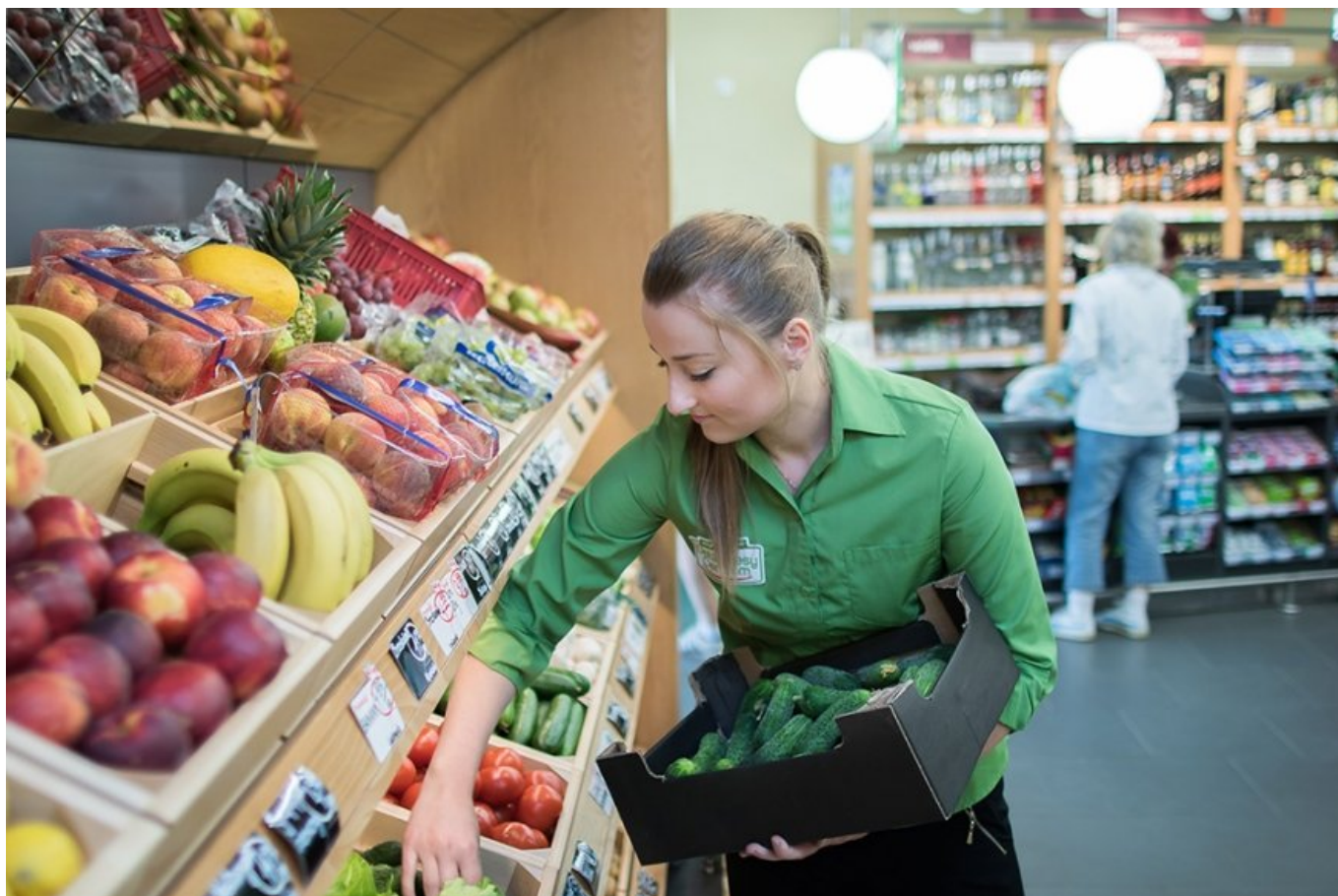


## **Sprzedaż w małych sklepach wzrosła w styczniu nieznacznie. Liczba transakcji w dół**

data aktualizacji: 2020.02.21



**Według CMR Panel i Polskiej Izby Handlu, w styczniu 2020 r. łączna wartość sprzedaży w sklepach małoformatowych do 300 mkw w porównaniu do stycznia 2019 r. wzrosła o 2,5 proc., chociaż liczba transakcji była o około 3 proc. niższa niż przed rokiem. W porównaniu z grudniem 2019 r. obroty obniżyły o 14,9 proc., natomiast łączna liczba transakcji spadła o około 8 proc.**

W sklepach małoformatowych do 300 mkw styczeń to zwykle jeden z najsłabszych miesięcy, zarówno pod względem liczby transakcji, jak i wartości sprzedaży. W porównaniu z grudniem, kiedy klienci więcej wydają na zakupy świąteczne i sylwestrowe, duże spadki notują niemal wszystkie kategorie produktowe, szczególnie kulinaria, alkohole i słodczyce. W styczniu 2020 r. wartość sprzedaży wódek czystych była o 22 proc. mniej niż w grudniu, na whisky klienci sklepów małoformatowych wydali o 50 proc. mniej niż miesiąc wcześniej, a wydatki na przyprawy, mąkę czy czekolady spadły w tym czasie o około 30 proc.. Jeszcze większe spadki w ujęciu miesiąc do miesiąca odnotowały kategorie win musujących, dodatków do ciast czy figurek czekoladowych.

Coroczne styczniowe spadki zarówno liczby transakcji, jak i obrotów są jeszcze bardziej znaczące w

większych placówkach, dla obrotów których grudzień jest najważniejszym miesiącem w roku. Według CMR Panel i Polskiej Izby Handlu, w styczniu 2020 r. wartość sprzedaży w supermarketach 301-2500 mkw (z wyłączeniem dyskontów) spadła w porównaniu z grudniem aż o 23 proc.. W tym kanale sprzedaży niewielki spadek sprzedaży odnotowano również w ujęciu rocznym - w styczniu wydatki klientów w tym formacie placówek były o 2,1 proc. niższe niż rok wcześniej.

W sklepach małychformatowych do 300 mkw obroty sklepów w styczniu 2020 r. były wprawdzie nieco wyższe niż rok wcześniej, zmniejszyła się jednak liczba transakcji, do czego przyczynił się głównie spadek liczby placówek. Wzrost wartości sprzedaży to efekt rosnących cen - w styczniu 2020 r. klienci sklepów małychformatowych wydawali na zakupy średnio 16,24 zł, czyli o prawie 6 proc. więcej niż przed rokiem, mimo iż średnia liczba opakowań produktów wkładanych do koszyka była nieco niższa niż w styczniu 2019 r. W styczniu 2020 r. klienci sklepów małychformatowych zaczęli też odczuwać skutki podwyżki akcyzy na alkohol i papierosy - za butelkę wódki czystej o pojemności 100 ml musieli zapłacić średnio o 30 groszy więcej niż przed rokiem, opakowanie 200 ml kosztowało ich o 50 groszy więcej, natomiast półlitrowa butelka wódki podrożała średnio o około 70 groszy. Droższe niż przed rokiem były również papierosy, przy czym najboleśniej zmianę stawek akcyzy odczuli palacze papierosów ze średniej i wyższej półki cenowej, którzy za paczkę papierosów muszą płacić obecnie nawet 1 zł więcej niż przed rokiem.

Najważniejszymi grupami produktów paczkowanych w sklepach małychformatowych do 300 mkw pozostają alkohole, produkty tytoniowe, napoje, słodyczne i produkty mleczne - w styczniu 2020 r., podobnie jak rok wcześniej, 5 tych kategorii odpowiadało one za niespełna 60 proc. obrotów sklepów, a ich sprzedaż utrzymała się na podobnym poziomie jak przed rokiem. Wśród grup produktów, które w styczniu 2020 r. sprzedawały się znacznie lepiej niż w styczniu 2018 r., należy wymienić m.in. różnego rodzaju dania gotowe (wzrost wartości sprzedaży o 16 proc.), musy owocowe (wzrost o 56 proc.), napoje energetyzujące (wzrost o 16 proc.), czyli produkty wpisujące się w potrzeby zabieganego klienta, który ceni sobie wygodę i oszczędność czasu.

W supermarketach 301-2500 mkw (z wyłączeniem dyskontów) w styczniu 2020 obroty były o 22,6 proc. niższe niż w grudniu. Natomiast sprzedaż rdr w supermarketach - 2,1 proc.

Źródło: <https://www.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/sprzedaz-w-malych-sklepach-wzrosla-w-styczniu-niez,61112>