

## KRFMCG: Karolina Zajdel-Pawlak, Nielsen: Polacy nie będą ograniczać konsumpcji

data aktualizacji: 2019.05.29



**Podczas 12. Kongresu Rynku FMCG Karolina Zajdel-Pawlak, dyrektor zarządzająca Nielsen Polska mówiła o nastrojach konsumentów w Polsce i krajach ościennych.**

Jak podkreślała, Polacy dysponują mniejszym budżetem od mieszkańców wielu innych krajów Europy, ale wcale nie zamierzają ograniczać zakupów. Rządziej korzystają z promocji niż południowi sąsiedzi, a mniej obawiają się o kondycję krajowej gospodarki, niż mieszkańcy krajów Europy Zachodniej.

*- Ile jeszcze mamy miejsca, aby kupować więcej? Wniosek nie jest czarno-biały. Nie odstawiamy od konsumpcji kategorii kosmetycznych, ale są kategorie, nie pierwszej potrzeby, na których zakupy jest jeszcze miejsce w naszym portfelu - mówiła **Karolina Zajdel-Pawlak**.*

Ekspertka podkreślała, że polska gospodarka jest w dobrej kondycji, o czym świadczą wysoki wzrost gospodarczy i niskie bezrobocie. Biorąc pod uwagę, że dotyczy to 37,9 mln konsumentów stanowiących 12 proc. populacji europejskiej, że Polska kieruje w dużym stopniu wzrostem Europy.

*- Polacy uwielbiają robić zakupy i mają możliwość robić je w nieograniczony sposób. Przeciętnie*

polski shopper odwiedza sklepy większej liczby sieci handlowych. Gonimy Europę Zachodnią, nabraliśmy rozpędu – stwierdziła Karolina Zajdel-Pawlak.

Większość Polaków nie chce ograniczać konsumpcji, szuka promocji. Tylko 45 proc. szuka oszczędności i ogranicza plany zakupowe. Przyzwyczajenia zakupowe Polaków różnią się od tego, z czym mamy do czynienia na południe od Polski. W Polsce co trzeci konsument kupuje podczas promocji, w Czechach i Słowacji z obniżek korzysta ponad połowa osób. Wpływ na taki trend ma zróżnicowanie polskiego handlu. Na 10 tys. mieszkańców przypada w naszym kraju 25 sklepów.

Entuzjazm polskich konsumentów przekłada się na plany zakupowe. 62 proc. Polaków uważa, że następny rok będzie lepszy. Nie mają obaw o utratę pracy. Wśród największych obaw konsumentów z Europy Środkowo-Wschodniej na pierwszym miejscu jest zdrowie, na drugim potencjalny wzrost cen żywności. W starych krajach Europy Zachodniej dominuje z kolei brak wiary w rozwój gospodarki, co wiąże się z falą strajków i Brexitem.



Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/krfmcg-karolina-zajdel-pawlak-nielsen-polacy-nie-b,54789>