

Carrefour  
najbardziej  
wyrównane  
ceny



Spośród sklepów działających w modelu hybrydowym, najtańsze zakupy online w kwietniu 2024 r. oferował Auchan.pl (155,82zł).

\* 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	99,87 zł	99,43 zł	<b>-0,44%</b>
DODATKI	30,22 zł	28,87 zł	<b>-4,49%</b>
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	19,83 zł	17,06 zł	<b>-13,97%</b>
MROŻONKI	21,46 zł	22,23 zł	<b>3,62%</b>
NABIAŁ	21,29 zł	19,20 zł	<b>-9,80%</b>
NAPOJE	15,37 zł	14,54 zł	<b>-5,36%</b>
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	12,52 zł	13,03 zł	<b>4,09%</b>
SŁODYCZE	60,26 zł	63,74 zł	<b>5,77%</b>
PRODUKTY SYPKIE	12,09 zł	14,24 zł	<b>17,80%</b>
UŻYWKI, PIWO	58,47 zł	56,46 zł	<b>-3,45%</b>

6/10 grup produktów tańszych w dark store

chemia i kosmetyki najmniejsza różnica w cenie w kategorii

produkty sypkie największa różnica w cenie w kategorii

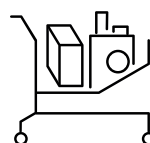
W kwietniu br. analiza 10 grup produktowych pokazała, że w kanale e-grocery znalazło się 6 najdroższych grupy produktów natomiast sklepach typu dark store było ich cztery. W kanale e-grocery były to: chemia domowa i kosmetyki, dodatki, mięso, wędliny i ryby, nabiał, napoje oraz używki i piwo. Natomiast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

e-grocery

351,38 zł



-0,73%



dark store

348,80 zł

# Wyniki badań

## według grup produktowych

Zestawienie z kwietnia br. wykazuje, że najczęściej najdroższych grup produktów (10 na 10) było w supermarketach. Natomiast **najwięcej 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	81,16 zł	86,72 zł	99,87 zł	62,39 zł	134,22 zł
DODATKI	23,59 zł	24,95 zł	30,22 zł	19,12 zł	40,08 zł
MIEŚO, WĘDLINY, RYBY	16,60 zł	14,41 zł	19,83 zł	11,53 zł	23,52 zł
MROŻONKI	16,78 zł	15,16 zł	21,46 zł	12,39 zł	22,86 zł
NABIAŁ	16,72 zł	16,61 zł	21,29 zł	13,35 zł	25,98 zł
NAPOJE	13,05 zł	12,90 zł	15,37 zł	10,49 zł	21,10 zł
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	9,49 zł	10,63 zł	12,52 zł	8,18 zł	15,52 zł
SŁODYCZE	55,15 zł	51,44 zł	60,26 zł	40,38 zł	81,31 zł
PRODUKTY SYPKIE	9,48 zł	10,41 zł	12,09 zł	7,60 zł	15,80 zł
UŻYWKI, PIWO	51,16 zł	54,40 zł	58,47 zł	40,02 zł	87,03 zł

 Najwyższa wartość

 Najniższa wartość

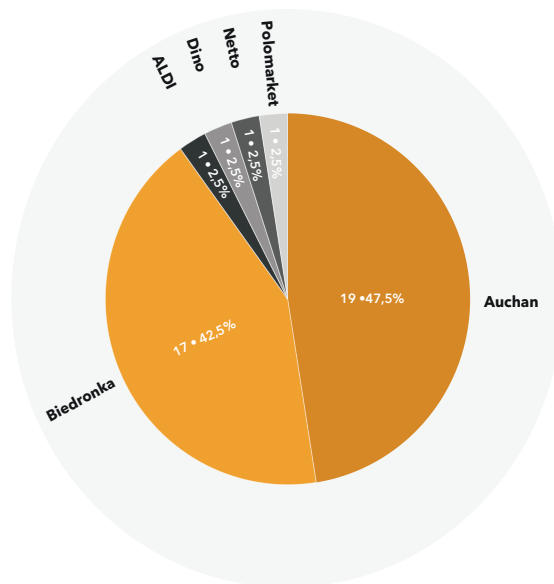
# Analiza udziału w sieci

## w minimalnych i maksymalnych cenach produktów

11•

oznaczenie liczby produktów w cenie minimalnej

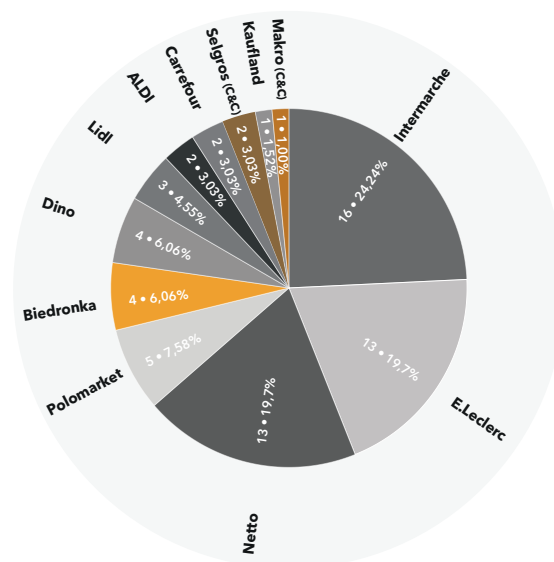
W kwietniu br. w przypadku **minimalnych cen produktów liderem został Auchan**, który **oferował 19 produktów w cenach minimalnych**. Kolejno uplasowała się Biedronka z 17 produktami z najniższymi cenami. Na wykresie widzimy, że w sieciach: Aldi, Dino, Netto i POLOmarket znalazło się po 1 produkcie w cenach minimalnych na 40 analizowanych.



11•

oznaczenie liczby produktów w cenie maksymalnej

**Najwięcej najdroższych badanych produktów (16) można było w kwietniu br. znaleźć w sieci Intermarché.** Kolejno uplasowały się sieci E.Leclerc i Netto (po 13 produktów), a następnie POLOmarket (5 produktów), Biedronka i Dino (po 4 produkty), Lidl (3 produkty), Aldi, Carrefour i Selgros Cash & Carry (po 2 produkty) oraz sklepy Kaufland i Makro Cash & Carry 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%. Na przykład margaryna Rama Classic 400 g w sieci Biedronka kosztowała 2,99 zł, a w sklepach Intermarché jej cena wyniosła 8,99 zł, czyli o 201 % więcej. Natomiast pastę Colgate MaxFresh 75ml można było kupić w sklepach Auchan za 3,48 zł, a w sieci Netto za 10,19 zł - tu różnica wyniosła 193%.

Lp.	Produkt	Sieć	Cena minimalna	Sieć	Cena maksymalna
1	Baton Prince Polo Classic XXL 50g	ALDI	1,19 zł *	Netto	2,29 zł
2	Chipsy Lays paprykowe 130g	Auchan	4,27 zł	Intermarche	8,99 zł
3	Cif Cream Mleczko do czyszczenia Lemon 780 ml	Biedronka	7,99 zł *	Intermarche	16,99 zł
4	Coca Cola Original butelka PET 0,5l	Auchan	2,98 zł	Netto	5,45 zł
5	Czekolada Milka Mleczna Alpine Milk 100g	Auchan	2,98 zł	Netto	5,35 zł
6	Dr. Oetker Pizza Gusseppe 4 sery 335g	Polomarket	7,99 zł *	E.Leclerc	15,79 zł
7	Dżem Łowicz truskawkowy słoiczek 280 g	Auchan	3,98 zł	Polomarket	6,69 zł
8	Garnier Regenerujący Krem do rąk 100 ml tubka	Biedronka	6,99 zł *	Carrefour	18,65 zł
9	Guma do żucia Orbit spearmint draże 29g	Auchan	2,68 zł	Netto	5,69 zł
10	Herbata Lipton Yellow Label 92/100 saszetek	Biedronka	9,99 zł *	Aldi, Biedronka, Dino, Intermarche, Lidl, Polomarket	19,99 zł
11	Hortex Warzywa na patelnię z bazylią i tymiankiem 450g	Auchan	3,98 zł	E.Leclerc	8,33 zł
12	Kabanosy Tarczyński Exclusive Wieprzowe 105g	Biedronka	4,49 zł *	E.Leclerc	7,99 zł
13	Kawa mielona Jacobs Kronung 500g	Biedronka	17,99 zł *	Dino, Intermarche, Netto, Polomarket, Selgros	29,99 zł
14	Ketchup Pudliszki łagodny 480g	Biedronka	3,99 zł *	Netto	7,90 zł
15	Kostka Kasia do pieczenia 250g	Auchan	1,98 zł	ALDI, E.Leclerc	3,99 zł
16	Lisner śledzik na raz pikantny 100g	Auchan	1,98 zł	E.Leclerc, Intermarche	3,99 zł
17	Lody Manhattan Classic vanilla-chocolate 1,4l	Dino	10,49 zł	Intermarche	22,85 zł
18	Majonez Winiary 400 ml	Biedronka	5,98 zł *	Dino	9,32 zł
19	Margaryna Rama Classic 400 g	Biedronka	2,99 zł *	Intermarche	8,99 zł
20	Mleko Łowickie 3,2% 1l	Auchan	2,98 zł	Intermarche	4,69 zł
21	Musztarda Sarepska Kamis 185g	Auchan	1,98 zł	Intermarche	3,99 zł
22	Napój energetyczny BLACK Energy Classic puszka 0,25l	Auchan	1,68 zł	Netto	3,09 zł
23	Nivea Sport Men żel pod prysznic 500 ml	Auchan	11,98 zł	Biedronka, Intermarche, Lidl, Netto	16,99 zł



24	Nutella krem 350g słoik	Biedronka	9,99 zł *	E.Leclerc	19,53 zł
25	Parówki Berlinki Classic opak. 250 g	Netto	4,62 zł *	Makro, Selgros	6,29 zł
26	Pasta Colgate MaxFresh 75ml	Auchan	3,48 zł	Netto	10,19 zł
27	Piwo Żywiec puszka 0,5 l	Auchan	2,48 zł	E.Leclerc	5,69 zł
28	Płatki Nestle Nesquik 250 g torebka	Biedronka	3,48 zł *	Netto	8,55 zł
29	Płyn do płukania ust Listerine Cool Mint 500 ml	Biedronka	6,99 zł *	Kaufland	16,99 zł
30	Płyn do zmywania Fairy Lemon 450 ml	Biedronka	4,98 zł *	Netto	7,05 zł
31	Prymat pieprz czarny mielony 20g	Auchan	0,89 zł	Biedronka, Intermarche, Netto	1,99 zł
32	Serek Almette śmietankowy 150g	Biedronka	2,99 zł *	E.Leclerc, Intermarche, Netto	5,99 zł
33	Serek Danio Wanilia 130 g	Auchan	1,58 zł	E.Leclerc	2,44 zł
34	Serek Wiejski Piątnica 200g	Auchan	1,78 zł	E.Leclerc, Polomarket	2,99 zł
35	Sok Tymbark 100% pomarańcza 1l karton	Biedronka	3,49 zł *	Carrefour	7,29 zł
36	Sos Tatarski Winiary 250 ml	Biedronka	3,99 zł *	Intermarche	7,99 zł
37	Szampon Loreal Elseve Color Vive 400 ml	Auchan	12,48 zł	E.Leclerc	20,99 zł
38	Zott Monte 150 g (white/black/classic)	Auchan	2,18 zł	Intermarche	3,69 zł
39	Zupka instant VIFON łagodny 70g	Biedronka	1,29 zł	E.Leclerc	2,99 zł
40	Żelki Haribo Classic (Złote Misie) 85 g torebka	Biedronka	2,65 zł	E.Leclerc, Intermarche	3,99 zł

Cena minimalna/maksymalna - najniższa/najwyższa zaobserwowana cena wśród wszystkich lokalizacji badanych sieci

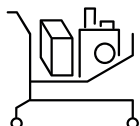
\* Przez cenę promocyjną należy rozumieć rabat udzielany na produkcie bez żadnych dodatkowych warunków do spełnienia przez konsumenta np. karty lojalnościowe oraz odnosi się do zakupu pojedynczego produktu (nie dotyczy sieci C&C, w których część produktów jest dostępnych tylko w opakowaniach zbiorczych)

Analizując koszyk bazujący na najniższych cenach produktów zaraportowanych spośród wszystkich lokalizacji badanych sieci moglibyśmy zapłacić **192,87 zł (mniej o 11,48 zł niż w marcu br.)**, natomiast przyjmując najwyższe ceny - **372,63 zł (więcej o 6,38 zł niż w marcu br.)**. Różnica między najtańszym, a najdroższym koszykiem w kwietniu 2024 r. **wyniosła 179,76 zł** i jest ona **o 17,86 zł wyższa niż w marcu br.** Jeśli spojrzymy na dane w ujęciu rocznym, to **suma koszyka minimalnego w kwietniu 2024 r. była niższa o 11,19%** niż przed rokiem, natomiast **koszyk maksymalny był w kwietniu 2024 r. droższy o 2,16 %** niż w 2023 r.

### Najdroższy koszyk

Najwyższa cena koszyka

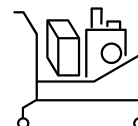
**372,63 zł**



### Najtańszy koszyk

Najniższa cena koszyka

**192,87 zł**



Wzrost ceny koszyka maksymalnego względem marca 2024r.

**1,74%**

Spadek ceny koszyka minimalnego względem marca 2024r.

**5,62%**

# Porównanie wyników rok do roku

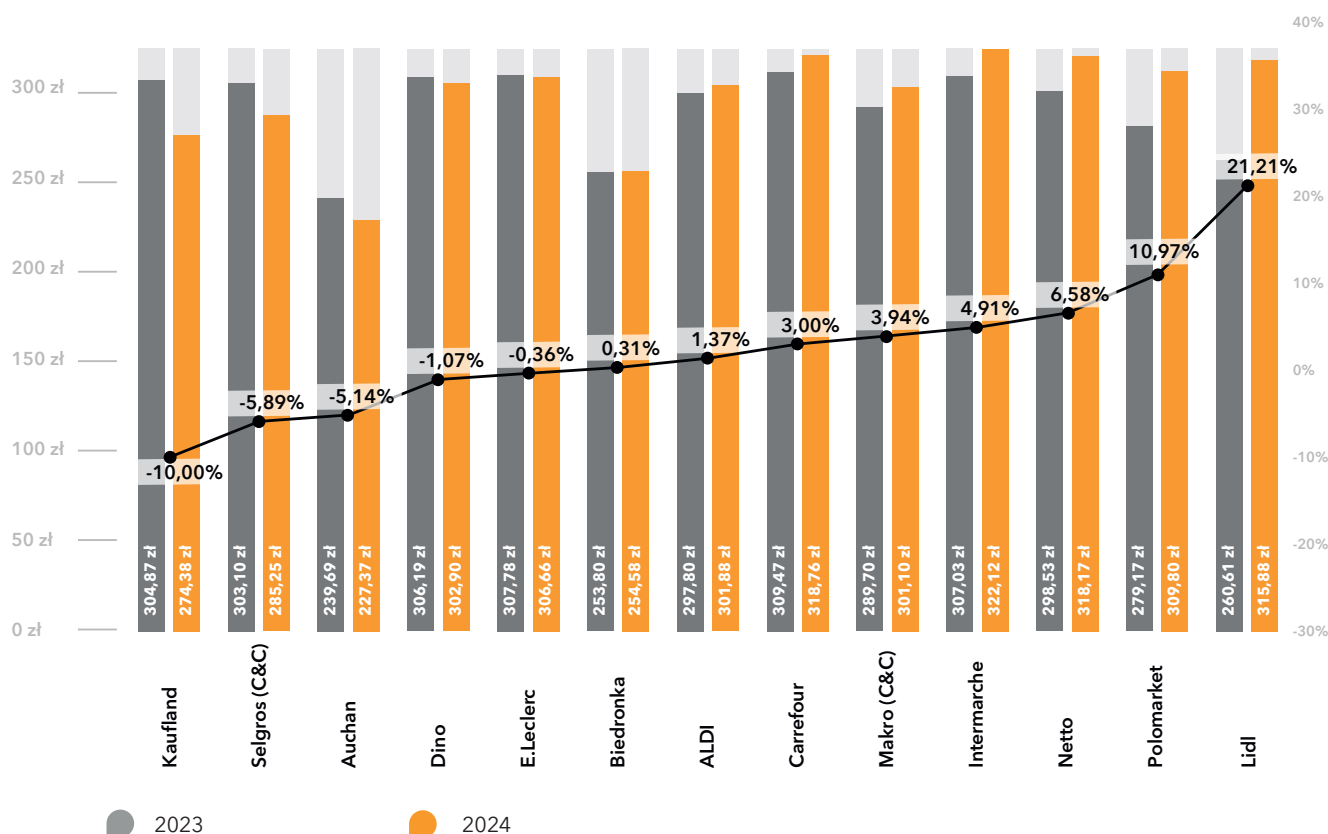
## kwiecień 2023 vs. kwiecień 2024

Eksperti ASM Sales Force Agency od trzech lat cyklicznie analizują ceny zestawu tych samych produktów. Dzięki temu dane prezentowane w niniejszym raporcie pozwalają na analizę kształtowania się cen w sieciach handlowych w oparciu o ceny tych samych analizowanych produktów na przestrzeni miesiąca, kolejnych kwartałów oraz w ujęciu rocznym.

**Największy wzrost ceny koszyka w Lidl**

**+21,21%**

Z poniższego wykresu wynika, że w kwietniu 2024 roku w pięciu na 13 badanych sieci handlowych, ceny były niższe niż przed rokiem. W pozostałych 8 sklepach ceny wzrosły.



**Największy wzrost, tj. na poziomie 21,21% odnotowano w sieci Lidl**, w której średnia cena wzrosła o 55,27 zł. Natomiast spadek cen 40 badanych produktów zaobserwowano w sklepach: Kaufland (10,00%), Selgros Cash & Carry (5,89%), Auchan (5,14%), Dino (1,07%) i E.Leclerc (0,36%).

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

**8 z 13**  
sieci  
podniosło ceny



# Porównanie wyników rok do roku

## kwiecień 2023 vs. kwiecień 2024

Zestawienie cen poniższych kategorii produktowych rok do roku pokazuje, że w kwietniu 2024 r. względem 2023 roku **podrożało 6 na 10 analizowanych kategorii produktów: chemia domowa i kosmetyki, dodatki, mięso, wędliny i ryby, napoje, produkty sypkie oraz używki i piwo**. W ujęciu rok do roku **potaniały produkty tłuszczowe (25,24%), nabiał (4,73%), mrożonki (2,88%) oraz słodycze (0,94%)**. **W największym stopniu zdrożały napoje**. W kwietniu br. **wzrost ten wyniósł 18,39 % wobec 2023 r.**

Grupa produktowa	2023	2024	Różnica
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	82,61 zł	83,81 zł	<b>1,45%</b>
DODATKI	24,21 zł	24,82 zł	<b>2,54%</b>
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	14,97 zł	15,04 zł	<b>0,46%</b>
MROŻONKI	15,99 zł	15,53 zł	<b>-2,88%</b>
NABIAŁ	17,65 zł	16,81 zł	<b>-4,73%</b>
NAPOJE	11,20 zł	13,26 zł	<b>18,39%</b>
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	13,73 zł	10,26 zł	<b>-25,24%</b>
SŁODYCZE	52,85 zł	52,35 zł	<b>-0,94%</b>
SYPKIE	8,92 zł	10,01 zł	<b>12,23%</b>
UŻYWKI, PIWO	50,82 zł	53,39 zł	<b>5,06%</b>
Suma średnich cen grup	292,95 zł	295,30 zł	<b>0,80%</b>

W każdej z analizowanych grup produktów odnotowano zmiany cen, jednak **najmniejszą różnicę stwierdzono w przypadku kategorii mięso, wędliny i ryby (w kwietniu 2024 r. drożej o 0,46%)**.

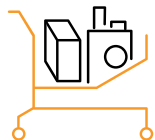
Wartość hipotetycznego koszyka skomponowanego wyłącznie z najdroższych produktów, była w kwietniu 2024 roku **o 2,16% wyższa niż przed rokiem - to różnica o 7,87 zł**. W przypadku koszyka z najtańszymi produktami odnotowaliśmy spadek **w 2024 r. o 11,19%** w stosunku do roku 2023 - tutaj różnica kształtowała się na poziomie **24,31 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

### Kwiecień 2024

Najwyższa  
suma koszyka

**372,63 zł**



**+2,16%**

Średnia  
suma koszyka

**295,30 zł**



**+0,93%**

Najniższa  
suma koszyka

**192,87 zł**

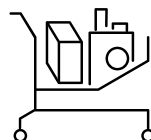


**-11,19%**

### Kwiecień 2023

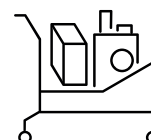
Najwyższa  
suma koszyka

**364,76 zł**



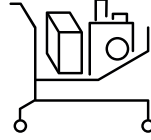
Średnia  
suma koszyka

**292,58 zł**



Najniższa  
suma koszyka

**217,18 zł**



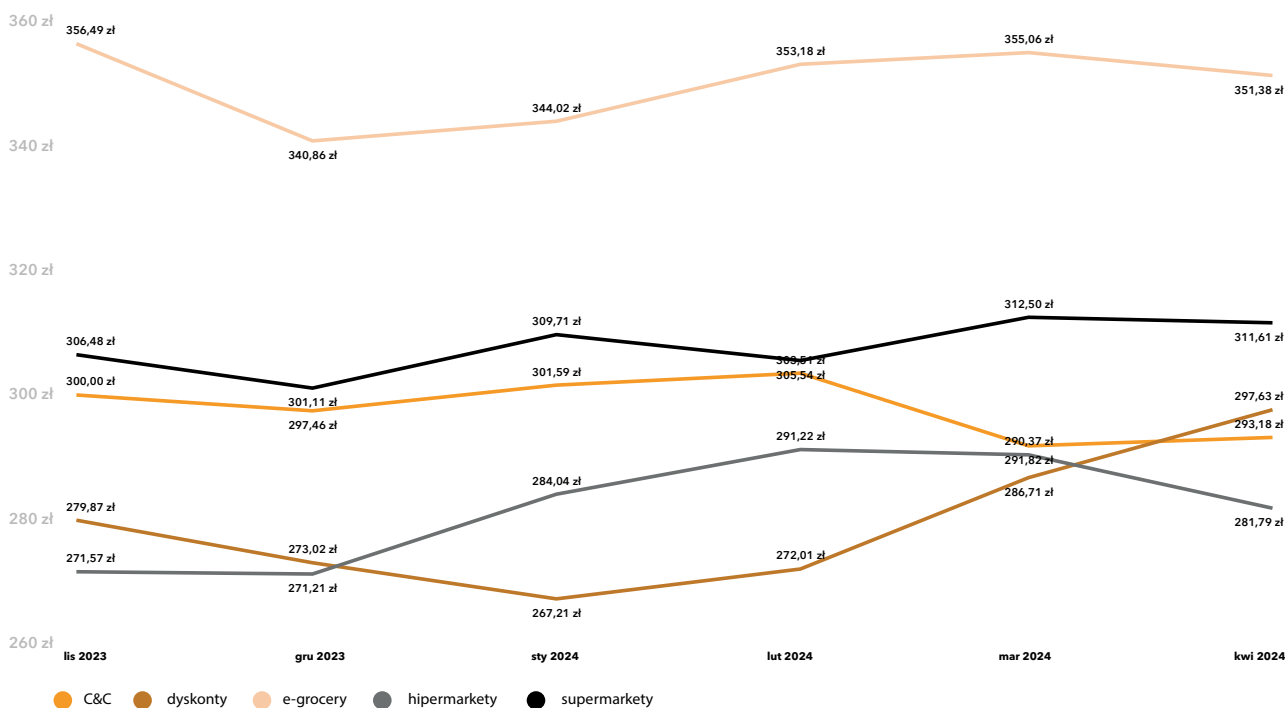
# Porównanie wyników

## marzec 2024 vs. kwiecień 2024

Z danych zebranych przez ASM Sales Force Agency wynika, że w 7 na 13 sieci objętych badaniem, ceny w kwietniu br. były wyższe niż w marcu br. Spadki cen odnotowano natomiast w sześciu sieciach, m.in. w Kaufland (7,02%) czy Auchan (4,38%). W kwietniu br. najtańsze zakupy można było zrobić w sieci Auchan. W sklepach tej marki średni koszt koszyka zakupowego wyniósł 227,37 zł. Najdroższy natomiast okazał się sklep Intermarché, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 322,12 zł.

	03.24	04.24	różnica
SELGROS	283,72	285,25	<b>0,54%</b>
MAKRO	299,92 zł	301,10 zł	<b>0,39%</b>
BIEDRONKA	229,03 zł	254,58 zł	<b>11,16%</b>
LIDL	281,49 zł	315,88 zł	<b>12,22%</b>
NETTO	331,07 zł	318,17 zł	<b>-3,90%</b>
AUCHAN	237,79 zł	227,37 zł	<b>-4,38%</b>
CARREFOUR	304,55 zł	318,76 zł	<b>4,67%</b>
KAUFLAND	295,08 zł	274,38 zł	<b>-7,02%</b>
E.LECLERC	297,24 zł	306,66 zł	<b>3,17%</b>
INTERMARCHÉ	317,21 zł	322,12 zł	<b>1,55%</b>
DINO	308,67 zł	302,90 zł	<b>-1,87%</b>
POLOMARKET	316,32 zł	309,80 zł	<b>-2,06%</b>
ALDI	305,23 zł	301,88 zł	<b>-1,10%</b>
	<b>292,87 zł</b>	<b>295,30 zł</b>	<b>0,83%</b>

Zestawienie cen w podziale na kategorie sklepów pokazuje, że w kwietniu 2024 r. najtańsze zakupy można było zrobić w hipermarketach, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 281,79 zł. Tuż za nimi z różnicą na poziomie 11,39 zł znalazły się sklepy typu Cash & Carry. Natomiast najwyższą wartość koszyka zakupowego odnotowano w kanale e-grocery - 351,38 zł. Największy wzrost cen w skali miesiąca jest widoczny w dyskontach (10,92 zł).



# Kwiecień w liczbach

7/13

sieci podniosło ceny  
w skali miesiąca



Auchan  
liderem  
najniższych  
cen

napoje  
z największym  
wzrostem r/r



**Koszyk Zakupowy ASM**  
Badanie i Raport

hipermarkety  
najtańszym  
kanałem  
zakupów

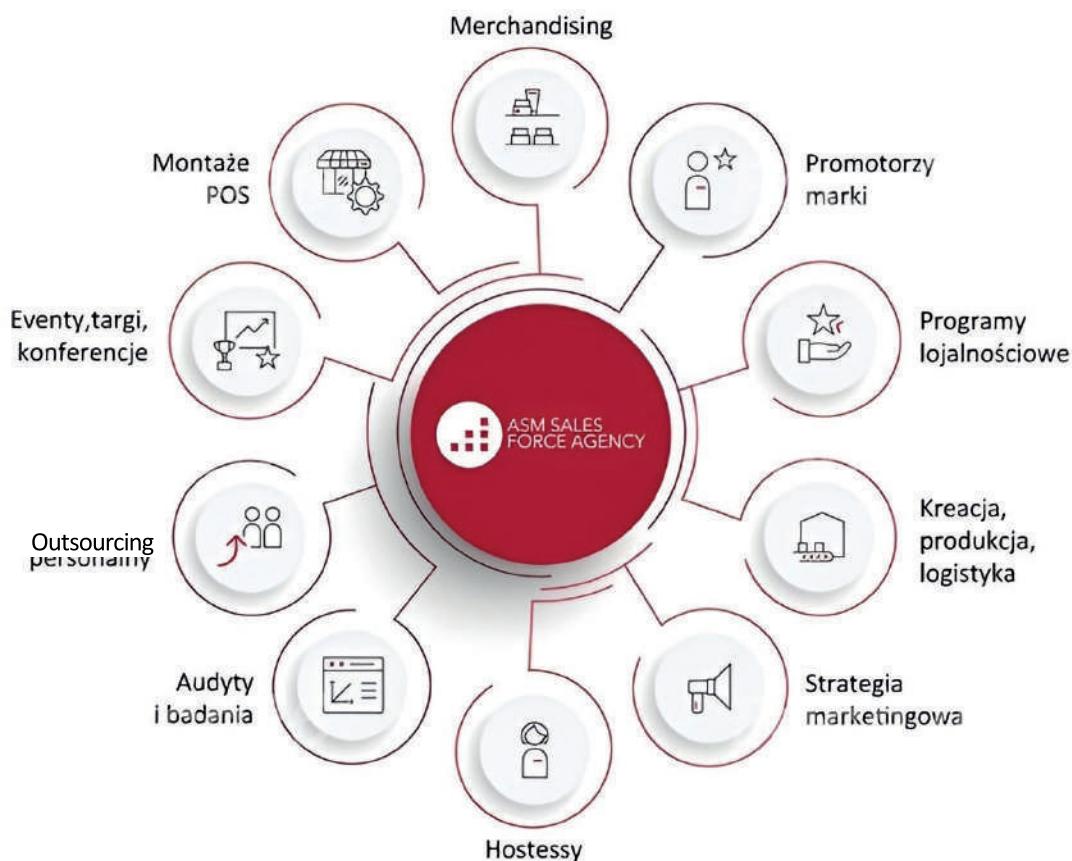
Zakupy spożywcze  
droższe niż przed  
rokiem

+0,93 %



# O 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](mailto:sekretariat@asmsalesforce.pl)  
[www.asmsalesforce.pl](http://www.asmsalesforce.pl)



DataSense Platform® to autorskie narzędzie łączące niezbędne funkcje do kompleksowego zarządzania merchandisingiem i sprzedażą. To także zaawansowana analityka w trybie live oraz bieżący monitoring projektów w wielu lokalizacjach.

[dowiedz się więcej](#)

