

Badanie i Raport Koszyk Zakupowy ASM SFA Podsumowanie 2025

Handel w 2025 roku funkcjonował w warunkach stopniowej stabilizacji gospodarczej po okresie wysokiej inflacji z poprzednich lat. Poprawiające się nastroje konsumenckie oraz wzrost wynagrodzeń sprzyjały odbudowie popytu, jednak klienci w dalszym ciągu zwracali dużą uwagę na ceny i poszukiwali korzystnych ofert. Sieci handlowe, starając się utrzymać zainteresowanie konsumentów, nadal wykorzystywały promocje oraz działania lojalnościowe, choć coraz większe znaczenie zyskiwało także budowanie wartości oferty i dopasowanie asortymentu do zmieniających się potrzeb klientów.

Rynek handlowy pozostawał bardzo konkurencyjny, a sieci uważnie obserwowały działania swoich rywali, reagując na zmiany cen i strategii sprzedażowych. Konsumenti częściej porównywali oferty oraz korzystali z różnych kanałów zakupowych, łącząc zakupy stacjonarne z internetowymi.

Podobnie jak w poprzednich latach, handel pozostawał silnie uzależniony od nastrojów konsumenckich oraz sytuacji gospodarczej. Choć warunki rynkowe były bardziej stabilne niż wcześniej, ostrożność zakupowa części konsumentów wciąż wpływała na decyzje zakupowe i strategie podejmowane przez sieci handlowe.

Poniżej prezentujemy podsumowanie 2025 roku przygotowane na podstawie wyników comiesięcznego Badania i Raportu Koszyk Zakupowy ASM SFA. Raport przedstawia analizę zmian cen w 13 najważniejszych sieciach handlowych działających na polskim rynku spożywczym.

Dzięki zebranim danym możliwe było m.in. sprawdzenie, kto był faworytem niskich cen w 2025 roku, które sieci oferowały najkorzystniejsze ceny w analizowanym okresie, jak zmieniały się ceny w ciągu dwunastu miesięcy oraz w których miesiącach zakupy były najdroższe, a w których najtańsze. Analiza pozwala także porównać wyniki poszczególnych sieci handlowych oraz przyjrzeć się strategiom cenowym stosowanym w odpowiedzi na zmieniające się warunki rynkowe.



TOP 3 sieci handlowych w 2025 roku

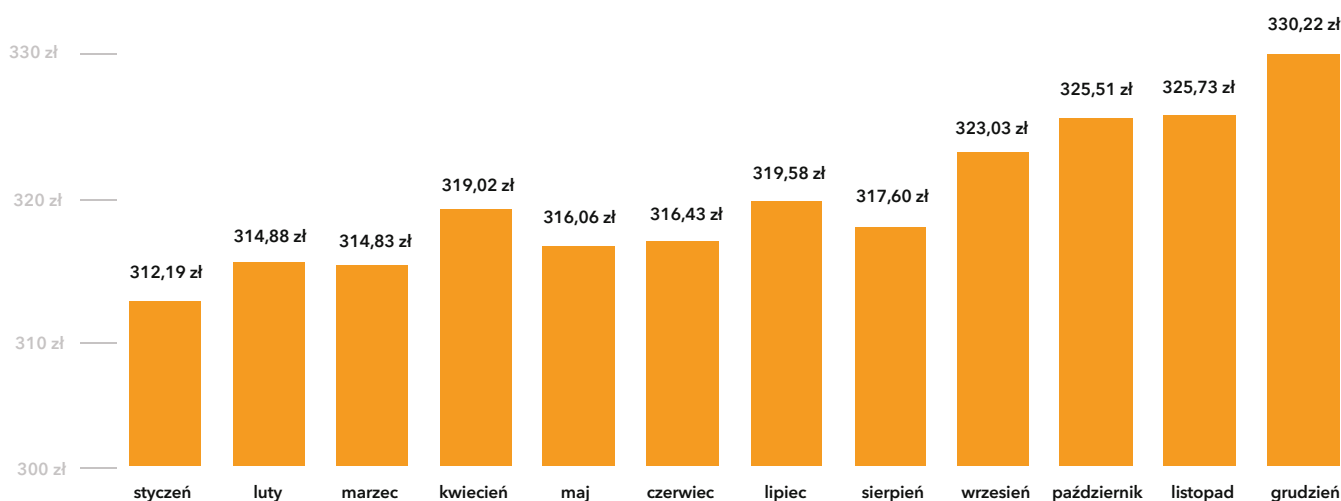


Na **pierwszym miejscu podium** znalazła się sieć **Auchan**, ze średnią wartością koszyka zakupowego na poziomie 281,47 zł. Wyraźnie wyprzedziła ona pozostałe sieci, utrzymując pozycję lidera w każdym miesiącu 2025 roku. Co istotne, przez cały analizowany okres oferowała koszyk poniżej poziomu 300 zł, co potwierdza jej bardzo wysoką konkurencyjność cenową.

Drugie miejsce w zestawieniu zajęła sieć **Makro Cash & Carry**, której średnia wartość koszyka wyniosła 304,07 zł. W ciągu roku sieć ta pięciokrotnie plasowała się na drugim miejscu oraz siedmiokrotnie na trzecim, co świadczy o jej stabilnej i silnej pozycji w czołówce rankingu.

Na **trzecim miejscu** uplasowała się sieć **Selgros Cash & Carry**, ze średnią wartością koszyka na poziomie 308,92 zł. Jej wyniki były bardziej zróżnicowane – czterokrotnie zajmowała drugie i czwarte miejsce, raz piąte, dwukrotnie szóste oraz raz ósme. Mimo tych wahań sieć utrzymała się w ścisłej czołówce zestawienia, oferując stosunkowo konkurencyjne ceny.

Średnia cena koszyka zakupowego



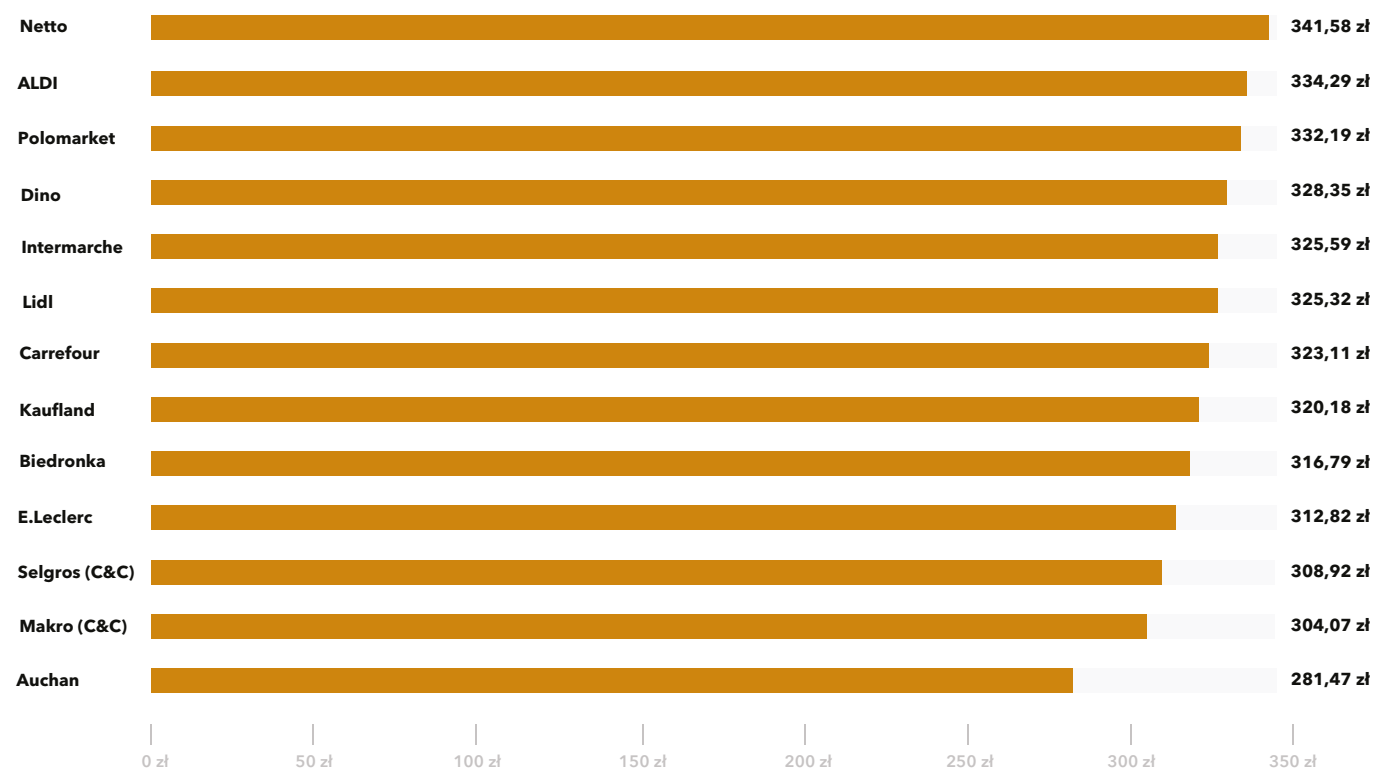
W 2025 roku **średnia wartość koszyka zakupowego wyniosła 319,59 zł**. Analiza miesięcznych zmian wartości koszyka wskazuje na umiarkowany wzrost cen w ciągu roku - różnica między najtańszym (styczeń) a najdroższym (grudzień) miesiącem wyniosła 18,03 zł **czyli około 6%**.

W pierwszych miesiącach 2025 roku średnia wartość koszyka dla wszystkich analizowanych sieci utrzymywała się na poziomie około 312-319 zł. Natomiast w drugiej połowie roku zanotowano stopniowy wzrost cen, co może wiązać się z powrotem do szkoły i jesiennymi zakupami. W grudniu średnia wartość koszyka osiągnęła najwyższy poziom - **330,22 zł**, co jest typowe ze względu na zakupy świąteczne.

Dynamika cenowa koszyków

W większości analizowanych sieci odnotowano **wzrost wartości koszyka zakupowego pomiędzy styczniem a grudniem**. Spadek wartości wystąpił **jedynie w dwóch sieciach**. Największą obniżkę odnotowano w sieci **Selgros Cash & Carry (1,41%)**, natomiast nieco mniejszy spadek wystąpił w Auchan (0,65%). Relatywnie stabilny poziom cen utrzymywał się w sieci E.Leclerc, gdzie wartość koszyka wzrosła jedynie o 2,52%. Niewielkie wzrosty odnotowano również w sieciach Lidl (4,16%), Dino (4,69%), Makro (5,54%) oraz Kaufland (5,95%). **Największe wzrosty wartości** koszyka zakupowego zaobserwowano w sieciach **POLOmarket (11,21%)**, Biedronka (10,44%) oraz Carrefour (10,21%).

Ranking sieci handlowych w 2025 roku



W 2025 roku liderem rankingu cen została sieć **Auchan**, która zaoferowała klientom najniższą średnią wartość koszyka zakupowego na poziomie **281,47 zł**. Wyraźnie wyprzedziła ona pozostałe sieci, utrzymując przewagę cenową zarówno nad konkurencją z segmentu hipermarketów, jak i nad sieciami dyskontowymi. Na kolejnych miejscach znalazły się **Makro Cash & Carry** oraz **Selgros Cash & Carry**, których średnia wartość koszyka wyniosła odpowiednio **304,07 zł** oraz **308,92 zł**. Natomiast najwyższe średnie wartości koszyka odnotowano w sieciach **Netto**, **ALDI** oraz **POLOmarket**, gdzie klienci musieli liczyć się ze średnimi kosztami koszyka przekraczającymi 330 zł, a w przypadku Netto sięgającymi nawet **341,58 zł**. Różnica sięgająca niemal 60 zł między najtańszą a najdroższą siecią podkreśla wyraźne zróżnicowanie cenowe na rynku, co wpływa na decyzje zakupowe konsumentów i wskazuje na silną rywalizację w obszarze polityki cenowej.

	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Lipiec	Sierpień	Wrzesień	Październik	Listopad	Grudzień
ALDI	12	11	12	12	9	10	10	11	10	12	12	12
Auchan	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Biedronka	2	2	5	7	10	3	7	6	8	5	2	6
Carrefour	5	6	3	5	6	8	8	10	9	10	10	11
Dino	13	12	9	9	12	9	9	7	7	8	8	9
E.Leclerc	10	4	4	4	5	5	5	3	3	4	6	4
Intermarche	4	8	7	10	13	12	11	9	5	7	7	5
Kaufland	7	10	10	8	7	7	3	5	4	9	5	8
Lidl	9	7	8	6	4	6	12	8	11	11	9	7
Makro (C&C)	3	3	2	3	3	2	2	2	2	3	3	3
Netto	6	13	13	11	8	13	13	13	13	13	13	10
Polomarket	11	9	11	13	11	11	6	12	12	6	11	13
Selgros (C&C)	8	5	6	2	2	4	4	4	6	2	4	2

Na podstawie przeprowadzonej analizy można wskazać, które sieci handlowe najczęściej zajmowały zarówno najwyższe, jak i najniższe pozycje w rankingu w 2025 roku. Zdecydowanym liderem okazała się sieć Auchan, która zajęła 1. miejsce we wszystkich 12 miesiącach, co świadczy o jej niekwestionowanej dominacji w zestawieniu. W przypadku 2. miejsca najczęściej pojawiała się sieć Makro Cash & Carry, która zajęła tę pozycję pięć razy, następnie Selgros Cash & Carry (4 razy) i Biedronka (3 razy). Jeśli chodzi o 3. miejsce to również dominowała sieć Makro Cash & Carry, która znalazła się na tej pozycji 7 razy, następnie E.Leclerc (2 razy), a Carrefour, Biedronka i Kaufland po 1 razie.

Natomiast analizując najniższe pozycje w zestawieniu, można zauważyć, że najczęściej ostatnie, 13. miejsce zajmowała sieć Netto (8 razy). Na 12. miejscu najczęściej plasowała się sieć Aldi (6 razy), natomiast 11. miejsce najczęściej zajmował POLOmarket (5 razy). Wyniki te wskazują, że wymienione sieci najczęściej znajdowały się w dolnej części rankingu.

Wartość koszyka zakupowego w podziale na sektory

Dyskonty (ALDI, Biedronka, Lidl, Netto)

Segment dyskontów charakteryzuje się relatywnie wysokim, jak na oczekiwania konsumentów, poziomem cen – średnia roczna wartość koszyka wyniosła w tym sektorze 329,50 zł. Mimo wizerunku „najtaniejszych sklepów”, w analizowanym zestawieniu dyskonty okazały się najdroższym segmentem. Najniższe ceny oferowała Biedronka (316,79 zł), z kolei najwyższy poziom cen zaobserwowano w Netto (341,58 zł), co znacząco podnosi średnią dla całej grupy. Różnica między najtańszą a najdroższą siecią wyniosła około 25 zł. W ciągu roku ceny w dyskontach pozostawały stosunkowo stabilne, bez gwałtownych wahań sezonowych. Można zaobserwować, że dyskonty stopniowo odchodzą od strategii wyłącznie niskich cen na rzecz budowania wartości koszyka – poprzez rozwój marek własnych, produktów premium czy dostępności asortymentu.

	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Lipiec	Sierpień	Wrzesień	Październik	Listopad	Grudzień
ALDI	322,70 zł	332,69 zł	331,87 zł	341,72 zł	329,04 zł	329,34 zł	330,08 zł	328,69 zł	336,05 zł	343,46 zł	340,75 zł	345,16 zł
Biedronka	299,94 zł	296,10 zł	310,52 zł	323,20 zł	329,43 zł	307,44 zł	324,91 zł	323,70 zł	327,61 zł	319,70 zł	307,69 zł	331,25 zł
Lidl	318,29 zł	320,12 zł	316,35 zł	315,66 zł	312,11 zł	316,39 zł	332,17 zł	325,21 zł	338,40 zł	342,46 zł	335,20 zł	331,52 zł
Netto	312,85 zł	342,49 zł	339,40 zł	333,51 zł	323,32 zł	346,78 zł	354,43 zł	340,95 zł	354,17 zł	365,35 zł	345,52 zł	340,18 zł

Hipermarkety (Auchan, Carrefour, E.Leclerc, Kaufland)

Hipermarkety zajmują drugie miejsce pod względem atrakcyjności cenowej w analizowanym zestawieniu, ze średnią roczną na poziomie 309,39 zł. Kluczową rolę odgrywa tutaj Auchan (281,47 zł), który znacząco obniża średnią całej grupy i wyraźnie dystansuje konkurencję. Najdroższą siecią w tym segmencie jest Carrefour (323,11 zł), co pokazuje duże zróżnicowanie wewnętrzne – sięgające około 40 zł. Tak duża rozpiętość wskazuje na intensywną konkurencję oraz odmienne strategie cenowe poszczególnych sieci. Hipermarkety często oferują szeroki asortyment i agresywne promocje, co może tłumaczyć niższe ceny koszyka. Widoczna jest również większa zmienność cen w ciągu roku, wynikająca z sezonowości i działań marketingowych.

	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Lipiec	Sierpień	Wrzesień	Październik	Listopad	Grudzień
Auchan	287,71 zł	276,98 zł	274,11 zł	282,37 zł	262,16 zł	267,45 zł	283,59 zł	286,56 zł	286,58 zł	296,60 zł	287,71 zł	285,84 zł
Carrefour	308,99 zł	309,57 zł	308,63 zł	314,67 zł	317,06 zł	320,93 zł	325,37 zł	326,81 zł	330,36 zł	338,62 zł	335,73 zł	340,54 zł
E.Leclerc	319,66 zł	304,21 zł	309,58 zł	311,28 zł	312,79 zł	309,80 zł	313,83 zł	300,19 zł	305,25 zł	314,57 zł	324,93 zł	327,71 zł
Kaufland	315,56 zł	327,15 zł	326,63 zł	324,47 zł	317,64 zł	316,71 zł	305,77 zł	313,44 zł	308,92 zł	329,63 zł	321,89 zł	334,35 zł

Supermarkety (Dino, Intermarché, POLOmarket)

Supermarkety cechują się dużą stabilnością cenową oraz umiarkowanym poziomem cen – średnia roczna wyniosła w tym segmencie 328,71 zł. Najtańszą siecią w tej grupie jest Intermarché (325,59 zł), natomiast najdroższą POLOmarket (332,19 zł). Różnice między sieciami są niewielkie i wynoszą zaledwie około 7 zł, co wskazuje na bardzo wyrównaną konkurencję. W porównaniu do innych segmentów supermarkety nie wykazują dużych wahań cenowych w czasie, co może być istotne dla klientów ceniących przewidywalność wydatków.

	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Lipiec	Sierpień	Wrzesień	Październik	Listopad	Grudzień
Dino	323,22 zł	337,40 zł	321,31 zł	330,89 zł	330,98 zł	329,11 zł	325,37 zł	324,73 zł	323,11 zł	323,27 zł	332,39 zł	338,38 zł
Intermarche	308,77 zł	320,31 zł	315,93 zł	331,82 zł	335,36 zł	333,47 zł	331,69 zł	325,29 zł	320,67 zł	323,26 zł	331,58 zł	328,90 zł
Polomarket	322,20 zł	321,54 zł	327,52 zł	342,74 zł	330,03 zł	331,39 zł	316,88 zł	333,15 zł	342,86 zł	322,97 zł	336,73 zł	358,31 zł

Cash & Carry (Makro Cash & Carry, Selgros Cash & Carry)

Segment Cash & Carry osiągnął najniższy poziom cen w analizie – średnia roczna wyniosła 306,49 zł, co plasuje go jako najtańszy format sprzedaży. Najniższe ceny zaoferowało Makro Cash & Carry (304,07 zł), a Selgros Cash & Carry (308,92 zł) pozostaje tylko nieznacznie droższy, co daje minimalną różnicę około 5 zł. Tak niewielkie zróżnicowanie wskazuje na bardzo wysoką stabilność cenową i spójność strategii w całym segmencie. Cash & Carry opiera się na modelu zakupów hurtowych, co pozwala na utrzymanie niższych cen jednostkowych. Segment ten wykazuje również mniejszą zmienność cen w ciągu roku w porównaniu do hipermarketów. Należy jednak pamiętać, że jest on w dużej mierze skierowany do klientów biznesowych, co ogranicza jego dostępność dla przeciętnego konsumenta.

	Styczeń	Luty	Marzec	Kwiecień	Maj	Czerwiec	Lipiec	Sierpień	Wrzesień	Październik	Listopad	Grudzień
Makro	300,66 zł	297,69 zł	298,53 zł	303,81 zł	309,20 zł	297,05 zł	299,95 zł	295,74 zł	302,88 zł	310,06 zł	315,89 zł	317,31 zł
Selgros	317,90 zł	307,15 zł	312,47 zł	291,08 zł	299,71 zł	307,79 zł	310,52 zł	304,40 zł	322,54 zł	301,61 zł	318,50 zł	313,42 zł



“

Analiza danych z całego roku pokazuje, że dynamika cen była umiarkowana, a zmienność ograniczona w porównaniu do poprzednich lat

Rok 2025 przyniósł wyraźne uspokojenie sytuacji na rynku handlu detalicznego po okresie silnych turbulencji cenowych z lat wcześniejszych. Widzimy powrót do bardziej przewidywalnego otoczenia, jednak nie oznacza to spadku presji konkurencyjnej – wręcz przeciwnie, rywalizacja pomiędzy sieciami przeniosła się na bardziej złożony poziom.

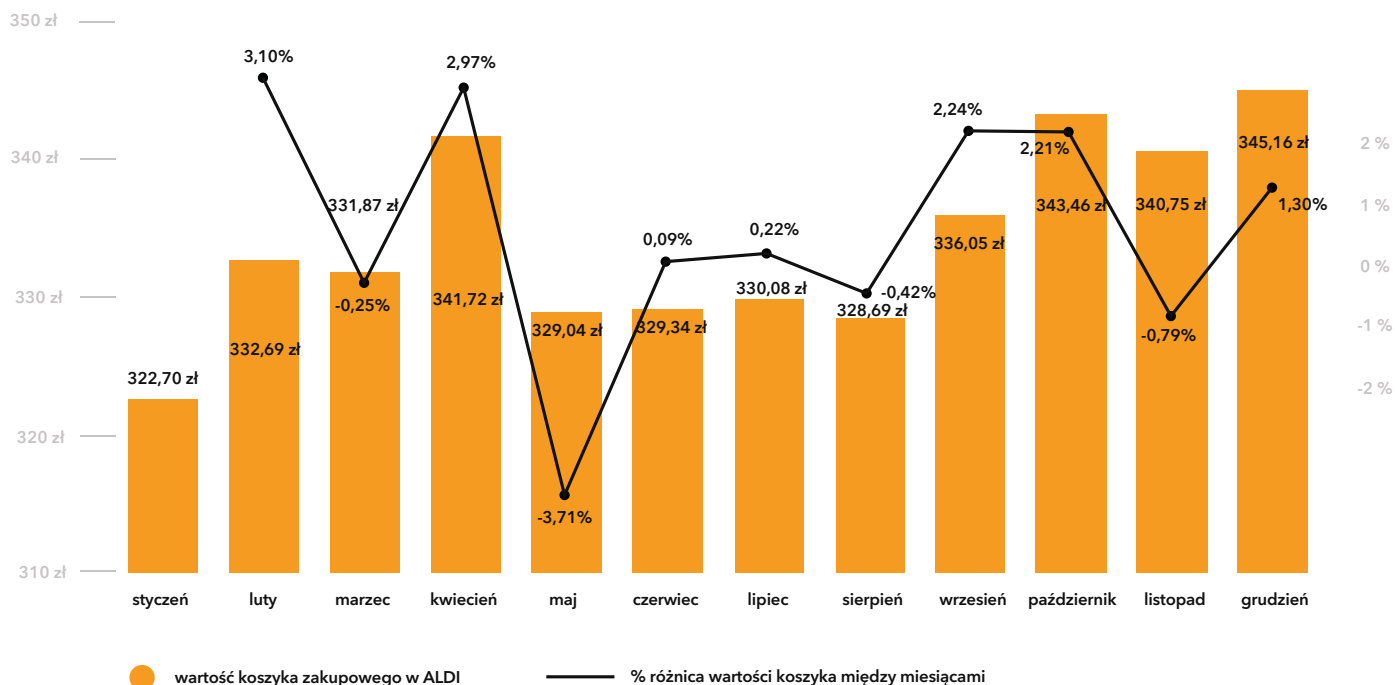
Konsumenci, mimo poprawy nastrojów i wzrostu dochodów, pozostają świadomi cenowo i coraz częściej podejmują decyzje zakupowe w oparciu o porównanie ofert oraz realną wartość koszyka. To powoduje, że polityka cenowa nie jest już wyłącznie narzędziem przyciągania ruchu, ale elementem szerszej strategii budowania lojalności i percepcji marki.

Analiza danych z całego roku pokazuje, że dynamika cen była umiarkowana, a zmienność ograniczona w porównaniu do poprzednich lat. Jednocześnie utrzymuje się istotne zróżnicowanie pomiędzy sieciami oraz formatami sprzedaży, co potwierdza, że rynek nie zmierza w kierunku ujednoczenia cen, lecz raczej dalszej segmentacji i specjalizacji.

Z perspektywy całego rynku kluczowym wnioskiem jest to, że przewaga konkurencyjna nie wynika już wyłącznie z poziomu cen, ale z umiejętnego zarządzania całym doświadczeniem zakupowym – od struktury asortymentu, przez politykę promocji, aż po spójność komunikacji wartości dla klienta. W tym kontekście 2025 rok można uznać za moment przejścia od wojny cenowej do bardziej strategicznej rywalizacji o konsumenta

Kamil Kruk, Client Service & Analysis Director ASM SFA

Podsumowanie dla sieci

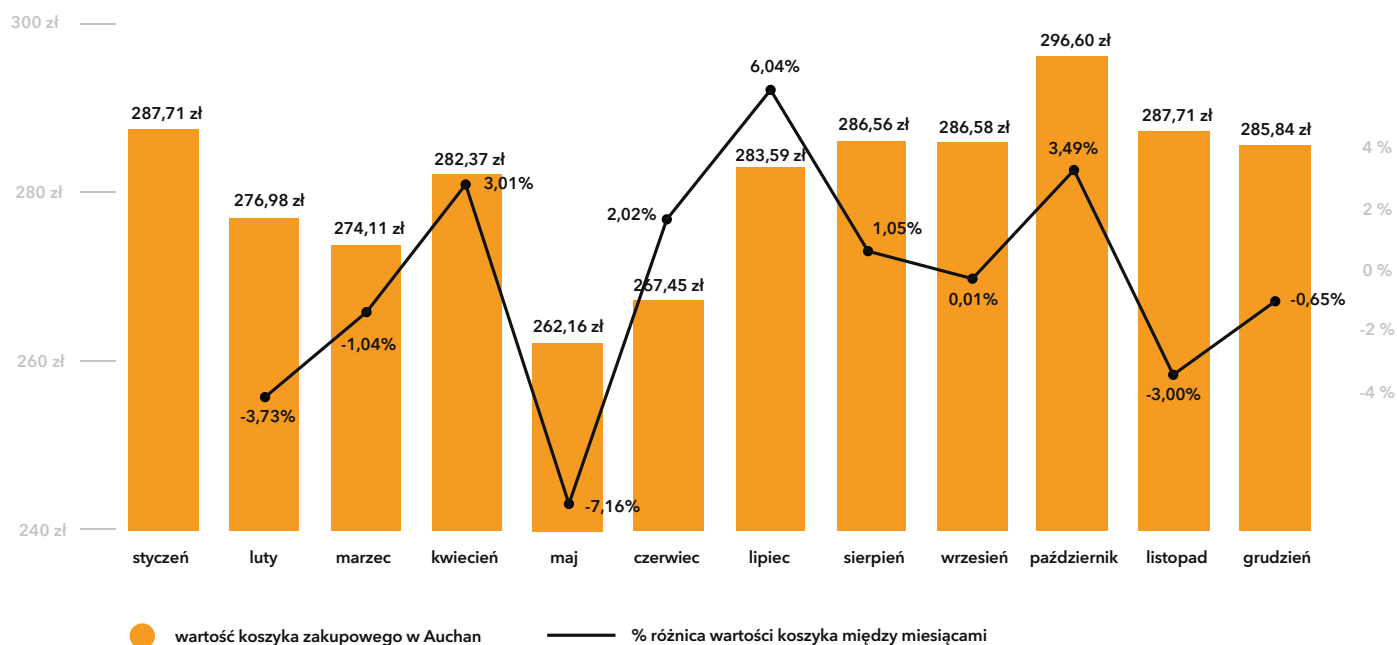


Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

334,29 zł

Średnia wartość koszyka zakupowego w sieci **ALDI** w 2025 roku wyniosła **334,29 zł**, co zapewniło jej przedostatnią pozycję w zestawieniu wszystkich sieci handlowych oraz trzeci wynik w swoim kanale dystrybucji - dyskontach. Najniższa wartość koszyka została odnotowana w **styczniu** (322,70 zł), natomiast najwyższa w **grudniu** (345,16 zł), co oznacza wzrost o **6,96%** w ciągu roku. Analiza wykazuje, że największe wzrosty wartości koszyka w ALDI wystąpiły w lutym (3,10%) i kwietniu (2,97%), natomiast największy spadek (3,71%) odnotowano w maju. Pozostałe miesiące cechowały się niewielkimi zmianami cen, co świadczy o stosunkowo stabilnej polityce cenowej sieci. Dla odniesienia, średni koszyk w kanale dyskontów wyniósł 329,50 zł, czyli koszyk w ALDI był wyższy o 1,46% od średniej segmentu.

Podsumowanie dla sieci



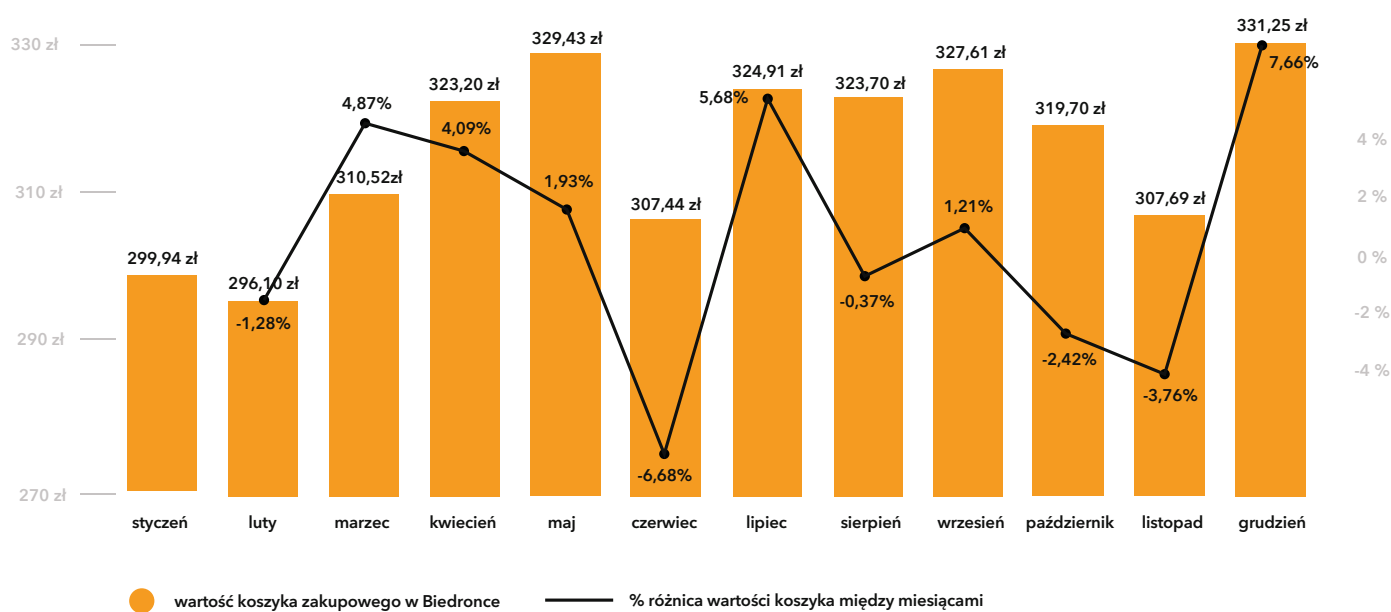
Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

281,47 zł

Średnia wartość koszyka zakupowego w sieci **Auchan** w 2025 roku wyniosła **281,47 zł**, co pozwoliło jej objąć pozycję **lidera rankingu najniższych cen** oraz miano najtańszego hipermarketu. Co miesiąc Auchan notowało najniższą wartość koszyka zakupowego w porównaniu z konkurencją, potwierdzając swoją rolę najtańszej sieci na polskim rynku spożywczym. Najniższą wartość koszyka odnotowano w **maju** (262,16 zł), natomiast najwyższą w **październiku** (296,60 zł). Różnica między styczniem a grudniem wyniosła **-0,65%**, wskazując na lekki spadek cen w ciągu roku.

W porównaniu do innych kanałów dystrybucji, wartość koszyka w Auchan była znacznie niższa niż średnia w hipermarketach (309,39 zł), dyskontach (329,50 zł), supermarketach (328,71 zł) oraz w segmencie Cash & Carry (306,49 zł). W relacji do tych segmentów Auchan odnotowało niższe ceny odpowiednio o 9,02%, 14,58%, 14,37% i 8,16%.

Podsumowanie dla sieci

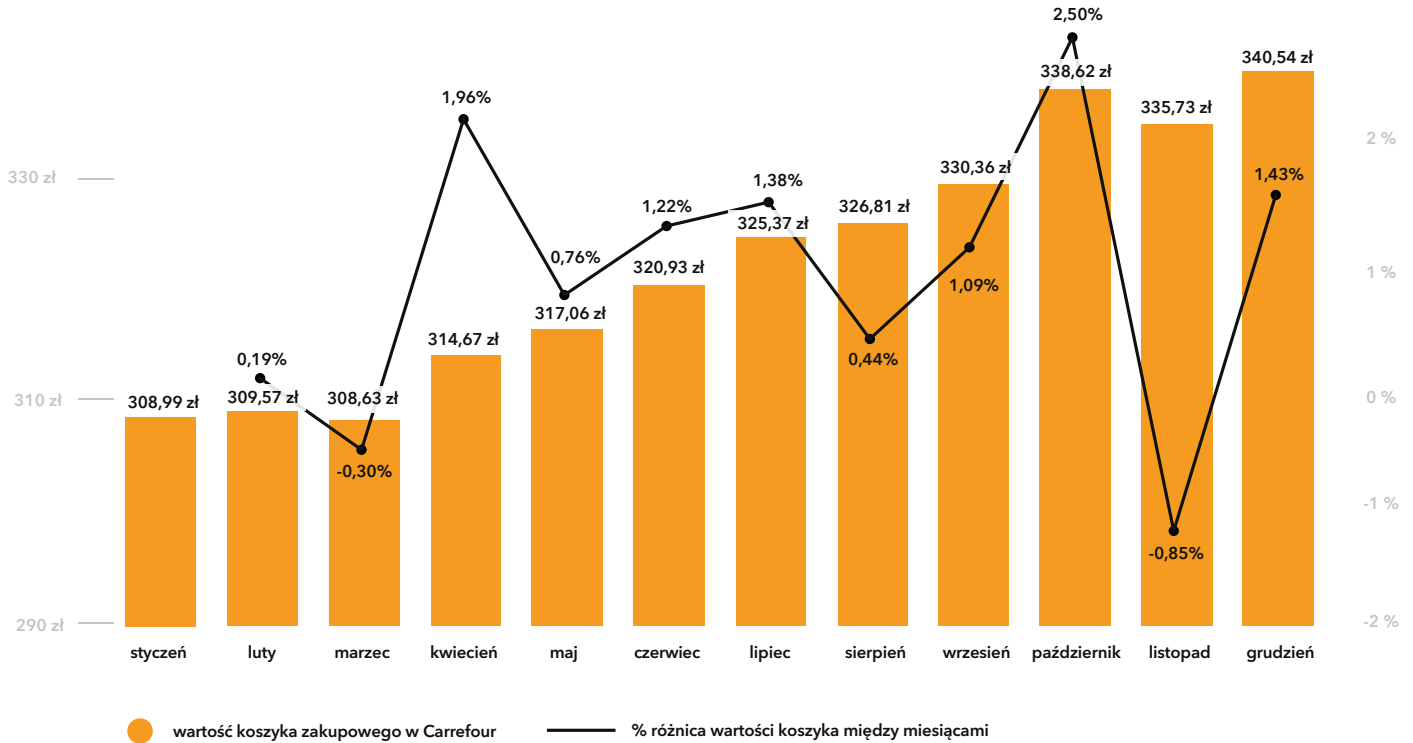


Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

316,79 zł

W 2025 roku sieć Biedronka kontynuowała aktywną politykę cenową. Średnia wartość koszyka **w Biedronce wyniosła 316,79 zł**, co dało jej piątą pozycję w zestawieniu wszystkich sieci handlowych oraz miano **najtańszego dyskontu w kanale dyskontów**. Analiza miesięcznych zmian wskazuje, że największe wzrosty wartości koszyka miały miejsce w grudniu (7,66%) i lipcu (5,68%), natomiast największy spadek odnotowano w czerwcu (6,68%). W ciągu roku wartość koszyka ulegała umiarkowanym wahaniom - najniższą odnotowano w lutym (296,10 zł), a najwyższą w grudniu (331,25 zł), co oznacza wzrost o 10,44% w ciągu 12 miesięcy.

Podsumowanie dla sieci



Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

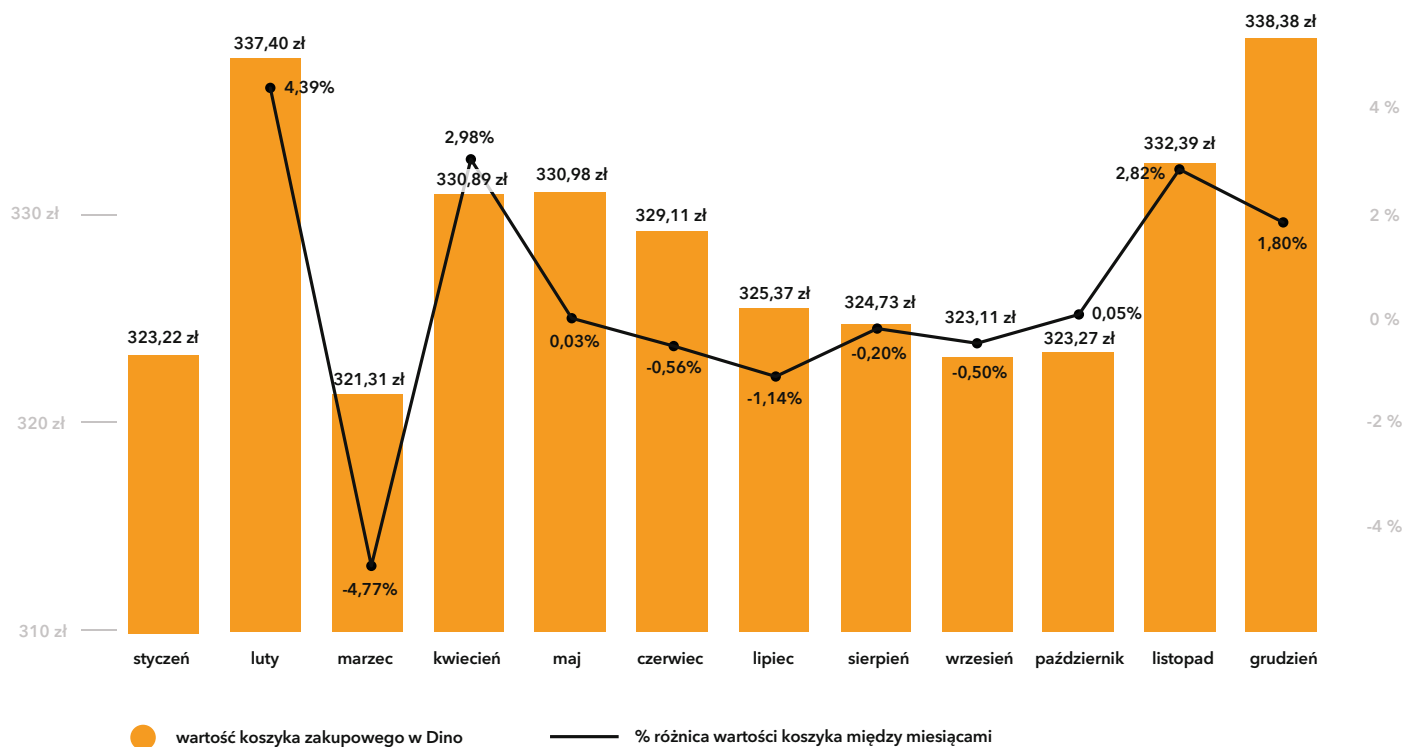
323,11 zł

Średnia wartość koszyka zakupowego w sieci Carrefour w 2025 roku wyniosła 323,11 zł, co zapewniło sieci siódmą pozycję w zestawieniu wszystkich sieci handlowych. Najniższą wartość koszyka odnotowano w marcu (308,63 zł), natomiast najwyższą w grudniu (340,54 zł), co oznacza wzrost o 10,21% w ciągu roku.

Analiza miesięcznych zmian pokazuje, że koszyk w Carrefour systematycznie rósł od początku roku, z wyraźniejszymi wzrostami w miesiącach letnich i jesiennych, a największy skok ceny odnotowano w październiku (2,51%). Wahania w pozostałych miesiącach były umiarkowane, co wskazuje na stabilną politykę cenową, przy jednoczesnym dostosowaniu do sezonowych potrzeb konsumentów.

Sieć Carrefour plasuje się powyżej średniej segmentu hipermarketów (309,39 zł) i czyni ją jednym z droższych hipermarketów w Polsce.

Podsumowanie dla sieci



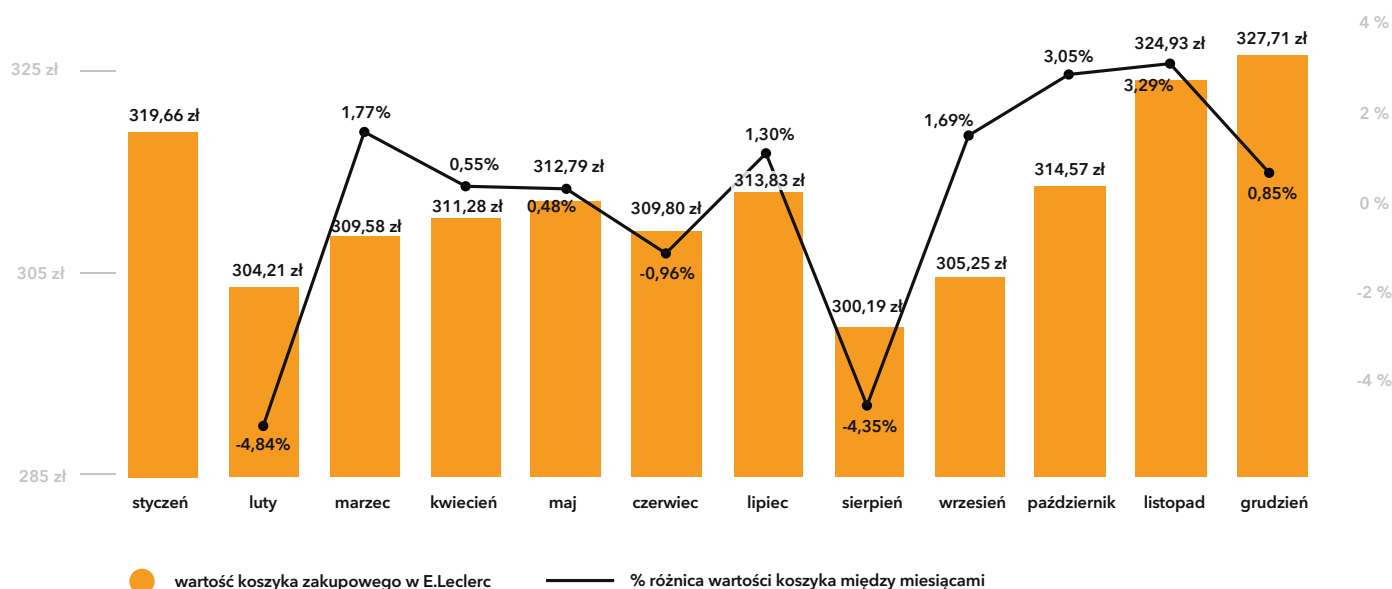
Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

328,35 zł

W 2025 roku sieć Dino odnotowała umiarkowane wahania wartości koszyka zakupowego w ciągu roku. Najniższa wartość koszyka wystąpiła w marcu (321,31 zł), natomiast najwyższa w grudniu (338,38 zł), co oznacza wzrost o 4,69% w ciągu 12 miesięcy. Analiza miesięcznych zmian pokazuje, że największe wzrosty wartości koszyka miały miejsce w lutym (4,39%) i kwietniu (2,98%).

Średnia wartość koszyka w sieci Dino w 2025 roku wyniosła 328,35 zł, co dało jej dziesiąte miejsce w rankingu wszystkich sieci handlowych i uplasowało ją niemal dokładnie na poziomie średniej dla segmentu supermarketów (328,71 zł).

Podsumowanie dla sieci



Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

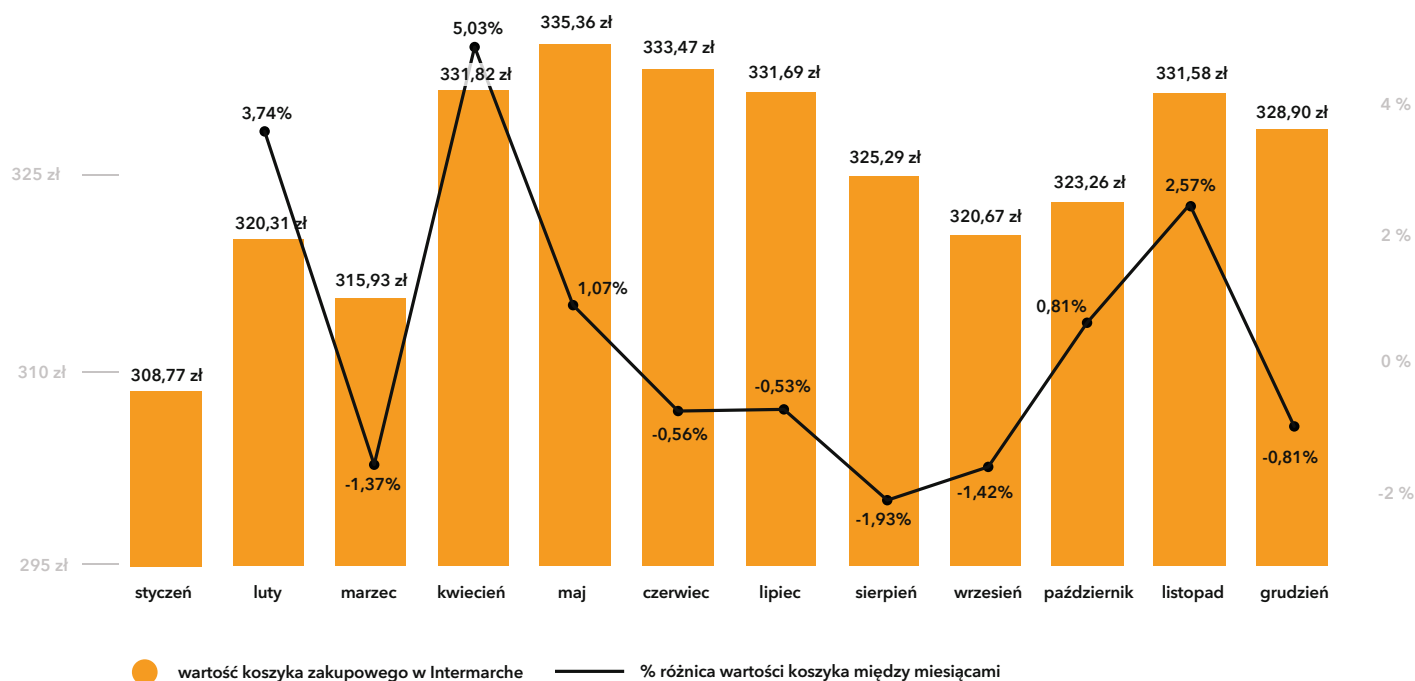
312,82 zł

W 2025 roku sieć **E.Leclerc** wykazała stosunkowo stabilną politykę cenową, choć w ciągu roku odnotowano kilka umiarkowanych wahań wartości koszyka. Najtańszy koszyk zakupowy odnotowano w **sierpniu** (300,19 zł), natomiast najwyższy w **grudniu** (327,71 zł). Wzrost w ciągu 12 miesięcy wyniósł **2,52%**.

Analiza zmian miesiąc do miesiąca pokazała, że największe spadki odnotowano w **lutym** (4,84%) i **sierpniu** (4,35%), natomiast największe wzrosty miały miejsce w **październiku** (3,05%) oraz **listopadzie** (3,29%).

Średnia wartość koszyka w E.Leclerc w 2025 roku wyniosła **312,82 zł** co zapewniło sieci **czwartą pozycję w zestawieniu wszystkich sieci handlowych** oraz **drugie miejsce w segmencie hipermarketów**, przy koszyku nieco wyższym niż średnia dla tego segmentu (309,39 zł).

Podsumowanie dla sieci

Intermarché


Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

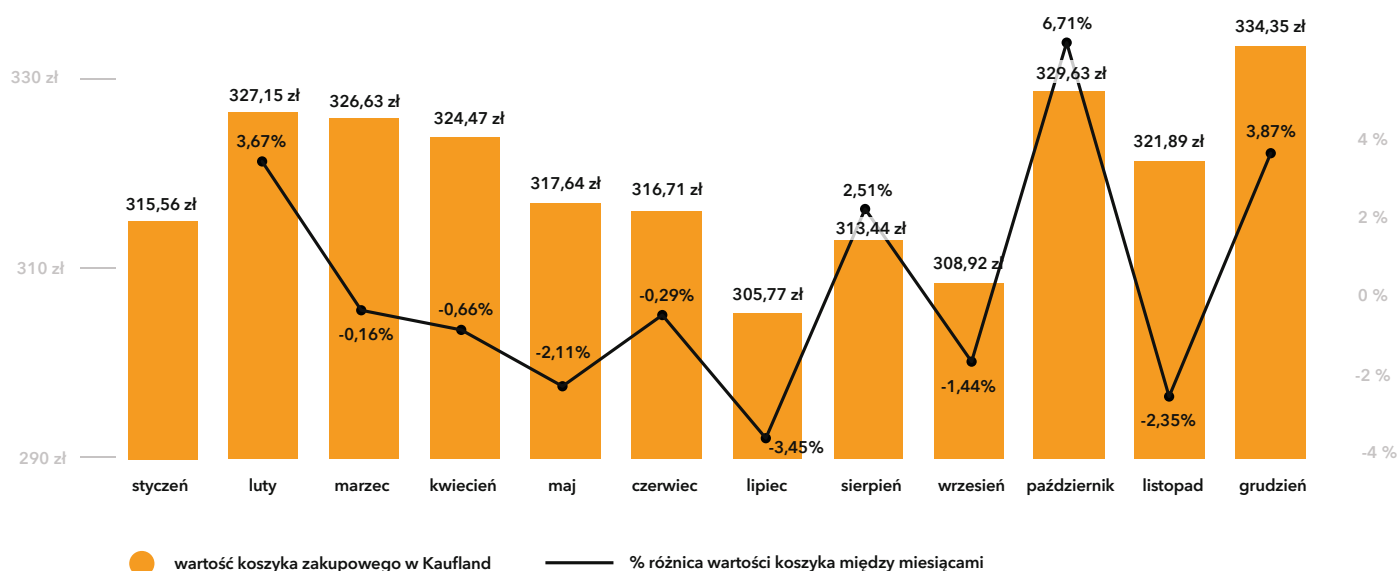
325,59 zł

Zmiany miesiąc do miesiąca wskazują, że najbardziej zauważalny wzrost cen w Intermarché nastąpił w kwietniu (5,03%) oraz w lutym (3,74%). Z kolei największe obniżki pojawiły się w sierpniu (1,93%) oraz we wrześniu (1,42%). W pozostałych miesiącach skala zmian była niewielka, co sugeruje dość wyrównany poziom cen w większości analizowanego okresu.

Średnia wartość koszyka w Intermarché w 2025 roku wyniosła **325,59 zł**, co uplasowało sieć na **dziewiątej pozycji** w rankingu wszystkich analizowanych sieci handlowych. Jednocześnie był to **najkorzystniejszy wynik wśród supermarketów**, ponieważ koszyk w tej sieci był **o 0,95% niższy od średniej dla tego segmentu** (328,71 zł).

Na tle pozostałych sieci koszyk Intermarché okazał się wyższy niż średnie wartości odnotowane w hipermarketach (309,39 zł) oraz w segmencie Cash & Carry (306,49 zł), ale jednocześnie pozostawał nieco poniżej średniej dla dyskontów (329,50 zł). Pokazuje to, że Intermarché utrzymuje konkurencyjne ceny w swojej kategorii, jednocześnie pozostając zbliżonym poziomem do ofert dyskontowych.

Podsumowanie dla sieci



Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

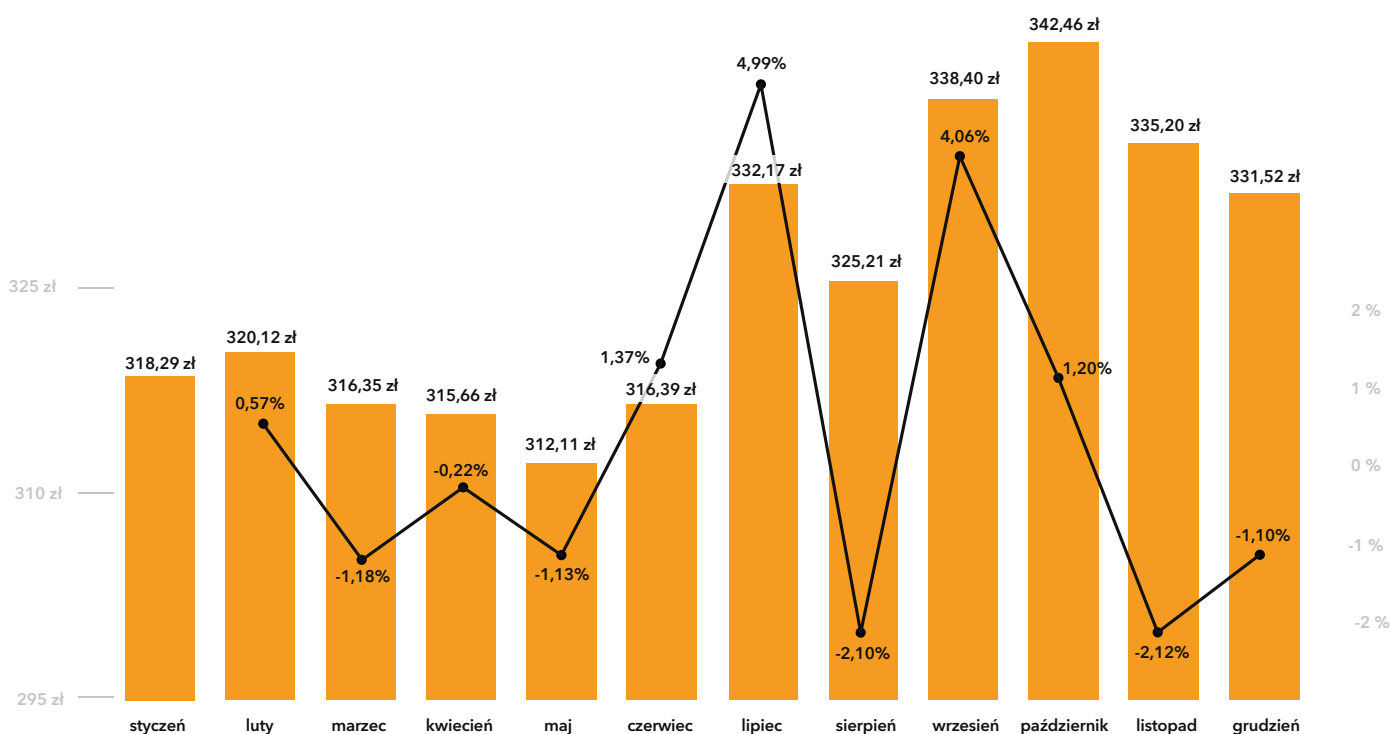
320,18 zł

W 2025 roku sieć **Kaufland** charakteryzowała się relatywnie stabilnym poziomem cen. Najniższą wartość koszyka odnotowano w lipcu (305,77 zł), natomiast najwyższą w grudniu - 334,35 zł. W skali całego roku koszyk zakupowy w tej sieci podrożał o 5,95%.

Zmiany miesiąc do miesiąca pokazują, że po wzroście cen w lutym (3,67%) w kolejnych miesiącach nastąpił stopniowy spadek wartości koszyka. Najniższy poziom cen odnotowano w lipcu (3,46%), który był jednocześnie najtańszym miesiącem w całym roku. W drugiej połowie roku ceny zaczęły ponownie rosnąć, a największy wzrost wystąpił w październiku (6,70%). Po niewielkim spadku w listopadzie koszyk ponownie podrożał w grudniu (3,87%), osiągając najwyższą wartość w analizowanym okresie.

Średnia wartość koszyka w **Kauflandzie** w 2025 roku wyniosła 320,18 zł, co uplasowało sieć na szóstym miejscu wśród analizowanych sieci. Jednocześnie poziom cen był wyższy od średniej dla segmentu hipermarketów (309,39 zł).

Podsumowanie dla sieci



Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

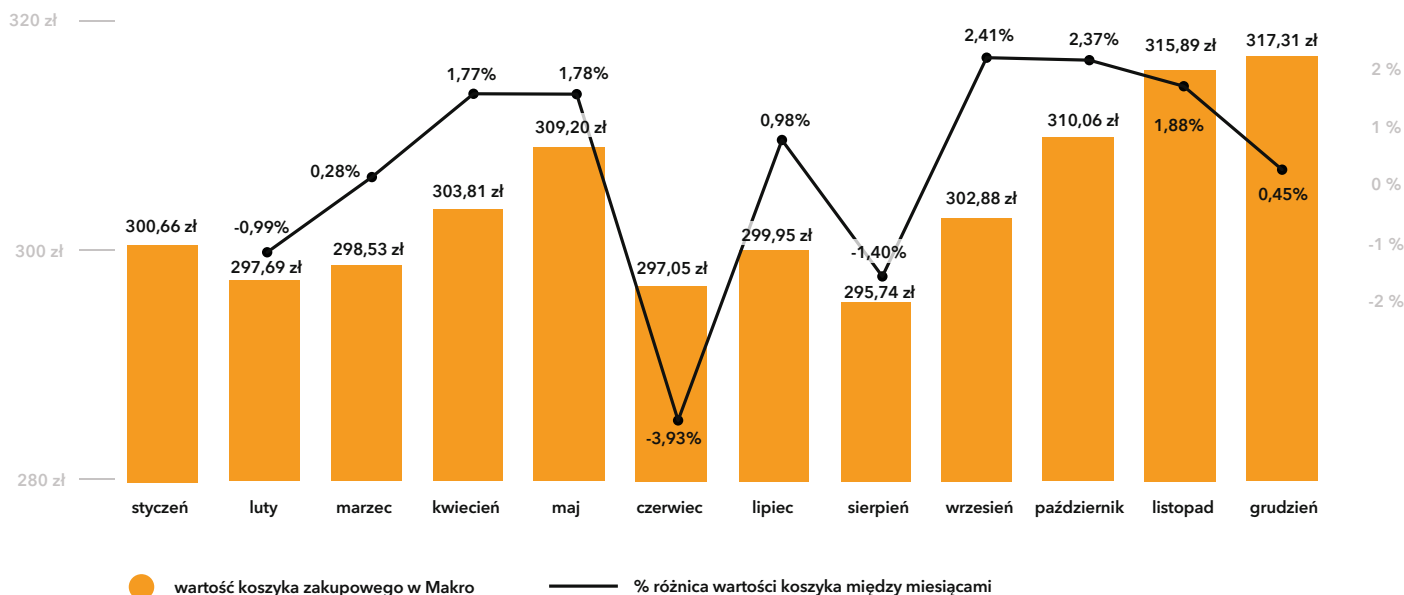
325,32 zł

W 2025 roku sieć Lidl odnotowała umiarkowane wahania wartości koszyka zakupowego w trakcie roku. Najniższy poziom cen wystąpił w maju, kiedy wartość koszyka wyniosła 312,11 zł, natomiast najwyższą wartość odnotowano w październiku - 342,46 zł. W ciągu 12 miesięcy - od stycznia do grudnia odnotowano wzrost cen o 4,16 %.

Zmiany miesiąc do miesiąca wskazują, że w pierwszej połowie roku ceny pozostawały względnie stabilne, z niewielką tendencją spadkową do maja. W kolejnych miesiącach nastąpiło wyraźne podwyższenie wartości koszyka, szczególnie w lipcu, kiedy odnotowano jeden z największych wzrostów w ciągu roku. Po chwilowym spadku w sierpniu ceny ponownie rosły we wrześniu i osiągnęły maksimum w październiku.

Średnia wartość koszyka w sieci **Lidl** w 2025 roku wyniosła **325,32 zł**, co plasowało sieć na **ósmym miejscu wśród analizowanych sieci handlowych**. Jednocześnie poziom cen był **niewiele niższy od średniej dla segmentu dyskontów (329,50 zł)**, co potwierdza konkurencyjne pozycjonowanie cenowe sieci w tej kategorii sklepów.

Podsumowanie dla sieci **makro**



Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

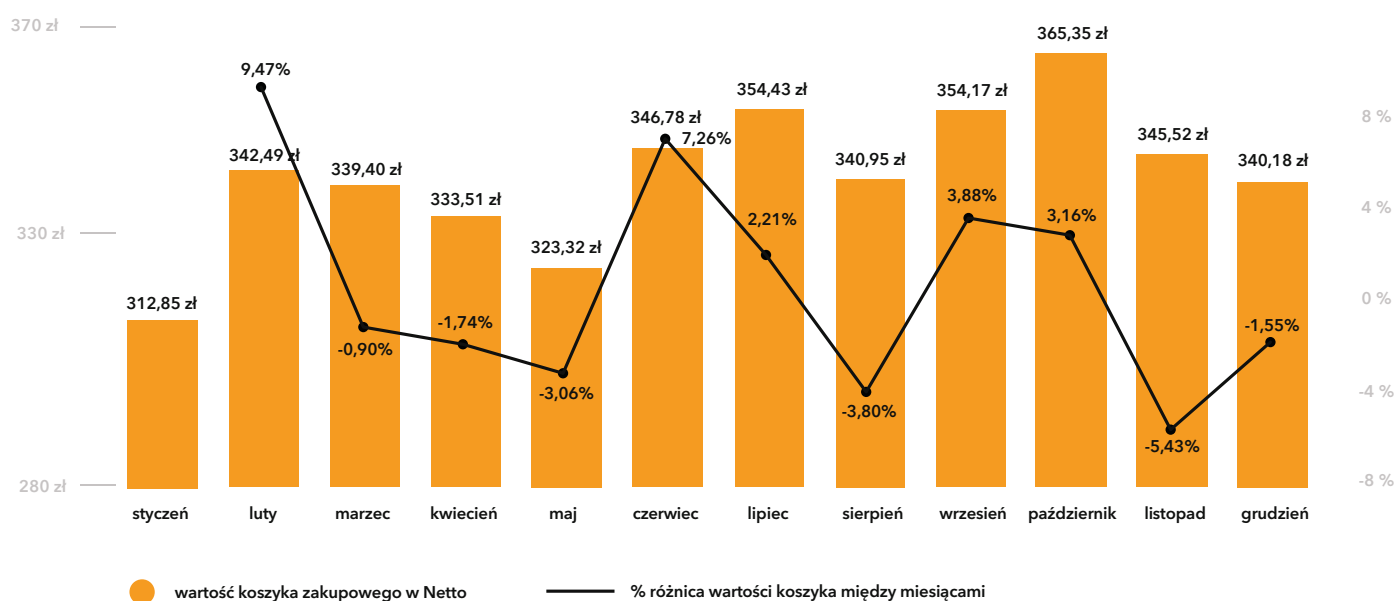
304,07 zł

W 2025 roku sieć **Makro** utrzymywała stabilny poziom cen koszyka zakupowego, z umiarkowanymi wahaniami w ciągu roku. Najniższy koszyk odnotowano w sierpniu (295,74 zł), a najwyższy w grudniu (317,31 zł). Od stycznia do grudnia ceny w **Makro Cash & Carry** wzrosły o 5,54%.

Analiza zmian miesiąc do miesiąca pokazuje, że największy spadek wystąpił w czerwcu (3,93%), natomiast największy wzrost odnotowano we wrześniu (2,41%). Pozostałe zmiany w ciągu roku były stosunkowo niewielkie, a od września do grudnia koszyk systematycznie rósł, osiągając maksimum w grudniu.

Średnia wartość koszyka w **Makro** w 2025 roku wyniosła **304,07 zł**, co dało sieci **drugie miejsce w rankingu** i potwierdziło pozycję najtańszego sklepu w segmencie sieci Cash & Carry.

Podsumowanie dla sieci Netto



Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

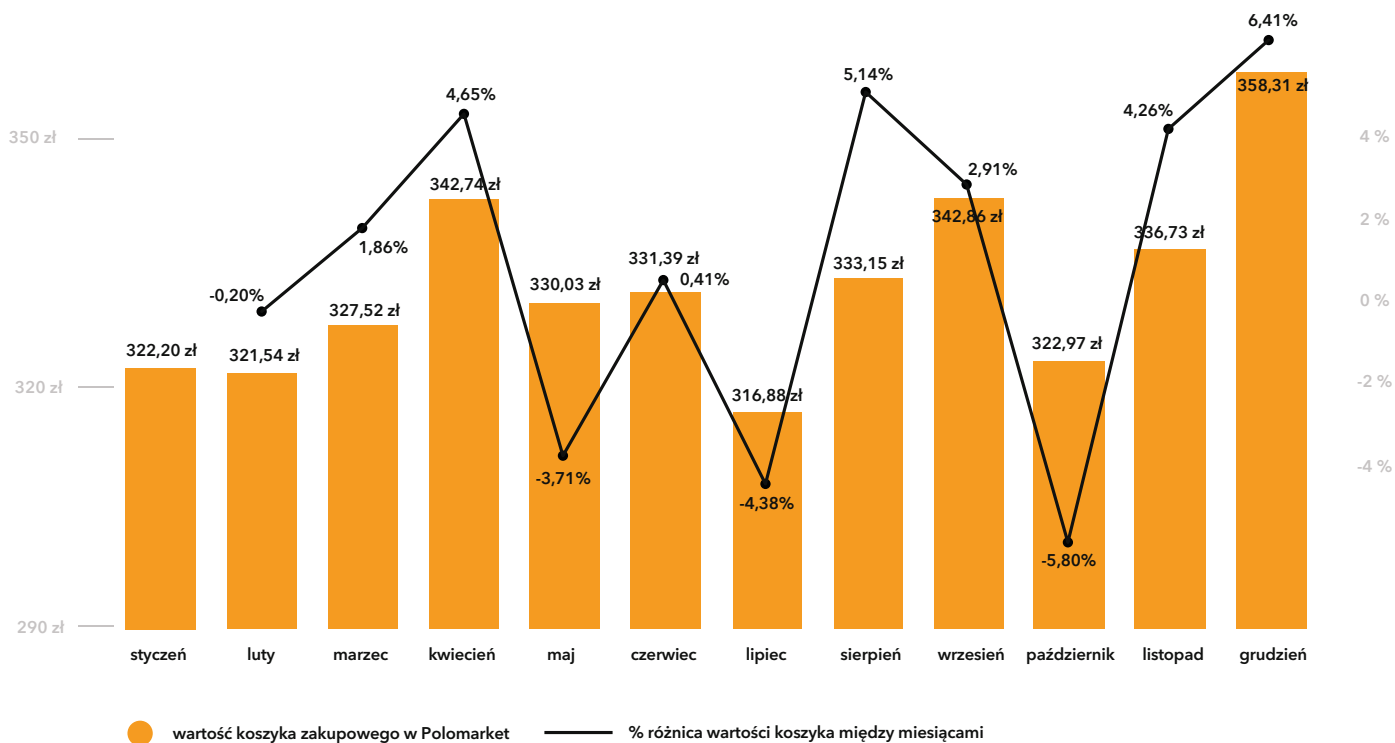
341,58 zł

W 2025 roku sieć **Netto** charakteryzowała się wyraźną zmiennością wartości koszyka zakupowego w ciągu roku. Najniższą wartość odnotowano w styczniu (312,85 zł), natomiast najwyższą w październiku (365,35 zł). Między styczniem a grudniem wartość koszyka wzrosła o 8,73%.

Analiza miesiąc do miesiąca pokazuje, że największy skok wartości koszyka w Netto miał miejsce w lutym (9,47%) a największy spadek w listopadzie (5,43%). W drugiej połowie roku koszyk stabilizował się, chociaż nadal pozostawał na wyższym poziomie niż w pierwszych miesiącach.

Średnia wartość koszyka w **Netto** w 2025 roku wyniosła **341,58 zł**, co sprawiło że sieć zajęła ostatnie miejsce w rankingu wszystkich sieci handlowych oraz była **najdroższym sklepem wśród dyskontów**.

Podsumowanie dla sieci



Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

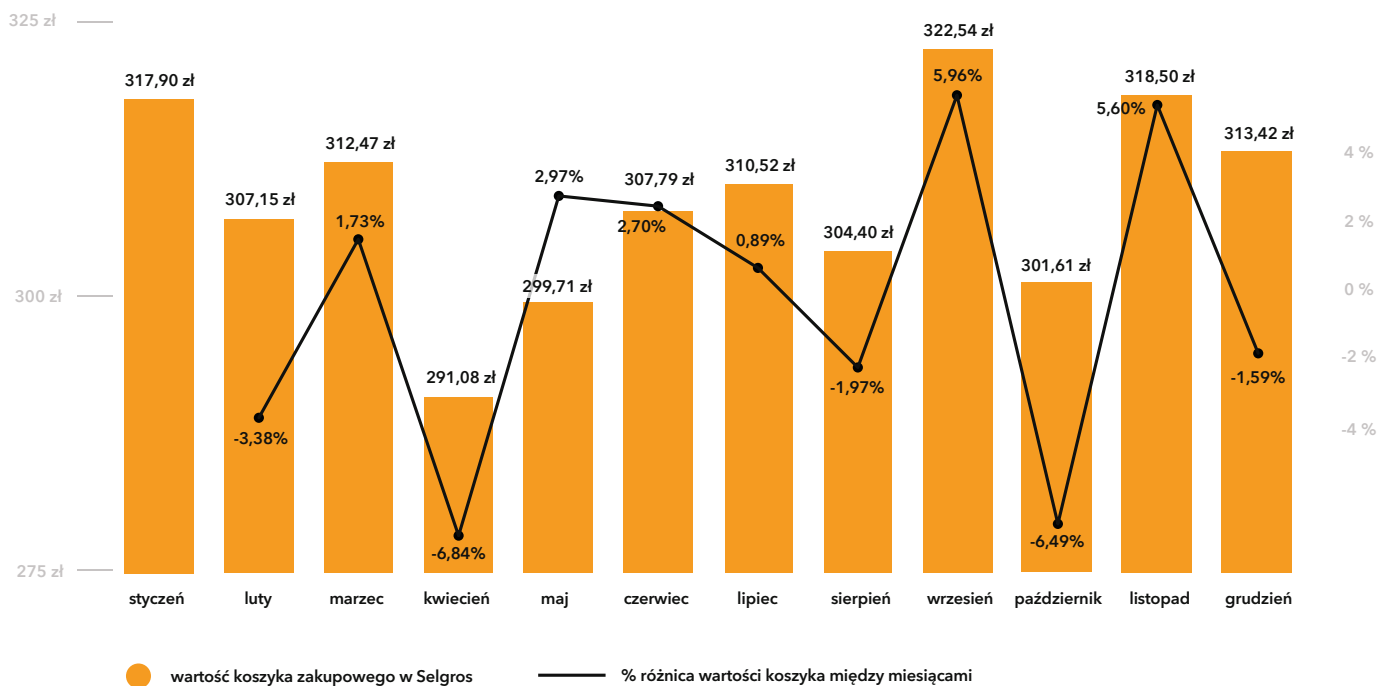
332,19 zł

W 2025 roku sieć **POLOmarket** wykazała znaczną zmienność wartości koszyka zakupowego w ciągu roku. Najniższą wartość odnotowano w lipcu (316,88 zł), natomiast najwyższą w grudniu (358,31 zł), co oznacza **wzrost o 11,21% w ciągu roku**.

Analiza dynamiki miesiąc do miesiąca pokazuje, że największy spadek koszyka miał miejsce w październiku (5,80%), natomiast największy wzrost odnotowano w grudniu (6,41%). W pierwszej połowie roku koszyk wzrastał stopniowo, z najwyższym poziomem w kwietniu (342,74 zł). Latem ceny uległy korekcie, po czym w drugiej połowie roku koszyk ponownie wzrósł, osiągając maksimum w grudniu.

Średnia wartość koszyka w **POLOmarket** w 2025 roku wyniosła **332,19 zł**, co dało sieci **11. miejsce w zestawieniu wszystkich sieci handlowych**. Dodatkowo, sieć była najdroższym supermarketem w swojej kategorii.

Podsumowanie dla sieci



Średnia koszyka zakupowego w 2025 r.

308,92 zł

W 2025 roku sieć **Selgros Cash & Carry** wykazała względną stabilność wartości koszyka zakupowego, z lekką tendencją spadkową w skali roku. Najniższy poziom koszyka odnotowano w kwietniu (291,08 zł), natomiast najwyższy we wrześniu (322,54 zł). Porównując styczeń i grudzień, wartość koszyka spadła o **1,41%**, co wskazuje na niewielki spadek roczny.

Analiza dynamiki miesiąc do miesiąca pokazuje, że największy spadek wystąpił w kwietniu (6,84%), natomiast największy wzrost odnotowano we wrześniu (5,96%). W pierwszej połowie roku koszyk w Selgros Cash & Carry malał, osiągając najniższy poziom w kwietniu, natomiast w drugiej połowie roku wartości stopniowo wzrosły, choć nie przekroczyły poziomu z początku roku.

Średnia wartość koszyka w Selgros Cash & Carry w 2025 roku wyniosła **308,92 zł**, co dało sieci **3. miejsce w zestawieniu wszystkich sieci handlowych**. W porównaniu do średnich segmentów, ceny Selgros były nieco wyższe od średniej dla Cash & Carry (306,49 zł), lecz niższe niż średnia hipermarketów (309,39 zł) i dyskontów (329,50 zł), co potwierdza umiarkowaną politykę cenową sieci.

Metodologia

Raport podsumowujący 2025 rok został stworzony na podstawie pozyskiwanych przez ASM SFA danych od stycznia do grudnia 2025 roku. Realizowane każdego miesiąca Badanie i Raport Koszyk Zakupowy ASM SFA dostarcza konsumentom oraz całej branży FMCG rzetelnych i wiarygodnych analiz w obszarze cen najpopularniejszych produktów oraz trendów na dynamicznie zmieniającym się rynku. Eksperti ASM SFA w cyklach miesięcznych badają ceny analogicznego koszyka zakupowego, w którym znalazło się 40 najchętniej wybieranych produktów FMCG (tych samych marek i o tych samych gramaturach) z 10 różnych kategorii. Badanie jest przeprowadzane w 13 tradycyjnych sieciach handlowych.



O ASM SFA

ASM SFA dzięki blisko 30-letniej znajomości rynku, zasięgowi działania, szerokim kompetencjom oraz autorskim know-how krajowych i zagranicznych ekspertów, oferuje w pełni sprawdzone i zintegrowane działania z zakresu merchandisingu i outsourcingu sił sprzedaży.