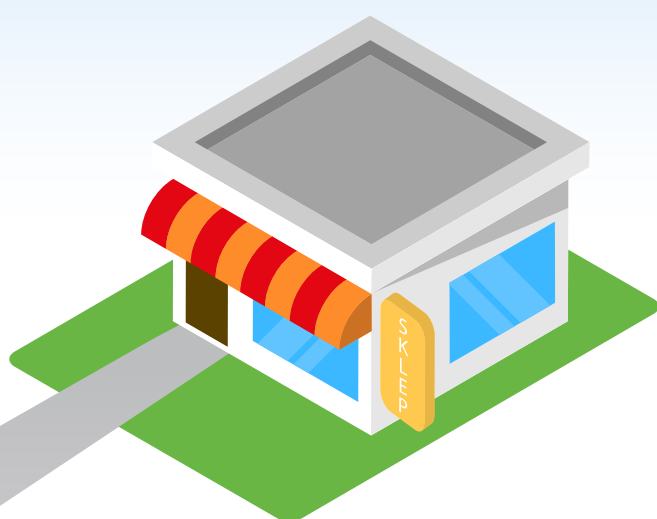




# Konsument w niezależnym sklepie detalicznym



**Kupuje to, czego akurat potrzebuje, przez co często robi zakupy w sklepie, do którego ma najbliżej:**

Na 10 tys. gospodarstw domowych przypadają **53 sklepy małego formatu i 3 dyskonty.**<sup>1</sup>

**70% konsumentów** codziennie rutynowe zakupy robi w sklepach małego formatu.<sup>2</sup>

**Ponad 80% gospodarstw domowych** robi zakupy we wszystkich kanałach sprzedaży detalicznej.<sup>3</sup>

**40,8% handlu** produktami spożywczymi w Polsce prowadzą sklepy małego formatu.<sup>4</sup>

Do maja 2019 r. sprzedaż produktów spożywczych za ostatnie 12 miesięcy w sklepach małego formatu **wzrosła o 6,5%**<sup>5</sup>

Według ponad **60% Polaków** robienie zakupów w małych, rodzinnych sklepach blisko domu jest przejawem lokalnego patriotyzmu.<sup>6</sup>



**Szuka oferty dobrej jakości, w dobrej cenie i w wygodnym opakowaniu:**

Oferta sklepów małego formatu może być dużo szersza niż dyskontów; w Eurocash wybierają spośród **od 20 do 40 tys. różnych produktów od około 1800 dostawców.**

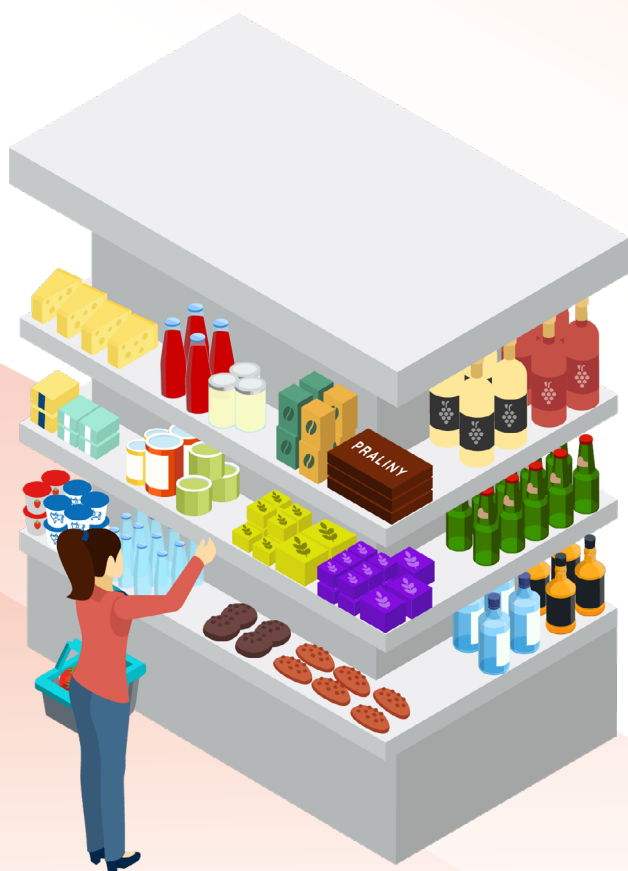
**Ponad połowa właścicieli** sklepów małego formatu rozwija swoje placówki poprzez budowanie bliskich relacji z konsumentami.

**Nierówne traktowanie różnych rodzajów sklepów przez producentów powoduje m.in. że:**

Sklepy małego formatu sprzedają proporcjonalnie mniej niektórych kategorii produktów niż mogłyby, gdyby były równo traktowane; dotyczy to np: żółtego sera, suszonych owoców, musli i płatków śniadaniowych, kawy, białego sera, ketchupów i majonezu.

Cena produktu w sklepie niezależnym może być nawet **o 30% wyższa niż w dyskoncie.**

Duże opakowania zwykle nie trafiają do małego formatu, a kilogram lub litr tego samego produktu w dużym opakowaniu może być nawet **o ponad 40% tańszy niż w małym opakowaniu.**



 **EUROCASH** | Siła Nowoczesnego Przedsiębiorcy  
GRUPA



**Siła zakupowa**



**Rozwój i edukacja**



**Różne modele dystrybucji**



**Wybór konceptów detalicznych**

Źródła:

1) GfK

2) GfK Shopping Monitor 2019

3) GfK Panel Gospodarstw Domowych 2018; dotyczy kanałów hipermarkety, supermarketu, dyskonty i małego formatu sklepy spożywcze

4,5) za: Nielsen - Panel Handlu Detalicznego, Cała Polska z Dyskontami - scanning (Total Poland incl. Discounters Premium Read), sprzedaż wartościowa, okres czerwiec 2018 - maj 2019, kategoria: Produkty spożywcze

6) Badanie własne zrealizowane przez Biostat w ramach Omnibus CATI w październiku 2018 r.