



10 | 2024

## Badanie i Raport: Koszyk Zakupowy



**Koszyk Zakupowy ASM**  
Badanie i Raport

# Spis treści

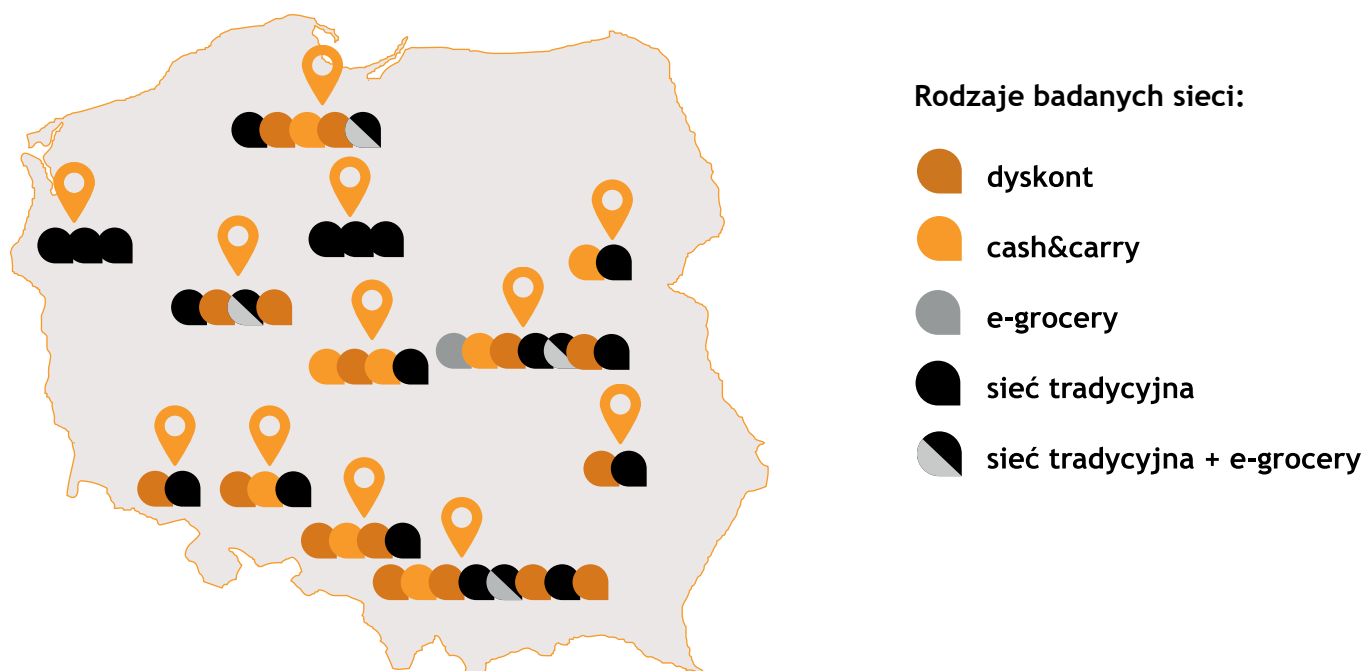
1.	<b>Metodologia badania</b>	3
2.	<b>Wstęp do raportu</b>	4
3.	<b>Najważniejsze wnioski</b>	5
4.	<b>Wyniki badań</b> średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci	8
5.	<b>Wyniki badań</b> średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały	9
6.	<b>Porównanie modelu hybrydowego</b>	10
7.	<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> październik 2023 vs. październik 2024	16
12.	<b>Porównanie wyników rok do roku</b> październik 2023 vs. październik 2024	17
13.	<b>Porównanie wyników</b> wrzesień 2024 vs. październik 2024	18
14.	<b>Październik w liczbach</b>	19
15.	<b>O ASM SFA</b>	20

# 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. 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. W tym przypadku obejmuje: **kanal e-grocery** (frisco.pl, dodomku.pl, polskikoszyk.pl, mamyito.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; słodczy; 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 9-11 października 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 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

**288,99 zł**

Artykuły spożywcze  
droższe niż przed rokiem

**2,02%**

Najtaniej  
w Lidl

Najdrożej  
w Netto

Oddajemy w Państwa ręce najnowsze Badanie i Raport Koszyk Zakupowy, zawierające analizę cen najpopularniejszych artykułów spożywczych w sieciach handlowych i kanałach sprzedaży. Najnowsza publikacja przedstawia miesięczne 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 październiku 2024 r. wykazało, że średnia cena koszyka zakupowego zawierającego najpopularniejsze artykuły codziennego użytku spadła o **20,28 zł** czyli 6,56% i wyniosła **288,99 zł**. Dodatkowo, z zebranych danych wynika, że **w 8 na 13 sieci** objętych badaniem, **cen**y w październiku br. były niższe niż we wrześniu br. **Wzrost cen** odnotowano jedynie **w pięciu sieciach**, tj. m.in. Carrefour (1,45%) czy Netto (1,29%). Zgromadzone dane wskazują również, że **wartość koszyka zakupowego wzrosła rok do roku o 2,02%** z 283,27 zł w październiku 2023 r. do 288,99 zł w październiku 2024 r.

Z październikowego badania wynika, że **najtańsze zakupy** można było tym razem zrobić **w sieci Lidl**, w której średni koszt koszyka zakupowego ASM SFA wyniósł **230,09 zł**. To spadek o **50,18 zł**, czyli o **17,09% mniej** niż najtańszy koszyk we wrześniu br., należący przed miesiącem do sieci Auchan. Różnice w średniej cenie koszyka między pierwszym, a drugim i trzecim sklepem w rankingu wyniosły odpowiednio więcej o 1,19 zł (Biedronka) i 6,34 zł (Auchan). **Najwyższą wartość koszyka zakupowego** w październiku 2024 r. odnotowano **w sieci Netto**, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić **323,72 zł**.

# Najważniejsze wnioski

Według danych GUS ceny towarów i usług konsumpcyjnych w październiku 2024 r. w porównaniu z analogicznym miesiącem ub. roku wzrosły o 5,00% a w stosunku do poprzedniego miesiąca wzrosły o 0,3%. Raport przygotowywany przez ekspertów ASM SFA wskazuje, że wartość koszyka zakupowego wzrosła rok do roku o 2,02%. W ujęciu miesięcznym w 8 na 13 sieci objętych badaniem, ceny badanych produktów były niższe. W siedmiu sieciach średnie ceny koszyków wyniosły powyżej 300 zł. W październiku na szczycie listy najtańszych sieci pojawił się Lidl. Natomiast najdroższym sklepem stacjonarnym został Netto. Wzrost cen w skali roku odnotowano w 6 kategoriach produktowych. Najtańsze zakupy można było tym razem zrobić w dyskontach. W zestawieniu kanałów sprzedaży najdroższe zakupy były w kanale e-grocery.

## W ujęciu miesięcznym:

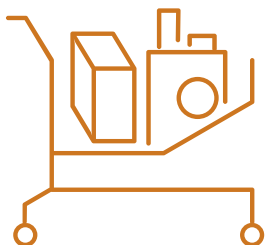
- W październiku 2024 r. **pozycję lidera z najniższym wynikiem średniej wartości koszyka obejmuje sieć Lidl. Najdroższe** natomiast okazały się **sklepy Netto**.
- **W 8 na 13 sieci** objętych badaniem, **ceny badanych produktów w październiku br. były niższe niż we wrześniu br.** Wzrost cen odnotowano w **pięciu sieciach**.
- **Największy spadek średniej ceny koszyka zakupowego** miał miejsce **w sieci Biedronka (29,04%)**, natomiast największy wzrost **w sklepach Carrefour (1,45%)**.
- Wśród kategorii sieci tradycyjnych, **najtańsze zakupy można było zrobić w dyskontach - 272,14 zł**.
- W zestawieniu **kanałów sprzedaży najwyższe, średnie ceny** badanych produktów w koszyku zakupowym odnotowano **w kanale e-grocery - 364,78 zł**. Natomiast **najtańsze zakupy (288,99 zł)** można było zrobić w **sieciach tradycyjnych**.
- **Wartość koszyka minimalnego**, czyli zestawu produktów dostępnych w sieciach handlowych w najniższych cenach wyniosła w październiku 2024 r. **186,90 zł** (mniej o 48,64 zł niż we wrześniu br.). Natomiast **koszyk badanych produktów w najwyższych cenach - 355,90 zł** (mniej o 3,64 zł niż we wrześniu br.).
- **Różnica między minimalnym, a maksymalnym koszykiem** w październiku 2024 r. wyniosła 169,00 zł i jest ona o 45,00 zł wyższa niż we wrześniu br.
- Wśród produktów ujętych w badaniu **najwięcej z cenami minimalnymi** oferowała **Biedronka (25 produktów)**. **Najmniej najtańszych produktów** zawartych w badaniu można było znaleźć w sieciach: **E.Leclerc, Netto, Intermarché i Makro Cash & Carry (po 1 produkcie)**.
- Wśród produktów ujętych w badaniu **najwięcej z cenami maksymalnymi** oferowała **sieć Netto (28 produktów)**.



## W ujęciu rocznym:

- **Wartość koszyka zakupowego wzrosła rok do roku o 2,02%** z 283,27 zł w październiku 2023 r. do 288,99 zł w październiku 2024 r.
- W 7 na 13 analizowanych sieci **odnotowano wzrost cen wobec 2023 roku**. Były to m.in.: Lidl (13,37%), Auchan (11,46%) czy Netto (6,29%).
- **Największy wzrost cen koszyka** zanotowano natomiast **w sieci Kaufland**, w której średnia cena koszyka w październiku 2024 r. była wyższa aż o **43,16 zł** niż w 2023 r., tj. o 16%.
- **W ujęciu rocznym spadek cen** 40 badanych produktów zaobserwowano **m.in. w sklepach: Makro Cash & Carry (5,15 %), Selgros Cash & Carry (4,55%) czy E.Leclerc (3,11%)**.
- **Wartość badanych towarów w koszyku minimalnym wzrosła o 27,14%, z 147,00 zł** w 2023 r. do **186,90 zł** w październiku 2024 r. We wrześniu 2024 r. odnotowano również wzrost r/r i wyniósł on 21,32%. **Wartość maksymalna koszyka zakupowego** w październiku 2024 r. wzrosła o **1,04 %** wobec października 2023 r. Przed rokiem za zestaw najdroższych produktów trzeba było bowiem zapłacić **352,24 zł**, a w październiku 2024 r. wartość ta wyniosła **355,90 zł**.
- **W skali roku podrożało 6 z 10 kategorii produktów**.
- **Największy wzrost cen w skali roku** (18,17%) odnotowano po raz kolejny w kategorii napoje. W ujęciu rok do roku potaniały cztery kategorie produktów: artykuły tłuszczowe (6,50%), dodatki (2,68%), produkty sypkie (1,64%) i chemia domowa i kosmetyki (0,31%).

### Najwyższa suma koszyka

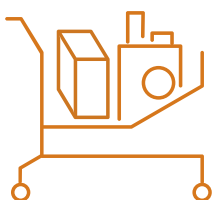


**355,90 zł**

Wzrost ceny koszyka  
maksymalnego rok do roku

**1,04%**

### Średnia suma koszyka



**288,99 zł**

Wzrost średniej wartości  
koszyka rok do roku

**2,02%**

### Najniższa suma koszyka



**186,90 zł**

Wzrost ceny koszyka  
minimalnego rok do roku

**27,14%**



“

**Mimo inflacji w październiku ceny w wielu sieciach spadły, zapowiadając świąteczne promocje.**

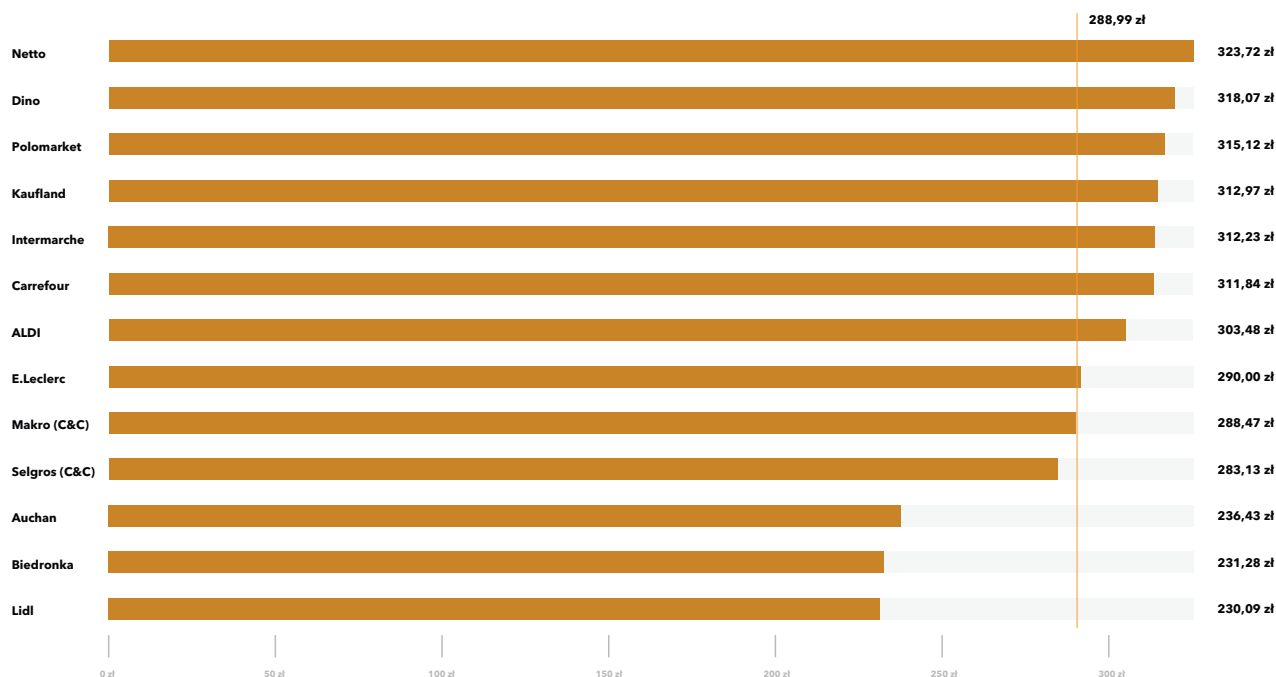
Choć najnowsze dane o inflacji wskazują na wciąż stopniowy wzrost cen w skali kraju, to z naszego najnowszego badania wynika, że w ostatnim miesiącu w 8 na 13 badanych sieci handlowych ceny nieco spadły. W październiku spadek wyniósł 6,5 procent w porównaniu do września. Średnia cena koszyka zakupowego zeszła poniżej 300 złotych. Patrząc na poszczególne kategorie produktów widzimy, że w październiku, w porównaniu do zeszłego roku, podrożało 6 na 10 badanych kategorii. Wzrosty notujemy między innymi w przypadku mięsa, wędlin, ryb, mrożonek i napojów. Z najnowszych danych GUS wynika, że inflacja znów daje o sobie znać, ale pamiętajmy, że wchodzimy właśnie w najgorętszy handlowy okres w roku. Najbliższe tygodnie poprzedzające grudniowe święta, będą obfitować w liczne promocje i akcje handlowe a sieci będą prowadziły wiele działań, którymi postarają się przyciągnąć uwagę klientów.

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



# Wyniki badań

## średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na sieci

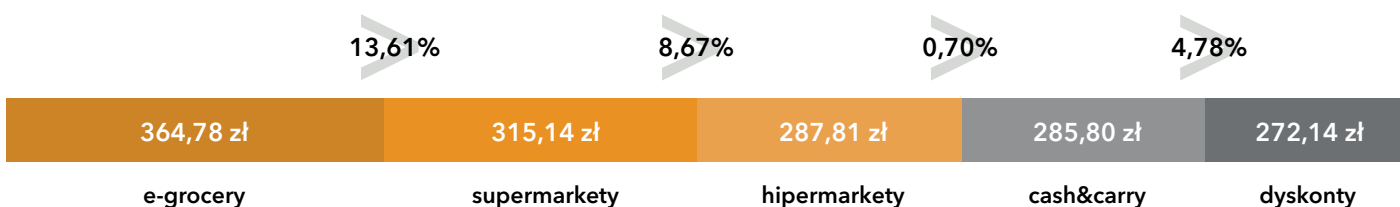


We wszystkich badanych sieciach, w przypadku braku badanego produktu został wykorzystany mechanizm przeliczenia gramatury produktu lub wykorzystano produkt zamienny.

\* 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 8 na 13 sieci objętych badaniem, ceny w październiku br. były niższe niż we wrześniu br. Wzrost cen odnotowano natomiast w pięciu sieciach. Tym razem w siedmiu sieciach średnie ceny koszyków wyniosły powyżej 300 zł. Najniższe, średnie ceny w koszyku zakupowym odnotowano w sieci Lidl, natomiast najwyższe w sklepach Netto. Różnica między najdroższym (Netto) a najtańszym (Lidl) w tym zestawieniu koszykiem zakupowym wyniosła blisko 41%.

**Największy spadek cen można zaobserwować w sieci Biedronka (29,04%) a największy wzrost w sklepach Carrefour (1,45%).**



**W październiku br. najtańsze zakupy można było zrobić w dyskontach**, gdzie średnia wartość koszyka zakupowego wyniosła 272,14 zł. Nieco drożej było w sklepach typu Cash & Carry (285,80 zł), hipermarketach (287,81 zł) oraz supermarketach (315,14 zł). Natomiast **najdroższe zakupy oferował kanał e-grocery**. Ceny w tym kanale wzrosły w ujęciu miesięcznym o 2,76%. Za zakupy online zapłaciliśmy **o 10,01 zł więcej** niż we wrześniu br.

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

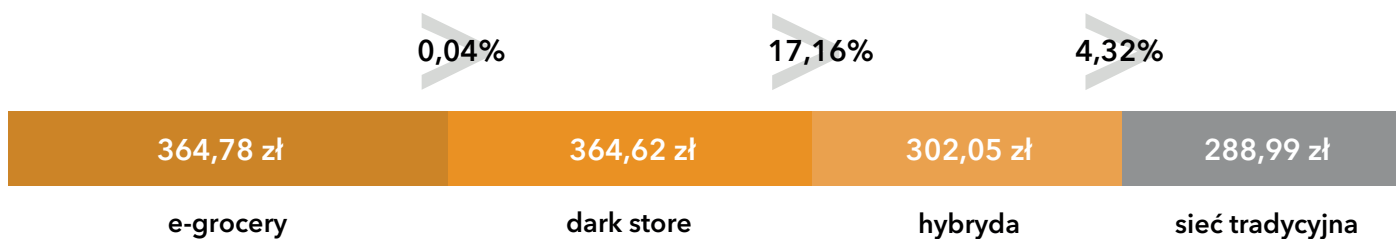


# Wyniki badań

## średnia wartość koszyka zakupowego w podziale na kanały



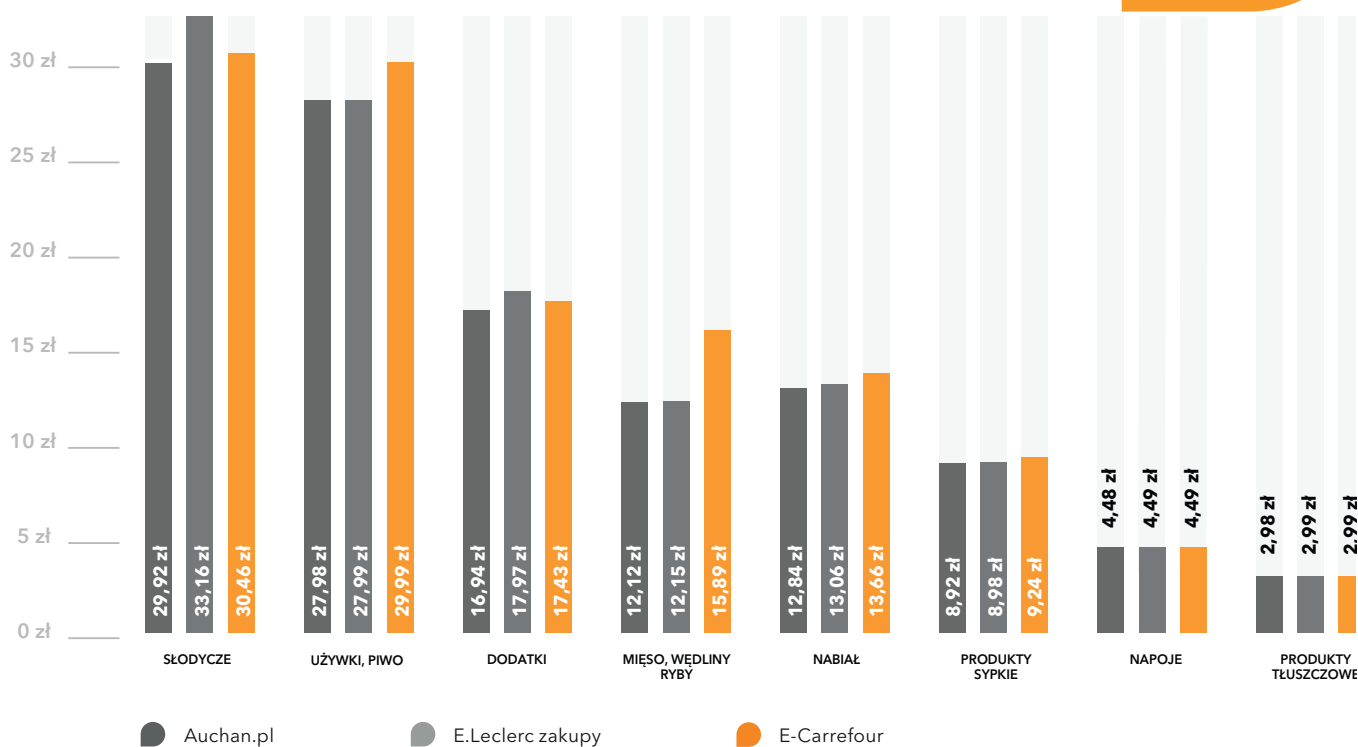
Badanie koszyka zakupowego przeprowadzone przez ASM SFA wykazało, że w zestawieniu różnych kanałów sprzedaży **najdroższe były zakupy w kanale e-grocery (364,78 zł)**. Nieco mniej (**364,62 zł**) należało zapłacić **w dark store** oraz w **sieciach hybrydowych (302,05 zł)**. **Natomiast najtańsze zakupy (288,99 zł)** można było zrobić w sieciach tradycyjnych. W sklepach tradycyjnych średni koszyk zakupowy był aż o 75,79 zł tańszy niż w kanale e-grocery.



# Porównanie modelu hybrydowego

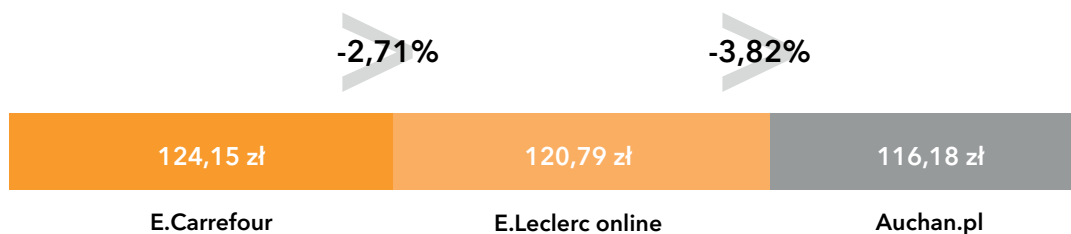
W ramach porównania modelu hybrydowego, w październiku 2024 r. w dwóch na trzy analizowane sieci, zakupy online były tańsze niż w stacjonarnych wersjach tych samych sklepów. Natomiast we wrześniu 2024 r. zakupy przez Internet były tańsze w jednej na trzy sprawdzane sieci.

**W 2 na 3**  
sieci taniej  
online niż  
stacjonarnie



Najbardziej wyrównane ceny w październiku br. odnotowano ponownie w sklepach sieci E.Leclerc (wersja online tańsza o 0,24 zł). W przypadku sieci Carrefour zakupy przez Internet były o 0,94 zł tańsze. Natomiast sieć Auchan tak jak w poprzednich miesiącach stawia na handel tradycyjny. Zestaw produktów zamówionych przez Internet był o 17,18 zł droższy od wersji tradycyjnej.

**E.Leclerc**  
najbardziej  
wyrównane  
ceny



Spośród sklepów działających w modelu hybrydowym, najtańsze zakupy online w październiku 2024 r. oferował Auchan.pl (116,18 zł).

\* Grupa produktów brana pod uwagę przy porównywaniu cen została ograniczona do liczby dostępnych produktów w każdej z badanych sieci i może się różnić w każdym miesiącu.

# Porównanie

## dark store i e-grocery

	e-grocery	dark store	różnica
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	101,54 zł	101,93 zł	<b>0,38%</b>
DODATKI	30,68 zł	31,02 zł	<b>1,13%</b>
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	18,58 zł	18,33 zł	<b>-1,34%</b>
MROŻONKI	21,57 zł	20,90 zł	<b>-3,11%</b>
NABIAŁ	20,88 zł	20,25 zł	<b>-3,04%</b>
NAPOJE	15,38 zł	16,85 zł	<b>9,54%</b>
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	11,14 zł	13,01 zł	<b>16,85%</b>
SŁODYCZE	69,67 zł	68,52 zł	<b>-1,65%</b>
PRODUKTY SYPKIE	12,19 zł	14,04 zł	<b>15,14%</b>
UŻYWKI, PIWO	63,16 zł	59,78 zł	<b>-5,35%</b>

**5 na 10**

najdroższych grup produktów w kanale e-grocery i dark store

**chemia dom. i kosmetyki**

najmniejsza różnica w cenie w kategorii

**produkty tłuszczowe**

największa różnica w cenie w kategorii

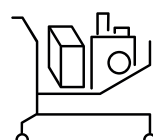
W październiku br. analiza 10 grup produktowych pokazała, że zarówno w kanale e-grocery jak i sklepach typu dark store znalazło się po 5 najdroższych grupy produktów. W kanale e-grocery były to: mięso, wędliny, ryby, mrożonki, nabiał, słodycze oraz używki i piwo. Natomiast w dark store droższe były: 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 chemia domowa i kosmetyki.

e-grocery



**364,78 zł**

**0,04%**



dark store

**364,62 zł**



# Wyniki badań


## według grup produktowych


Zestawienie z października br. wykazuje, że podobnie jak przed miesiącem najwięcej 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	80,55 zł	72,79 zł	101,54 zł	62,62 zł	133,56 zł
DODATKI	23,43 zł	20,65 zł	30,68 zł	17,93 zł	38,25 zł
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	15,93 zł	13,77 zł	18,58 zł	10,91 zł	23,64 zł
MROŻONKI	16,04 zł	14,88 zł	21,57 zł	11,93 zł	25,07 zł
NABIAŁ	15,86 zł	16,62 zł	20,88 zł	13,59 zł	27,00 zł
NAPOJE	12,36 zł	13,77 zł	15,38 zł	10,89 zł	21,26 zł
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	8,98 zł	10,00 zł	11,14 zł	8,15 zł	16,97 zł
SŁODYCZE	51,41 zł	47,70 zł	69,67 zł	43,87 zł	92,44 zł
PRODUKTY SYPKIE	9,07 zł	9,25 zł	12,19 zł	7,76 zł	15,93 zł
UŻYWKI, PIWO	52,17 zł	52,72 zł	63,16 zł	42,60 zł	78,60 zł

 Najniższa wartość

 Najwyższa wartość

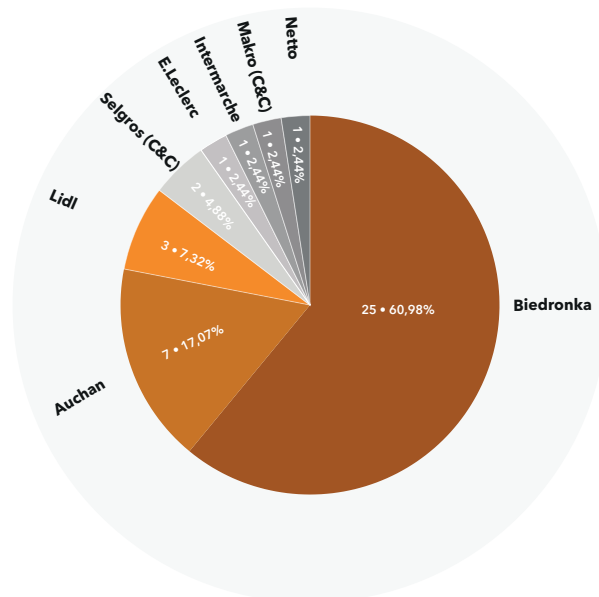


# Analiza udziału w sieci w minimalnych i maksymalnych cenach produktów

25•

oznaczenie liczby  
produktów w cenie  
minimalnej

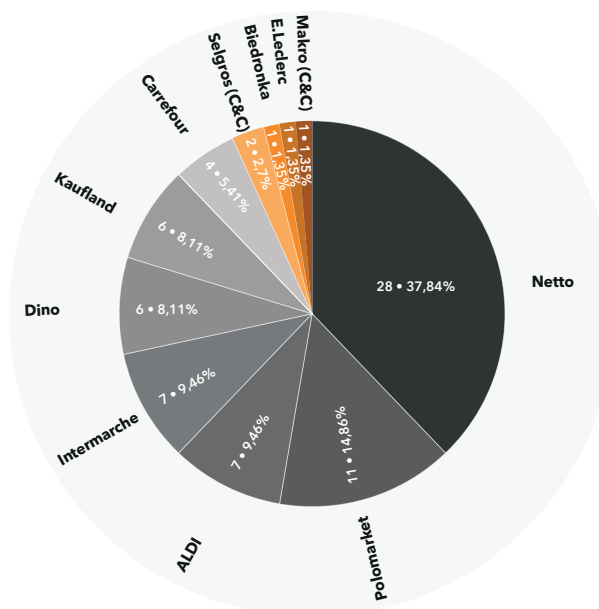
W październiku br. w przypadku **minimalnych cen produktów liderem została Biedronka, która oferowała 25 produktów w cenach minimalnych**. Kolejno uplasował się Auchan z 7 produktami z najniższymi cenami a następnie Lidl (3 produkty) i Selgros Cash & Carry (2 produkty). Na wykresie widzimy, że w sieciach: E.Leclerc, Intermarché, Makro Cash & Carry i Netto znalazło się po 1 produkcie w cenach minimalnych na 40 analizowanych.



28•

oznaczenie liczby  
produktów w cenie  
maksymalnej

**Najwięcej najdroższych badanych produktów (28) można było w październiku br. znaleźć w sieci Netto**. Kolejno uplasował się sklep POLOmarket (11 produktów). Następnie Aldi i Intermarché (po 7 produktów), Dino i Kaufland (po 6 produktów), Carrefour (4 produkty) oraz Selgros Cash & Carry (2 produkty). W sklepach Biedronka, E.Leclerc i Makro 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 Pasta Colgate MaxFresh 75ml w sieci Auchan kosztowała 3,40 zł, a w sklepach Makro Cash & Carry jej cena wyniosła 9,04 zł, czyli o 166% więcej. Natomiast mleko Łaciate UHT 3,2% (1l) można było kupić w sklepach Biedronka za 1,75 zł, a w sieciach Aldi i Netto za 4,49 zł - tu różnica wyniosła 157%.

Lp.	Produkt	Sieć	Cena minimalna	*	Sieć	Cena maksymalna
1	Baton Prince Polo Classic XXL 50g	Selgros (C&C)	1,63 zł	*	Netto	2,75 zł
2	Chipsy Lays paprykowe 130g	Biedronka	4,49 zł	*	Intermarche	7,99 zł
3	Cif Cream Mleczko do czyszczenia Lemon 780 ml	Biedronka	7,99 zł	*	Netto	15,29 zł
4	Coca Cola Original butelka PET 0,5l	Biedronka	2,99 zł	*	Netto	5,49 zł
5	Czekolada Milka Mleczna Alpine Milk 100g	Makro (C&C)	4,17 zł		Netto	6,59 zł
6	Dr. Oetker Pizza Giuseppe 4 sery 335g	Lidl	6,99 zł	*	Netto	12,09 zł
7	Dżem Łowicz truskawkowy słoiczek 280 g	Auchan	3,48 zł		Netto	6,95 zł
8	Garnier Regenerujący Krem do rąk 75 ml tubka	Biedronka	6,49 zł	*	Netto	13,85 zł
9	Guma do żucia Orbit spearmint draże 29g	Biedronka	2,79 zł	*	Netto	5,49 zł
10	Herbata Lipton Yellow Label 92/100 saszetek	Selgros (C&C)	12,84 zł	*	Netto	21,99 zł
11	Hortex Warzywa na patelnię z bazylią i tymiankiem 450g	Auchan	3,84 zł		Netto	7,49 zł
12	Kabanosy Tarczyński Exclusive Wieprzowe 105g	Biedronka	3,99 zł	*	Selgros (C&C)	7,34 zł
13	Kawa mielona Jacobs Kronung 500g	Biedronka	16,99 zł	*	ALDI, Carrefour, Dino, Intermarche, Kaufland	29,99 zł
14	Ketchup Pudliszki łagodny 480g	Biedronka	3,99 zł	*	Polomarket	7,59 zł
15	Kostka Kasia do pieczenia 250g	Biedronka	2,39 zł	*	Netto	4,25 zł
16	Lisner śledzik na raz pikantny 100g	Biedronka	1,99 zł	*	Polomarket	3,79 zł
17	Lody Manhattan Classic vanilla-chocolate 1,4l	Auchan	11,98 zł	*	Polomarket	23,99 zł
18	Majonez Winiary 400 ml	Biedronka	5,59 zł	*	Netto	9,39 zł
19	Margaryna Rama Classic 400 g	E.Leclerc	3,99 zł	*	ALDI, Carrefour, Dino, Intermarche, Kaufland, Polomarket	7,99 zł
20	Mleko Łaciate UHT 3,2% 1l	Biedronka	1,75 zł	*	ALDI, Netto	4,49 zł
21	Musztarda Sarepska Kamis 185g	Biedronka	1,79 zł	*	ALDI, Carrefour, Dino, Intermarche, Kaufland, Netto, Polomarket	3,49 zł
22	Napój energetyczny BLACK Energy Classic puszka 0,25l	Biedronka	1,69 zł	*	Netto	3,09 zł
23	Nivea Sport Men żel pod prysznic 500 ml	Biedronka	8,99 zł	*	Netto	18,49 zł
24	Nutella krem 350g słoik	Netto	9,99 zł	*	Aldi, Carrefour, Dino, Kaufland, Polomarket	16,49 zł



25	Parówki Berlinki Classic opak. 250 g	Biedronka	3,32 zł *	Selgros (C&C)	6,29 zł
26	Pasta Colgate MaxFresh 75ml	Auchan	3,40 zł	Makro (C&C)	9,04 zł
27	Piwo Żywiec puszka 0,5 l	Biedronka	2,49 zł *	ALDI, Netto, Polomarket	4,29 zł
28	Płatki Nestle Nesquik 250 g torebka	Biedronka	3,99 zł *	Intermarche, Polomarket	7,55 zł
29	Płyn do płukania ust Listerine Cool Mint 500 ml	Biedronka	7,49 zł *	Netto	16,49 zł
30	Płyn do zmywania Fairy Lemon 450 ml	Lidl	4,10 zł	Netto	7,12 zł
31	Prymat pieprz czarny mielony 20g	Auchan	0,88 zł	Biedronka, Netto	1,99 zł
32	Serek Almette śmietankowy 150g	Biedronka	3,29 zł *	Netto	5,99 zł
33	Serek Danio Wanilia 130 g	Auchan, Lidl	1,20 zł *	Netto	2,55 zł
34	Serek Wiejski Piątница 200g	Biedronka	1,49 zł *	Netto, Polomarket	2,99 zł
35	Sok Tymbark 100% pomarańcza 1l karton	Biedronka	3,99 zł *	Netto	7,45 zł
36	Sos Tatarski Winiary 250 ml	Auchan	3,48 zł *	Dino, E.Leclerc, Intermarche, Kaufland, Polomarket	6,99 zł
37	Szampon Loreal Elseve Color Vive 400 ml	Biedronka	9,99 zł *	Netto	20,89 zł
38	Zott Monte 150 g (white/black/classic)	Biedronka	1,99 zł *	ALDI, Dino, Intermarche, Kaufland, Netto, Polomarket	3,59 zł
39	Zupka instant VIFON łagodny 70g	Intermarche	1,29 zł *	Netto	2,09 zł
40	Żelki Haribo Classic (Złote Misie) 85 g torebka	Biedronka	1,69 zł *	Netto	4,24 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)

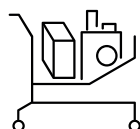
\* We wszystkich badanych sieciach, w przypadku braku badanego produktu został wykorzystany mechanizm przeliczenia gramatury produktu lub wykorzystano produkt zamienny.

Analizując koszyk bazujący na najniższych cenach produktów zaraportowanych spośród wszystkich lokalizacji badanych sieci moglibyśmy zapłacić **186,90 zł (mniej o 48,64 zł niż we wrześniu br.)**, natomiast przyjmując najwyższe ceny - **355,90 zł (mniej o 3,64 zł niż we wrześniu br.)**. Różnica między najtańszym, a najdroższym koszykiem w październiku 2024 r. **wyniosła 169,00 zł** i jest ona **o 45,00 zł wyższa niż we wrześniu br.** Jeśli spojrzymy na dane w ujęciu rocznym, to **suma koszyka minimalnego w październiku 2024 r. była wyższa o 27,14%** niż przed rokiem, natomiast **koszyk maksymalny był w październiku 2024 r. droższy o 1,04%** niż w 2023 r.

### Najdroższy koszyk

Najwyższa cena koszyka

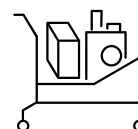
**355,90 zł**



### Najtańszy koszyk

Najniższa cena koszyka

**186,90 zł**



Spadek ceny koszyka maksymalnego względem września 2024r.

**-1,01%**

Spadek ceny koszyka minimalnego względem września 2024r.

**-20,65%**



Koszyk Zakupowy ASM  
Badanie i Raport

# Porównanie wyników rok do roku

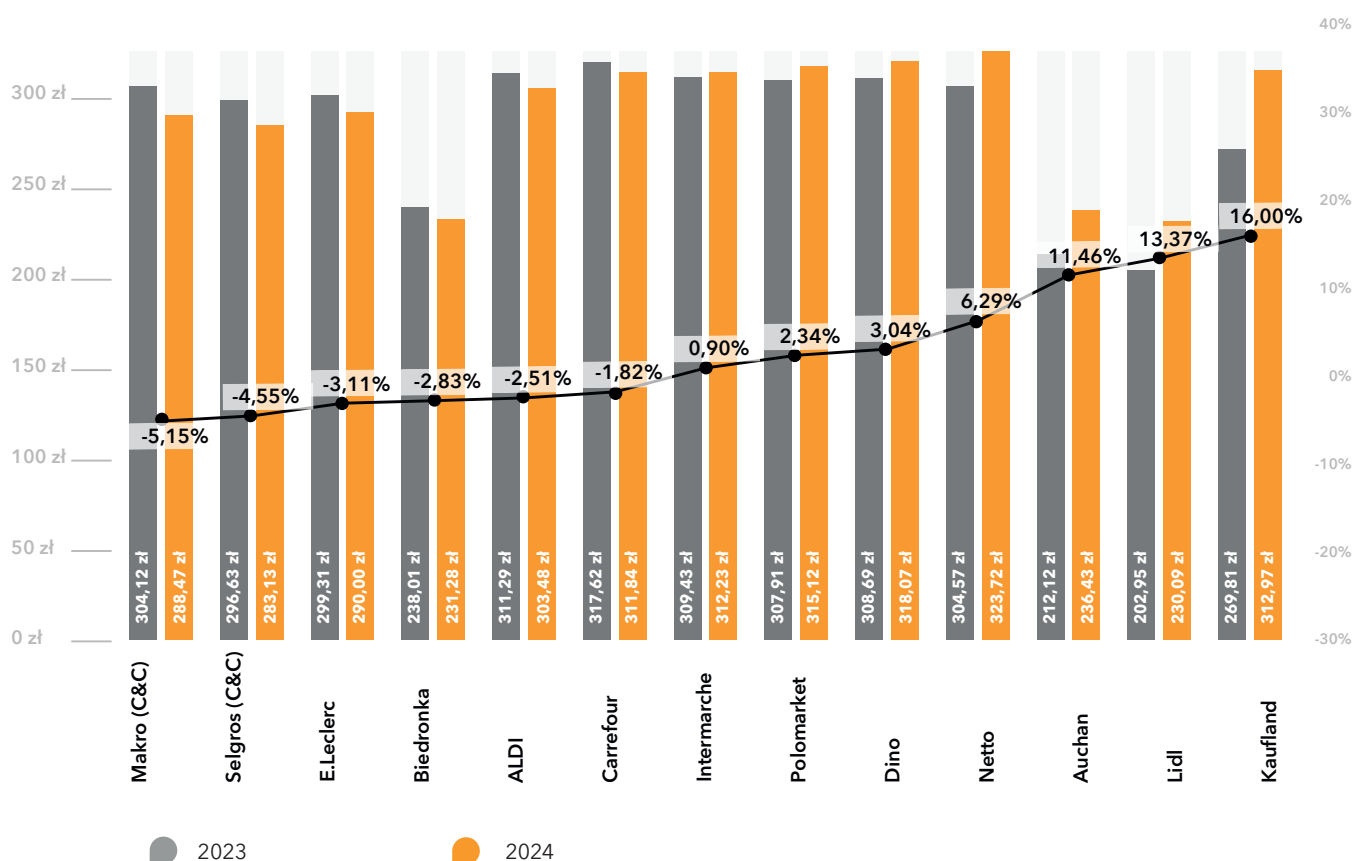
## październik 2023 vs. październik 2024

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 październiku 2024 roku w 7 na 13 badanych sieci handlowych, ceny były wyższe niż przed rokiem. W pozostałych sześciu sklepach ceny spadły.

Największy wzrost ceny koszyka w Kaufland

**+16,00%**



**Największy wzrost, tj. na poziomie 16,00% odnotowano w sieci Kaufland**, w której średnia cena wzrosła o 43,16 zł. Natomiast spadek cen 40 badanych produktów zaobserwowano m.in. w sklepach: Makro Cash & Carry (5,15%), Selgros Cash & Carry (4,55%), E.Leclerc (3,11%) czy Biedronka (2,83%).

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

**7 z 13**  
sieci  
podniosło ceny



# Porównanie wyników rok do roku

## październik 2023 vs. październik 2024

Zestawienie cen poniższych kategorii produktowych rok do roku pokazuje, że w październiku 2024 r. względem 2023 roku **podrożało 6 na 10 analizowanych kategorii produktów: mięso, wędliny i ryby, mrożonki, nabiał, napoje, słodczyce oraz używki i piwo**. W ujęciu rok do roku **potaniały następujące kategorie: produkty tłuszczowe (6,50 %), dodatki (2,68%), produkty sypkie (1,64%) oraz chemia domowa i kosmetyki (0,31%)**. W największym stopniu zdrożały napoje. W październiku br. **wzrost ten wyniósł 18,17% wobec 2023 r.**

Grupa produktowa	2023	2024	Różnica
CHEMIA DOMOWA, KOSMETYKI	79,67 zł	79,42 zł	-0,31%
DODATKI	23,37 zł	22,74 zł	-2,68%
MIĘSO, WĘDLINY, RYBY	14,23 zł	14,52 zł	2,01%
MROŻONKI	14,91 zł	15,49 zł	3,93%
NABIAŁ	16,33 zł	16,94 zł	3,68%
NAPOJE	11,51 zł	13,60 zł	18,17%
PRODUKTY TŁUSZCZOWE	10,91 zł	10,20 zł	-6,50%
SŁODYCZE	51,71 zł	53,68 zł	3,81%
PRODUKTY SYPKIE	9,84 zł	9,68 zł	-1,64%
UŻYWKI, PIWO	50,79 zł	52,72 zł	3,81%
Suma średnich cen grup	283,27 zł	288,99 zł	2,02%

W każdej z analizowanych grup produktów odnotowano zmiany cen, jednak **najmniejszą różnicę stwierdzono w przypadku chemia domowa i kosmetyki (w październiku 2024 r. taniej o 0,31 %)**.

Wartość hipotetycznego koszyka skomponowanego wyłącznie z najdroższych produktów, była w październiku 2024 roku **o 1,04% wyższa niż przed rokiem - to różnica o 3,66 zł**. W przypadku koszyka z najtańszymi produktami odnotowaliśmy wzrost **w 2024 r. o 27,14%** w stosunku do roku 2023 - tutaj różnica kształtowała się na poziomie **39,90 zł**.

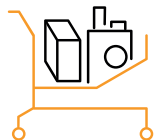
\* Zmiana gramatur opakowań produktów badanych od stycznia 2024: Pasta Colgate Max Fresh 100 ml na 75 ml Chipsy Lays paprykowe 140 g na 130 g Guma do żucia Orbit spearmint draże 35 g na 29 g  
Od czerwca 2024: Garnier Regenerujący Krem do rąk 100 ml (tubka) na 75ml

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

### Październik 2024

Najwyższa  
suma koszyka

**355,90 zł**



**+1,04%**

Średnia  
suma koszyka

**288,99 zł**



**+2,02%**

Najniższa  
suma koszyka

**186,90 zł**

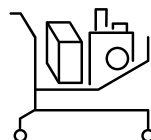


**+27,14%**

### Październik 2023

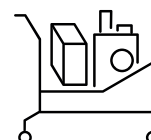
Najwyższa  
suma koszyka

**352,24 zł**



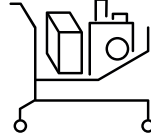
Średnia  
suma koszyka

**283,27 zł**



Najniższa  
suma koszyka

**147,00 zł**



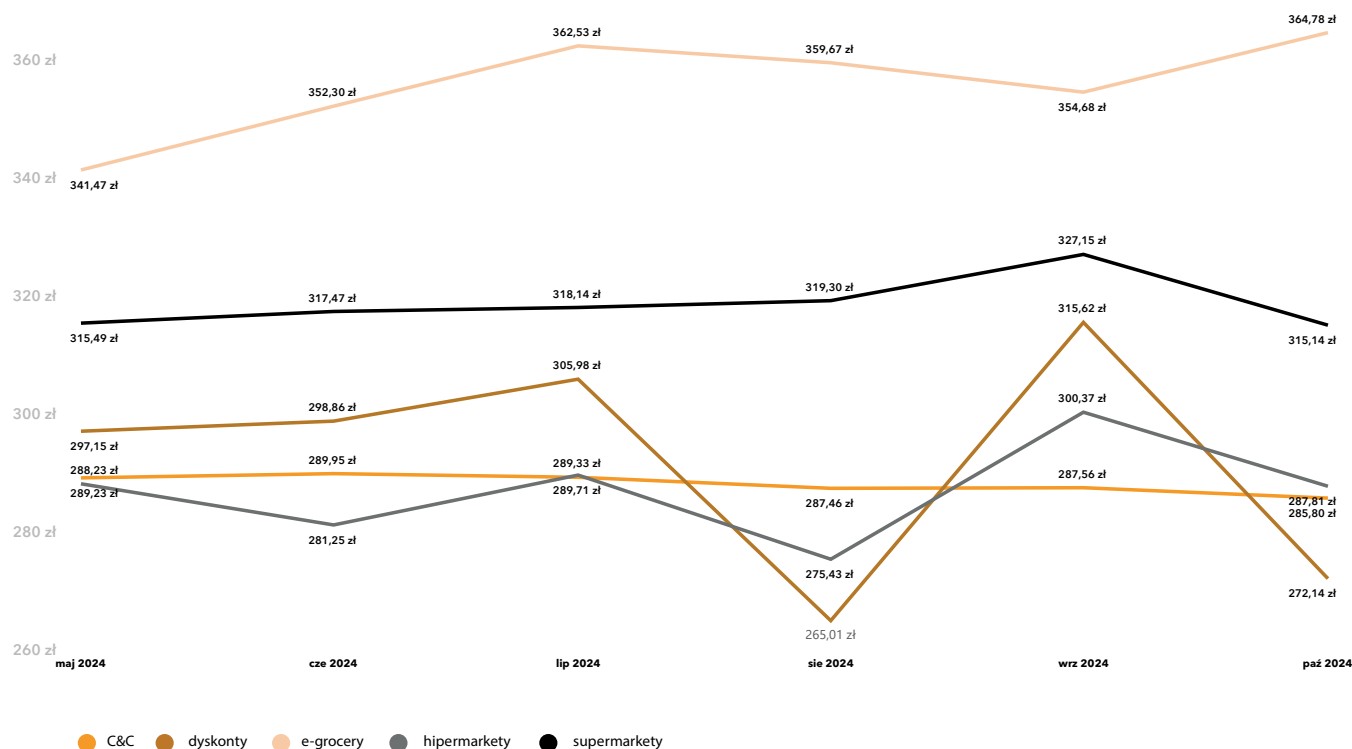
# Porównanie wyników

## wrzesień 2024 vs. październik 2024

Z danych zebranych przez ASM SFA wynika, że w 8 na 13 sieci objętych badaniem, ceny w październiku br. były niższe niż we wrześniu br. Wzrost cen odnotowano natomiast w pięciu sieciach, m.in. Carrefour (1,45%) czy Netto (1,29%). W październiku br. najtańsze zakupy można było zrobić w sieci Lidl. W sklepach tej marki średni koszt koszyka zakupowego wyniósł 230,09 zł. Najdroższy natomiast okazał się sklep Netto, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 323,72 zł.

	09.24	10.24	różnica
SELGROS (C&C)	287,15 zł	283,13 zł	<b>-1,40%</b>
MAKRO (C&C)	287,97 zł	288,47 zł	<b>0,17%</b>
BIEDRONKA	325,95 zł	231,28 zł	<b>-29,04%</b>
LIDL	313,97 zł	230,09 zł	<b>-26,72%</b>
NETTO	319,60 zł	323,72 zł	<b>1,29%</b>
AUCHAN	280,27 zł	236,43 zł	<b>-15,64%</b>
CARREFOUR	307,39 zł	311,84 zł	<b>1,45%</b>
KAUFLAND	311,88 zł	312,97 zł	<b>0,35%</b>
E.LECLERC	301,95 zł	290,00 zł	<b>-3,96%</b>
INTERMARCHÉ	328,68 zł	312,23 zł	<b>-5,00%</b>
DINO	322,47 zł	318,07 zł	<b>-1,36%</b>
POLOMARKET	330,30 zł	315,12 zł	<b>-4,60%</b>
ALDI	302,94 zł	303,48 zł	<b>0,18%</b>
	<b>309,27 zł</b>	<b>288,99 zł</b>	<b>-6,56%</b>

Zestawienie cen w podziale na kategorie sklepów pokazuje, że w październiku 2024 r. najtańsze zakupy można było zrobić w dyskontach, gdzie za analizowany zestaw produktów trzeba było zapłacić 272,14 zł. Tuż za nimi z różnicą na poziomie 13,66 zł znalazły się sklepy typu Cash & Carry. Natomiast najwyższą wartość koszyka zakupowego odnotowano w kanale e-grocery - 364,78 zł. Największy spadek cen w skali miesiąca jest widoczny w dyskonatach (43,48 zł).





# Październik w liczbach

8/13

sieci obniżyło ceny  
w skali miesiąca



Lidl  
liderem  
najniższych  
cen

napoje  
z największym  
wzrostem r/r



**Koszyk Zakupowy ASM**  
Badanie i Raport

E-grocery  
najdroższym  
kanałem  
zakupów

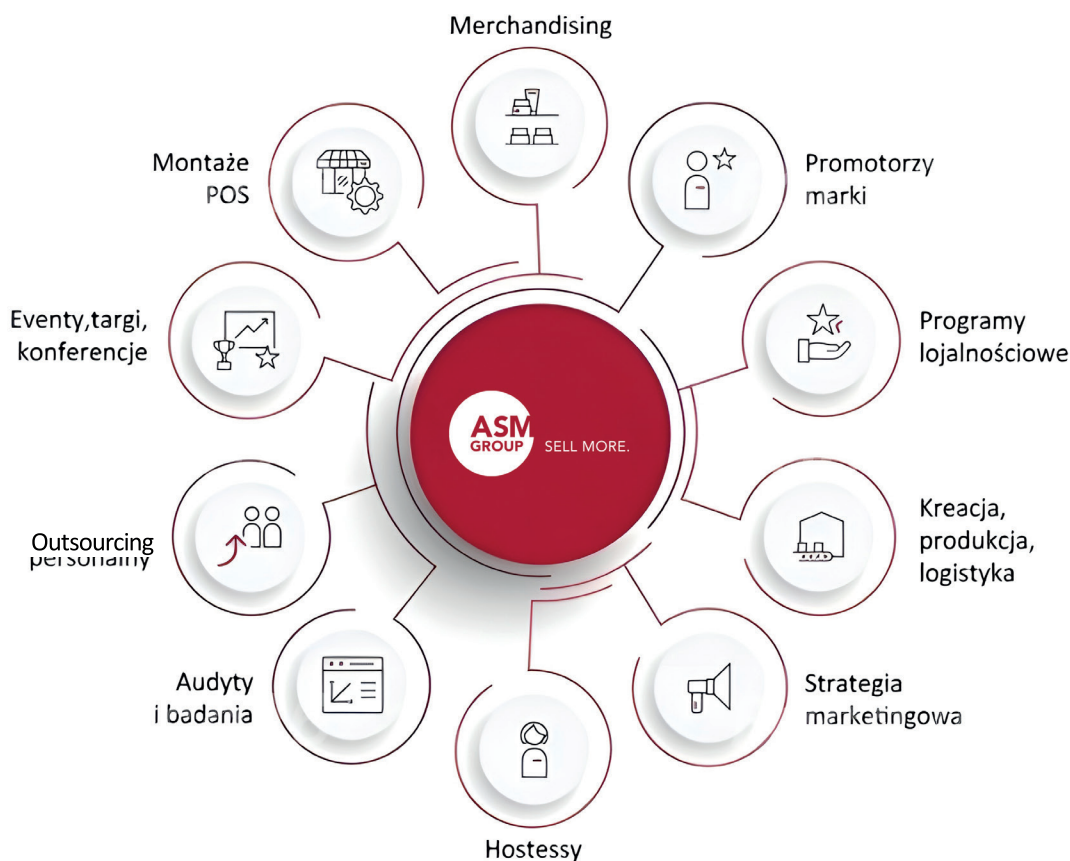
Zakupy spożywcze  
droższe niż przed  
rokiem

2,02%



# 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](mailto:aleksandra.s@asmgroup.pl)  
[www.asmgroup.pl](http://www.asmgroup.pl)

## DataSense PLATFORM

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](#)

