

Dział Analiz Makroekonomicznych

Agata Filipowicz-Rybicka
Główny Ekonomista
Dyrektor Działu Analiz
Makroekonomicznych
agata.filipowicz-rybicka@alior.pl

Paweł Bojar
Ekspert ds. analiz danych
ekonomicznych
pawel.bojar@alior.pl

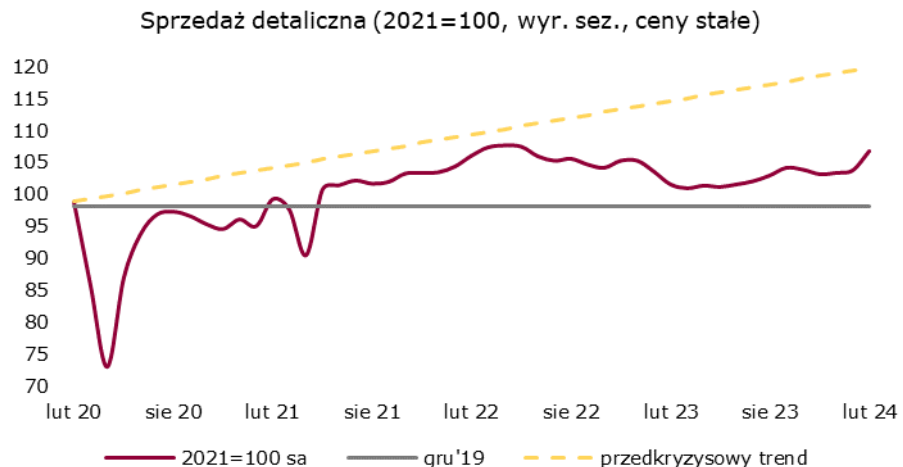
Marta Skrzypczyńska
Ekspert ds. analiz danych
ekonomicznych
marta.skrzypczyńska@alior.pl

Jakub Szczepaniec
Ekspert ds. analiz danych
ekonomicznych
jakub.szczepaniec@alior.pl

Alior Bank S. A.
ul. Łopuszańska 38D
02-232 Warszawa

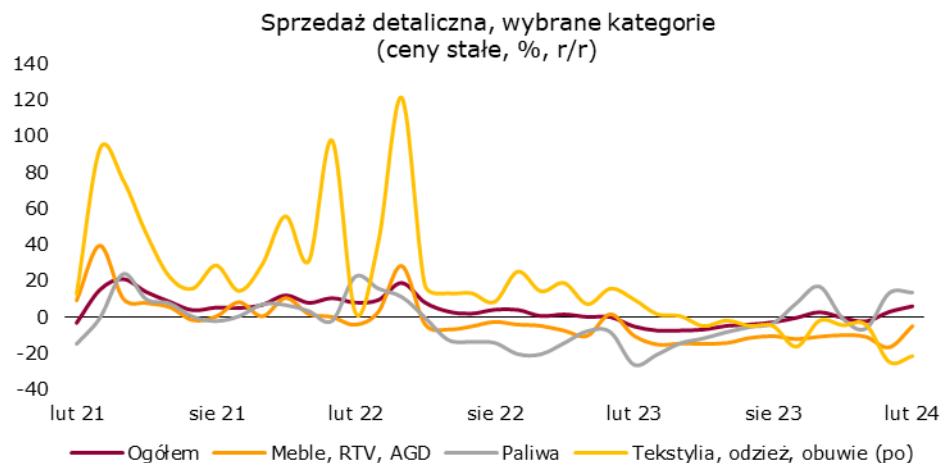
Sprzedaż detaliczna powyżej oczekiwań

Lutowa sprzedaż detaliczna w cenach stałych wzrosła o 6,1% r/r po wzroście o 3,0% r/r w styczniu. Dane są zdecydowanie lepsze od konsensusu rynkowego, który wskazywał wzrost o 4,9% r/r. Nasza prognoza była lekko powyżej aktualnego odczytu (+6,7% r/r). Bieżący odczyt jest największym wzrostem od maja 2022 roku. Po wyeliminowaniu czynników sezonowych odnotowaliśmy wzrost na poziomie 2,9% m/m. Sprzedaż detaliczna zaczyna notować coraz to wyższe odczyty i naszym zdaniem w kolejnych miesiącach będzie ona dalej rosła. Powinno się to wydarzyć ze względu na obserwowaną od dłuższego czasu poprawę nastrojów konsumentów a także na wysoką dynamikę realnych płac w gospodarce.



Źródło: GUS, opracowanie własne

Za wzrost sprzedaży detalicznej w cenach stałych w głównej mierze odpowiada zwiększony popyt na pojazdy samochodowe, motocykle i części (+26,6% r/r), paliwa stałe, ciekłe i gazowe (+13,4% r/r) oraz dobra z kategorii pozostałe (+23% r/r). Wzrosty odnotowano we wszystkich kategoriach oprócz: tekstylia, odzież, obuwie (-21,5% r/r) oraz meble, RTV, AGD (-5,2% r/r).



Źródło: GUS, opracowanie własne

W lutym dynamika sprzedaży detalicznej przez Internet w cenach bieżących spadła o 3,7% m/m, natomiast w ujęciu rok do roku wzrosła o 5,1%. Największe wzrosty odnotowaliśmy - podobnie jak w przypadku całej sprzedaży detalicznej - w kategorii: pojazdy samochodowe (+43,8% m/m i 26,7% r/r), natomiast najniższą dynamiką cechowały się dobra z kategorii: tekstylia, odzież, obuwie (-20,2% m/m oraz -9,7% r/r). Lutowy udział sprzedaży przez Internet w sprzedaży detalicznej wyniósł 8,6% (wobec 8,8% w miesiącu poprzednim). Jest to poziom zbliżony do średniego poziomu za ostatnie 12 miesięcy (8,7%) co może pokazywać, że sprzedaż detaliczna przez Internet osiągnęła punkt równowagi.

Raport Specjalny

czwartek, 21 marca 2024



Powyższy materiał (dalej Materiał) został przygotowany przez Dział Analiz Makroekonomicznych Alior Bank SA. Właścicielem Materiału jest Alior Bank Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie. Powielanie bądź publikowanie Materiału lub jego części bez pisemnej zgody Alior Bank S.A. jest zabronione.

Materiał ma charakter informacyjny, w szczególności nie stanowi: rekomendacji inwestycyjnej w rozumieniu Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) NR 596/2014 z dnia 16 kwietnia 2014 r. w sprawie nadużyć na rynku (rozporządzenie w sprawie nadużyć na rynku) oraz uchylające dyrektywę 2003/6/WE Parlamentu Europejskiego i Rady i dyrektywy Komisji 2003/124/WE, 2003/125/WE i 2004/72/WE, rekomendacji udzielonej w związku ze świadczeniem usługi doradztwa inwestycyjnego (usługa doradztwa inwestycyjnego jest świadczona na podstawie odrębnej umowy o doradztwo inwestycyjne), porady inwestycyjnej o charakterze ogólnym, badania inwestycyjnego, jak również nie może być traktowany jako usługa doradztwa podatkowego bądź prawnego.

Alior Bank S.A. podjął starania, aby Materiał został sporządzony w sposób rzetelny, z zachowaniem zasad metodologicznej poprawności oraz z należytą starannością.

Materiał wyraża wiedzę oraz poglądy autorów według stanu na dzień sporządzenia. Alior Bank S.A. nie zobowiązuje się do aktualizacji Materiału po dniu publikacji. Materiał został sporządzony na podstawie ogólnodostępnych informacji, uznanych przez Dział Analiz Makroekonomicznych za wiarygodne, przy czym Alior Bank S.A. ani sporządzający Materiał pracownicy nie ponoszą odpowiedzialności za rzetelność oraz prawdziwość materiałów źródłowych sporządzonych przez podmioty trzecie, a wykorzystanych do opracowania Materiału.

Materiał może zawierać prognozy co do zdarzeń przyszłych, które są niepewne oraz są obciążone ryzykiem błędu.

Podjmując decyzje inwestycyjne Klient powinien kierować się własną, niezależną oceną. Klient ponosi pełną odpowiedzialność za skutki swoich decyzji inwestycyjnych.

Źródłem danych są m.in. GUS, NBP, PAP, Refinitiv, Bloomberg, GPW, prasa finansowa i internetowe serwisy finansowo-ekonomiczne.