**Pandemia niestraszna rynkowi małego AGD**

**Choć pandemia COVID-19 i kolejne lockdowny wprowadzone na przestrzeni 2020 roku negatywnie oddziałują na gospodarkę, rynek małego AGD ma się bardzo dobrze. Niewątpliwy wpływ miało na to przeniesienie do domów wielu czynności społeczno-zawodowych i potrzeba dostosowania do nowej sytuacji zarówno otaczającej przestrzeni, jak i trybu życia.**

Rok 2020 zmienił sytuację wielu branż. Wprowadzenie obostrzeń sanitarnych i zamknięcie większości sklepów stacjonarnych z dnia na dzień zatrzymały prawie całą sprzedaż. Niektórym branżom udało się jednak nie tylko odrobić straty, ale także odnotować duży wzrost przychodów. Mocne odbicie zanotował m.in rynek małego AGD.

Szacuje się, że w 2020 roku konsumenci wydali na duże i małe AGD aż 13,6 mld zł, co stanowi 14% wzrost w stosunku do roku 2019, a sprzedaż samego małego AGD wzrosła o 8%. Należy też zaznaczyć, że rynek AGD jest szczególnie silnym sektorem polskiej gospodarki, który stale dynamicznie się rozwija – wartość inwestycji w skali roku to ponad miliard złotych[[1]](#footnote-1).

**Małe AGD wsparciem dla amatorów gotowania**

Zamknięcie restauracji i barów sprawiło, że zmieniły się kulinarne przyzwyczajenia Polaków. Brak możliwości jedzenia poza domem wpłynął na konieczność samodzielnego gotowania. Coraz więcej osób eksperymentuje z nowymi przepisami i inwestuje znacznie więcej w sprzęt kuchenny. To właśnie on stanowi największą część rynku małego AGD w Polsce – szacuje się, że obejmuje aż 65% wartości[[2]](#footnote-2).

*– Do najczęściej kupowanych sprzętów małego AGD należą obecnie urządzenia służące do przygotowywania żywności. Dużą popularnością cieszą się m.in. blendery, wyciskarki do soków czy roboty kuchenne.* *Od ubiegłego roku obserwujemy też wzrost sprzedaży stosunkowo nowych dla konsumentów sprzętów, takich jak prasy do tłoczenia oleju, ozonatory powietrza, jonizatory czy dehydratory żywności. Zarówno rosnący popyt na sprzęty kuchenne, jak i na niszowe produkty sprawił, że rok 2020 przyniósł w naszym sklepie wzrost sprzedaży o 21% w stosunku do 2019, co przełożyło się na zwiększenie wyniku aż o 31% na koniec roku* – mówi Łukasz Malik, współwłaściciel sklepu [mocsokow.pl](http://www.mocsokow.pl), oferującego małe AGD wysokiej jakości.

Dużą rolę odegrał również rosnący trend zdrowego odżywiania i życia w duchu „zero waste”, zakładającego minimalizację produkowanych odpadów. Polacy nie tylko chcą jeść ekologicznie – zwracają też uwagę na wielofunkcyjność urządzeń.

– *Dużym zainteresowaniem cieszą się urządzenia, które poza oczywistymi zastosowaniami, dają również inne możliwości. Zwłaszcza w trakcie pandemii klienci szukają sprzętu, będącego w stanie maksymalnie uprościć ich życie. Ze względu na ograniczone miejsce w kuchni chętniej wybieramy urządzenia wielofunkcyjne. Popularnym produktem stały się wyciskarki do soków, których można użyć również np. do robienia makaronów, a nawet chleba. Częściej zwracamy też uwagę na ilość generowanych odpadów i to, czy możemy je wykorzystać. Przykładowo, zaletą prasy do tłoczenia oleju z nasion jest nie tylko zdrowy, nierafinowany olej, ale również mąka, którą można łatwo zrobić z pozostałych wytłoczyn* – wyjaśnia Łukasz Malik z Mocy Soków.

**E-commerce rośnie w siłę**

Choć pandemia COVID-19 okazała się dotkliwa dla handlu detalicznego, na aktualnej sytuacji zyskuje branża e-commerce. Przymus społecznej izolacji sprawił, że popyt na zakupy w Internecie wciąż rośnie. Obecnie gotowość kupowania produktów drogą cyfrową deklaruje ok. 16 milionów Polaków, czyli ponad połowa internautów[[3]](#footnote-3). Wpływ na popularność usługi ma łatwość złożenia zamówienia, dostępność 24/7 i szerokość oferty sklepu. Dodatkowym atutem jest dostawa produktów do domu. Pandemia stała się dla branży e-commerce szansą na pozyskanie nowej grupy klientów, dla której wygoda ma kluczowe znaczenie. Zakupy online są bowiem postrzegane nie tylko jako nieskomplikowane, ale również pozostawiające większą możliwość wyboru, niż kupowanie w sklepach stacjonarnych.

– *Pandemia zmusiła nas do rezygnacji z uczestnictwa w dużych imprezach targowych oraz prezentacji produktów bezpośrednio klientowi. Negatywnie wpłynęła również na sprzedaż stacjonarną, która spadła niemal o 70% rok do roku. Na szczęście, dzięki sprzedaży internetowej nie tylko poprawiliśmy wyniki finansowe, ale też mieliśmy możliwość dalszego rozwoju firmy* – komentuje Łukasz Malik z Mocy Soków.

**Co przyniesie 2021 rok?**

Pomimo wzrostu sprzedaży i prężnie rozwijającego się rynku, przed producentami małego AGD wciąż stoi wiele wyzwań. Jednym z nich jest stopniowy wzrost cen surowców i energii, a w konsekwencji również podwyższenie kosztów produkcji i cen towarów. Jako inne utrudnienie Związek Producentów AGD wskazuje także konieczność zmiany łańcucha dostaw i potrzebę utworzenia rezerwowej sieci lokalnych dostawców.

– *Na ceny sprzętu AGD negatywnie wpływa wzrost kosztów dostawy, który w ostatnim roku wzrósł o około 50% oraz ciągłe osłabienie waluty względem dolara i euro. Pandemia COVID-19 zmusiła też przedsiębiorców do weryfikacji list poddostawców i analizy ich dostępności, a także szukanie alternatywnych źródeł zaopatrzenia* – wyjaśnia Łukasz Malik z Mocy Soków.

Choć przedstawiciele branży optymistycznie prognozują utrzymanie się wysokiego popytu na sprzęt AGD, po zakończeniu pandemii konsumenci mogą poświęcić większą część budżetu na zaległe podróże czy kulturę[[4]](#footnote-4).

Mimo tych zagrożeń, koniunktura na rynku AGD dobrze utrzymuje się również w pierwszych miesiącach 2021 roku. Dowodem na to są statystyki GUS dotyczące dynamiki sprzedaży detalicznej w styczniu i lutym. Według badań sprzedaż w segmencie artykułów wyposażenia wnętrz (meble, RTV, AGD) wzrosła prawie o 10%[[5]](#footnote-5).

Pandemia COVID-19 przyniosła nie tylko wiele wyzwań dla branży producentów małego AGD, ale także pokazała szereg możliwości, które wcześniej nie były dostępne. Może być to okazja dla przedsiębiorców, którzy wcześniej nie mogli konkurować z gigantami rynku AGD. Przede wszystkim jednak liczy się szybkie i skuteczne działanie oraz zrozumienie potrzeb konsumenta.

**O firmie Top Concept**

Top Concept to obecna od 2014 roku na polskim rynku firma, która pod marką Moc Soków oferuje małe AGD solidnej jakości. Ma w swoim portfolio urządzenia najwyższej klasy producentów, takie jak wyciskarki wolnoobrotowe Hurom, Kuvings, Byzoo, ozonatory i oczyszczacze powietrza Wenon, dzbanki i butelki filtrujące wodę iWater czy prasy do tłoczenia oleju Yoda. Produkty można kupić w sklepie internetowym [mocsoków.pl](https://www.mocsokow.pl/) oraz w dwóch placówkach stacjonarnych – w Warszawie i Krakowie. Misją Mocy Soków jest promowanie zdrowego stylu życia i samodzielnego przygotowywania posiłków z najwyższej jakości składników.

Kontakt dla mediów:

Ewelina Jaskuła  
Tel.: +48 665 339 877   
E-mail: [ewelina.jaskula@goodonepr.pl](mailto:ewelina.jaskula@goodonepr.pl)

Katarzyna Dąbrowska  
Tel.: +48 796 996 272   
E-mail: [katarzyna.dabrowska@goodonepr.pl](mailto:katarzyna.dabrowska@goodonepr.pl)

1. https://applia.pl/wp-content/uploads/2021/02/Applia\_raport\_2021\_v3.pdf [↑](#footnote-ref-1)
2. https://applia.pl/wp-content/uploads/2021/02/Applia\_raport\_2021\_v3.pdf [↑](#footnote-ref-2)
3. https://eizba.pl/wp-content/uploads/2020/06/Raport-e-commerce-2020.pdf [↑](#footnote-ref-3)
4. https://applia.pl/wp-content/uploads/2021/02/Applia\_raport\_2021\_v3.pdf [↑](#footnote-ref-4)
5. Raport GUS „Dynamika sprzedaży detalicznej w lutym 2021r.” [↑](#footnote-ref-5)