



Growth
from
Knowledge

Raport Strategiczny 2021

Dystrybucja FMCG w Polsce

Oferta zakupu raportu

Informacje zastrzeżone jako tajemnica przedsiębiorstwa



Raport Strategiczny 2021



W marcu 2021 opublikowaliśmy kolejną edycję **Raportu Strategicznego**, Dystrybucja FMCG w Polsce, edycja 2021.

Raport stanowi **kompedium wiedzy o rynku detalicznym FMCG w Polsce**.

Zawiera zarówno informacje strategiczne, jak również najważniejsze informacje operacyjne dotyczące sklepów małego formatu.

Główne informacje

Trendy zachodzące na polskim rynku



Zakres raportu



Rynek detaliczny

Uniwersum punktów sprzedaży detalicznej

- Gęstość sieci detalicznej vs. siła nabywcza dla detalu w 4 regionach Polski
- Ogólna liczba sklepów wg typów
- Ogólna liczba sklepów w podziale na samoobsługowe, zza lady oraz sklepy należące do sieci

Koncentracja sprzedaży wg podstawowych kategorii produktów FMCG



Charakterystyka
otoczenia rynkowego
oraz zarys
sytuacji w Polsce

Wielkoformatowe kanały dystrybucji

Główne informacje w trendzie

- Międzynarodowe sieci hipermarketów, supermarketów i dyskontów – zmiany dot. liczby placówek
- Top 10 detalistów w Polsce
- Szacunkowy obrót największych graczy sieciowych

Informacje o sytuacji demograficznej i ekonomicznej w Polsce

- Dane demograficzne
- Sytuacja ekonomiczna
- Struktura wydatków polskich konsumentów

Zakres raportu



Handel maľoformatowy

Informacje ogólne o działalności sklepów maľoformatowych

- Średnia dzienna liczba i wartość transakcji wg typów sklepów
- Szacunkowe udziały głównych kategorii produktów w obrotach wg typów sklepów
- Procent sklepów posiadających licencję na sprzedaż alkoholu

Współpraca z dostawcami

- Źródła zaopatrzenia sklepów w wybrane kategorie produktów FMCG – typy dostawców wg typów sklepów



- Liczba dostawców i procentowy udział zakupów towaru wg typów dostawców wg podstawowych kategorii produktów
- Forma płatności za towar – gotówka przy zakupie vs. odroczony termin płatności
- Procentowy udział zakupów realizowanych za gotówkę vs. zakupy na odroczony termin płatności
- Korzystanie przez detalistów z gazetek promocyjnych dostawców
- Ocena ważności poszczególnych obszarów współpracy z dostawcami
- Pożądane formy wsparcia marketingowego
- Ocena zaangażowania dostawców – **Net Promoter Score** dla głównych dostawców

Zakres raportu



Handel małaformatowy

Przedstawiciele handlowi

- Wizyty przedstawicieli handlowych dostawców (producentów/ dystrybutorów / hurtowników)
- Oczekiwania względem działalności przedstawicieli handlowych wg ważności zajęć
- Zajęcia, które przedstawiciele handlowi dostawców powinni wykonywać, a ich nie wykonują



Źródła informacji o nowych produktach

Kluczowe dla detalistów marki produktów w wybranych kategoriach FMCG – „must be brands” wg kategorii produktów

Zakres raportu



GfK Barometr Handlu

Wartość zarówno indeksu syntetycznego, jak i jego składowych – opinie detalistów dotyczące:

- Oceny przyszłej sytuacji finansowej sklepu
- Oceny przyszłej wartości sprzedaży sklepu
- Oceny przyszłej sytuacji w zakresie dostępności finansowania zewnętrznego działalności (dostępność kredytów)
- Oceny przyszłej zdolności do regulowania należności przez sklep



Dodatkowo, dla porównania, przedstawiona zostanie ocena przyszłej sytuacji gospodarczej Polski

Porównanie nastrojów przedstawicieli detalistów wielkoformatowych vs. przedstawicieli detalistów małoformatowych, jak również porównanie detalistów sieciowych vs. detalistów niezależnych

Wpływ zakazu handlu w niedziele na nastroje detalistów i funkcjonowanie sklepów

NOWE Wpływ pandemii koronawirusa na nastroje detalistów i funkcjonowanie sklepów

Zakres raportu



Koszyk produktów FMCG

Poziom cen koszyka produktów markowych na podstawie danych z Panelu Gospodarstw Domowych



Koszyk uwzględnia

- 48 kategorii spożywczych (około 350 produktów markowych)
- 9 kategorii chemiczno-kosmetycznych (około 60 produktów markowych)
- 6 kategorii karmy dla kotów/ psów (około 20 produktów markowych)

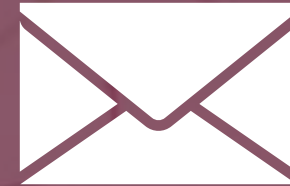
Poziom inwestycji



Raport w formacie prezentacji Power Point
udostępniamy w **wersji elektronicznej**

PL
EN

Dwie wersje językowe
(polska i angielska)



W przypadku zainteresowania zakupem raportu
prosimy o kontakt na adres email:

dorota.zukowska@gfk.com