Warszawa, 24 lipca 2020 r

**Chcemy oszczędzać – 70 proc. badanych Polaków częściej zwraca uwagę na ceny**

**Trend oszczędności zyskuje popularność wśród konsumentów. Blisko 70 proc. Polaków częściej niż przed pandemią COVID-19 zwraca uwagę na ceny produktów[[1]](#footnote-1). Zmianom ulegają zachowania zakupowe konsumentów, którzy poszukują oszczędności podczas codziennych zakupów, wybierając produkty w sprawdzonych cenach. 38 proc. respondentów zadeklarowało, że w wyniku pandemii częściej sięgają po produkty marki własnej.**

**Polski produkt w dobrej cenie**

Rosnąca inflacja oraz niższe dochody sprawiły, że konsumenci jeszcze bardziej niż wcześniej oszczędzają. W związku z pandemią coraz chętniej sięgają po produkty marki własnej, które łączą dobrą jakość z satysfakcjonującą ceną. Wśród największych walorów artykułów z tej kategorii wskazują cenę, co potwierdza 49 proc. respondentów, w następnej kolejności znalazło się polskie pochodzenie produktów (20 proc.) i ich dobra jakość.

**Wiem, co jem – Polacy czytają etykiety**

Fakt, że Polacy oszczędniej podchodzą do codziennych wydatków nie oznacza, że rezygnują z produktów, które dostarczą im wszystkich poszukiwanych w danej chwili wartości. Świadomość zakupowa konsumentów rośnie z każdym rokiem i coraz częściej zwracają oni uwagę na skład kupowanych przez siebie produktów. O zawartości koszyka zakupowego decyduje przede wszystkim relacja ceny do jakości, skład produktu i coraz częściej jego lokalne pochodzenie.

– *Pochodzenie produktów i zdrowe odżywianie to bardzo ważne aspekty determinujące wybory polskich konsumentów. Staramy się tak optymalizować portfolio naszych produktów, by klienci znaleźli w nim sprawdzone, świeże artykuły, które łączą cechy dobrej jakości i satysfakcjonującej ceny. Szczególnie koncentrujemy się na rozwoju naszej marki własnej Lewiatan, w ramach której oferujemy już blisko 500 produktów z różnych kategorii* – **komentuje Andrzej Izraelski, członek zarządu Lewiatan Holding S.A. i dodaje –** *Od lat łączy nas bliska współpraca z polskimi producentami, którzy odpowiadają m.in. za produkcję produktów naszej marki własnej. W tej chwili pracujemy już z blisko 150 dostawcami i planujemy, że ta liczba będzie nadal rosnąć.*

Polska Sieć Handlowa Lewiatan od lat rozwija ofertę swoich marek własnych. Portfolio sieci skupia produkty z kilkunastu kategorii, w tym: napoje, słodycze, produkty zbożowe, konserwy, przetwory, dania gotowe, przekąski słone a także artykuły higieniczne, kosmetyki, chemię gospodarczą oraz produkty przemysłowe.

**Gotuj z Lewiatanem – inspiracje kulinarne dla klientów**

– *Z myślą o swoich klientach już po raz czwarty zaprezentowaliśmy kolejną odsłonę magazynu „Polecamy produkty marki własnej Lewiatan”, w którym znalazły się przepisy i wskazówki na to, jak szybko, tanio i smacznie przygotować zdrowy i pełnowartościowy posiłek na każdą okazję bazujący na produktach naszej marki własnej* – **podkreśla Andrzej Izraelski.** Tegoroczna odsłona biuletynu przybrała formę elektroniczną i dostępna jest cały czas na stronie internetowej [www.lewiatan.pl](http://www.lewiatan.pl) – *To nie jedyna interaktywna forma komunikacji w klientami marki. Także od 4 lat z myślą o klientach, preferujących doskonalenie umiejętności kulinarnych za pośrednictwem Internetu, aktywnie prowadzimy kanał w serwisie YouTube pod nazwą „Gotuję z Lewiatanem”, na którym każda osoba lubiąca gotować znajdzie przepisy w formie wideo* - **dodaje**.

\*\*\*

Polska Sieć Handlowa Lewiatan to jedna z najdłużej funkcjonujących sieci franczyzowych oraz najbardziej rozpoznawalnych marek sklepów detalicznych na polskim rynku. Obecnie na terenie całej Polski zrzesza ponad 3.200 placówek handlowych zatrudniających 30.000 pracowników. PSH Lewiatan zajęła w 2019 roku 7. miejsce w rankingu „Największych pracodawców” w Rzeczpospolitej. Łączne obroty, które w 2019 roku przekroczyły 13,6 mld zł, stawiają Sieć w ścisłej czołówce organizacji handlowych w Polsce.

**Kontakt dla mediów:**

|  |  |
| --- | --- |
| **Adam Imielski**Lewiatan Holding S.A.+48 663-865-504adam.imielski@lewiatan.pl  | **Monika Kułaga**On Board Think Kong+48 509-777-719mkulaga@obtk.pl |

1. Badanie przeprowadzone przez agencję badawczą SW Research na zlecenie PSH Lewiatan (czerwiec 2020 r.) [↑](#footnote-ref-1)