



## PRZEDŚWIĄTECZNE ZAKUPY POLAKÓW

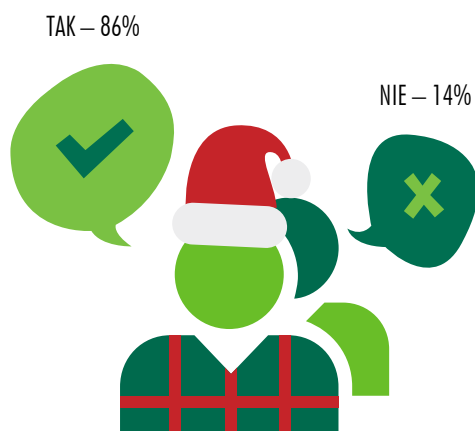
*Okres przedświąteczny to intensywny czas zarówno dla konsumentów, jak i centrów handlowych. W szczególności grudzień jest miesiącem, w którym obiekty handlowe odnotowują rekordowe współczynniki odwiedzalności w skali roku, co ma przełożenie na wysoki wolumen obrotów handlowych.*

*Wzmoczoną aktywność odwiedzających obserwuje się również w tym czasie w Internecie, gdzie konsumenci mogą kupić prezenty świąteczne bez wychodzenia z domu. Badania wskazują natomiast, że ok. 60% klientów decydujących się na odbiór zamówionego towaru w sklepie stacjonarnym, dokonuje przy okazji dodatkowych zakupów, co wzmacnia efekt synergii między kanałami online i offline.*

### PLANOWANIE

- 86% badanych kupiło lub planuje kupić prezenty świąteczne w tym roku.

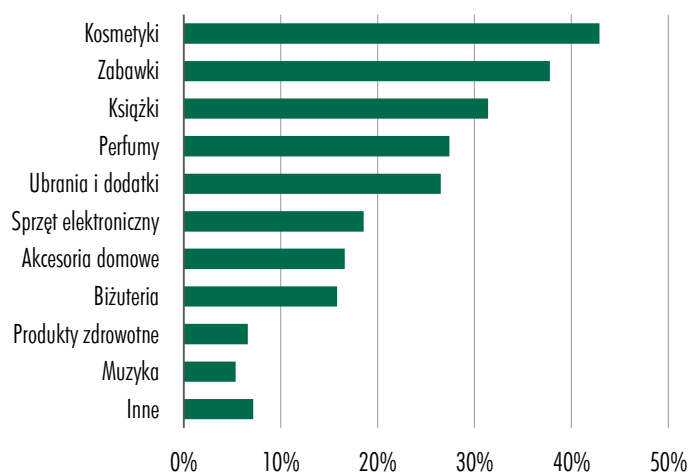
Wykres 1. Czy kupiłeś/ planujesz kupić prezenty świąteczne w tym roku?



Źródło: CBRE, grudzień, 2019

- Kosmetyki, zabawki i książki są najpopularniejszymi pomysłami na prezenty świąteczne. Dużym zainteresowaniem wśród badanych cieszą się również perfumy i ubrania.

Wykres 2. Jakiego rodzaju prezenty kupiłeś/ planujesz kupić?



Źródło: CBRE, grudzień, 2019

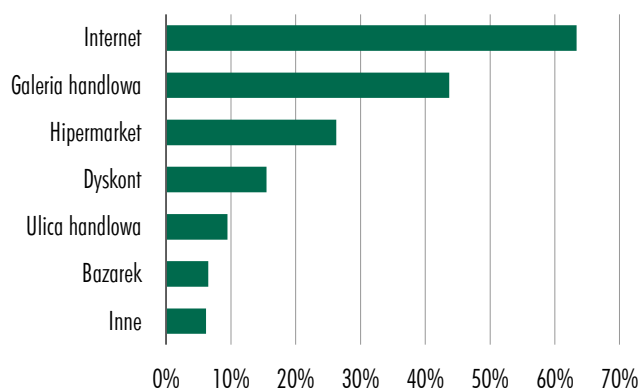
### ZAKUPY

- Ulubionymi miejscami ankietowanych na zakupy świąteczne są Internet (63% wskazań) i centra handlowe (44%). Konsumenci korzystają naprzemiennie z dwóch kanałów sprzedaży: offline i online, których oferta dopełnia się nawzajem. Co czwarty Polak na zakupy wybierze hipermarket.
- 50% Polaków przeznaczy na zakupy świąteczne od 2 do 4 godzin. Co piąty Polak spędzi od 5 do 8 godzin na poszukiwaniu prezentów, a co dziesiąty nawet powyżej 8 godzin.



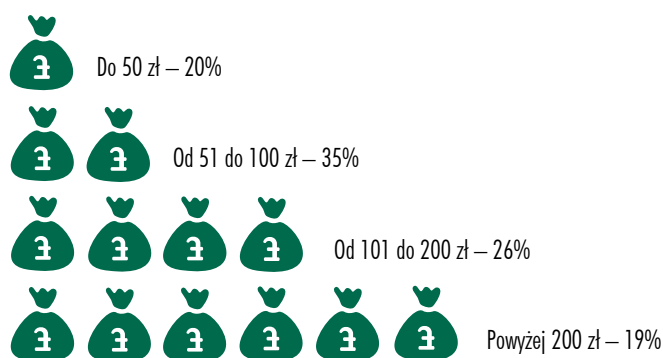
## PRZEDŚWIĄTECZNE ZAKUPY POLAKÓW

Wykres 3. Gdzie kupiłeś/ planujesz kupić prezenty świąteczne?



Źródło: CBRE, grudzień, 2019

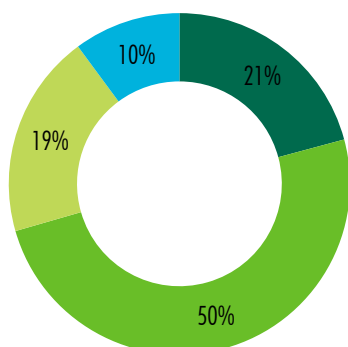
Wykres 5. Ile pieniędzy wydałeś/ planujesz wydać na 1 prezent?



Źródło: CBRE, grudzień, 2019

Wykres 4. Ile czasu przeznaczyłeś/ planujesz przeznaczyć na zakupy świąteczne?

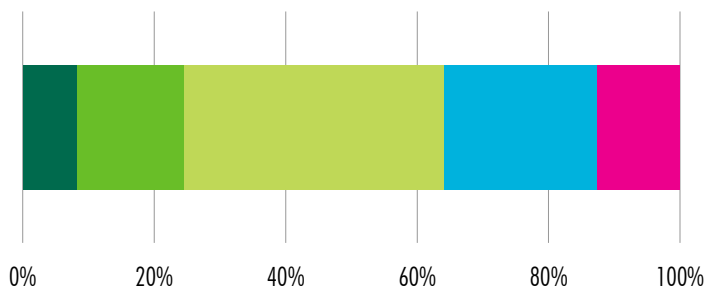
■ Poniżej 1 godziny ■ 2-4 godziny ■ 5-8 godzin ■ Powyżej 8 godzin



Źródło: CBRE, grudzień, 2019

Wykres 6. Na ile ważne jest dla Ciebie, aby prezenty były kupione w promocji?

■ W ogóle nieważne ■ Raczej nieważne ■ Raczej ważne  
■ Bardzo ważne ■ Trudno powiedzieć



Źródło: CBRE, grudzień, 2019

### BUDŻET

- Większość badanych planuje przeznaczyć na jeden prezent do 100 zł. Na prezent powyżej 200 zł zdecyduje się co piąty ankietowany, również co piąty wyda mniej niż 50 zł.
- 63% badanych stwierdza, że promocje odgrywają dla nich istotną rolę, a dla niemal 20% Polaków są one bardzo ważne.

### PODSUMOWANIE

Przeprowadzone badanie konsumenckie wykazuje, że Polacy podejść do zakupów prezentów świątecznych dość rozważnie. Większość z nich skorzysta z komfortu zrobienia zakupów przez Internet i planuje przeznaczyć na wybór prezentów sumarycznie nie więcej niż 4 godziny, a co piąta osoba ankietowana – maksymalnie godzinę. Ponad połowa badanych planuje przeznaczyć na jeden prezent do 100 zł i chętnie skorzysta z promocji.

**CBRE USŁUGI DLA SEKTORA HANDLOWEGO****Magdalena Frątczak***Senior Director**Head of Retail Sector**Advisory & Transactions*

+48 508 083 498

magda.fratzak@cbre.com

**RESEARCH AND CONSULTANCY****Agata Czarnecka**

+48 500 000 053

agata.czarnecka@cbre.com

**RESEARCH AND CONSULTANCY****Emilia Filimoniuk**

+48 728 437 614

emilia.filimoniuk@cbre.com

**VALUATION ADVISORY****Maciej Wójcikiewicz**

+48 501 746 503

maciej.wojcikiewicz@cbre.com

**LEASING****SHOPPING CENTRE & HIGH STREETS****Mariusz Majkowski**

+48 692 414 591

mariusz.majkowski@cbre.com

**LEASING****TENANT REPRESENTATION****Magdalena Kozńska**

+48 606 101 545

magdalena.kozinska@cbre.com

**INVESTMENT PROPERTIES****Sean Doyle**

+48 500 070 744

sean.doyle@cbre.com

**ASSET SERVICES****Piotr Karpinski**

+48 608 658 474

piotr.karpinski@cbre.com

**BUILDING CONSULTANCY****Jonathan Steer**

+48 608 652 173

jonathan.steer@cbre.com

**CEE RETAIL****Walter Wölfler**

+43 1 533 40 80 97

walter.woelfler@cbre.com

Żeby dowiedzieć się więcej odwiedź stronę internetową Global Research Gateway pod adresem: [www.cbre.com/researchgateway](http://www.cbre.com/researchgateway), inne strony CBRE dostępne pod adresem [www.industrialgo.pl](http://www.industrialgo.pl) lub [www.officego.pl](http://www.officego.pl).

**CBRE RESEARCH**

Disclaimer: CBRE oświadcza, iż informacje zawarte w raportach pochodzą ze źródeł, które uważa za wiarygodne, jakkolwiek prawdziwość informacji nie została przez CBRE zweryfikowana i związku z tym CBRE nie gwarantuje ani nie zapewnia, że informacje te są prawdziwe. Jakiegokolwiek przewidywania, opinie, założenia, oszacowania zawarte w raportach zostały podane jedynie dla przykładu i nie odzwierciedlają aktualnej ani przyszłej sytuacji na rynku. Ani CBRE ani jakiegokolwiek jej reprezentant, lub pracownik CBRE nie ponosi odpowiedzialności za szkody poniesione przez Klienta powstałe na skutek wykorzystania w jakiegokolwiek sposób raportów w całości lub w części.