



Edycja  
specjalna

## **Badanie i Raport:** **Świąteczny Koszyk** **Zakupowy ASM SFA** **2024**



**Koszyk Zakupowy ASM**  
Badanie i Raport

# Wstęp

Wzrost cen produktów spożywczych w Polsce niezmiennie wpływa na budżety gospodarstw domowych, szczególnie w okresie przedświątecznym, kiedy zakupy spożywcze stanowią istotną część wydatków. W tym roku eksperci ASM SFA zdecydowali się na dodatkowe, świąteczne badanie, w którym przeanalizowali ceny 35 produktów kojarzonych ze świętami. W efekcie powstał raport, w którym konsumenci mogą sprawdzić, w których sklepach zestaw świątecznych produktów jest najtańszy, a gdzie trzeba będzie wydać więcej. Oczywiście wszystko zależy od zestawu wybranych produktów oraz terminu, w którym planowane są zakupy.

W raporcie porównano także ceny grupy produktów świątecznych w grudniu tego roku do tych z 2023. Okazało się, że ich ceny rosły mniej więcej o tyle, ile wynosi obecnie wskaźnik inflacji, a więc około 5%. Poza masłem, które w ostatnich tygodniach znów znacząco drożeje. Ceny masła między listopadem a grudniem tego roku w większości sieci wzrosły o ok. 11%, ale są również dwie sieci, w których cena za kostkę poszła w górę aż o 17%. Masło - choć niezbędne do wielu świątecznych wypieków - to tylko jeden z drożących produktów. Jak szczegółowo przedstawiały się ceny i które z produktów w skali roku potaniały? Zapraszamy do lektury!





“

**Koszyk świąteczny w 2024 droższy o 5% w porównaniu z ubiegłym rokiem.**

W 2024 roku koszyk podstawowych produktów na świąteczny stół jest droższy średnio o ok. 5% w porównaniu z ubiegłym rokiem. To kolejny wzrost w ostatnich latach, ale już nie tak dotkliwy, jak przed rokiem, gdy zestaw świątecznych produktów przeanalizowanych przez ASM SFA był droższy o 13% wobec 2022 roku. Pomiędzy grudniem 2023 a 2024 w największym stopniu podrożały soki, czekolada i niektóre przyprawy. W najmniejszym stopniu drożały kawa i słodkie napoje, ale są też takie produkty, których ceny spadły. Są wśród nich majonez, masa makowa czy filety śledziowe. Obecne ceny są konsekwencją wielu czynników, w tym napiętej sytuacji geopolitycznej, zmian na rynkach surowców oraz wzrostu kosztów produkcji i transportu. Konsumenci coraz częściej zmuszeni są do poszukiwania oszczędności, wybierając tańsze alternatywy, ograniczając zakupy lub korzystając z promocji. Pomimo odczuwalnie rosnących cen, nadchodzące święta nie będą wiązały się z tak wieloma wyrzeczeniami jak to było przed rokiem lub dwa lata temu. Niemniej jednak dla części konsumentów zorganizowanie świątecznego stołu może okazać się sporym wyzwaniem finansowym.

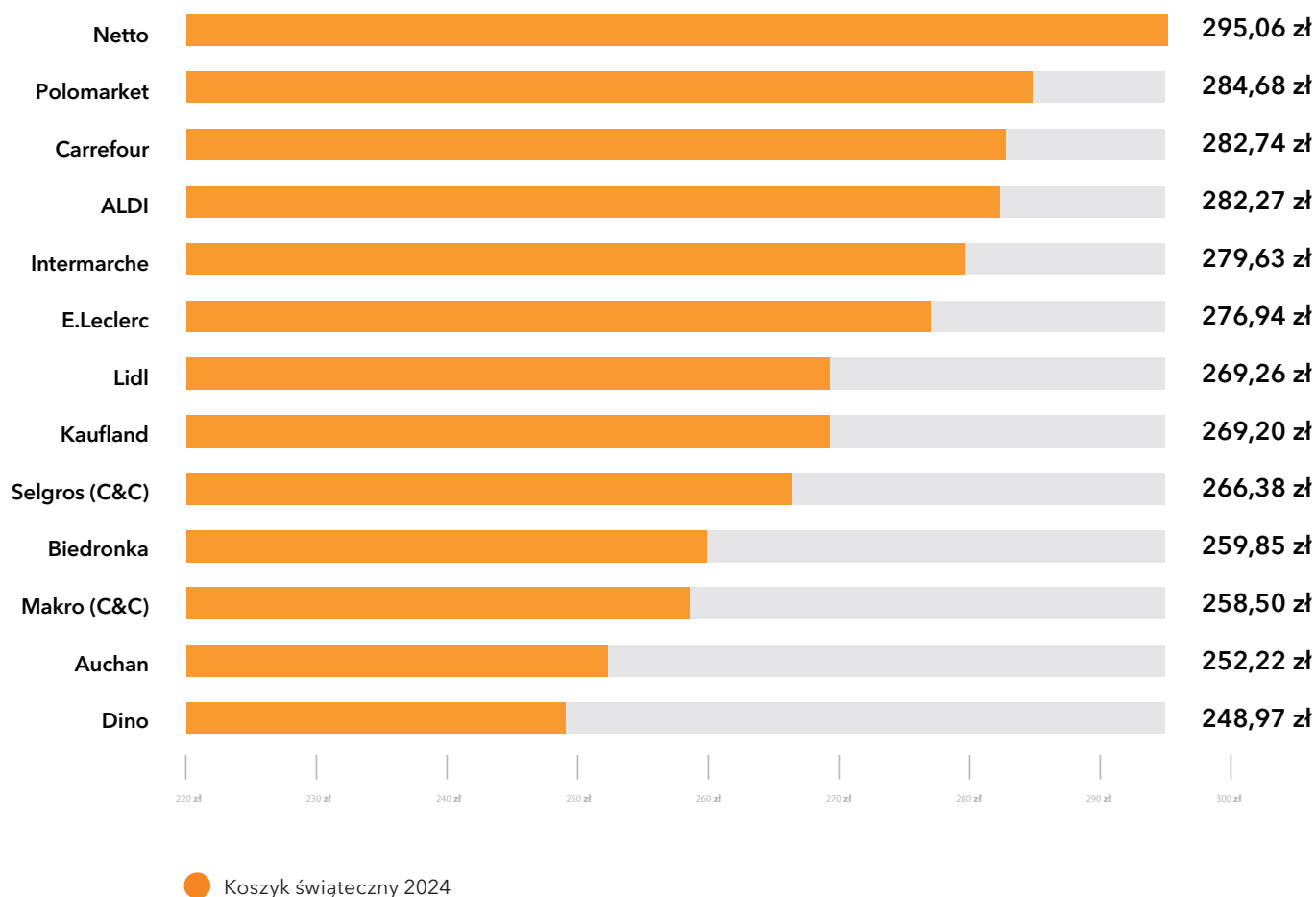
**Kamil Kruk, Client Service & Analysis Director  
ASM SFA**

# Spis treści

1.	<b>Wstęp</b>	2
2.	<b>Porównanie cen koszyka świątecznego pomiędzy sieciami</b>	5
3.	<b>Porównanie cen 14 wybranych produktów koszyka świątecznego</b> Grudzień 2023 vs. 2024	6
4.	<b>Porównanie cen 14 wybranych produktów koszyka świątecznego</b> Grudzień 2023 vs. Grudzień 2024	7
5.	<b>Porównanie cen koszyka świątecznego 2024</b> pomiędzy kanałami sprzedaży	8
6.	<b>Świąteczna ekspozycja towaru</b>	10
7.	<b>Komentarz wybranych sieci handlowych</b>	11
8.	<b>Metodologia</b>	13
9.	<b>O ASM</b>	15

# Porównanie cen koszyka świątecznego pomiędzy sieciami

W świątecznej edycji raportu 2024 sprawdziliśmy ceny 35 wybranych produktów świątecznych, wśród których znalazły się między innymi: margaryna, przyprawy, barszcz czerwony, cukier, jaja, filety śledziowe, czy słodczyce. Analitycy ASM SFA sprawdzili i porównali cenę tak skomponowanego koszyka świątecznego w 13 sieciach handlowych. Najtaniej zestaw 35 świątecznych produktów można było kupić w sieci DINO - 248,97 zł, natomiast najwyższą wartość koszyka świątecznego odnotowano w sklepach Netto - 295,06 zł. Sklepy dyskontowe, najczęściej uznawane przez konsumentów za najtańsze, znalazły się zarówno wśród tych z najniższą ceną koszyka świątecznego, pośrodku rankingu, jak i wśród sieci z najwyższymi cenami.



# Porównanie cen 14 wybranych produktów koszyka świątecznego

## Grudzień 2023 vs. 2024

Wzrost cen  
produktów  
świątecznych  
**9 z 14**

Z naszej analizy wynika, że na 14 wybranych do porównania produktów świątecznych, ceny 9 poszły w górę.

W największym stopniu w skali roku zdrożał sok pomarańczowy (43%), czekolada mleczna (22%) oraz cynamon i herbata w saszetkach (odpowiednio o 13,87% i 13,14%).

Najmniej podrożały: Coca-Cola 1,5l (1,83%), kawa (5,21%) czy mleko w kartonie (6,49%). Dane zebrane do analizy wskazują, że część produktów jest dzisiaj tańsza niż przed rokiem. Wśród nich znalazły się: filety śledziowe (-9,18%), masa makowa z bakaliami (-8,44%) oraz przyprawa goździki (-5,79%). Poniższa tabela pokazuje zmiany cen analizowanych produktów pomiędzy grudniem 2023 a grudniem 2024 roku.

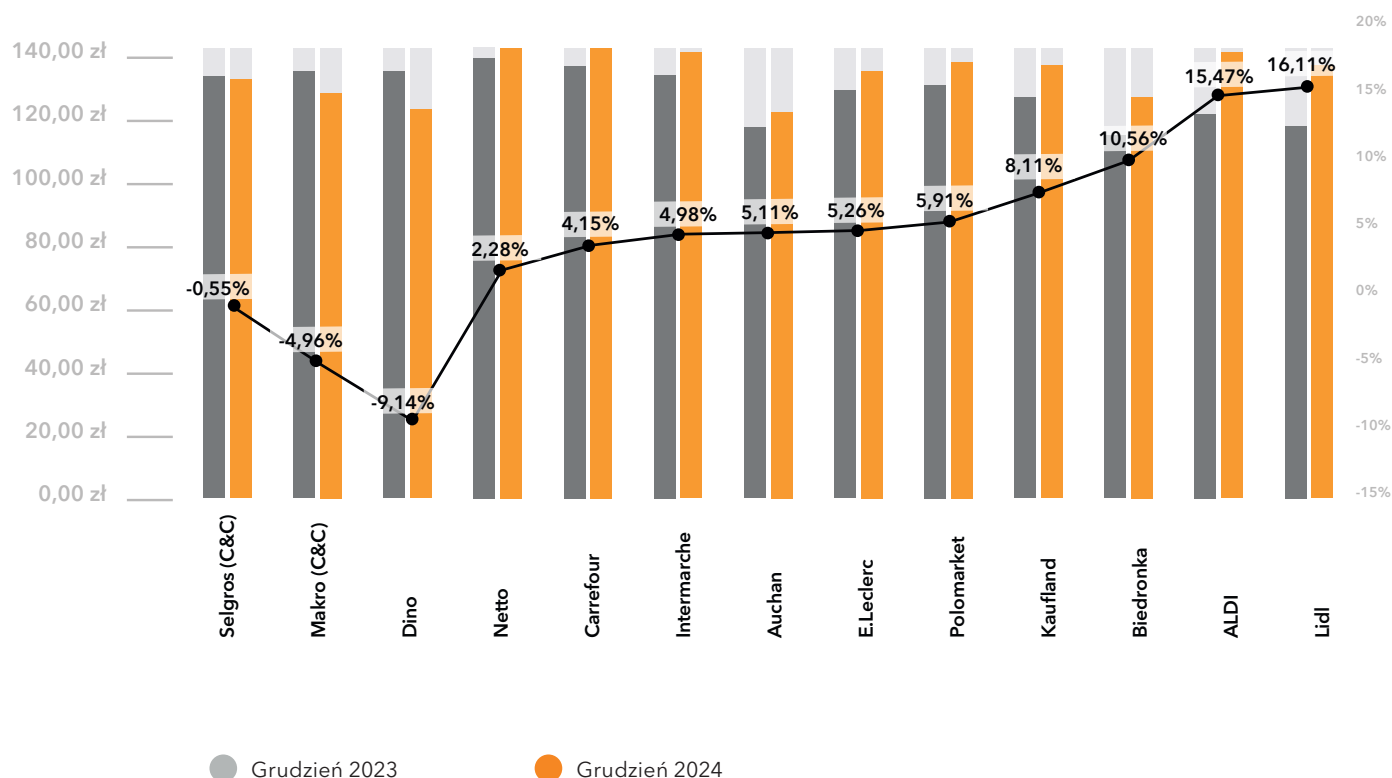
Produkty	2023	2024	Różnica
Bonduelle kukurydza złocista 340g	5,65 zł	6,02 zł	<b>6,57%</b>
Coca Cola 1,5l	7,41 zł	7,55 zł	<b>1,83%</b>
Cynamon przyprawa Kamis 12g	2,04 zł	2,32 zł	<b>13,87%</b>
Goździki całe Prymat 10 g	1,70 zł	1,60 zł	<b>-5,79%</b>
Lisner Wiejskie filety śledziowe w oleju z cebulką 600 g	16,19 zł	14,71 zł	<b>-9,18%</b>
Ptasie mleczko Wedel waniliowe 340g	16,60 zł	17,89 zł	<b>7,73%</b>
Masa makowa z bakaliami Bakkaland/Hellio 850 g	9,65 zł	8,83 zł	<b>-8,44%</b>
Czekolada Milka Mleczna Alpine Milk 100g	4,35 zł	5,32 zł	<b>22,30%</b>
Herbata Lipton Yellow Label 92/100 saszetek	15,45 zł	17,48 zł	<b>13,14%</b>
Kawa mielona Jacobs Kronung 500g	27,08 zł	28,49 zł	<b>5,21%</b>
Majonez Winiary 400 ml	8,91 zł	8,51 zł	<b>-4,49%</b>
Sok Tymbark 100% pomarańcza 1l karton	4,75 zł	6,80 zł	<b>43,16%</b>
Kostka Kasia do pieczenia 250g	3,50 zł	3,39 zł	<b>-3,14%</b>
Mleko UHT Łaciate 3,2% - 1 l	3,85 zł	4,10 zł	<b>6,49%</b>

# Porównanie cen 14 wybranych produktów koszyka świątecznego

## Grudzień 2023 vs. 2024

Wzrost cen koszyka sieci handlowych 10 z 13

Na 13 analizowanych sieci handlowych, w 10 cena koszyka w skali roku poszła w górę. Wartość koszyka złożonego z 14 wybranych produktów świątecznych wzrosła w ciągu roku o 4,58%. W największym stopniu koszyk podrożał w sieci LIDL (16,11%), ALDI (15,47%) oraz w Biedronce (10,56%). Najmniej świąteczny koszyk podrożał w sklepach NETTO (2,28%), natomiast w sklepach sieci Dino koszyk był tańszy niż przed rokiem o 9,14%.

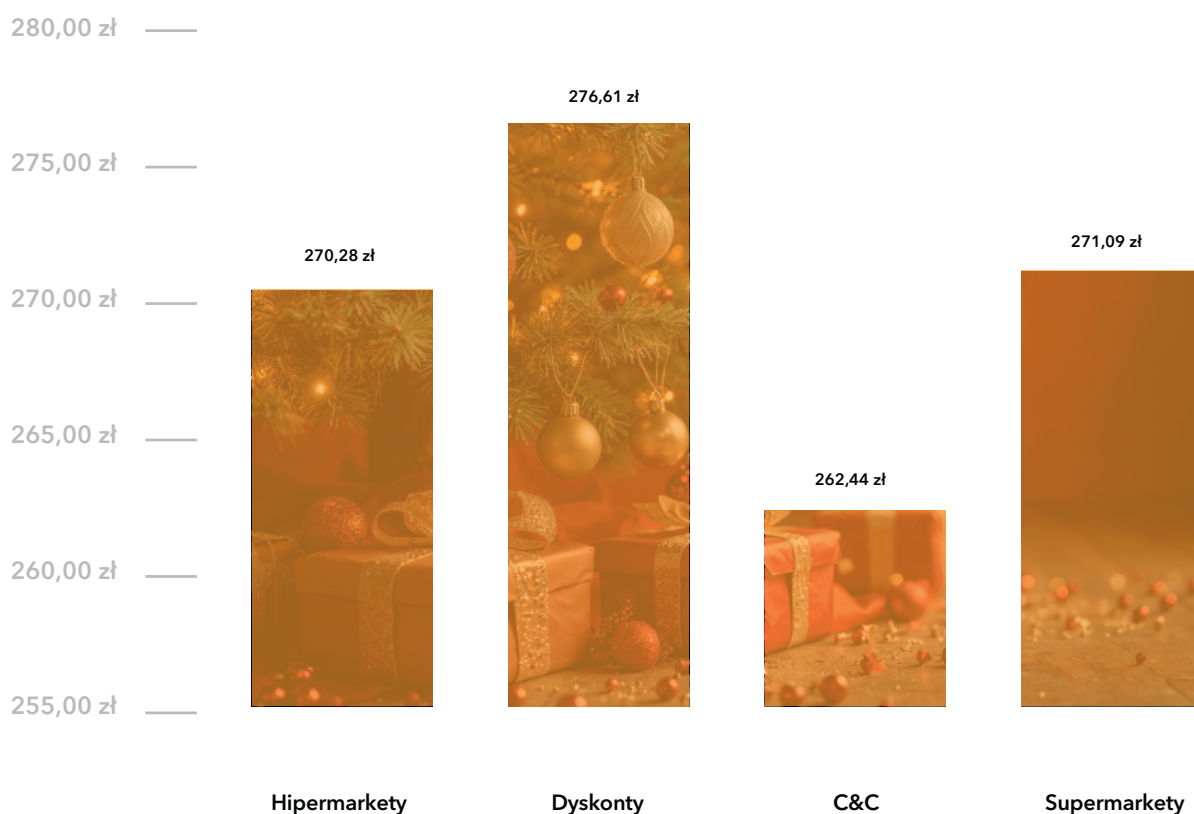


# Porównanie cen koszyka świątecznego 2024 pomiędzy kanałami sprzedaży

C&C

Najniższa wartość koszyka

Analitycy ASM SFA sprawdzili także różnice w cenie koszyka świątecznego 2024 w różnych kanałach sprzedaży. Okazało się, że najniższą wartość miał koszyk w sklepach typu Cash & Carry. Jego wartość wyniosła 262,44 zł. Nieco więcej trzeba było wydać na produkty świąteczne w Hipermarketach (270,28 zł). Zaledwie 81 groszy - o tyle więcej trzeba było zapłacić za koszyk w sklepach typu Supermarkety, natomiast najwięcej analizowany zestaw 35 produktów świątecznych kosztował w Dyskontach - 276,61 zł. To oznacza, że cena zakupów w najdroższym kanale sprzedaży była wyższa o 14,17 zł od kanału Cash & Carry, gdzie produkty świąteczne były najtańsze.



● Koszyk świąteczny 2024



# Świąteczna ekspozycja towaru

Tysiące produktów, różne wielkości, gramatury, kształty opakowań i kolory. Jak wyróżnić się w tym tłumie? Zwłaszcza w okresie świątecznym, kiedy do standardowych opakowań dołączają te ze świątecznymi akcentami, coraz trudniej jest przyciągnąć uwagę klientów. Do dyspozycji jest paleta wielu narzędzi i sposobów, by wypromować swoją markę i zwiększyć sprzedaż.

Nieocenionym wsparciem w tym obszarze będą eksperci od ekspozycji towaru, którzy potrafią doradzić i zaproponować niecodzienne sposoby na wyróżnienie się wśród innych marek i producentów. Warto wykorzystać trzy sprawdzone praktyki, aby maksymalnie wykorzystać ten potencjał.

- **Tematyczne strefy świąteczne** – tworzenie wizualnie atrakcyjnych sekcji z dekoracjami, upominkami czy produktami sezonowymi zachęca do eksploracji oferty. Wyeksponowanie popularnych towarów w centralnych punktach sklepu może zwiększyć ich sprzedaż.
- **Gra światłem i kolorystyką** – zastosowanie ciepłych świątecznych barw oraz strategicznie rozmieszczonego oświetlenia tworzy atmosferę sprzyjającą dłuższym zakupom i buduje emocjonalne skojarzenia z okresem świąt.
- **Wykorzystanie cross-merchandisingu** – umieszczenie produktów komplementarnych obok siebie, np. kubków w pobliżu kawy czy ozdób świątecznych obok prezentów, inspirowane klientów do zakupu większej liczby artykułów.

Właściwie zaplanowana ekspozycja to inwestycja, która przynosi wymierne korzyści finansowe i wizerunkowe. Poniżej prezentujemy kilka przykładów ciekawych ekspozycji, na które eksperci ASM SFA natrafili w sieciach handlowych.



# Komentarz wybranych sieci handlowych

„Święta Bożego Narodzenia to szczególny czas w roku. Tworząc naszą ofertę na wymarzone Święta zadaliśmy o to, by zapewnić naszym klientom szeroki wybór wysokiej jakości produktów w niskich, atrakcyjnych cenach. Zaproponowane przez nas artykuły nie tylko zapewnią niezapomniane wrażenia smakowe, ale są również ciekawą opcją na upominki dla najbliższych. Z uwagą śledzimy trendy na świecie i z pewnością zaoferujemy naszym klientom nowości przy okazji kolejnych Świąt. Jednocześnie planujemy zachować w naszym asortymencie klasyczne produkty, po które wracają nasi klienci”.

**Aleksandra Robaszkiewicz**  
Dyrektorka ds. Corporate Affairs and CSR Lidl Polska

**"Na Święta oferujemy produkty łączące tradycję, nowości i pomysły na upominki."**

**"Świąteczne ekspozycje w Intermarché łączą sprzedaż z pozytywnymi doświadczeniami klientów."**

„Z roku na rok rośnie ilość, jakość a tym samym znaczenie ekspozycji świątecznych. Już nie tylko Coca Cola, ale też właściciele innych brandów w okresie przedświątecznym zgłaszają zapotrzebowanie na specjalne prezentacje swoich produktów w marketach. Chętnie realizujemy takie przedsięwzięcia, bo są one korzystne dla każdej strony. Nam i producentom budują sprzedaż i wizerunek marek, a klientów wprowadzają w dobry nastrój, zapewniając jednocześnie pozytywne doświadczenie zakupowe. Wszelkie takie działania nie są przypadkowe i mają swoje uzasadnienie. Dodatkowe szczyty, standy, palety, prezentacje są realizowane na tych kategoriach, które w okresie świątecznym są poszukiwane przez klientów. Trudno wyobrazić sobie specjalne dodatkowe miejsce sprzedaży (np. paletowe) dla produktów takich jak masa makowa w innych okresach roku niż przed świętami, kiedy jest to wręcz obowiązek. W Intermarché główne dodatkowe ekspozycje świąteczne są realizowane na kategoriach upominkowych (non food), ale także na słodyczach świątecznych, napojach i dodatkach kulinarnych. Dbamy też o jakość ekspozycji ofert świeżych, które ze względu na swój charakter wymagają specyficznych warunków przechowywania”.

**Tomasz Walczak**  
Dyrektor Marketingu Intermarché

# Komentarz wybranych sieci handlowych

„Jak co roku stawiamy na jakość produktów, kładąc szczególny nacisk na współpracę z polskimi markami. Naszym klientom oferujemy szeroki wybór produktów, w tym wiele nowości, które dostępne są wyłącznie w halach Selgros. W tym okresie szczególnie koncentrujemy się na działach świeżych, takich jak mięso, ryby, owoce i warzywa, gwarantując najwyższą jakość oraz najszerszy asortyment spośród wszystkich operatorów w Polsce. Stawiamy na różnorodność i unikalność asortymentu, aby spełniać oczekiwania nawet najbardziej wymagających klientów. Codziennie dbamy o to, aby produkty trafiające na półki były świeże i starannie wyselekcjonowane. Dbamy o to, aby oferta była różnorodna, a jednocześnie dostosowana do potrzeb naszych klientów. W szczególności stawiamy na produkty sezonowe, takie jak ryby, pierogi czy składniki do domowych wypieków, by każdy mógł cieszyć się smakiem tradycyjnej polskiej Wigilii. Wszystko to dostępne jest w atrakcyjnych cenach, aby świąteczne zakupy były przyjemnością”.

**Cezary Furmanowicz**  
Dyrektor Działu Marketingu Transgourmet Polska

"Stawiamy na świeże, sezonowe produkty najwyższej jakości w atrakcyjnych cenach."

"Na święta oferujemy ekologiczne dekoracje Actuel by Auchan w pięciu tematycznych liniach."

„Święta Bożego Narodzenia to szczególny okres w roku, pełen magii i wyjątkowej atmosfery. Niepowtarzalny klimat tworzą dekoracje dzięki którym możemy ozdobić dom. Dlatego jak co roku w okresie przedświątecznym oferujemy klientom **kolekcje produktów świątecznych do domu marki własnej Actuel by Auchan**, różnorodnych, inspirujących i co warto również podkreślić, przyjaznych środowisku. W tym roku królują linie tematyczne: Christmas funfair, In the Mood for Wood, Roadtrip in the far North, Forest and Fantasy oraz London Style”.

**Hanna Bernatowicz**  
Dyrektor Komunikacji Auchan Polska

# Metodologia

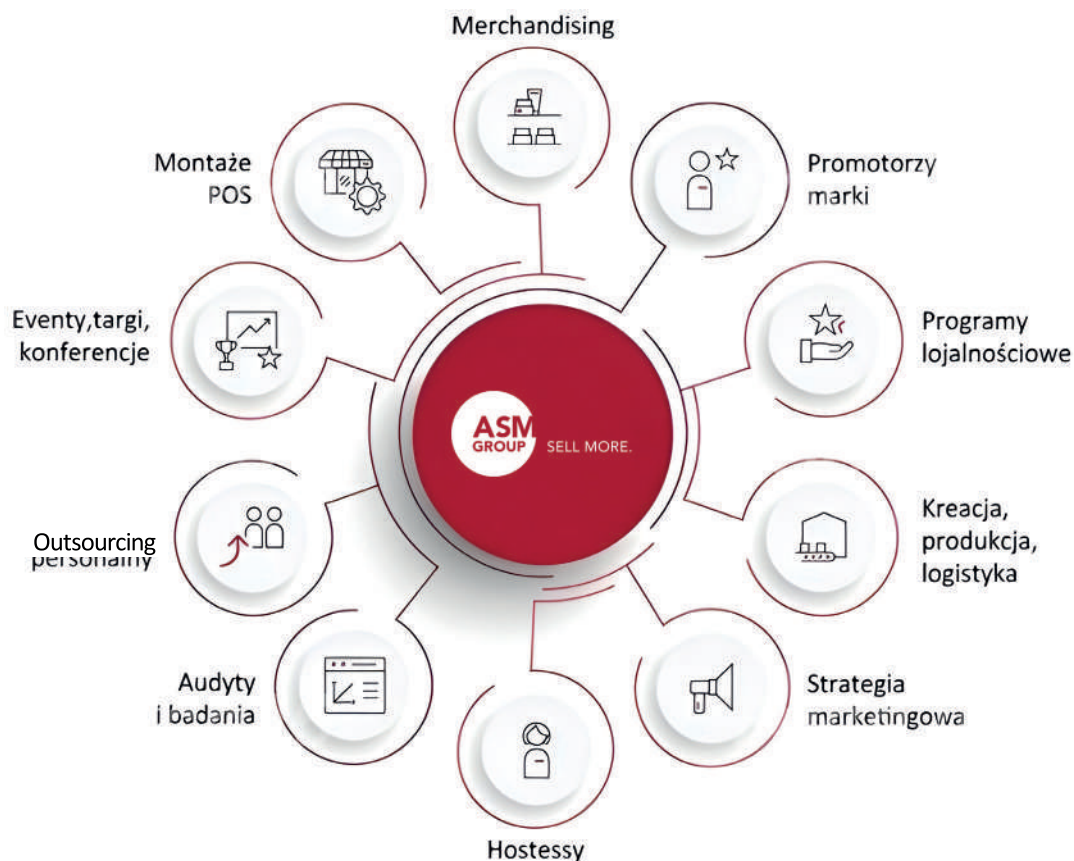
Zgodnie z przyjętą metodologią, w świątecznej edycji Badania i Raportie Koszyk Zakupowy 2024 przeanalizowano ceny 35 produktów kojarzonych ze świętami. W ten sposób porównano wartości koszyka świątecznego 2024 i różnice pomiędzy jego wartościami w 13 analizowanych sieciach handlowych.

Na potrzeby analizy porównawczej, w której ceny produktów oraz wartość koszyka porównano do stanu z roku 2023 wybrano 14 produktów spośród 35 analizowanych. W ten sposób uzyskano wiarygodne dane porównawcze pomiędzy rokiem 2023 i 2024. Rodzaje analizowanych sklepów: **Cash & Carry** (Makro, Selgros) - wielkopowierzchniowy sklep/hurtownia, przeznaczona dla przedsiębiorców i detalistów; **Dyskont** (Biedronka, Lidl, Netto, Aldi) - sklep sprzedający towar w ograniczonym asortymencie i w obniżonych cenach; **Supermarket** (Dino, Polomarket, Intermarché) - samoobsługowy sklep o powierzchni sprzedażowej od 400 m<sup>2</sup> do 2,5 tys. m<sup>2</sup>; **Hipermarket** (Auchan, Carrefour, Kaufland, E.Leclerc) - sklep samoobsługowy o powierzchni powyżej 2,5 tys. m<sup>2</sup>; **Sieć tradycyjna** - sieć handlowa prowadząca sprzedaż w sklepach stacjonarnych.

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. Jakiegokolwiek 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.

# 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](#)

