Informacja prasowa 29.10.2026 r.

Wszystkich Świętych 2026. Co z cenami? Nowe dane z zakupów Polaków

Zbliża się 1 listopada, a wraz z nim czas porządkowania i dekorowania grobów bliskich. Znicze, wkłady i chryzantemy ponownie trafiają na listy zakupów Polaków. Czy w tym roku przygotowania do Wszystkich Świętych kosztują nas więcej? Eksperci aplikacji PanParagon przeanalizowali anonimowe dane z paragonów i porównali tegoroczne zakupy z analogicznym okresem ubiegłego roku. Wyniki pokazują kilka interesujących zmian.

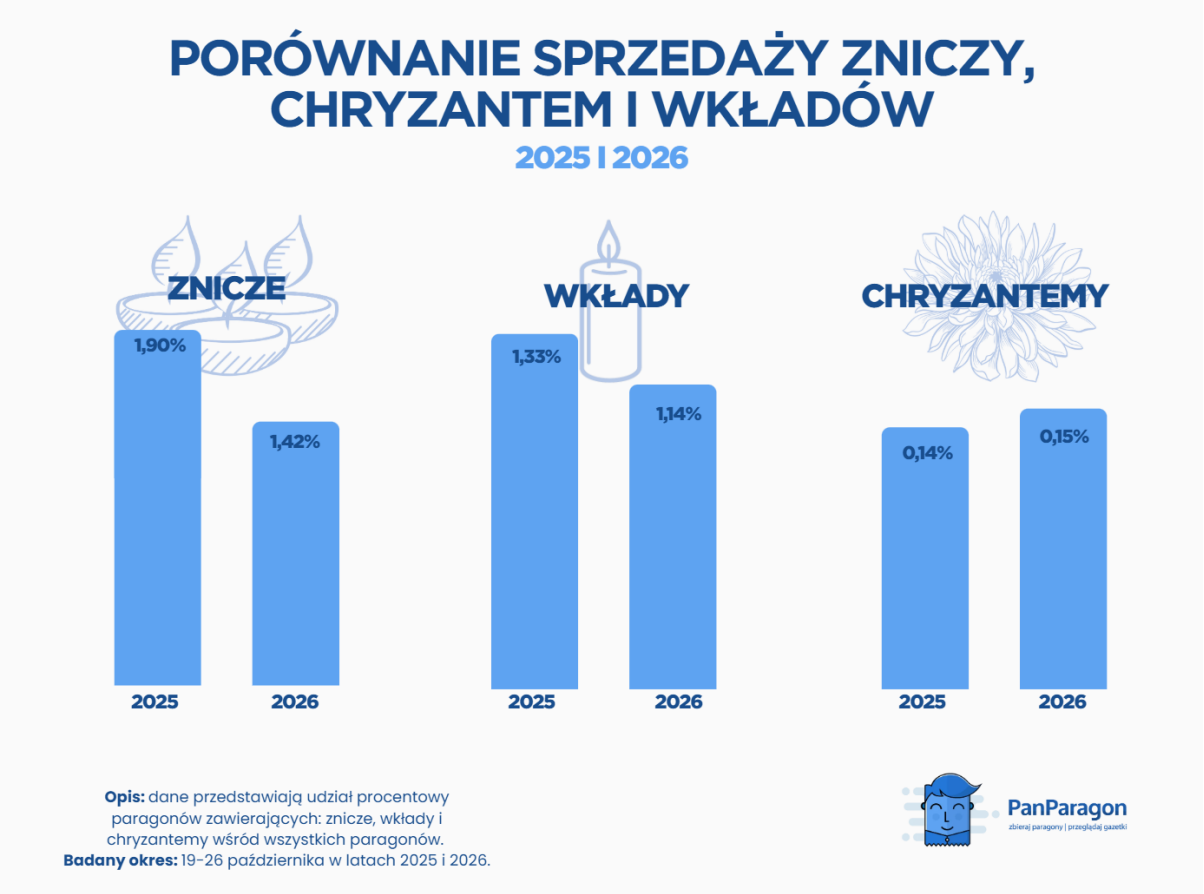
– *PanParagon to popularna aplikacja do wyszukiwania promocji i przechowywania paragonów. Miesięcznie trafia do niej ok. 2 mln anonimowych dowodów zakupu, co stanowi wiarygodne źródło danych o realnych zwyczajach zakupowych Polaków. W okresie poprzedzającym 1 listopada przyjrzeliśmy się paragonowym trendom dla trzech najpopularniejszych w tym czasie kategorii: zniczy, wkładów i chryzantem* – **wyjaśnia Antonina Grzelak z aplikacji PanParagon.**

Przygotowania do 1 listopada. Co trafia do koszyków zakupowych Polaków?

Tegoroczne dane pokazują niewielką zmianę w zakupach związanych z dniem Wszystkich Świętych. W przypadku zniczy, udział w paragonach spadł z 1,90 proc. w 2025 r. do 1.42 proc. w roku obecnym. Rzadziej na paragonach pojawiają się również wkłady do zniczy. W ubiegłym roku znajdowały się na 1,33 proc. analizowanych dowodów zakupu, natomiast w 2026 r. ich udział wyniósł 1,14 proc. To spadek o około 14 proc.

Nieco inaczej wygląda sytuacja w przypadku chryzantem. Ich udział na paragonach nieznacznie wzrósł, z 0,14 proc. do 0,15 proc. Choć różnica jest niewielka, to właśnie kwiaty są jedyną spośród trzech analizowanych kategorii, która odnotowała wzrost.

Szczegóły na grafice poniżej:

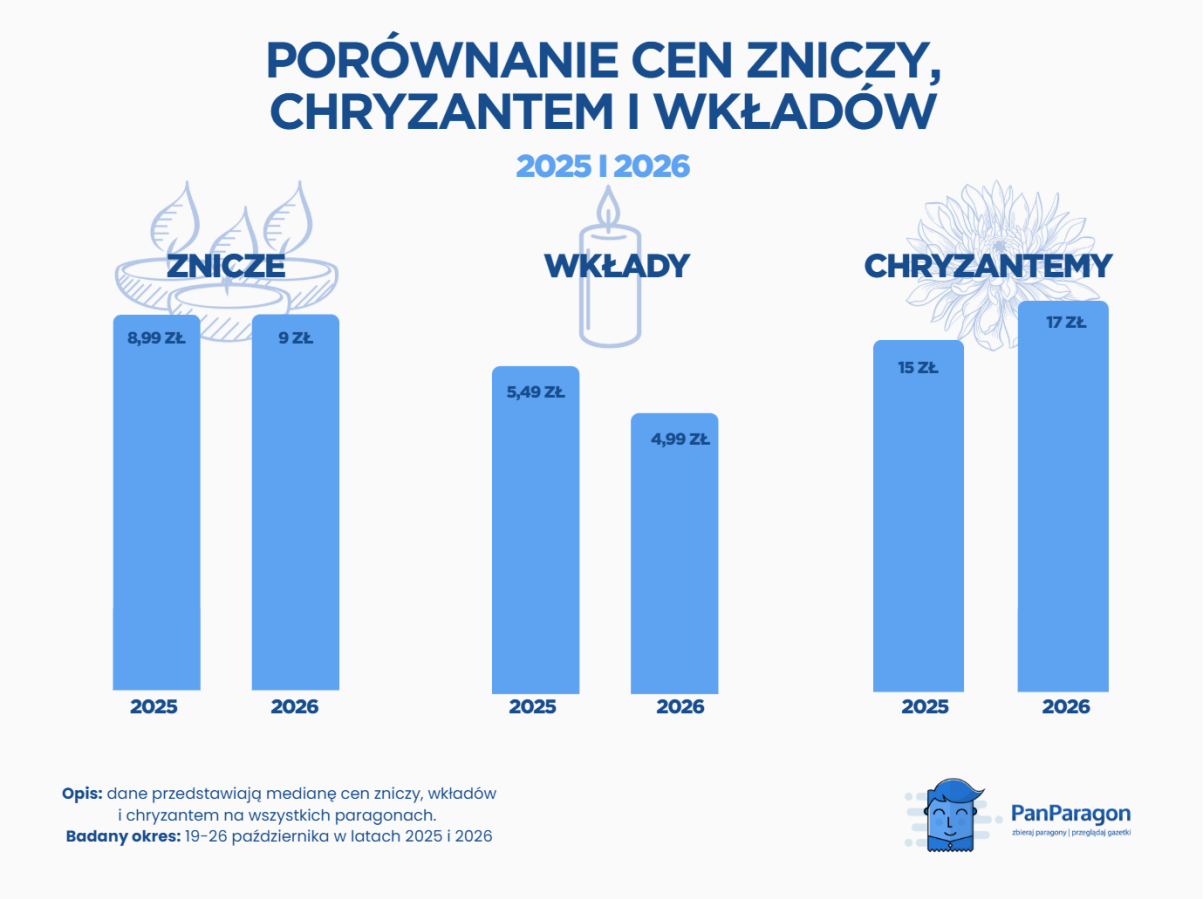


Znicze w podobnej cenie, wkłady tańsze, a chryzantemy droższe

Tegoroczna analiza PanaParagona pokazuje, że ceny produktów związanych z dniem Wszystkich Świętych zmieniały się w różnych kierunkach. Najbardziej stabilne pozostały znicze. Mediana ceny znicza w 2026 roku wyniosła 9,00 zł, czyli niemal dokładnie tyle samo co rok wcześniej, kiedy mediana wynosiła 8,99 zł. Co ciekawe, mniej zapłacimy za wkłady do zniczy. Ich mediana ceny spadła z 5,49 zł do 4,99 zł, co oznacza obniżkę o około 9 proc.

Największą zmianę cenową odnotowano w przypadku chryzantem doniczkowych. W ubiegłym roku mediana ich ceny wynosiła 15 zł, natomiast obecnie jest to już 17 zł. To wzrost o ponad 13 proc.

Szczegóły na grafice poniżej:



Warto jednak pamiętać, że do 1 listopada pozostało jeszcze kilka dni, a właśnie w tym okresie sieci handlowe często intensyfikują akcje promocyjne na znicze, wkłady i chryzantemy. Podobnie jak w ubiegłych latach, również teraz można spodziewać się atrakcyjnych rabatów, szczególnie w ostatnich dniach października. Niewykluczone więc, że im bliżej 1 listopada, tym ceny niektórych produktów będą jeszcze niższe. Dla osób, które nie zrobiły jeszcze zakupów na Wszystkich Świętych, może to oznaczać okazję do dodatkowych oszczędności.

Zmieniają się nasze zakupowe zwyczaje?

Tegoroczne wyniki pokazują, że zakupy przed 1 listopada nie podążają jednym, wspólnym trendem. Znicze i wkłady pojawiają się na paragonach rzadziej, natomiast chryzantemy utrzymują podobny udział pomimo wyższych cen.

– Tegoroczne dane pokazują, że zwyczaje zakupowe Polaków związane z dniem Wszystkich Świętych mogą się zmieniać. Coraz większą rolę odgrywa nie tylko cena, ale również wygoda i sposób planowania wydatków. Jednym z czynników wpływających na te zmiany może być rosnąca popularność zakupów internetowych. Konsumenci mają dziś znacznie więcej możliwości porównywania ofert, szukania promocji i zamawiania zniczy czy dekoracji bez wychodzenia z domu. Nie bez znaczenia może być również ponowne wykorzystywanie ozdób z poprzednich lat czy bardziej przemyślane planowanie zakupów. Wszystko to pokazuje, że nawet w przypadku tak tradycyjnego święta jak Wszystkich Świętych nasze przyzwyczajenia

zakupowe ewoluują, a konsumenci coraz częściej szukają rozwiązań, które pozwalają łączyć oszczędność z wygodą – **podsumowuje Antonina Grzelak z aplikacji PanParagon.**

Dodatkowe informacje: panparagon.pl

Dystrybucja materiałów:

Ewa Maćkowiak - ewa.mackowiak@panparagon.pl

Jakub Marcinkowski - jakub.marcinkowski@panparagon.pl