

Polacy przestali wkładać środki czystości do koszyków zakupowych

data aktualizacji: 2020.10.14



Z danych Listonic wynika, że w porównaniu do pierwszych tygodni epidemii, obecnie Polacy dodają mydło do list zakupowych o 50 proc. rzadziej. Pół roku po ogłoszeniu pandemii o 75 proc. zmalało również zainteresowanie środkami dezynfekującymi. Jedynie maseczki ochronne na stałe zagościły na listach zakupowych.

Od kilku miesięcy eksperci powtarzają, że dokładne mycie rąk wodą z mydłem jest najlepszą profilaktyką zapobiegającą rozprzestrzenianiu się koronawirusa. W pierwszych tygodniach marca, gdy znacznej liczbie Polaków udzieliła się wszechobecna panika związana z epidemią, zakup mydła i środków dezynfekujących w supermarkecie graniczył z cudem. Jednak jak wynika z danych Listonic, we wrześniu Polacy ograniczyli planowanie zakupu mydła o blisko 50 proc. w porównaniu do początku pandemii. Z biegiem czasu ograniczyliśmy również planowanie zakupu środków dezynfekujących – w porównaniu do marca trafiają one na nasze listy zakupowe 75 proc. rzadziej.

*- W lutym i marcu byliśmy świadkami prawdziwego boomu zakupowego – zainteresowanie zakupem mydła, płynów oraz żeli pod prysznic wzrosło w tym czasie o ponad 60 proc. w porównaniu do początku roku. Natomiast już w maju, wraz ze stopniowym znoszeniem kolejnych obostrzeń, zmniejszyła się częstotliwość planowania nabycia tych artykułów – może to wynikać z faktu, że Polacy zrobili wystarczające zapasy na początku pandemii, lub... że mycie rąk nie należy do czynności, które wykonujemy nawykowo – tłumaczy **Emil Krzeмиński**, B2B sales & marketing team manager w Listonic.*

Już wcześniej Polacy mieli problem z utrzymaniem higieny rąk - według badań stowarzyszenia WIN/Gallup International tylko 68 proc. polskiego społeczeństwa myje ręce wodą z mydłem po wyjściu z toalety.

Nie tylko mydła, żele i środki dezynfekujące są rzadziej uwzględniane przy tworzeniu list zakupowych. Pod koniec września o ponad 60 proc. względem początku pandemii zmalała także liczba dodań koszyków papieru toaletowego i chusteczek higienicznych. Na listach zakupowych znacznie rzadziej uwzględniamy również szampony do włosów i artykuły pielęgnacyjne do twarzy i ciała - według danych Listonic jest to dwukrotny spadek. Niesłabnącym zainteresowaniem cieszą się natomiast maseczki ochronne, w kwietniu odnotowano wzrost o 200 proc. w porównaniu do początku roku - częstotliwość dodawania produktu na listy zakupowe utrzymuje się na tym samym poziomie do dzisiaj.

- Przez kilka ostatnich miesięcy odbyło się wiele kampanii informacyjnych, mających na celu zwiększenie świadomości Polaków, że mycie rąk i używanie środków dezynfekujących może realnie zmniejszyć ryzyko zachorowania na koronawirusa. Nasze dane mogą wskazywać na to, że pomimo coraz to nowych zaleceń i towarzyszącego nam poczucia zagrożenia, wciąż nie korzystamy z najprostszej metody zapobiegania rozprzestrzeniania się wirusa, jaką jest mycie rąk wodą z mydłem - dodaje Emil Krzemiński.

Dane aplikacji Listonic wskazują, że początkowy boom na artykuły higieniczne zakończył się i - pomimo nadejścia drugiej fali pandemii - od kilku tygodni mydła, żele i środki dezynfekujące są rzadziej uwzględniane przy tworzeniu list zakupowych.

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/polacy-przestali-wkladac-srodki-czystosci-do-koszy,66174>