

## Polski Rossmann droższy od niemieckiego? Porównanie cen w drogeriach

data aktualizacji: 2018.02.23



**67 proc. produktów dostępnych w ofercie zarówno polskiego, jak i niemieckiego sklepu internetowego sieci Rossmann, kosztuje więcej w naszym kraju - wynika z analizy Instytutu Badawczego ABR Sesta. Sytuacja taka dotyczy 245 produktów, podczas gdy tańszych w Polsce niż w Niemczech jest 121 produktów (33 proc.).**

Największa różnica w cenie pojedynczego artykułu wyniosła na naszą niekorzyść 140 proc. Z kolei u nas był produkt tańszy nawet o 268 proc. Rossmann Polska tłumaczy, że działa zupełnie niezależnie od niemieckiego odpowiednika. Ma odrębny zarząd i kupuje towary od innych dostawców. Tamtejszy rynek także nie stanowi dla sieci punktu odniesienia. I stąd ceny mogą się różnić.

Należy podkreślić, że artykuły w polskim sklepie internetowym Rossmann w większości są inne, niż w Niemczech. Nawet te, które tak samo się nazywają, zwykle różnią się miejscem produkcji, składem lub gramaturą. Według analizy Instytutu Badawczego ABR SESTA, z ok. 28 tys. towarów obu drogerii na dzień badania, tylko 366 miało zgodne kody EAN.

Jak dokładnie przebiegało badanie? Podzielono ceny wszystkich badanych produktów na 4 równe części. W obu drogeriach łącznie było ich niespełna 28 tys. Ponad 14 tys. (dokładnie 14 143)

stanowiły towary dostępne w polskiej sieci i niecałe 14 tys. (13 792) – w niemieckiej. W najtańszym zbiorze – do 7,79 zł tutejszy asortyment stanowił 26 proc., a sprzedawany za granicą – 24 proc. W drugim przedziale – do 14,35 zł wynik był dokładnie taki sam, jak w pierwszym. W trzeciej grupie – do 28,91 zł było 25proc.towarów rodzimej sieci i 24proc.– niemieckiej. Z kolei do ostatniego, najdroższego kwartyłu trafiło 23proc.produktów Rossman Polska i 27proc. – niemieckiego odpowiednika. Najwyższa cena wynosiła 2745,56 zł. To oznacza, że w sumie jest u nas więcej artykułów w niższych cenach.

- Trzeba wyjaśnić, że najtańsze produkty, jakie są sprzedawane w polskim Rossmannie, z reguły nie występują w niemieckiej drogerii. Jeśli natomiast chodzi o identyczne artykuły, to zazwyczaj są one u nas droższe. Moim zdaniem, wynika to z wielu czynników, m.in. z polityki międzynarodowych producentów. Rodzimi konsumenci mogą oszczędzać, kupując kosmetyki wyprodukowane w Polsce – mówi Sebastian Starzyński, prezes zarządu Instytutu Badawczego ABR SESTA.

Większość różnic w cenach wystąpiło pomiędzy produktami, które były poza promocją. Wśród takich samych towarów w Polsce tylko 59 było objętych rabatami, a w Niemczech – 87. Gdyby analiza została przeprowadzona w innym okresie, np. w sezonie obniżek na świąteczne prezenty, wyniki mogłyby przedstawiać się zupełnie inaczej. Jednak sam upust nie czyni produktu mniej kosztownym na naszym rynku. W badaniu 36 promowanych w Polsce artykułów było tańszych, a 23 towary z obniżonymi u nas cenami okazały się droższe.

- Po analizie wyników widać, że w dniu badania największa rozbieżność cenowa na niekorzyść Polski wyniosła aż 140 proc. Dotyczyła nawilżającej maseczki do skóry odwodnionej, Garnier, Skin Active, 8 ml. W Niemczech ten sam artykuł kosztował równowartość 2,50 zł, a w Polsce – 5,99 zł. Znacząca różnica może wynikać np. z tego, że kosmetyk jest u nas pewną nowością, a u naszych zachodnich sąsiadów ma już stabilniejszą sprzedaż. Ponadto, w naszym kraju zainteresowanie klientek tą kategorią produktową jest dosyć spore. W social mediach tzw. influencerki szeroko opisują działanie maseczek do twarzy, co wywiera istotny wpływ na decyzje zakupowe Polek – stwierdza Norbert Kowalski z Grupy AdRetail.

Z badania wynika również, że napój sojowy EnerBio 1 l to drugi produkt o największej różnicy cenowej. Wyniosła ona 118 proc. U nas ten artykuł kosztował 8,99 zł, a w Niemczech – 4,12 zł, w przeliczeniu na naszą walutę. W Polsce charakterystyczne jest to, że asortyment kojarzący się ze zdrowym odżywianiem jest postrzegany jako luksusowy. Konsumenci, którzy go kupują, mają niższą wrażliwość cenową i są w stanie zapłacić nawet więcej, niż masowy klient za granicą. W takiej sytuacji mniejszy popyt przekłada się często na wyższe ceny.

- W Polsce droższe artykuły należą do kategorii Makijaż oczu. Wśród nich wyjątkowo duża różnica – 116proc.– dotyczyła eyelinera L'Oréal Paris, Super Liner, Black Lacquer. U nas ten produkt kosztował 49,99 zł, a w Niemczech – równowartość 23,13 zł. Polki wydają też więcej na kosmetyki z grupy Makijaż ust. I tak szminka matowa L'Oréal Paris, Color Riche Matte, nr 430, 5 g miała tutaj cenę 64,99 zł, a tam – odpowiednik 33,11 zł. Rozbieżność wyniosła w tym przypadku 96proc.– dodaje prezes Starzyński.

Droższe okazują się też produkty z kategorii Makijaż twarzy. Dla przykładu, korektor Revlon, colorstay 020, light, 6,20 ml miał w Polsce cenę, 51,49 zł, a tam – równowartość 29,08 zł. Różnica sięgnęła 77 proc. Kolejna bardziej kosztowna dla nas grupa artykułów to Pielęgnacja, koloryzacja i stylizacja włosów. I tak suchy szampon zwiększający objętość Batiste, 200 ml kosztował tutaj 16,99 zł, a w Niemczech – odpowiednio 9,24 zł. Różnica wyniosła wówczas 84 proc.

- Z badania wynika, że zdecydowanie mniej kosztowne dla Polek są maskary do brwi Maybelline, Brow Precise 8 ml, w 3 wersjach kolorystycznych: Dark Blonde, Medium Brown i Deep Brow. Każdy

z tych produktów jest niemal 3-krotnie droższy za granicą. U nas miał cenę 8,99 zł, a tam kosztował równowartość – 33,07 zł. To 268proc. na korzyść naszego Rossmanna. Tańszy mieliśmy też zestaw korektorów Maybelline, Master Camo, Claire/Light, 6,5 g. W Polsce trzeba było za niego zapłacić 15,59 zł, a w Niemczech – odpowiednik 53,87 zł. Rozbieżność była na poziomie aż 246proc. – zauważa Sebastian Starzyński.

Co istotne, z 69 porównywalnych w obu krajach artykułów marki Maybelline, aż 41 jest u nas tańszych. Ekspert z Instytutu Badawczego ABR SESTA wnioskuję, że L'Oréal stara się plasować Maybelline w Polsce w nieco niższym segmencie cenowym, niż w Niemczech. Dla odmiany, swoją sztandarową markę, o tożsamej nazwie L'Oréal, pozycjonuje tutaj jako droższą. 47 produktów tej firmy kosztuje u nas więcej. Natomiast wśród 16 tańszych artykułów jest np. lakier L'Oréal Paris, Color Riche Huile, nr 116, który w Polsce miał cenę 9,99 zł, a tam – równowartość 26,46 zł. Zatem różnica wyniosła 176proc. na korzyść rodzimego Rossmanna.

- Analizując wyniki badania, można zauważyć, że najwięcej tańszych produktów w Polsce znajdziemy w 2 kategoriach, tj. Higiena intymna oraz Pokarm i Akcesoria dla zwierząt. Przykładem z pierwszej grupy jest lubrykant, żel nawilżający i do masażu Preventivo, 200 ml. W Polsce kosztował 7,99 zł, a w Niemczech – odpowiednik 24,92 zł. Zatem rozbieżność była na poziomie 212 proc. Jeżeli chodzi o pożywienie dla czworonogów, można wymienić przysmak dla kota z pysznym kurczakiem Dreamies, 60 g. Zapłacimy za niego 4,19 zł, a Niemcy – równowartość 5,37 zł – wskazuje ekspert z Grupy AdRetail.

Zaprezentowane badanie zostało przeprowadzone w jeden, konkretny dzień i dotyczy cen półkowych. Rossmann Polska wyjaśnia, że taka forma porównania jest obciążona błędem metodologicznym. Dla uzyskania obiektywnych wyników należy porównywać średnie ceny sprzedaży. Bazując na całym 2017 roku, sieć wzięła pod uwagę wartość i ilość sprzedaży całkowitej dla wymienionych w raporcie 366 produktów. 197 z nich, czyli 53,8proc. było tańszych w Polsce, a 160 – czyli 43,7proc. w Niemczech. 9 artykułów w zagranicznym Rossmannie w ogóle nie było.

- Analizowane produkty są dostępne w sklepach internetowych obu sieci. ABR SESTA nie ma dostępu do danych sprzedażowych sieci Rossmann. Dlatego nie jesteśmy w stanie ich zweryfikować. Na podstawie przyjętej przez nas metodologii faktycznie nie można porównać średniego poziomu cen w Polsce i w Niemczech w ciągu całego roku. Jednak celem badania było sprawdzenie wyników w konkretnym dniu. Zatem nasze metodologie różnią się od siebie, ale to nie znaczy, że jedna jest błędna, a druga poprawna – komentuje Sebastian Starzyński.

Według Rossmann Polska, średnie ceny sprzedaży najlepiej oddają różnice pomiędzy analizowanymi rynkami. W handlu detalicznym w naszym kraju najpowszechniejsza jest polityka z wysokim udziałem rabatów. W polskiej sieci dodatkowo odbywają się np. akcje „2+2 gratis”, „-49 proc. na kosmetyki kolorowe” czy promocje Klubu Rossmann. Tymczasem w Niemczech dominuje praktyka niewielkiej liczby promocji. Porównano również koszyki zakupowe zawierające wszystkie przebadane produkty. Przy analizowanym asortymencie, polska sieć jest o 1,3proc. tańsza od niemieckiej. W celu zachowania spójności metodologicznej do przewalutowania tamtejszych cen użyto średniego kursu EUR-PLN za rok 2017, wynoszącego 4,26 zł.

- Porównując średni koszyk z dnia badania i wyliczony na podstawie danych sprzedażowych, uzyskujemy różnicę na poziomie 25proc. w Polsce i 15proc. w Niemczech. Jeśli założymy, że sieci w obu krajach sprzedają połowę produktów w okresach wyprzedzaży, to klienci realizują je w 50-procentowej promocji w Polsce i w 30-procentowej – w Niemczech. Rabaty w naszym kraju są wysokie i dość powszechne. Obie sieci mają podobną strategię, ale u nas jest ona bardziej korzystna dla klientów – tłumaczy Sebastian Starzyński.

Jak wyjaśniają przedstawiciele sieci, Rossmann SDP (Polska) oraz Rossmann GmbH (Niemcy) to różne firmy, działające na innych rynkach. Poza wspólnym szyldem są w pełni odrębne. Mają m.in. oddzielny zarząd i osobno kupują towary od dostawców. Rossmann Polska kształtując i prowadząc politykę cenową, nie porównuje swoich cen z tamtejszymi. Firma działa bowiem na terytorium Polski, tu konkuruje i tu kupuje towary. Rynek niemiecki w tym kontekście nie stanowi dla polskiej sieci punktu odniesienia. Niemiecka sieć również w żaden sposób nie wpływa, a także nie narzuca cen towarów w sklepach działających pod szyldem Rossmann w Polsce.

- Faktycznie to oddzielne firmy. Zatem osobno negocjują swoje umowy z dostawcami. Obie sieci sprzedają bardzo dużo produktów globalnych marek. Wpływ strategii cenowych dużych koncernów jest więc bardzo istotny w każdej z drogerii. Z badania wynika, że koncepcje producentów są różne dla poszczególnych marek. Z tej perspektywy można wnioskować, że polska sieć kompensuje narzucane jej wyższe ceny, uzupełniając swój asortyment tańszymi produktami polskich marek narodowych. Cechują się one dobrym stosunkiem ceny do jakości - zaznacza Sebastian Starzyński.

Na cenę półkową produktu wpływa szereg czynników. Kluczowym elementem jest cena, po jakiej sieć handlowa kupuje towar od dostawcy. Rossmann Polska jako niezależna firma działająca w Polsce kupuje artykuły na terenie Polski, np. od L'Oréal Polska, a nie L'Oréal Niemcy czy globalnej centrali. Cena, po jakiej nabywa towary, jest zatem często inna od tej, po której kupuje niemiecka sieć. Decyzje o pozycjonowaniu swoich towarów w danym segmencie cenowym na różnych rynkach podejmują producenci. Warunki handlowe, jakie zaoferują sieciom handlowym, wpływają na generalny poziom cen w sklepach. Tak przynajmniej wynika z oświadczenia polskiej sieci.

- Ten sam artykuł na tamtejszym rynku może być postrzegany jako standardowy, a u nas - luksusowy. Jest to związane z większą siłą nabywczą Niemców. Mają oni bowiem wyższe oczekiwania co do jakości produktów i kupują więcej rzeczy o lepszych parametrach. Nasi konsumenci mogą sięgać po te same towary okazjonalnie, gdy sieci oferują na nie wysokie rabaty. Wtedy klienci uważają swoje zakupy za bardziej korzystne. Dlatego właśnie sklepy w Polsce mają wyższe ceny wyjściowe i większe promocje - podsumowuje Norbert Kowalski.

Dane ze stron internetowych w Polsce i Niemczech pochodzą z dnia 4 lutego br. W badaniu porównawczym przeliczono ceny niemieckich produktów, według średniego kursu NBP, z dnia 5 lutego br. Wówczas 1 euro miało wartość 4,16 zł.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/polski-rossmann-drozszy-od-niemieckiego-porownanie,45398>