

Deloitte.



Świąteczne wydatki Polaków
Chłodna kalkulacja czy gorączka zakupów?
Prezentacja wyników badania świątecznych
zwyczajów konsumenckich w Polsce i w Europie

Warszawa, Listopad 2016

Plan raportu

- 3 O badaniu i metodologii
- 5 Ocena sytuacji gospodarczej
- 8 Budżet świąteczny
- 10 Najbardziej spodziewane i najchętniej kupowane prezenty świąteczne
- 15 Gdzie i kiedy planujemy zrobić zakupy świąteczne
- 19 Zakupy online
- 25 Podsumowanie i wnioski
- 28 Kontakt

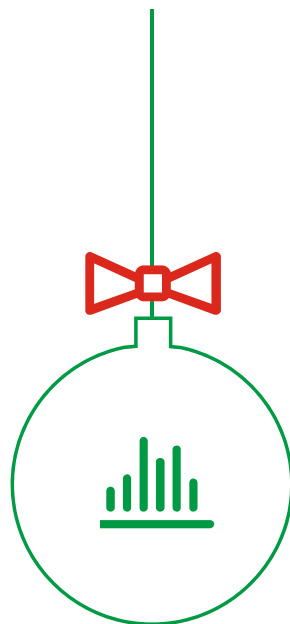


O badaniu i metodologii



O badaniu

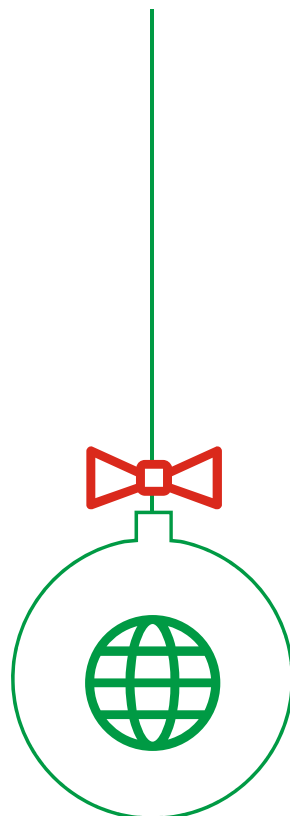
19. edycja



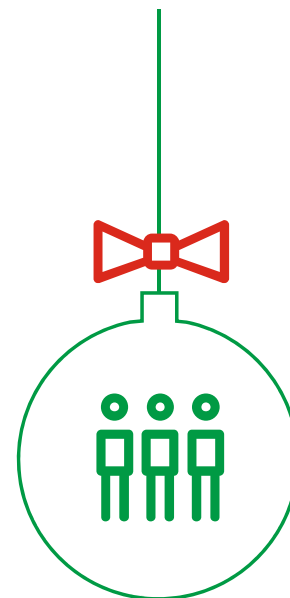
wysokość
wydatków
świętecznych

strategie
zakupowe

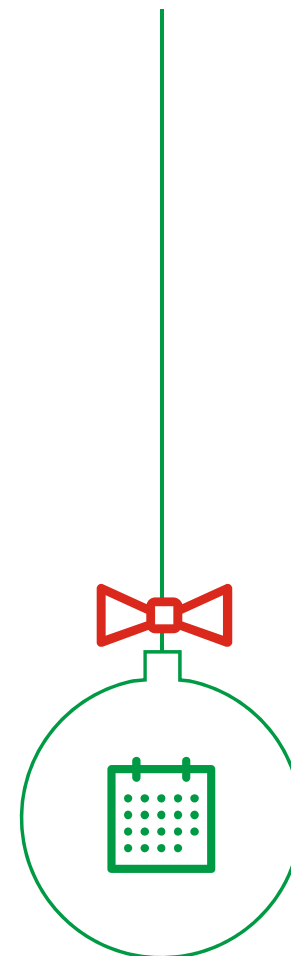
najpopularniejsze
kanały sprzedaży



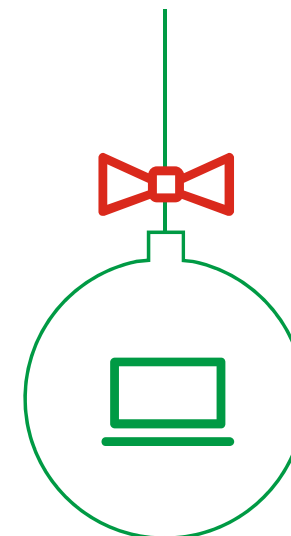
9 krajów



6580
respondentów



12 - 24
października



Formularz
online

Ocena sytuacji gospodarczej



Polacy, na równi z Europejczykami, oceniają negatywnie obecny stan gospodarki.

Polacy niezadowoleni z sytuacji gospodarczej podobnie jak w ubiegłym roku.

Wzrost sceptycyzmu wśród mieszkańców Europy.

Niemcy i Duńczycy postrzegają obecną sytuację gospodarczą najbardziej pozytywnie.

Znaczne pogorszenie nastrojów wśród Belgów, co może być reakcją na niespokojną sytuację wewnętrzną w kraju.

Wskaźnik różnicy pomiędzy pozytywnymi i negatywnymi ocenami obecnego stanu gospodarki

Europa -25,0 p.p. ↓ Polska -24,7 p.p. ↑

Niemcy 14,5 p.p. ↑ Dania 14,1 p.p. ↓

Belgia -42,7 p.p. ↓↓ Grecja -83,7 p.p. ↓

↑ Poprawa w stosunku do poprzedniego roku

↓↓ Pogorszenie w stosunku do poprzedniego roku

↓ Znaczne pogorszenie w stosunku do poprzedniego roku

Natomiast Polacy zdecydowanie bardziej pesymistycznie zapatrują się na przyszłość.

Większość Europejczyków negatywnie zapatruje się na stan gospodarki w 2017 roku. Podobną postawę przejawiają Polacy - większość polskich konsumentów ocenia przyszłą sytuację gospodarczą jeszcze bardziej krytycznie niż obecną.

Dodatkowo negatywne poglądy Polaków odnośnie przyszłości są jeszcze bardziej skrajne niż w roku ubiegłym (32% w 2015 vs 47% w 2016)

Największa poprawa nastrojów wśród Hiszpanów. Razem z Duńczykami stanowią jedyne optymistycznie oceniające przyszłość nacje.

Najbardziej pesymistyczni odnośnie przyszłego stanu gospodarki są konsumenci z Belgii i Grecji.

Wskaźnik różnicy pomiędzy pozytywnymi i negatywnymi ocenami stanu gospodarki w 2017 roku

Europa -18,4 p.p. ↑ Polska -30,3 p.p. ↓

Hiszpania 14,9 p.p. ↑ Dania 24,8 p.p. ↑

Belgia -43,1 p.p. ↓ Grecja -65,4 p.p. ↓

↑ Poprawa w stosunku do poprzedniego roku

↓ ↓ Pogorszenie w stosunku do poprzedniego roku

↓ Znaczne pogorszenie w stosunku do poprzedniego roku

Budżet świąteczny

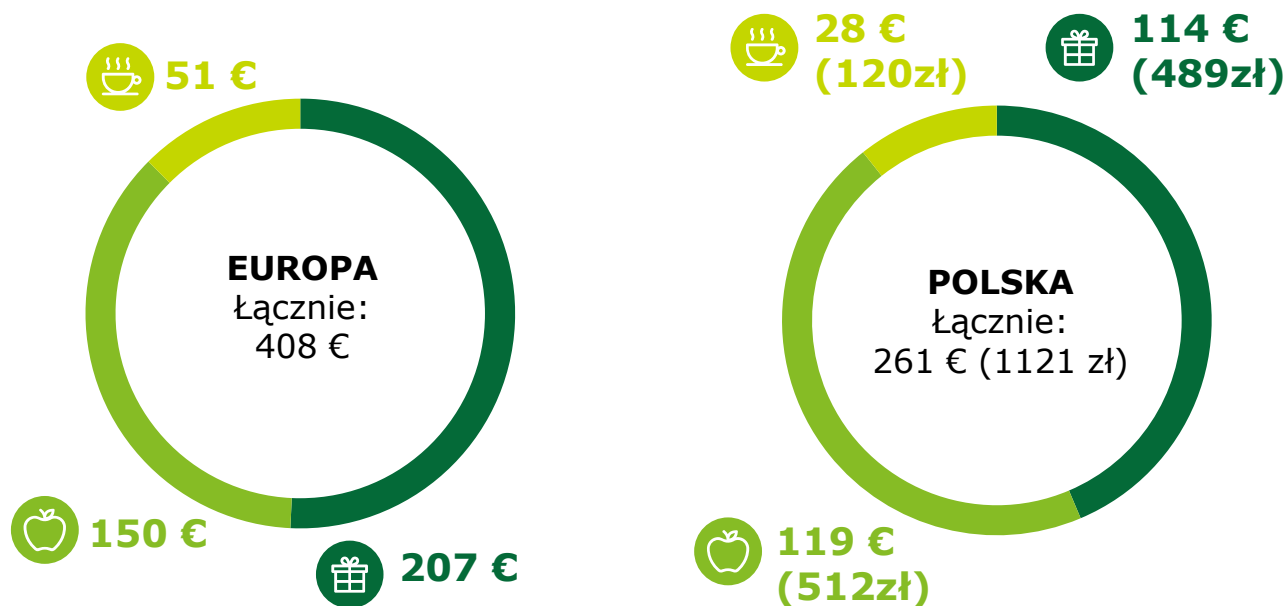


W tym roku polski konsument wyda na święta 1121 zł – więcej niż w roku ubiegłym.

W Polsce w tym roku średni planowany całkowity rodzinny budżet świąteczny wyniesie **1121 złotych***, czyli o 5% więcej niż kwota wydana w roku 2015 (**1065 zł**).

Struktura polskich wydatków jest zbieżna ze średnią dla badanych krajów Europy.

Szacowane wydatki świąteczne w 2016 roku



 Prezenty

 Artykuły spożywcze

 Spotkania towarzyskie

* Wg średniego kursu euro NBP z okresu przeprowadzenia badania tj. 12 – 24 października 2016, 1 EUR = 4,30 PLN

Najbardziej
spodziewane
i najchętniej
kupowane
prezenty
świąteczne



Kosmetyki i perfumy na szczycie listy spodziewanych prezentów pod polską choinką.

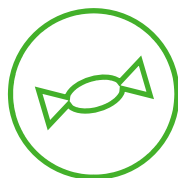
Europejskie przewidywania prezentowe są zróżnicowane, aczkolwiek w 4 z 9 badanych krajów najczęściej wskazywane są pieniądze, które byłyby spełnieniem życzeń z poprzednich lat dużej części Europejczyków.

Dalszy spadek istotności książek jako najczęściej spodziewanego prezentu.

Najbardziej spodziewane prezenty w Polsce



**Kosmetyki/
perfumy**



Słodycze



Książki

Najbardziej spodziewane prezenty w badanych krajach

Belgia		pieniądze
Dania		karty podarunkowe
Niemcy		pieniądze
Grecja		artykuły spożywcze
Włochy		książki
Polska		kosmetyki/perfumy
Portugalia		słodycze
Rosja		pieniądze
Hiszpania		pieniądze

Mało niespodzianek wśród polskich prezentów świątecznych.

Zbieżność rankingów najczęściej kupowanych i spodziewanych podarunków.

Zmiana lidera - kosmetyki i perfumy na czele, za nimi słodczyce. Koniec prymatu książek.

Duży awans pieniędzy, bardzo pożądanym w poprzednich latach.

Debiut odzieży sportowej w pierwszej dziesiątce jako symptom rosnącej aktywności fizycznej Polaków.

Najczęściej kupowane prezenty dla dorosłych

w Polsce

	2016	2015	Kierunek zmiany pozycji
kosmetyki/perfumy	I	II	↑
słodczyce	II	III	↑
książki	III	I	↓
pieniądze	IV	VII	↑
ubrania/buty	V	VIII	↑
gry komputerowe	VI	V	↓
płyty cd	VII	VI	↓
biżuteria/zegarki	VIII	IV	↓
karty podarunkowe	IX	X	↑
odzież sportowa	X	XXI	↑

w pozostałych krajach

	2016	2015
Belgia	książki	bony na zakupy
Dania	karty podarunkowe	książki
Niemcy	książki	książki
Grecja	ubrania/buty	książki
Włochy	książki	książki
Polska	kosmetyki/perfumy	książki
Portugalia	książki	książki
Rosja	słodczyce	słodczyce
Hiszpania	ubrania/buty	ubrania/buty

Nastolatkiwie znajdują pod choinką raczej słodyczne niż płyty CD.

Ranking zbliżony do odpowiednika dla dorosłych.

Nastolatkiwie najczęściej będą się zajadać słodczami.

Największy awans - o 6 pozycji - przypadł odzieży sportowej.

Płyty CD jako schyłkowa technologia z punktu widzenia nastolatkiwów kontynuują dynamiczny spadek.

Najchętniej kupowane prezenty dla nastolatkiwów (12 – 18 lat) w Polsce

	2016	2015	Kierunek zmiany pozycji
Słodyczne	I	III	↑
Książki	II	I	↓
Gry komputerowe	III	II	↓
Pieniądze	IV	V	↑
Ubrania/buty	V	VI	↑
Kosmetyki/perfumy	VI	X	↑
Gry (quizey, gry karciane, łamigłówki, gry planszowe, puzzle itp.)	VII	VIII	↑
Odzież sportowa	VIII	XIV	↑↑
Płyty CD	IX	IV	↓↓
Smartfony	X	XI	↑

Dzieci znowu będą się bawić klockami znalezionymi pod choinką.

Ranking stabilny względem ubiegłego roku.

Czołowa dziesiątka bez nowych kategorii.

Brak dużych przetasowań – zmiany maksymalnie o trzy pozycje względem 2015 roku.

Najchętniej kupowane prezenty dla dzieci (do 12 lat) w Polsce

	2016	2015	Kierunek zmiany pozycji
Zabawki konstrukcyjne (klocki)	I	I	●
Książki	II	II	●
Zabawki kreatywne i artystyczne	III	V	↑
Gry (quizey, karty, łamigłówki, gry planszowe, puzzle)	IV	IV	●
Lalki i zabawki pluszowe	V	III	↓
Odzież/ubrania	VI	X	↑
Artykuły dla niemowląt/ małych dzieci (zabawki, ubranka, meble i akcesoria)	VII	IX	↑
Zabawki edukacyjne (zabawki muzyczne, zegarki, zabawki terapeutyczne itp.)	VIII	VIII	●
Zabawki edukacyjne i naukowe (gry edukacyjne, zestawy naukowe, globusy)	IX	VI	↓
Zabawki techniczne (modele kolejek i akcesoria, inne zabawki torowe, wyścigi)	X	VII	↓

Polacy jako jedyni w Europie wybiorą się po żywność przede wszystkim do dyskontów.

Dyskonty przyciągną na zakupy spożywcze jeszcze więcej klientów (o 11 p.p.) niż rok temu.

Polska jest ewenementem w Europie pod względem popularności tego kanału.

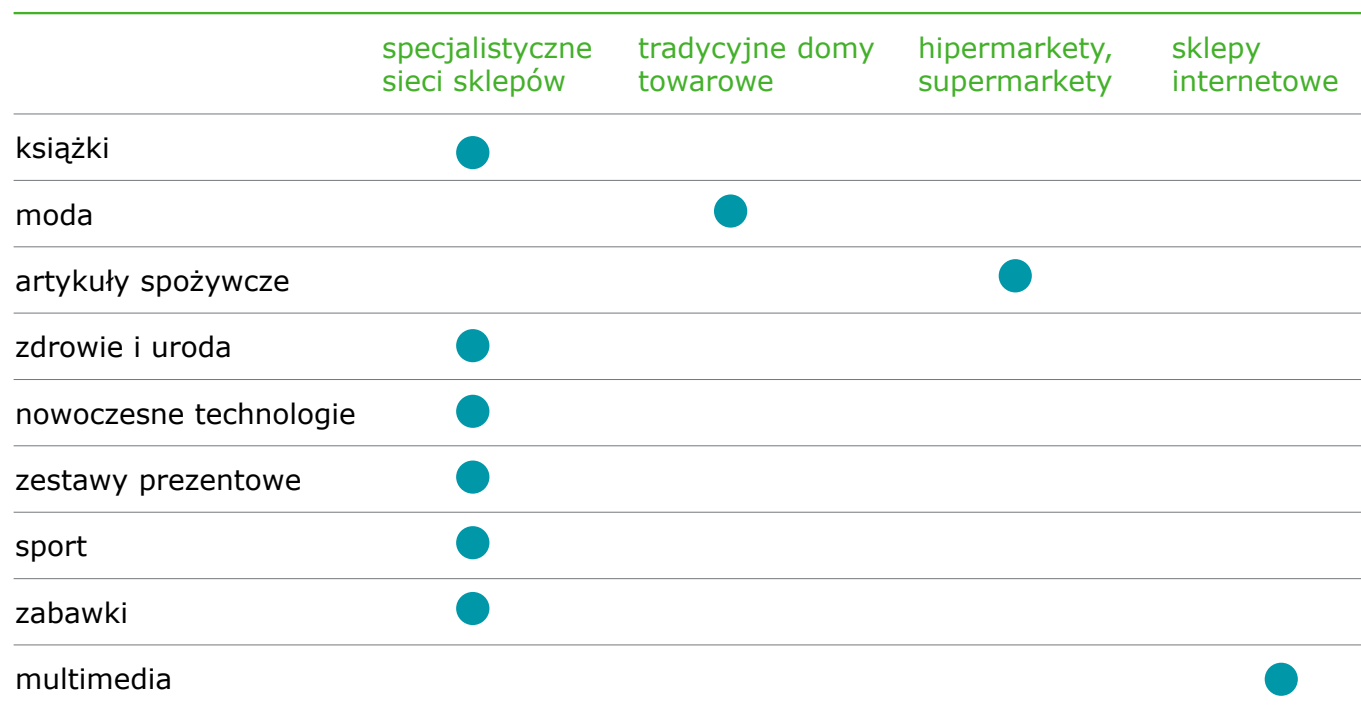
Kanały zakupu żywności (poza prezentami) – procent respondentów

Dyskonty (np. Biedronka, Lidl, Aldi)	67%	↑↑
Hipermarkety (np. Tesco, Auchan)	57%	↑↑
Tradycyjne sklepy (np. Cukiernie, sklepy mięsne, itp.)	48%	↑
Supermarkety (np. Piotr i Paweł, Stokrotka)	25%	↓↓
Sklepy internetowe	7%	↓
Sklepy impulsowe/convenience (np. Żabka)	7%	↓
Luksusowe butiki (np. Sklepy z ekologiczną żywnością)	6%	↓

Polacy kupią prezenty głównie w specjalistycznych sieciach, natomiast multimedia zamówią przez internet.

W sprzedaży multimediiów dominują sklepy internetowe. Poza nimi najpopularniejsze są sklepy sprofilowane na daną kategorię produktów.

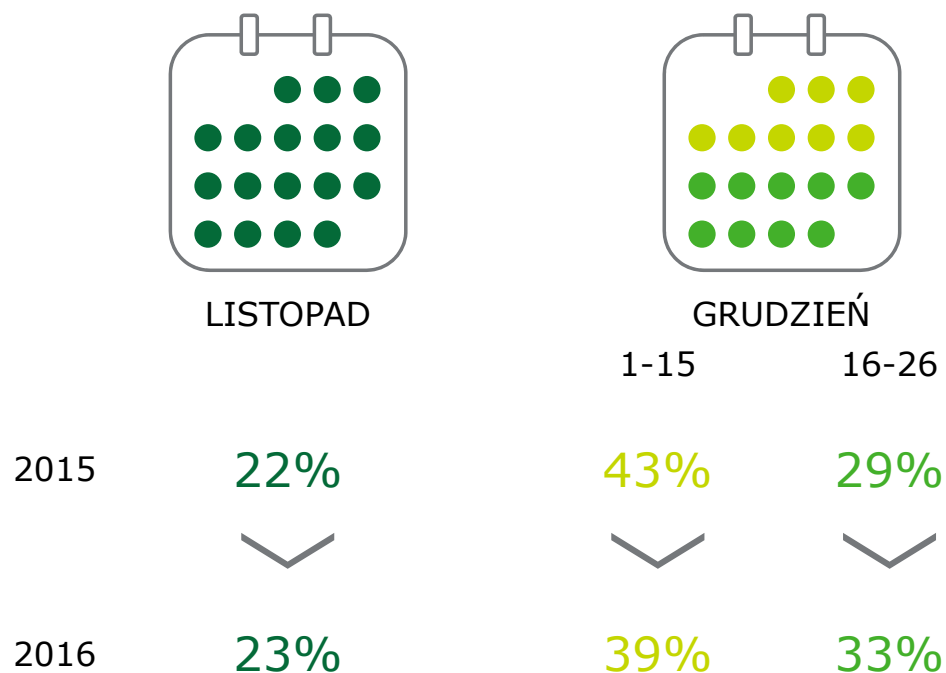
Najpopularniejsze miejsca zakupów dla danej kategorii



Najwięcej konsumentów planuje świąteczne zakupy na początku grudnia.

Pierwsza połowie grudnia najpopularniejszym terminem na zakupy, ale mniej popularnym niż w 2015 roku.

Więcej Polaków niż w ubiegłym roku planuje zrobić zakupy w ostatniej chwili.

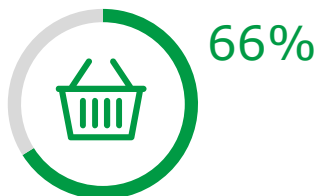


Zakupy online

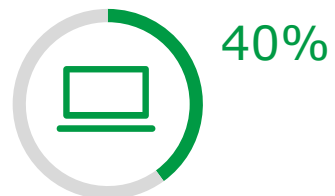


Blisko połowa Polaków kupi prezenty w kanałach online...

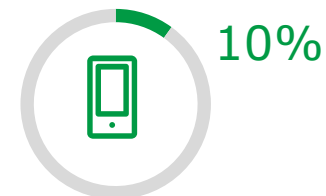
Gdzie będziesz kupował prezenty?



Sklep offline



Online - Komputer



Online - Mobile

Popularne

Jedzenie i napoje
Kosmetyki
Moda

Multimedia
Nowoczesna technologia
Książki

Multimedia
Nowoczesna technologia
Moda

Niepopularne

Multimedia
Nowoczesna technologia
Książki

Jedzenie i napoje
Kosmetyki
Zestawy i karty prezentowe

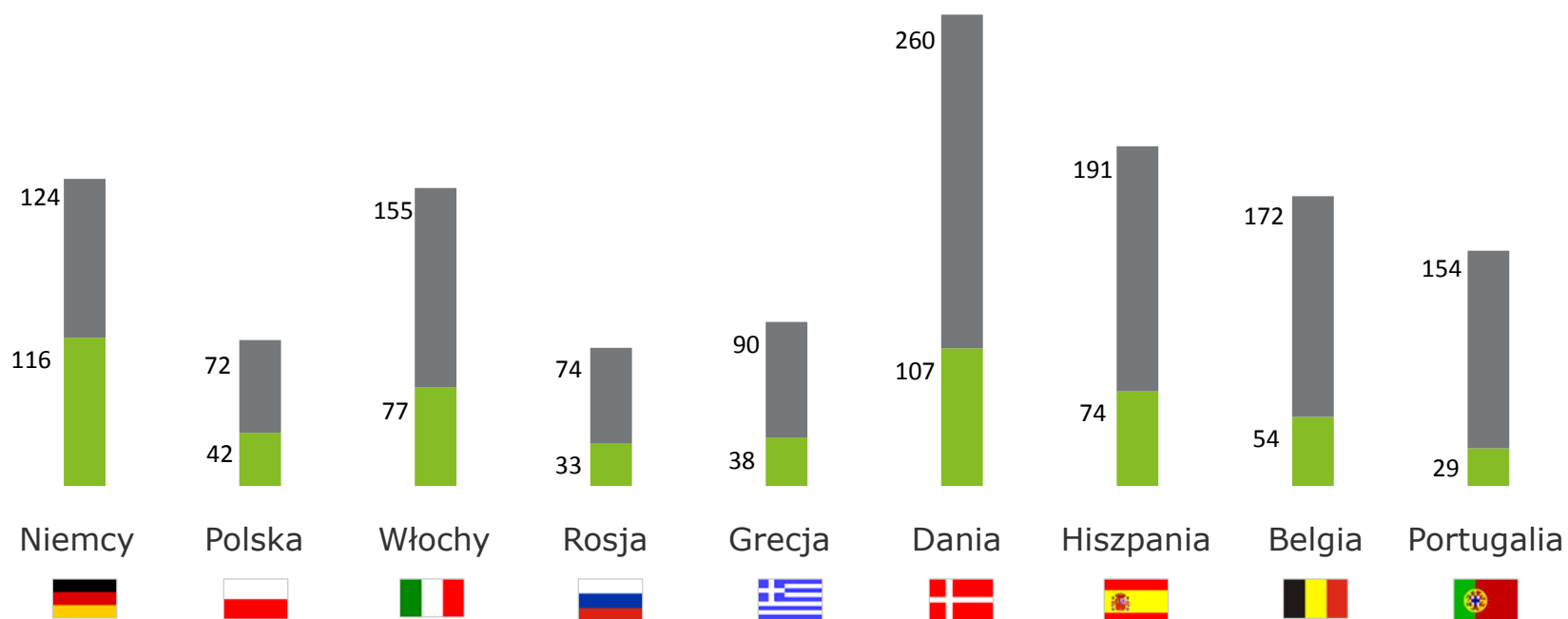
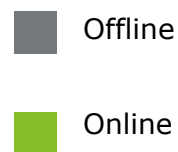
Jedzenie i napoje
Kosmetyki
Prezenty do domu

... wydając online prawie 40% budżetu, co stanowi drugi najwyższy wskaźnik wśród badanych państw.

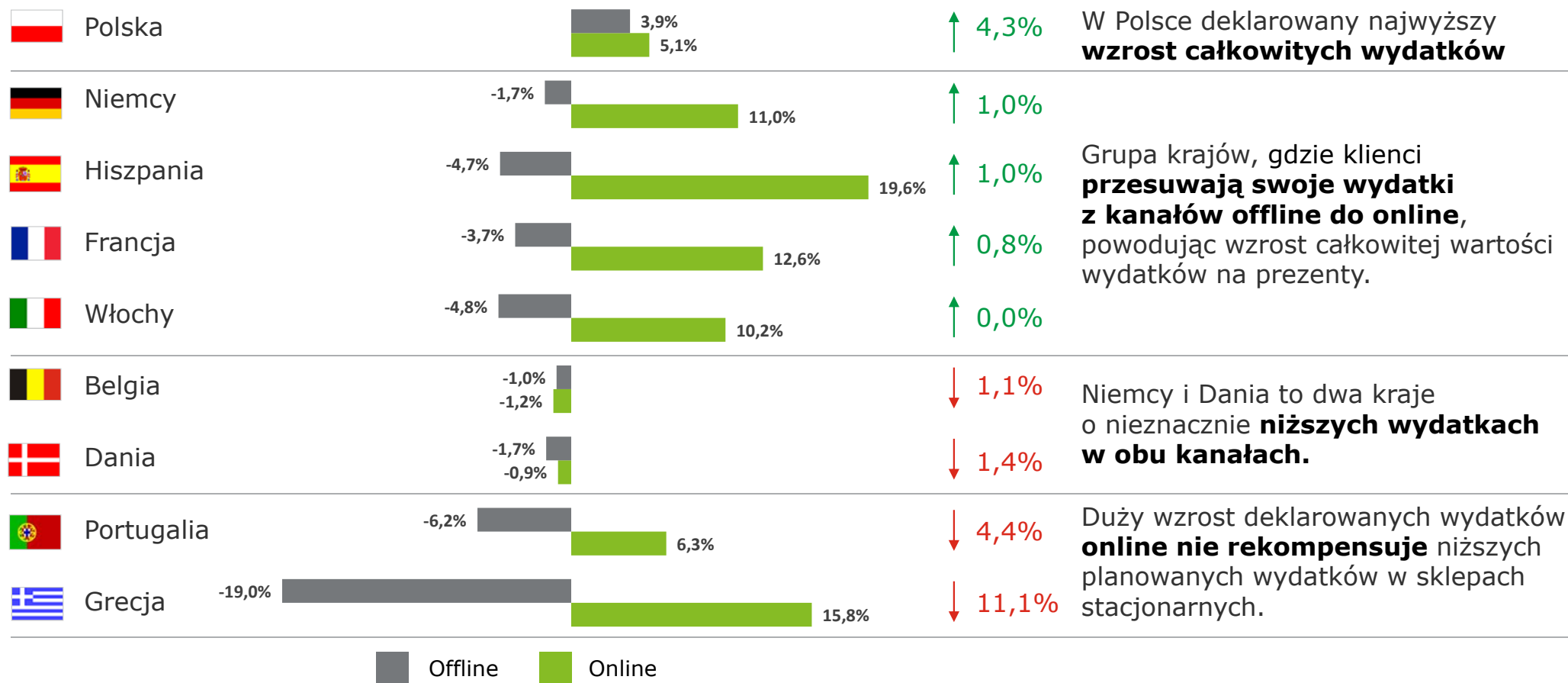
Udział online w wydatkach



Wydatki na prezenty w EUR



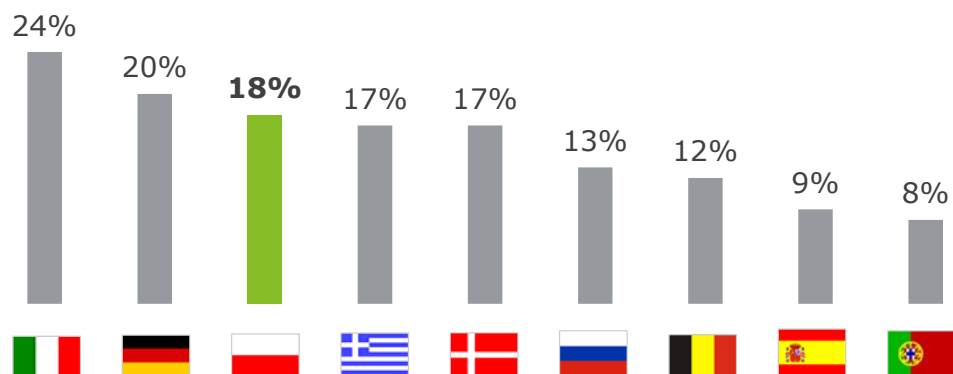
Polska jest jedynym krajem, w którym wydatki na prezenty zarówno online jak i w sklepach tradycyjnych będą wyższe niż przed rokiem.



Polacy na tle większości badanych krajów są bardziej skłonni do przechodzenia do online ze sklepów stacjonarnych.

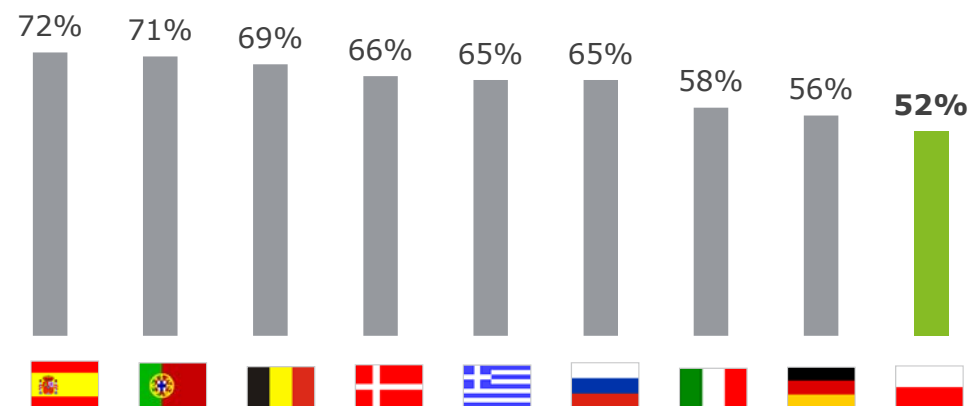
Jeżeli nie znajdę produktu którego szukam w moim ulubionym sklepie offline...

... poszukam go online



Polacy są na **trzecim miejscu** pod względem skłonności do **przejścia do online**

... poszukam go w innym sklepie stacjonarnym



Najmniejszy odsetek Polaków deklaruje chęć szukania produktu w **innym sklepie stacjonarnym**

Komunikowanie bezpieczeństwa transakcji, szybkości dostawy i dostępu do indywidualnej porady jest kluczem do zwiększania zaangażowania Polaków w online.

Co najbardziej przekonuje cię do robienia zakupów online?



Co najbardziej przekonuje cię do robienia zakupów w sklepach stacjonarnych?



Podsumowanie i wnioski



Podsumowanie

Polacy, podobnie jak większość Europejczyków, oceniają **obecną sytuację gospodarczą** w kraju **negatywnie**, a jeszcze gorzej zapatrują się na przyszłość.

W tym roku polski konsument planuje wydać na święta **1121 zł** – **więcej** niż w roku ubiegłym.

Najwięcej dorosłych w Polsce znajdzie pod choinką **kosmetyki bądź perfumy**.

Większość młodzieży otrzyma **słodczyce**, a dzieci, wzorem lat poprzednich – **zabawki konstrukcyjne**.

Multimedia zamawiane będą przede wszystkim **online**. Inne prezenty kupimy głównie w **sieciach specjalistycznych**. Z kolei po **żywność** na święta udamy się w pierwszej kolejności **do dyskontów**.

Ponad połowa polskich konsumentów nie będzie czekała z zakupami świątecznymi na ostatnią chwilę – zrobi je **w pierwszej połowie grudnia** lub nawet **w listopadzie**.

Podsumowanie

Prawie 40% pieniędzy na prezenty polscy konsumenci wydadzą **online** – to drugi najwyższy wskaźnik wśród badanych państw.

Polska jest jedynym krajem, gdzie zarówno online, jak i w sklepach tradycyjnych **wydatki na prezenty będą wyższe niż przed rokiem.**

Polacy na tle większości badanych krajów są **bardziej skłonni do przechodzenia do online** ze sklepów stacjonarnych.

Komunikowanie bezpieczeństwa transakcji, szybkość dostawy i dostęp do indywidualnej porady są kluczem do zwiększania zaangażowania Polaków w zakupy online.

Blisko **połowa Polaków** zrobi zakupy świąteczne **w kanałach cyfrowych.**

Kontakt



Kontakt



Magdalena Jończak
Partner w Dziale Konsultingu
mjonczak@deloittece.com



Mariusz Chmurzyński
Dyrektor w Dziale Konsultingu
mchmurzynski@deloittece.com



Wojciech Górniak
Dyrektor w Deloitte Digital
wgorniak@deloittece.com