Swadzim, 22 września 2021 r.

**PONAD POŁOWA POLAKÓW WYDAJE DO 20 PROC. BUDŻETU NA PRODUKTY SPOŻYWCZE ONLINE**

**Polacy nadal chętnie korzystają z możliwości dokonywania zakupów przez Internet. 34 proc. badanych decyduje się na to kilka razy w miesiącu, a jedna na dziesięć osób robi to raz w tygodniu – wynika z badania *Jak kupuje polski konsument? Trendy e‑commerce w zakupach z kategorii spożywczej oraz „dom i ogród”* przeprowadzonego na zlecenie Grupy Muszkieterów. Polacy wydają średnio 230,77 zł na artykuły spożywcze online miesięcznie, a ponad połowa z nich przeznacza nawet do 20 proc. swojego miesięcznego budżetu na tę kategorię w sieci. Konsumenci niezmiennie podkreślają, że pandemia wywarła wpływ na ich nawyki w tym zakresie – aż 61 proc. przyznaje, że obecnie decyduje się na internetowe zakupy spożywcze jeszcze częściej.**

**Co najbardziej zachęca do zakupów online?**

W przypadku produktów spożywczych na pierwszym miejscu wśród czynników wpływających na podjęcie decyzji zakupowej ankietowani wskazywali wygodę. Ze względu na oszczędność czasu oraz wygodną dostawę, zakupy w sieci wybiera 54 proc. Polaków. Jako trzeci z najważniejszych czynników wymieniano możliwość zrobienia zakupów o dowolnej porze dnia (51 proc.).

**Ile wydajemy w sieci?**

Średnie miesięczne wydatki na zakupy produktów spożywczych przez Internet wynoszą w Polsce 230,77 zł. Jednak aż ponad połowa konsumentów wskazuje, że online wydaje nawet do 20 proc. swojego miesięcznego budżetu na kategorię spożywczą.

Kupując przez Internet badani najczęściej decydują się na produkty o dłuższym terminie przydatności – 73 proc. z nich wybiera herbaty lub kawy, 58 proc. przyprawy, a 47 proc. produkty sypkie, takie jak kasze czy makarony. Wśród rzadziej wybieranych są produkty świeże, takie jak pieczywo (13 proc.), wyroby garmażeryjne (11 proc.) czy ryby (11 proc.).

– *Ze szczególnym zainteresowaniem obserwujemy obszar e-commerce, który dynamicznie się rozwija. Staramy się jak najlepiej odpowiadać na bieżące zapotrzebowanie, dlatego uruchomiliśmy usługę Drive, pozwalającą na zamawianie wybranych produktów przez Internet i odbieranie ich w wyznaczonej przy sklepie strefie o dogodnej dla klienta porze. W przypadku Intermarché aż od 45 do 48 proc. wolumenu artykułów zamawianych online stanowią produkty świeże, co bardzo nas cieszy, biorąc pod uwagę wyniki ogólnopolskiego badania –* **mówi** **Piotr Szczerba, Kierownik Działu E-commerce Intermarché.**

**Jak, gdzie i kiedy?**

30 proc. Polaków deklaruje, że kupuje produkty spożywcze przez Internet kilka razy w miesiącu, a minimum raz w tygodniu robi to 24 proc. z nich. Dzień dokonywania zakupów nie jest stały – ponad 60 proc. badanych deklaruje, że robi je w zależności od sytuacji. Natomiast ponad jedna trzecia ankietowanych (36 proc.) kupuje online w porze wieczornej.

Jak wynika z badania, aż 85 proc. Polaków zakupy spożywcze w sieci najczęściej robi będąc w domu. Co ciekawe, 69 proc. badanych korzysta w tym celu z komputera oraz strony internetowej sklepu.

**Ceny najważniejsze**

Poziom cen to najważniejszy czynnik wpływający na decyzję o ponownym zakupie w danym sklepie internetowym według Polaków. Ponad połowa ankietowanych (53 proc.) wskazuje również, że zwraca uwagę na szerokość asortymentu. Dodatkowo, 61 proc. deklaruje, że w przypadku gdy wybrany przez nich produkt jest niedostępny chętnie akceptują oferowane przez sklep zamienniki.

**Gotowość sieci Intermarché**

Jak pandemia wpłynęła na zwyczaje zakupowe konsumentów? Aż 61 proc. Polaków wskazuje, że znacząco zmieniła ich nawyki w tym zakresie. Obecnie decydują się oni na zakupy produktów spożywczych online jeszcze częściej.

– *Mimo iż wśród niektórych klientów branży spożywczej preferowanym modelem pozostają tradycyjne zakupy, a wraz ze zniesieniem obostrzeń część z nich wróciła do sklepów, widzimy istotną zmianę w trendach wywołaną pandemią koronawirusa. Polacy dostrzegli korzyści internetowych zakupów spożywczych, a my odpowiadamy na ich potrzeby. Dlatego Grupa Muszkieterów inwestuje w nowe technologie i rozwiązania, by jeszcze wydajniej wykorzystywać kanał online. Naszym celem jest wprowadzenie wspomnianej usługi Drive w sklepach szyldu Intermarché wszędzie tam, gdzie jest to możliwe. Dzięki temu budujemy infrastrukturę, która zabezpieczy naszą sieć na przyszłość* – **dodaje Piotr Szczerba.**

**O raporcie**

Raport *Jak kupuje polski konsument? Trendy e-commerce w zakupach z kategorii spożywczej oraz „dom i ogród”* został przygotowany na zlecenie Grupy Muszkieterów przez Havas Media w sierpniu 2021 roku. Badanie zostało przeprowadzone na ogólnopolskim internetowym panelu badawczym na reprezentatywnej próbie osób powyżej 25 roku życia (CAWI, N=1098).

**Informacje o Grupie Muszkieterów w Polsce**

Grupa Muszkieterów, największa sieć franczyzowa w kategorii supermarketów spożywczych i typu „dom i ogród” w Polsce, jest zrzeszeniem ponad 300 niezależnych polskich przedsiębiorców zarządzających supermarketami spożywczymi Intermarché oraz supermarketami typu „dom i ogród” Bricomarché. W 2020 roku obroty Grupy Muszkieterów wyniosły blisko 7,8 mld złotych. Wyznaczaniem kierunków strategicznych obu sieci zajmuje się spółka ITM Polska. Grupa Muszkieterów jest regularnie nagradzana w licznych konkursach i rankingach, m.in. na Liście 500 dziennika „Rzeczpospolita”, czyli w zestawieniu największych firm w Polsce (45. pozycja w 2020 r.), w rankingu „1 000 największych firm w Polsce” przygotowanym przez „Gazetę Finansową” (47. miejsce w 2020 r.) czy rankingu Najwięksi money.pl (48. pozycja w 2021 r.). Muszkieterowie są obecni w 4 krajach Europy: Polsce, Francji, Belgii, Portugalii.

Więcej informacji o Grupie Muszkieterów, Intermarché oraz Bricomarché w Polsce znajduje się na stronach: [www.muszkieterowie.pl](http://www.muszkieterowie.pl), [www.intermarche.pl](http://www.intermarche.pl) i [www.bricomarche.pl](http://www.bricomarche.pl)

**Dodatkowych informacji udziela:**

Eliza Orepiuk-Szymura

Dyrektor ds. Komunikacji i Informacji

ITM Polska sp. z o.o., ul. Św. Mikołaja 5,

Swadzim, 62-080 Tarnowo Podgórne   
tel. 61 665 12 09

e-mail: eorepiuk@mousquetaires.com