



Warszawa, 31.08.2023 r.

Po szkolną wyprawkę do marketu. Ilu Polaków zrobi zakupy w ostatniej chwili?

Końcówka sierpnia to ostatni zakupowy dzwonek przed rozpoczęciem nowego roku szkolnego. Prawie dwie trzecie rodziców kompletuje najpotrzebniejsze elementy wyprawki dla swoich pociech podczas wakacji, ale niemal co czwarty zostawia to na ostatnią chwilę. Tak wynika z badania opinii i postaw zakupowych, które dla Carrefour przeprowadziła agencja SW Research.

Gdzie kupić worek na buty, a gdzie zestaw cyrkli? W jakim stopniu pozwolić dziecku decydować o wyborze poszczególnych artykułów? Właśnie teraz, tuż przed pierwszym wrześniem, w wielu polskich domach rodzice zadają sobie takie i podobne pytania. Carrefour sprawdził, jakie najczęściej padają odpowiedzi.

Od 300 do 700 zł — tyle na szkolne wyprawki zamierzają w tym roku wydać polscy rodzice. Kwotę w tym przedziale cenowym wskazało 69,7 proc. badanych. Maksymalnie 300 zł oraz między 700 a 900 zł planuje wydać co dziesiąty (odpowiednio 10,5 oraz 10,7 proc.) rodzic. Podobną, choć już nieco mniejszą grupę stanowią ci, którzy przeznaczili na ten cel więcej niż 900 zł (9,1 proc.).

Wybierając się na zakupy wyprawkowe, wielu rodziców swoje kroki kieruje do hiper- lub supermarketów (odpowiednio 41,5 oraz 31,2 proc.). Chętnie odwiedzane są też specjalistyczne sklepy papiernicze, do których w poszukiwaniu artykułów szkolnych chodzi 41 proc. respondentów. Najlepszym czasem na takie zakupy, zdaniem ankietowanych, jest okres wakacyjny (63 proc.). Niemal co czwarty rodzic (22,9 proc.) zwleka z zakupami prawie do pierwszego dzwonka.

- *Zależy nam, by przed rozpoczęciem nowego roku szkolnego proponować naszym klientom artykuły nie tylko dopasowane do ich potrzeb i atrakcyjne cenowo, ale też chętnie wybierane i używane przez dzieci. W tegorocznej ofercie przygotowanej specjalnie z myślą o uczniach kończących wakacje nie zabrakło rozwiązań, które pozwolą pogodzić racjonalne myślenie o wydatkach, z preferencjami najmłodszych — mówi **Marta Baran, Dyrektor Działu Zarządzania Relacjami z Klientem w Carrefour Polska**.*

— *Tato, wolę tamten plecak!* Takie zdanie brzmi znajomo dla wszystkich, którzy choć raz byli na "wyprawkowych" zakupach z dzieckiem. Wybór młodego człowieka przemawia za droższą opcją, co nie wzbudza rodzicielskiej satysfakcji. Czy jest Pan/i skłonny/a zapłacić więcej za produkty szkolne, które podobają się dziecku, niż za odpowiedniki podobnej jakości, ale bez aprobaty dziecka (np. z innym wzorem lub innej marki)? Okazuje się, że zdecydowana większość rodziców idzie "młodym" na rękę, nawet gdy wiąże się to z większym wydatkiem. "Zdecydowanie tak" lub "raczej tak" na to pytanie odpowiedziało łącznie 59,8 proc. ankietowanych. Jednogłośnie, rodzinną decyzję pomoże na pewno podjąć przystępny cenowo i atrakcyjny wizualnie komplet plecak plus piórniki. Carrefour ma w swojej aktualnej ofercie takie zestawy. Ich cena zaczyna się już od 79,99 zł. To samo tyczy się promocji 3 w cenie 2, np. na produkty znanych marek. To świetna okazja do skompletowania wyprawki w niskiej cenie.

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Michał Kubajek, Senior Manager - Dział Komunikacji Zewnętrznej i PR Carrefour Polska, e-mail: michal_kubajek@carrefour.com



80,2 proc. respondentów spodziewa się wzrostu tegorocznych wydatków na artykuły szkolne. To wynik podobny do ubiegłorocznego¹, choć ceny rosną w tym roku wolniej, niż w poprzednim². Kryterium wydatkowanej kwoty bierze jednak zazwyczaj górę, zwłaszcza w kontekście wyboru miejsca zakupu wyprawki. To najważniejsza kwestia dla 80,9 proc. pytaných. Tańszy wybór oznacza czasami konieczność poświęcenia innych walorów produktu i to właśnie upodobania dziecka okazują się tym, z czego rodzice decydują się zrezygnować w pierwszej kolejności, aby oszczędzić (przynajmniej to 31,8 respondentów). Jest jednak sposób, by to pogodzić. W Carrefour można kupić zeszyt 60-kartkowy za 4,50 zł, a drugi otrzymać za 1 grosz. Nie brakuje też bezkompromisowych w starciu ceny z jakością produktów marki własnej, co sprawia, że wybór jest znacznie łatwiejszy.

Badanie zostało przeprowadzone w drugiej połowie sierpnia 2023 roku, na próbie 1000 dorosłych Polaków. Wziętych pod uwagę odpowiedzi udzieliły jedynie osoby, deklarujące posiadanie dzieci w wieku szkolnym (tj. 7-18 lat).

O Carrefour

Carrefour Polska to omnikanałowa sieć handlowa, pod szyldem której działa w Polsce ponad 900 sklepów w 6 formatach: hipermarketów, supermarketów, sklepów hurtowo-dyskontowych, osiedlowych i specjalistycznych oraz sklepu internetowego. Carrefour jest w Polsce również właścicielem sieci 20 centrów handlowych o łącznej powierzchni ponad 230 000 GLA oraz sieci 40 stacji paliw.

Carrefour, jako jeden ze światowych liderów handlu spożywczego, jest silną multiformatową siecią, która posiada ponad 14 000 sklepów w ponad 40 krajach. W 2022 r. Carrefour wygenerował sprzedaż w wysokości 90,8 miliarda euro. Grupa liczy ponad 350 000 pracowników, którzy pracują wspólnie, aby Carrefour został światowym liderem transformacji żywieniowej, oferując wszystkim klientom produkty spożywcze wysokiej jakości, ogólnie dostępne i w atrakcyjnej cenie. Więcej informacji na www.carrefour.com oraz na Twitterze (@GroupeCarrefour) i na LinkedInie (Carrefour).

Polityka biznesu odpowiedzialnego społecznie Grupy Carrefour opiera się na trzech filarach: zwalczanie wszelkich form marnotrawstwa, ochrona bioróżnorodności oraz wsparcie dla partnerów firmy.

¹ Źródło: <https://swresearch.pl/news/wyprawka-szkolna-2022-ile-planujemy-na-nia-wydac>

² Źródło: <https://kig.pl/inflacja-w-lipcu-2023/>

Kontakt dla mediów:

Biuro Prasowe Carrefour Polska, tel.: 22 517 22 21, e-mail: biuroprasowe@carrefour.com

Michał Kubajek, Senior Manager - Dział Komunikacji Zewnętrznej i PR Carrefour Polska, e-mail: michal_kubajek@carrefour.com