



Polaka przepis na święta – szturm na sklepy czy zakupy kontrolowane?

Prezentacja wyników badania świątecznych zwyczajów zakupowych w Polsce i Europie



7 listopada 2013

Agenda

- Metodologia badania
- Ocena sytuacji gospodarczej
- Strategie zakupowe i tegoroczny budżet świąteczny
- Najbardziej pożądane i najbardziej popularne prezenty świąteczne
- Gdzie planujemy zrobić świąteczne zakupy
- Podsumowanie

Metodologia

- **16 edycja** badania w Europie, **5 edycja** badania w Polsce.
- Przebadano **17 krajów** europejskich (Finlandia, Irlandia, Belgia, Holandia, Dania, Niemcy, Luksemburg, Szwajcaria, Francja, Hiszpania, Portugalia, Włochy, Grecja, Polska, Czechy, Ukraina, Rosja)*.
- W prezentacji przedstawiono wyniki dla 9 wybranych krajów.
- Wielkość próby: **16 553** respondentów, w tym w Polsce: **767**.
- Respondenci – osoby fizyczne powyżej 18 lat.
- Ankieta online zrealizowana we wrześniu 2013.
- Informacje zostały zebrane przez Internet za pomocą kontrolowanego badania panelowego przeprowadzonego na określonej próbie respondentów. W celu dopasowania badanej próby przez Internet do populacji każdego z krajów zastosowano statystyczną metodę badawczą ex post w oparciu o płeć, dochody i wiek respondentów.
- Przebadano deklaracje dotyczące zwyczajów konsumenckich w wyjątkowym okresie Świąt Bożego Narodzenia.

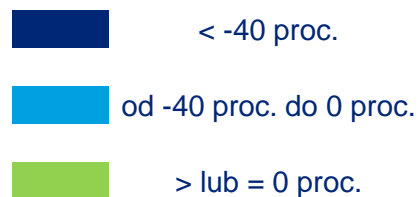
*Słowacja w tym roku nie brała udziału w badaniu

Ocena sytuacji gospodarczej



Ocena obecnej sytuacji gospodarczej Europa

Wskaźnik różnicy między odpowiedziami
pozytywnymi a negatywnymi



↓ Tendencja zniżkowa

↑ Tendencja wyżkowa

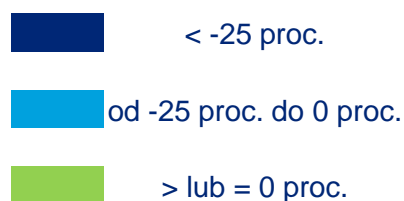
- Po raz pierwszy od 2008 roku niektóre kraje pozytywnie oceniają obecną sytuację gospodarczą.
- Większość krajów mniej krytycznie ocenia stan lokalnej gospodarki niż w roku ubiegłym. Wyjątek stanowią Holandia, Polska, Ukraina, Finlandia i Rosja.
- Europę umownie można podzielić na dwie części: Europa Wschodnia oraz Niemcy i Dania wyraziły optymizm w badaniu; Europa Zachodnia nadal negatywnie ocenia sytuację gospodarczą.



Ocena sytuacji gospodarczej w przyszłości

Europa

Wskaźnik różnicy między
odpowiedziami pozytywnymi a
negatywnymi



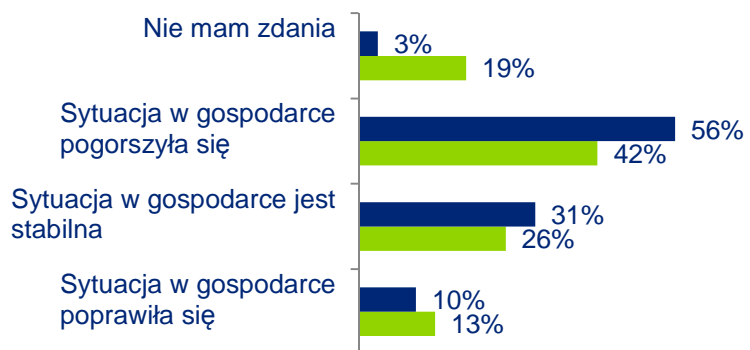
↓ Tendencja zniżkowa
↑ Tendencja wyżkowa

- Wszystkie kraje mniej pesymistycznie oceniają perspektywy gospodarcze poza Holandią, Ukrainą, Finlandią i Rosją.
- Jedynie Duńczycy z optymizmem patrzą na przyszłość gospodarki.

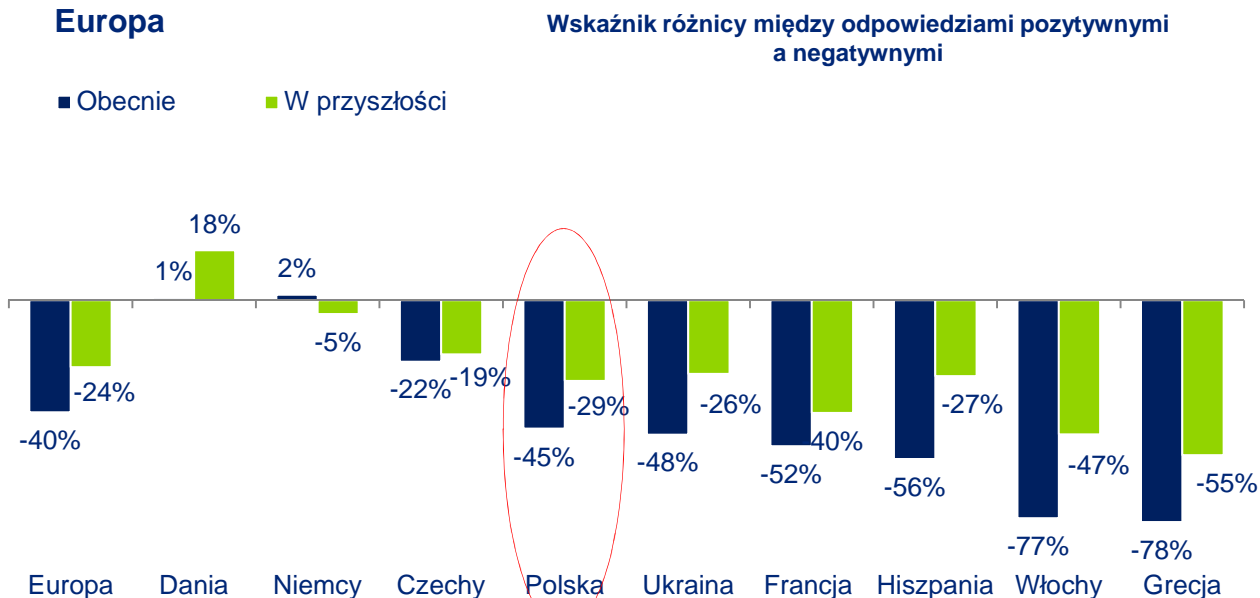


Ocena sytuacji gospodarczej – obecnie i w przyszłości

Polska



Europa

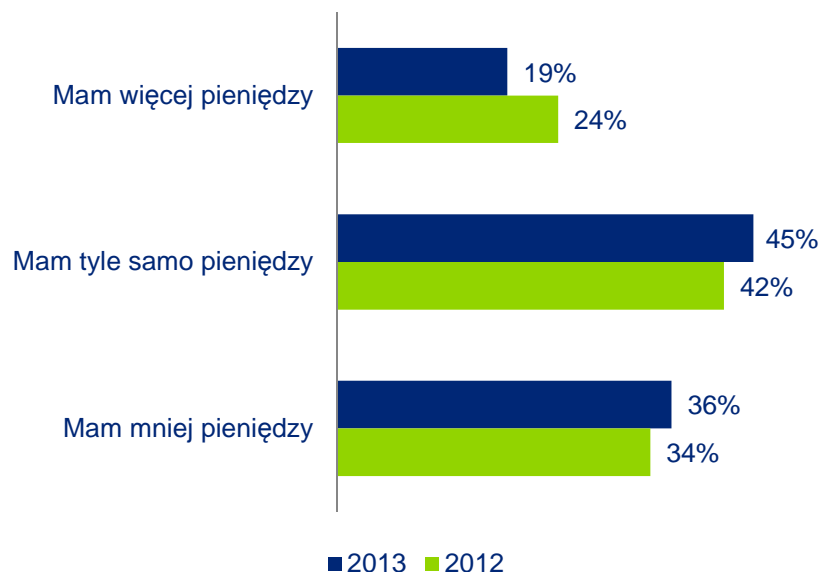


- Nastroje w Europie są nadal pesymistyczne, jednak pojawiają się oznaki poprawy. W tym roku większość Europejczyków uważa, że stan gospodarki nie zmieni się lub ulegnie poprawie.
- Większość krajów europejskich mniej pesymistycznie ocenia perspektywy gospodarcze niż sytuację obecną. Jedynie Niemcy bardziej optymistycznie oceniają sytuację obecną niż przyszłość, zdecydowanymi optymistami są Duńczycy.
- Najbardziej pesymistyczne nastroje panują w Grecji (81 proc. respondentów), we Włoszech (80 proc.), Hiszpanii (64 proc.) i we Francji (57 proc.). Bardziej optymistycznie oceniają obecną sytuację gospodarczą Niemcy (25 proc. odpowiedzi pozytywnych do 23 proc. odpowiedzi negatywnych) oraz Duńczycy (25 proc. odpowiedzi pozytywnych do 24 proc. negatywnych).
- Z największym pesymizmem patrzą na przyszłą sytuację gospodarczą mieszkańcy Grecji (65 proc. respondentów), Włoch (56 proc.) i Francji (49 proc.). Jedynie Duńczycy pozostają optymistami.
- Polacy, podobnie jak większość Europejczyków, negatywnie oceniają obecną sytuację gospodarczą, ale z optymizmem patrzą w przyszłość.

Sytuacja finansowa polskich gospodarstw domowych

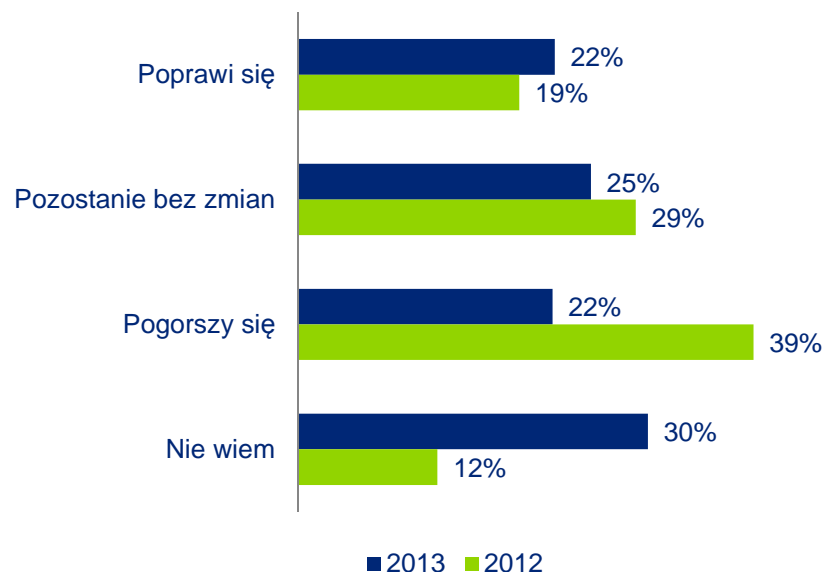
Jak oceniasz obecnie swoją **sytuację finansową** w porównaniu do sytuacji sprzed roku?

Polska



Jak zmieni się **sytuacja finansowa** Twojego **gospodarstwa domowego** w najbliższych 12 miesiącach?

Polska



- Zaledwie 19 proc. Polaków ocenia lepiej swoją obecną sytuację finansową niż w ubiegłym roku.
- W Polsce zaznacza się wzrost niepewności o przyszłość. 30 proc. respondentów nie wie jak zmieni się sytuacja finansowa ich gospodarstw domowych w ciągu najbliższych 12 miesięcy. W ubiegłym roku było to tylko 12 proc. procent respondentów.
- 22 proc. Polaków uważa, że sytuacja finansowa ich gospodarstw domowych pogorszy się w ciągu najbliższych 12 miesięcy. Jest to mniej niż w roku ubiegłym, w którym o pogorszeniu mówiło 39 proc. respondentów.

Strategie zakupowe i budżet świąteczny w roku 2013



Jak będziemy kupować?



- Polscy konsumenci skoncentrują się w pierwszej kolejności na praktycznych prezentach kupionych w tańszych sklepach.
- Dla Polaków ważniejsze jest dobranie odpowiedniego prezentu niż jego cena.
- Europejscy konsumenci, podobnie jak w ubiegłym roku, będą wybierać przede wszystkim praktyczne prezenty. W przeciwieństwie do zeszłego roku będą szukać produktów i prezentów na wyprzedażach.

Sposoby finansowania świątecznych zakupów w Polsce

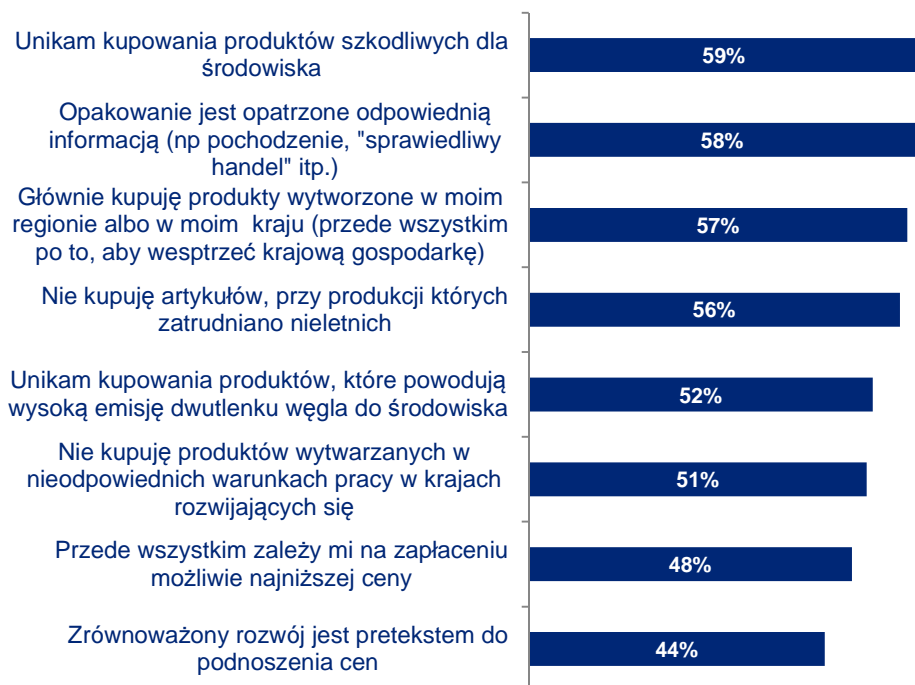
W jaki sposób planują Państwo sfinansować tegoroczne wydatki związane z okresem Świąt Bożego Narodzenia i Sylwestra? (proszę wybrać maksymalnie 3 źródła z poniższej listy)



- Nadal głównym sposobem finansowania świątecznych zakupów są oszczędności (78 proc. respondentów).
- Podobnie jak w roku ubiegłym na drugim miejscu wśród sposobów finansowania świątecznych zakupów znajduje się karta kredytowa. 19 proc. respondentów deklaruje, że z niej skorzysta. To mniej niż w roku ubiegłym.
- W tym roku, według deklaracji, większą popularnością cieszy się pożyczka pieniędzy od rodziny lub znajomych.

Na ile ważne są dla konsumentów kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem?

Polska



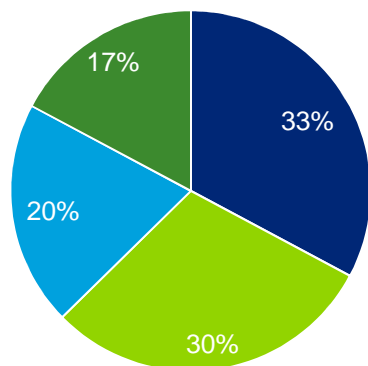
Europa



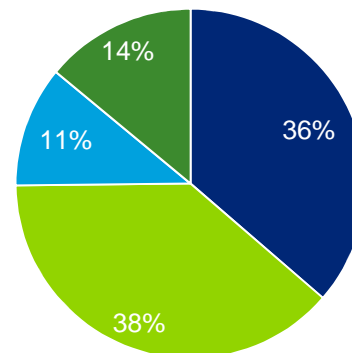
- Wybierając prezenty, europejscy konsumenci deklarują, że biorą pod uwagę kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem, a szczególnie wykorzystywanie dzieci przy produkcji towarów.
- Dla 6 z 10 Europejczyków wspieranie lokalnego przemysłu oraz ochrona środowiska są ważnym argumentem w wyborze prezentów, mimo że połowa Europejczyków uważa, że zrównoważony rozwój to pretekst, by podnieść ceny. Ważne są również informacje zamieszczone na opakowaniach produktów.
- Polscy konsumenci deklarują, że dla nich ważne są kwestie ochrony środowiska oraz informacje umieszczone na opakowaniu produktów.

Na co przeznaczymy w tym roku świąteczny budżet?

Polska



Europa



- W Europie na pierwszym miejscu w budżecie są prezenty.
- W Polsce na pierwszym miejscu w świątecznym budżecie tradycyjnie znajdują się wydatki na artykuły spożywcze, a na drugim – wydatki na prezenty.
- W porównaniu do pozostałych Europejczyków, Polacy deklarują, że więcej przeznaczają na świąteczne spotkania w gronie przyjaciół i rodziny.

Budżet świąteczny

2013	Europa	Niemcy	Francja	Grecja	Czechy	Dania	Włochy	Hiszpania	Ukraina	Polska
Łączne wydatki na prezenty	236 €	242 €	302 €	165 €	253 €	378 €	239 €	264 €	167 €	117 €
Łączne wydatki na żywność	154 €	107 €	175 €	190 €	136 €	185 €	166 €	212 €	150 €	122 €
Łączne wydatki na spędzanie czasu z bliskimi	60 €	50 €	54 €	96 €	41 €	71 €	72 €	91 €	57 €	28 €
Deklarowany budżet 2013	450 €	399 €	531 €	451 €	430 €	634 €	477 €	567 €	374 €	267 €
Budżet rzeczywiście wydany 2012	447 €	374 €	519 €	515 €	427 €	620 €	473 €	554 €	292 €	256 €
Deklarowany budżet 2012	591 €	486 €	639 €	407 €	426 €	630 €	551 €	680 €	332 €	312 €
Zmiana 2012-2013 (proc.)**										
Łączne wydatki na prezenty	0,1%	6,5%	-2,7%	-15,6%	-0,7%	-0,3%	-5,0%	1,3%	20,9%	6,1%
Łączne wydatki na żywność	1,0%	6,1%	2,0%	-10,7%	-2,6%	-0,6%	0,0%	-0,2%	12,7%	4,4%
Łączne wydatki na spędzanie czasu z bliskimi	2,6%	8,5%	0,2%	-11,6%	27,5%	14,8%	0,9%	2,8%	20,1%	7,1%
Zmiana 2012-2013 (proc.)	0,7%	6,7%	-0,9%	-12,8%	0,8%	1,1%	-2,4%	1,0%	17,4%	5,4%

- W tym roku **Polacy** deklarują, że **wydadzą łącznie na Święta 5 proc. więcej** niż wydali w 2012 roku.
- W tym roku na bożonarodzeniowe prezenty, jedzenie oraz spotkania z najbliższymi, statystyczna **polska rodzina przeznaczy ok. 1 126 zł***, a **europejska – 1 897 zł***.
- Polska jest krajem, w którym konsumenci planują wydać najmniej w Europie na tegoroczne zakupy świąteczne.

*Na podstawie Tabeli średnich kursów walut 2013 NBP z dnia 30 września (data zakończenia badania).

** Zmiana liczona na podstawie stosunku budżetu deklarowanego w 2013 roku do budżetu rzeczywiście wydanego w 2012 roku.

Najbardziej pożądane i najbardziej popularne prezenty świąteczne



Jakie prezenty najbardziej chciałbyś otrzymać?

Polska

Top 10 (1-10)	2013	Top 10 (1-10)	2012
Gotówka	46 proc.	Książki	41 proc.
Książki	42 proc.	Gotówka	40 proc.
Kosmetyki/Perfumy	35 proc.	Kosmetyki/Perfumy	37 proc.
Biżuteria/Zegarek	31 proc.	Laptop/Komputer	31 proc.
Wycieczki/Podróże	30 proc.	Biżuteria/Zegarek	28 proc.
Bony na zakupy	28 proc.	Wycieczki/Podróże	27 proc.
Odzież/Obuwie	27 proc.	Bony na zakupy	24 proc.
Laptop/Komputer	26 proc.	Tablety	24 proc.
Smartfon	25 proc.	Odzież/Obuwie	24 proc.
Tablet	23 proc.	Smartfon	22 proc.

Europa

Pierwsze miejsce 2013	2012	
Hiszpania	Gotówka	Gotówka
Niemcy	Gotówka	Gotówka
Francja	Gotówka	Gotówka
Grecja	Gotówka	Gotówka
Polska	Gotówka	Książki
Czechy	Gotówka	Gotówka
Dania	Gotówka	Gotówka
Ukraina	Gotówka	Gotówka
Włochy	Gotówka	Gotówka

- Zdecydowana większość Europejczyków deklaruje, że najbardziej pożądanym prezentem w tym roku będzie dla nich gotówka (w 15 z 17 badanych krajów).
- Od kilku lat w Europie w pierwszej trójce najbardziej oczekiwanych prezentów znajdują się pieniądze, książki i wycieczki/podróże, chociaż w tym roku książki sprawią nam mniej radości niż w latach ubiegłych.
- W tym roku na popularności wśród Europejczyków znacznie zyskują smartfony – 27 proc. respondentów chciałoby dostać taki telefon na gwiazdkę, co przesuwa tę kategorię na szóstą pozycję w rankingu najbardziej poświadanych prezentów w Europie.
- Na czele rankingu najbardziej poświadanych prezentów w Polsce nastąpiła zmiana w porównaniu do poprzedniego roku. Polacy pod choinką chcą znaleźć w pierwszej kolejności gotówkę, a następnie książki oraz kosmetyki/perfumy.

Jaki rodzaj prezentu zamierzasz w tym roku kupić rodzinie i przyjaciołom (wyłączając dzieci i nastolatki)?

Polska

Top 10 (1-10)	2013	Top 10 (1-10)	2012
Kosmetyki/Perfumy	39 proc.	Książki	40 proc.
Książki	39 proc.	Kosmetyki/Perfumy	38 proc.
Czekoladki	25 proc.	Czekoladki	22 proc.
Biżuteria/Zegarek	19 proc.	Biżuteria/Zegarek	20 proc.
Odzież/Obuwie	18 proc.	Płyty CD	20 proc.
Gry video	12 proc.	Odzież/Obuwie	18 proc.
Płyty CD	12 proc.	Gry video	15 proc.
Gotówka	11 proc.	Gotówka	13 proc.
Aksesoria (torebki)	10 proc.	Aksesoria kuchenne (sprzęt i gadżety)	11 proc.
Produkty zdrowotne	10 proc.	Aksesoria (torebki)	10 proc.

Europa

Pierwsze miejsce	2013	2012
Hiszpania	Odzież/Obuwie	Odzież/Obuwie
Niemcy	Książki	Książki
Francja	Książki	Książki
Grecja	Książki	Książki

Polska	Kosmetyki/Perfumy	Książki
Czechy	Kosmetyki/Perfumy	Książki
Dania	Książki	Książki
Ukraina	Czekoladki	Kosmetyki /Perfumy
Włochy	Książki	Książki

- W Europie książki pozostają na pierwszym miejscu najchętniej kupowanych prezentów, wyprzedzając kosmetyki i czekoladki. Książka jest najchętniej kupowanym prezentem w 11 z 17 badanych krajów, a w 5 krajach znalazła się na drugiej pozycji.
- Kosmetyki i perfumy to jedyne prezenty z pierwszej dziesiątki, które zyskały na popularności w Europie w porównaniu z poprzednim rokiem. W Polsce i Czechach wysunęły się nawet na pierwsze miejsce w rankingu.
- W Europie 6 na 10 najbardziej pożądanых prezentów należy do grupy 10 najczęściej ofiarowanych podarunków. Największe rozbieżności między prezentami, które chcielibyśmy dostać, a tymi które zamierzamy kupić, widać w kategorii smartfonów i tabletów oraz podróży i biletów.
- W Polsce poza pierwszą dziesiątką wręczanych prezentów w tym roku znajdują się również akcesoria kuchenne.

Prezenty dla dzieci (do lat 12) i nastolatków (12-18 lat)

Polska

Pierwsza 10 kupowanych prezentów dla dzieci do lat 12	2013
Zabawki edukacyjne i naukowe	31 proc.
Gry (gry planszowe, puzzle, quizy itp.)	20 proc.
Zabawki konstrukcyjne (klocki)	20 proc.
Książki	18 proc.
Zabawki kreatywne i artystyczne	18 proc.
Lalki i zabawki pluszowe	17 proc.
Zabawki techniczne	17 proc.
Artykuły dla niemowląt/małych dzieci	13 proc.
Odzież/Obuwie	11 proc.
Sprzęt sportowy	9 proc.

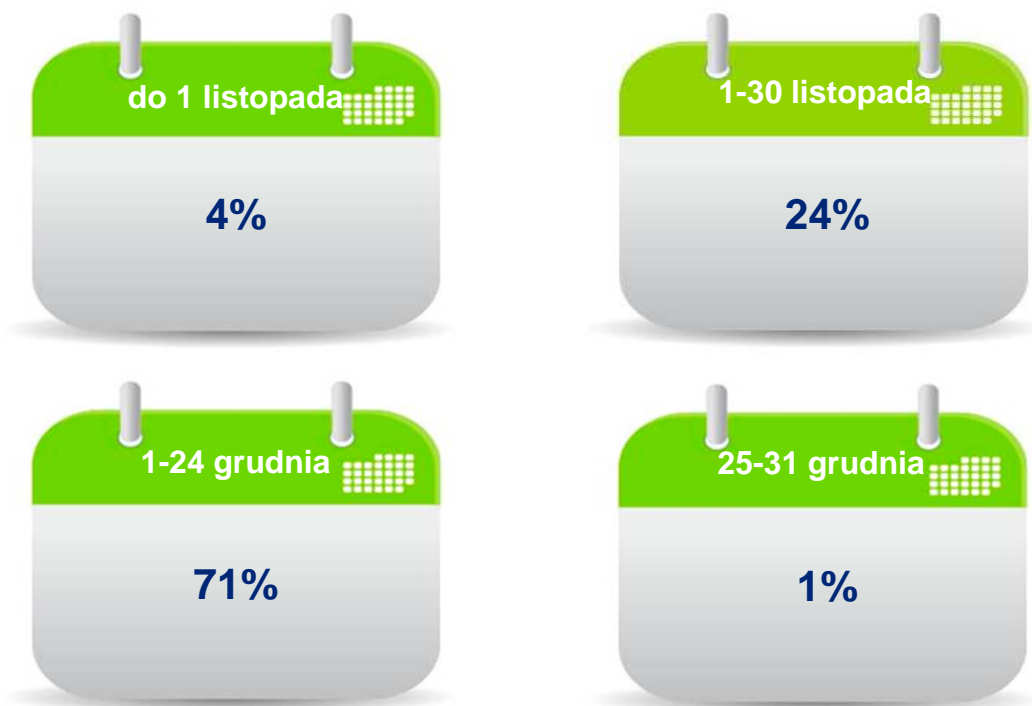
Polska

Pierwsza 10 kupowanych prezentów dla nastolatków	2013
Książki	22 proc.
Gry video	20 proc.
Czekoladki	17 proc.
Płyty CD	11 proc.
Gotówka	10 proc.
Odzież/Obuwie	9 proc.
Zabawki kreatywne i artystyczne	8 proc.
Gry (gry planszowe, puzzle, quizy itp.)	8 proc.
Kosmetyki/Perfumy	7 proc.
Tablety	7 proc.

- Wśród prezentów dla dzieci do lat 12 królują prezenty związane z rozwojem dziecka: zabawki edukacyjne i naukowe, gry (planszowe, puzzle, quizy itp.) oraz zabawki konstrukcyjne.
- Podobnie jak w zeszłym roku trzy najpopularniejsze prezenty dla nastolatków to książki, gry wideo i czekoladki. Po raz pierwszy w dziesiątce prezentów wybieranych dla nastolatków znalazły się tablety.
- Prezenty związane ze sportem (np. sprzęt sportowy) są w przypadku dzieci do lat 12 na końcu pierwszej dziesiątki, natomiast w przypadku nastolatków znajdują się poza dziesiątką.

Planowany czas zakupu prezentów świątecznych

Polska



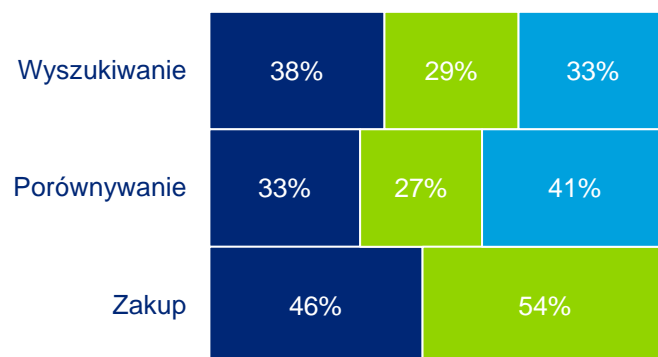
- Ponad połowa Polaków kupuje prezenty między 1 a 24 grudnia.
- Mimo wczesnie rozpoczynających się akcji świątecznych w sklepach, jedynie 4 proc. polskich konsumentów planuje zakupy prezentów z dużym wyprzedzeniem czasowym.

Gdzie planujemy zrobić świąteczne zakupy?



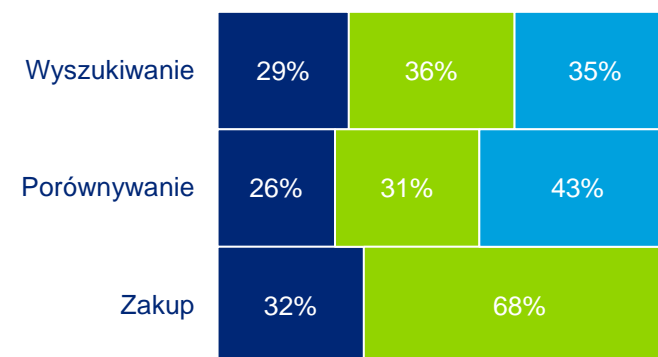
Jak znajdujemy i gdzie kupujemy prezenty

Polska



■ Internet ■ Tradycyjny sklep ■ Oba kanały sprzedaży

Europa



■ Internet ■ Tradycyjny sklep ■ Oba kanały sprzedaży

- Jeśli chodzi o zakupy to respondenci wybierają zazwyczaj tylko jeden kanał sprzedaży. W porównaniu z 2012 rokiem, europejscy konsumenci są bardziej zainteresowani poszukiwaniem i porównywaniem produktów w Internecie (+4 pp.) i tradycyjnych sklepach (+3 pp.).
- Wśród Europejczyków w 2013 roku nieznacznie wzrosła popularność tradycyjnych sklepów – dwóch klientów na trzech wybiera właśnie sklepy.
- W porównaniu z pozostałymi Europejczykami, Polacy więcej wyszukują, porównują i kupują w Internecie.
- W Polsce, w porównaniu z ubiegłym rokiem, rośnie procent respondentów wyszukujących (+9 pp.) i porównujących (+10 pp.) prezenty w Internecie. Natomiast wybór miejsca zakupu prezentów pozostaje praktycznie bez zmian.

W jakich miejscach w Internecie szukasz informacji o usługach i produktach?

Polska



■ Korzystam ■ Nie korzystam

Europa



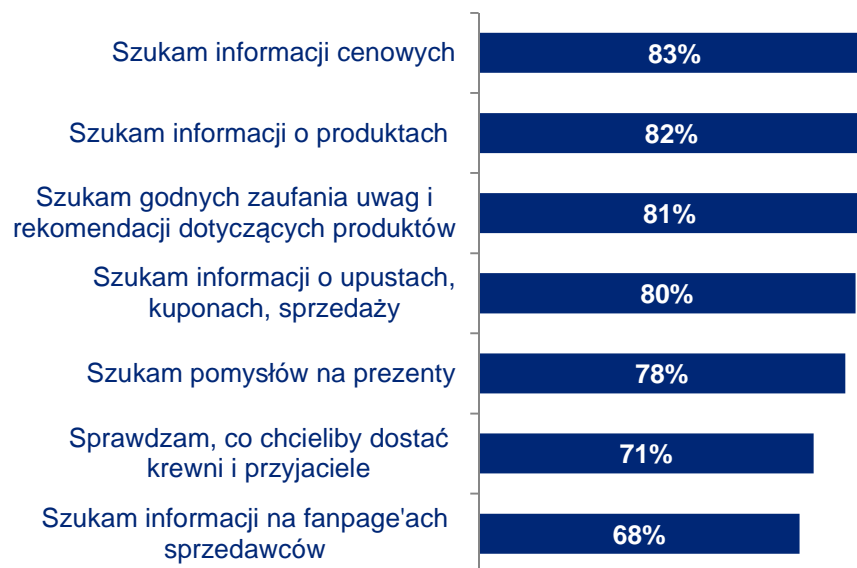
- Szukając prezentów i porównując oferty Europejczycy wybierają zazwyczaj sklepy internetowe (z jednym lub kilkoma punktami sprzedaży poza siecią), wyszukiwarki internetowe i, w trzeciej kolejności, sklepy działające wyłącznie w Internecie.
- Od roku 2012 wśród Europejczyków, w tym także Polaków, nastąpił spadek popularności mediów społecznościowych, forów i blogów jako kanałów informacji o usługach i produktach.
- W Polsce największą popularnością cieszą się wyszukiwarki, porównywarki oraz sklepy internetowe (z jednym lub kilkoma punktami sprzedaży poza siecią).
- W porównaniu z pozostałymi Europejczykami, Polacy częściej korzystają z porównywarek szukając informacji o usługach i produktach.

W jaki sposób korzystasz z sieci społecznościowych?

Polska



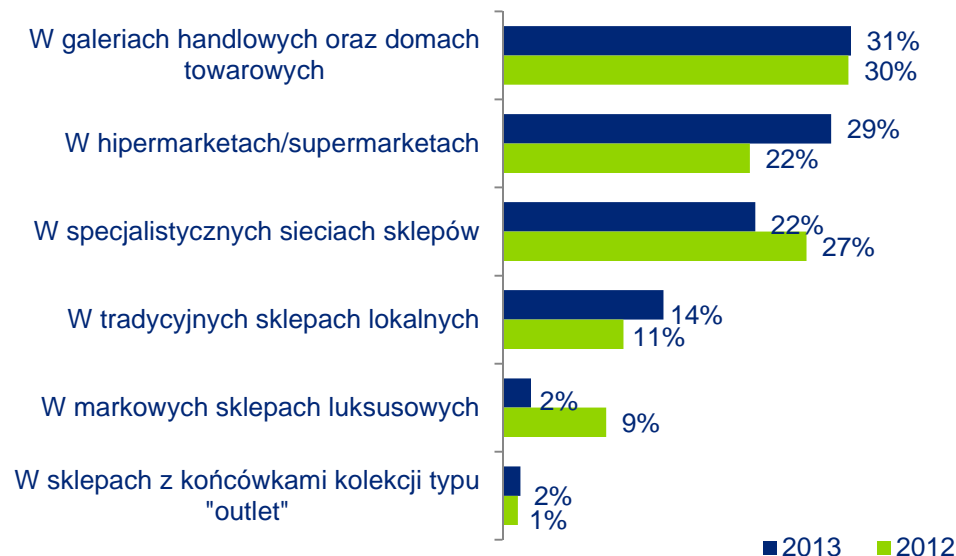
Europa



- Wśród Europejczyków szukanie informacji cenowych to najpopularniejszy sposób wykorzystywania sieci społecznościowych, wśród Polaków natomiast – szukanie informacji o produktach.
- Zarówno Polacy, jak i pozostali Europejczycy, w mniejszym stopniu wykorzystują fanpage sprzedawców do szukania informacji.

Gdzie poza Internetem kupujemy prezenty

Polska



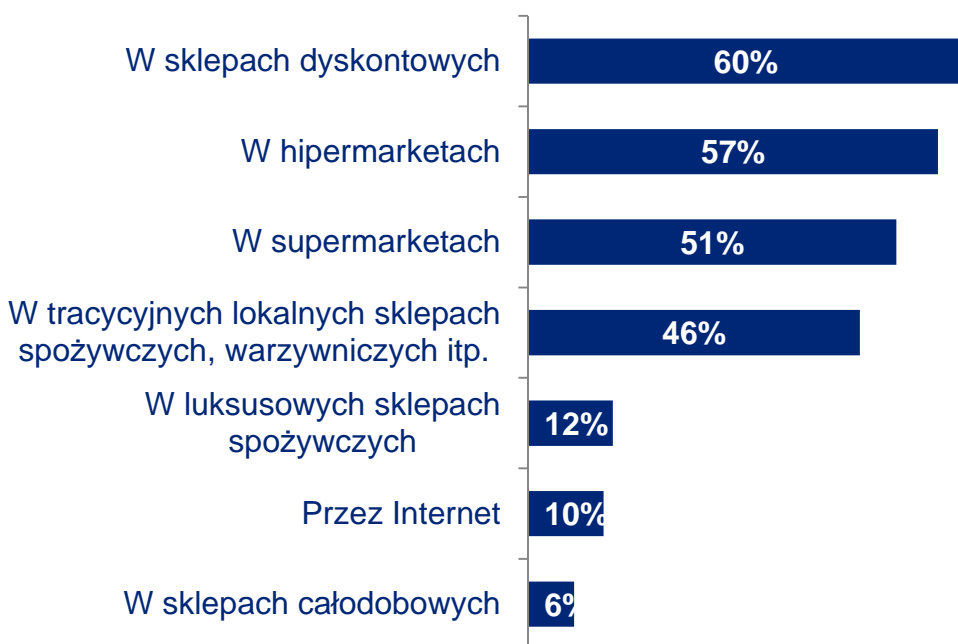
Europa



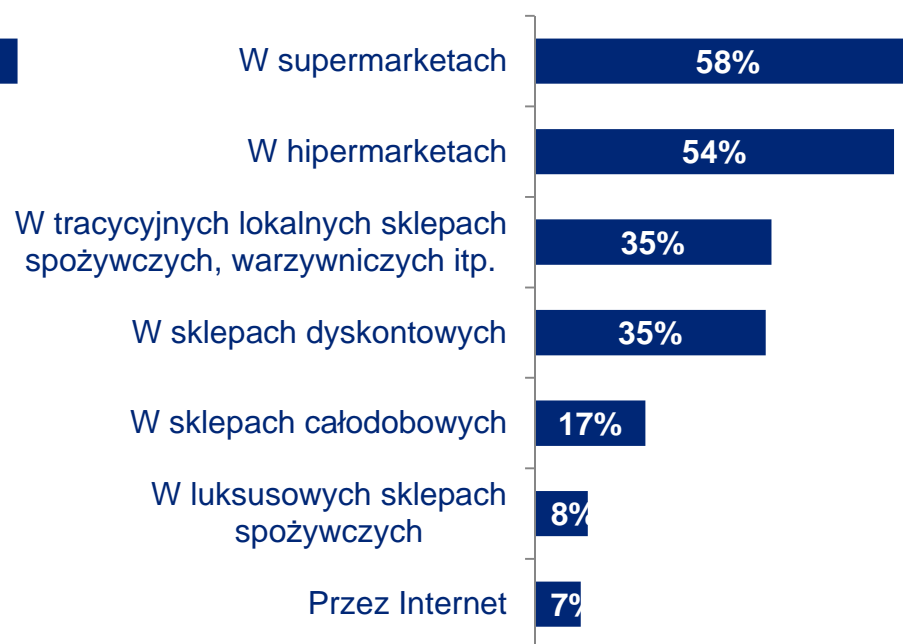
- Od 2009 roku pierwsza trójka sklepów najchętniej odwiedzanych przez europejskich konsumentów poszukujących świątecznych podarunków nie zmieniła się i są to: specjalistyczne sieci sklepów, galerie handlowe oraz domy towarowe, a także hipermarkety/supermarkety.
- W Polsce pierwsza trójka miejsc, w których kupujemy prezenty, nie różni się od reszty Europy.
- W tym roku tylko 2 proc. polskich respondentów deklaruje, że wybierze sklepy luksusowe jako miejsce zakupu prezentów. To mniej niż w zeszłym roku.

Gdzie zamierzasz kupować artykuły spożywcze?

Polska



Europa



- Na szczycie rankingu konsumentów w Europie znajdują się supermarkety, hipermarkety i tradycyjne lokalne sklepy spożywcze. Zaledwie 7 proc. Europejczyków deklaruje, że kupi artykuły spożywcze w Internecie.
- Polska jest pierwszym krajem w Europie, w którym konsumenci przed świętami zamierzają robić zakupy spożywcze w sklepach dyskontowych (60 proc.).

Obszary, w które powinni zainwestować sprzedawcy, by poprawić jakość warunków zakupów

Polska – Top 10*

1. Niższa cena
2. Relacje z klientem
3. Dostawa do domu
4. Zakupy przez Internet
5. Kasy samoobsługowe
6. Handel mobilny
7. Inwestycja w wystrój w celu poprawy atmosfery w sklepie
8. Opieka nad dziećmi
9. WIFI w sklepie
10. Lepsza jakość usług pakowania w sklepie

- Dla polskich konsumentów najważniejsza jest cena.
- Na kolejnych miejscach w rankingu dotyczącym najbardziej pożądanых inwestycji, które powinny poczynić sklepy detaliczne, znalazły się relacje z klientem oraz dostawa do domu.
- Polskich konsumentów najmniej interesuje wprowadzenie możliwości handlu mobilnego.

*Lista obszarów, przygotowana w oparciu o umieszczenie na skali, wartości gdzie 1 oznacza obszar najważniejszy, a 10 oznacza obszar najmniej preferowany dla respondenta.

Wnioski



Podsumowanie

1. Ocena sytuacji gospodarczej – nastroje nadal pesymistyczne, ale z oznakami poprawy

- większość krajów europejskich mniej pesymistycznie ocenia perspektywy gospodarcze niż sytuację obecną
- Polacy, podobnie jak większość Europejczyków, negatywnie oceniają obecną sytuację gospodarczą, ale z optymizmem patrzą w przyszłość

2. Strategie zakupowe – Europejczycy, w tym Polacy, będą w tym roku racjonalnie wydawać pieniądze

3. Świąteczny budżet Polaków

- głównym sposobem finansowania świątecznych zakupów są oszczędności
- na pierwszym miejscu w świątecznym budżecie znajdują się wydatki na artykuły spożywcze
- statystyczna polska rodzina na zakupy świąteczne wyda ok. 1 126 zł

4. Prezenty – pod choinką większość Europejczyków chce znaleźć gotówkę

- w Polsce podobnie najbardziej pożądanym prezentem jest gotówka, ale pod choinką znajdziemy kosmetyki i perfumy oraz książki

Podsumowanie

5. Świąteczne zakupy

- Europejczycy poszukują prezentów w specjalistycznych sieciach sklepów, galeriach handlowych oraz domach towarowych, a także hipermarketach/supermarketach. Preferują tańsze oraz praktyczne prezenty
- Polacy zrobią zakupy spożywcze przede wszystkim w dyskontach

6. Świąteczne zakupy w Internecie

- w porównaniu z pozostałymi Europejczykami Polacy więcej wyszukują, porównują i kupują prezentów w Internecie
- wśród Europejczyków, w tym także Polaków, nastąpił spadek popularności mediów społecznościowych, forów i blogów jako kanałów informacji o usługach i produktach

7. Konsumenci coraz bardziej świadomi

- wybierając prezenty Europejczycy zwracają uwagę na kwestie związane ze zrównoważonym rozwojem
- w trakcie robienia zakupów ważne są przede wszystkim cena, ale także relacje z klientem oraz wygoda robienia zakupów

Deloitte.

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee, and its network of member firms, each of which is a legally separate and independent entity. Please see www.deloitte.com/pl/about for a detailed description of the legal structure of Deloitte Touche Tohmatsu Limited and its member firms.