

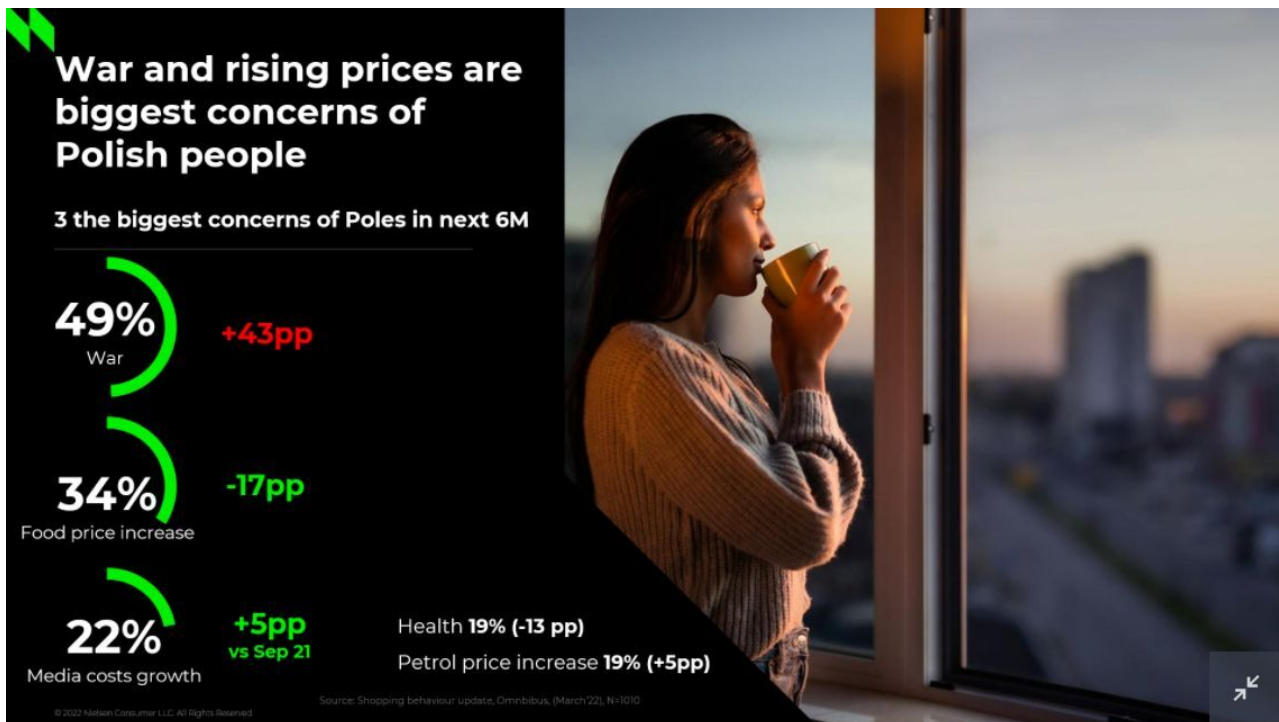
NielsenIQ: 71 proc. polskich konsumentów zamierza oszczędzać na kosmetykach

data aktualizacji: 2022.04.29

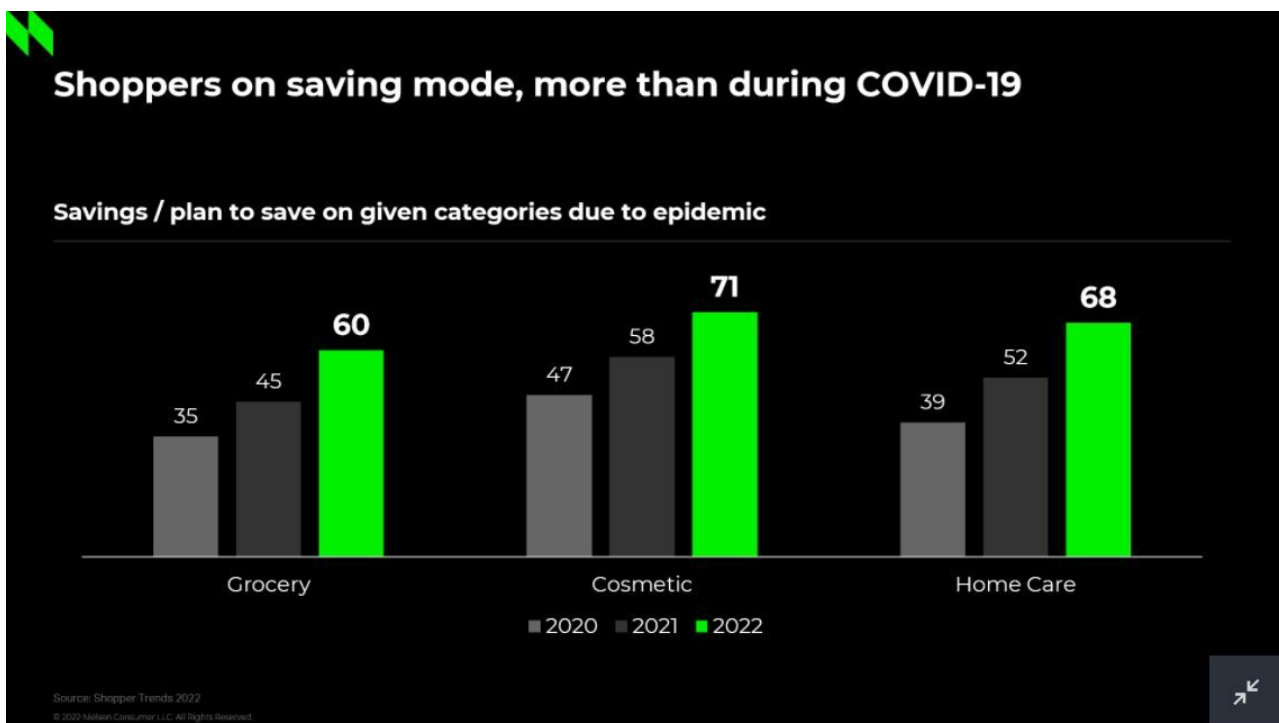


Aż 71 proc. polskich konsumentów zamierza oszczędzać na kosmetykach, a 68 proc. na produktach gospodarstwa domowego. 60 proc. planuje oszczędności w wydatkach na żywność - wynika z badania Shopper Trends, które co roku przeprowadza firma badawcza NielsenIQ.

Wojna i rosnące cen budzą największe obawy wśród polskich konsumentów. 49 proc. martwi się konsekwencjami wojny, 34 wzrostem cen żywności, 22 proc. wzrostem kosztów mediów. 19 proc. ma obawy związane ze zdrowiem - to spadek o 13 p.p. w porównaniu do 2021 r. i duża zmiana, bo zdrowie na liście trosk Polaków zawsze było na pierwszym miejscu.



Polacy nie są optymistami i ich nastroje nie są obecnie najlepsze. W porównaniu do pandemicznego okresu wzrósł jedynie optymizm dotyczący sytuacji na rynku pracy. 33 proc. badanych myśli pozytywnie o perspektywach zawodowych. Nie zmieniło się podejście do finansów. Cały czas spada chęć do wydawania pieniędzy. Tylko 26 proc. konsumentów mówi, że będą wydawać pieniądze. Duże znaczenie ma poziom inflacji, który w marcu, gdy było przeprowadzane badanie wynosił już 11 proc. i wzrost cen oraz spadek wartości pieniądza staje się coraz bardziej odczuwalny.



Konsumenci są obecnie bardziej nastawieni na oszczędzanie niż to było w okresie nasilonych ograniczeń pandemicznych. Aż 71 proc. zamierza oszczędzać na kategoriach kosmetycznych, a 68 proc. na produktach gospodarstwa domowego, 60 proc. na żywności.

- Wydatki na produkty spożywcze, napoje, kosmetyki to blisko 1/4 wydatków w strukturze polskich gospodarstw domowych. Jest na czym oszczędzać, więc te deklaracje będą pewnie poparte

działaniami i już nie tylko oszczędności na rozrywkę poza domem czy ubrania będą rozpatrywane przez konsumentów, ale, niestety, również na produktach spożywczych czy kosmetycznych – skomentował **Konrad Waclawik**, dyrektor działu ds. współpracy z sieciami detalicznymi podczas webinaru Shopper 2022 - new challenges

Źródło: <http://www.wk.wiadomoscihandlowe.pl/artykuly/nielseniq-71-proc-polskich-konsumentow-zamierza-os,69733>