

Trend EKO – najczęściej wymienianym trendem podczas II Forum PMR Markety Remontowo-Budowlanych 2021

Poznaj głównie wnioski z wydarzenia

Druga edycja branżowego Forum PMR Markety Remontowo-Budowlane 2021 za nami! 16 maja ponownie spotkaliśmy się z przedstawicielami zarządów wiodących sieci handlowych oraz producentów materiałów budowlanych, aby wspólnie omówić kierunki rozwoju i przyszłe formaty handlu detalicznego artykułami budowlanymi i wykończeniowymi.

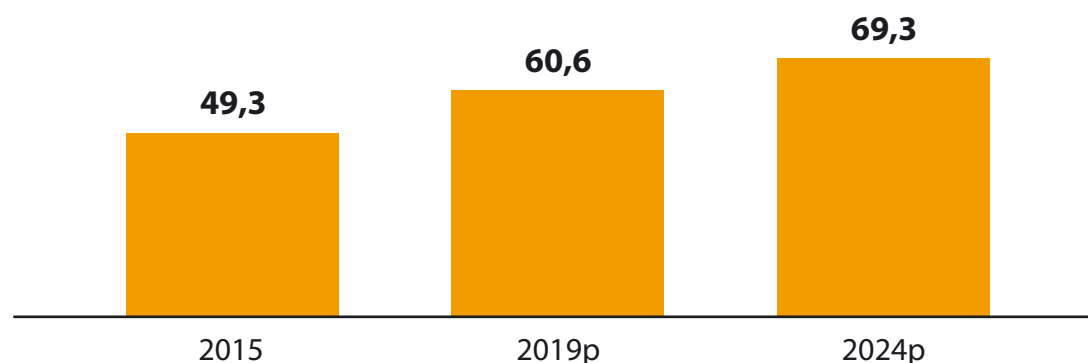
Ponad 30% uczestników tegorocznej edycji stanowili prezesi i członkowie zarządu, zaś 67% obecnych osób reprezentowało grono dyrektorów pionu sprzedaży, marketingu i finansów kluczowych firm sektora. W poszczególnych blokach tematycznych mieliśmy okazję przyjrzeć się najnowszym branżowym danym i trendom na rynku DIY (definiowanym, jako rynek sprzedaży produktów niezbędnych do budowy oraz remontu, produktów dekoracyjnych, artykułów ogrodowych oraz narzędzi), a także praktykom z obszaru logistyki, sprzedaży czy e-commerce.

Zaprezentowane podczas Forum PMR dane oraz wyniki badań dotyczących zachowań zakupowych klientów B2C i B2B pochodzą z najnowszego raportu PMR: „*Handel detaliczny artykułami DIY w Polsce 2019*”. Raport prezentuje kanały dystrybucji, w tym sieci tzw. marketów budowlanych, spożywcze sklepy wielkopowierzchniowe, internet oraz sklepy niezależne i targowiska. Ponadto, publikacja omawia najważniejsze czynniki wpływające na rynek: skłonność do przeprowadzania remontów i napraw, wartość przyznanych kredytów konsumenckich i hipotecznych, plany zakupu mieszkania lub domu oraz omawia kluczowe trendy na rynku.

Mimo pozytywnych prognoz, dynamika będzie słabnąć

W 2019 r. wartość całkowitego rynku asortymentu DIY, kupowanego przez klientów indywidualnych oraz instytucjonalnych, wyniesie **ponad 60 mld zł**. Warto zwrócić uwagę, że choć w najbliższych latach dynamika prognoz z roku na rok będzie spadać, to jednak nie jest przewidywane silne tąpnięcie, czy choćby korekta rynku. Ten stan w dużej mierze determinuje dobra sytuacja polskiej gospodarki i niskie ryzyko fundamentalnych zmian w najbliższym okresie.

Wartość (mld zł) całkowitego rynku asortymentu DIY w Polsce, 2015, 2019, 2024



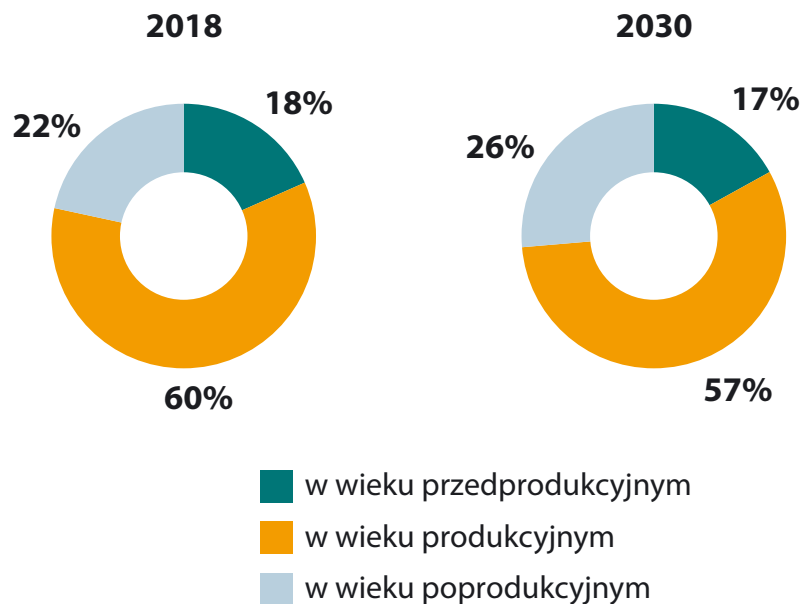
p – prognoza

Źródło: PMR, 2019

Jedną z kluczowych zmian, którą już obserwujemy na rodzimym rynku to starzenie się społeczeństwa. W najbliższych latach osoby w wieku 50+ stanowiąc będą ponad 50% Polaków. A co za tym idzie czeka nas „rewolucja” działań marketingowych. Firmy będą zmuszone do zmiany lub przygotowania nowych strategii marketingowych, skierowanych do starszej, niż dotychczas, grupy docelowej. Zauważalne zmiany zaobserwujemy w produkcie czy jego opakowaniu. Wraz z wiekiem jesteśmy bardziej skłonni do wynajmowania specjalistów w celu dokonania nawet drobnych prac remontowych.

Warto także zwrócić uwagę na fakt, że rośnie liczba konsumentów posiadających swoje własne, indywidualne potrzeby nie tylko związane z hobby, statusem, wiekiem, ale także sposobem życia, czy sposobem dokonywania zakupów. Jak zauważyli uczestnicy Forum, wybijającym się trendem jest ten związany z ekologią – zarówno od strony konsumentów i produktów, jak i samego podejścia firm do tematu ekologii.

Liczba Polaków według grupy wiekowej (%), 2018, 2030



Źródło: PMR, 2019

Przed jakimi wyzwaniami stoi rynek?

Zarówno panele dyskusyjne, jak i zakulisowe rozmowy pokazały, że **dostępność pracowników i zmiany w logistyce** to główne wyzwania sektora DIY. Uczestnicy Forum podkreślali, że logistyka najszybciej ulegnie procesom automatyzacji. Co ciekawe, najwięksi gracze na rynku marketów budowlanych wciąż widzą potencjał dla nowych sklepów – tu najczęściej wskazywano na mniejsze miejscowości, gdzie mniejsze markety remontowo-budowlane, takie jak Mrówka, mogą z powodzeniem lokować swoje placówki. Co z nowymi formatami? Będą zauważalne w dużych metropoliach, ale raczej nie zdominują rynku, nie staną się wiodącym trendem. **E-commerce**, choć zadomowił się już w sektorze DIY to, jak podkreślił niemal każdy Forowicz, wciąż rozwiązanie dedykowane klientom B2C oraz wybranemu asortymentowi.

Ekspert nie ominęli również „zjawiska” **marek własnych dla produktów remontowo-budowlanych** – choć, w przeciwieństwie do produktów FMCG, stanowią w segmencie DIY niszowy produkt, to jednak jest dla nich miejsce. Za przykład posłużyła firma K.H. Stofarb, która dzięki marce własnej buduje swoją przewagę konkurencyjną.

Uczestnicy byli zgodni w jednym: najlepszy sposób na sukces we współpracy między producentami a dystrybutorami to **otwartość i edukacja**.

Forum Markety Remontowo-Budowlane 2021 – tu trzeba być

Podsumowując, II Forum PMR Markety Remontowo-Budowlane 2021 to wspólne spotkanie branży, podczas którego omawiane są najnowsze dane, prognozy i strategie decydujące o kształcie rynku! Dzięki obecności kluczowych graczy, wydarzenie stało się najlepszym miejscem pozyskania wiedzy o sektorze. Podczas tegorocznej edycji swoją oceną podzielili się przedstawiciele zarządu m.in.: Bricomarche, Grupa PSB Handel, Platforma Dla Remontu i Budowy, K.H. Stofarb, Grupy Atlas, czy 3W Dystrybucja Budowlana.

Do zobaczenia za rok!

PMR Ltd. Sp. z o.o.,
ul. Mogińska 65,
31-545 Kraków, Polska
tel.: /48/ 12 340 51 00,
fax: /48/ 12 340 51 08,
www.mypmr.pro

Obsługa klientów

tel.: /48/ 12 340 51 30
e-mail: moreinfo@pmrcorporate.com

Marketing

tel.: /48/ 12 340 51 29
e-mail: marketing@pmrcorporate.com

Informacja o PMR

PMR (www.mypmr.pro) to zespół ekspertów w dziedzinie badań i analizy rynków krajów Europy Środkowo-Wschodniej. Specjalizujemy się w sektorach: Budowlanym, Handlu Detalicznym i FMCG, Farmaceutycznym, Ochrony Zdrowia, IT i Telekomunikacyjnym. Przygotowujemy raporty rynkowe, autorskie prognozy, insighty, bazy statystyk, produktów, inwestycji i firm. Organizujemy spotkania biznesowe dla kadry zarządzającej, realizujemy projekty dedykowane dla firm i instytucji oraz tworzymy narzędzia do analizy danych.

W ciągu 20 lat działalności PMR pomógł już ponad 500 globalnym korporacjom oraz wielu lokalnym firmom w zbudowaniu, wdrożeniu i monitorowaniu swojej strategii biznesowej. Efektem naszej pracy są unikalne dane, prognozy i analizy. Dzięki wiedzy i wieloletniemu doświadczeniu zespołów analitycznych nasi klienci zwiększają udziały w rynku, poprawiają wskaźniki sprzedaży i z sukcesem wchodzą na nowe rynki.

