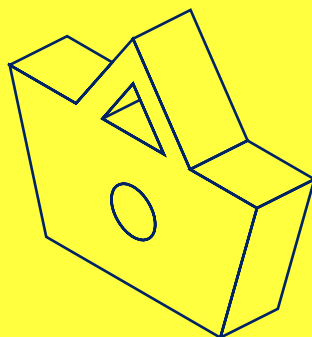


PMR RETAIL
EXPERTS

HANDEL DETALICZNY ODZIEŻĄ I OBUWIEM W POLSCE 2025

Analiza rynku i prognozy rozwoju
na lata 2025-2030

© 1996–2025+ PMR MARKET EXPERTS



Spis treści

Streszczenie menedżerskie » 11

Wartość rynku handlu detalicznego odzieżą i obuwiem w Polsce i prognozy rozwoju do 2030 r. » 32

Wartość ogółem rynku odzieży i obuwia w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » 33

Wartość rynku w podziale na kategorie w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 » 34

Najważniejsze czynniki wpływające na rynek odzieży i obuwia » 36

Czynniki makroekonomiczne » 38

Ogólne perspektywy makroekonomiczne » 38

Tempo wzrostu cen ogółem oraz cen odzieży i obuwia » 39

Sytuacja na polskim rynku pracy » 40

Sytuacja materialna ludności » 41

Demografia » 42

Czynniki podażowe » 43

Parki handlowe z potencjałem jako lokalizacje sklepów odzieżowo-obuwniczych » 44

Premiumizacja i repozycjonowanie outletów w Polsce » 46

Zakupy w jednym miejscu – rozwój wielomarkowych sklepów » 47

Proekologiczne postawy konsumentów wyzwaniem dla firm z branży odzieżowo-obuwniczej » 49

Wrażliwość cenowa młodych konsumentów a wyzwania strategii omnichannel » 50

Koniec ery darmowych zwrotów – odpowiedź branży wysoką skalę zwrotów i rosnący wardrobing » 51

Wyposażenie wnętrz w ofercie marek modowych – niszowy dodatek, a nie motor sprzedaży » 55

Maleje liczba debiutów na rynku odzieży i obuwia, ale wracają kultowe marki >>> 57

Czynniki popytowe >>> 58

Maleje odsetek Polaków ograniczających wydatki z powodu inflacji >>> 58

Omnicommerce na rynku odzieży i obuwia >>> 60

Czterech na 10 Polaków kupuje odzież w dyskontach niespożywczych >>> 61

Zmęczenie social mediami – konsumenci nie chcą obserwować profili marek i kupować polecanych produktów >>> 63

Stabilna popularność odzieży z drugiej ręki, Polacy wciąż chcą być eko >>> 66

Hosting ubrań – nowe życie mody w sieciówkach >>> 69

Łatwe zwroty kluczowe przy wyborze miejsca zakupów odzieży i obuwia >>> 70

Rola promocji na rynku odzieży i obuwia >>> 70

Dla młodych zakupy to sposób na spędzanie wolnego czasu >>> 72

Slow fashion traci na znaczeniu? >>> 73

Chwilowa moda czy ponadczasowość? >>> 75

Mniej znaczy więcej? Zakupowy minimalizm i szafa kapsułowa >>> 77

Dropy – nowy wymiar limitowanej mody >>> 78

Czynniki technologiczne >>> 79

Wirtualne przymierzalnie i skanery rozmiarów nie rewolucjonizują doświadczeń zakupowych odzieży i obuwia >>> 80

Przegląd aplikacji mobilnych >>> 81

Boom na marketplace, czy kanał czeka faza przeobrażeń? >>> 82

Ofensywa azjatyckich platform >>> 83

Rola AI i IoT w transformacji współczesnego handlu >>> 84

Samoobsługa zyskuje na znaczeniu, choć wciąż pozostaje niszowa >>> 85

ChatGPT jako platforma sprzedażowa odzieży i obuwia – niskie zainteresowanie konsumentów >>> 87

TikTok Shop: potencjał czy chwilowy trend? >>> 88

Branża modowa odchodzi od Metaverse >>> 89

Czynniki prawne >>> 90

Podatek od sprzedaży na platformach internetowych >>> 90

Chińskie platformy pod lupą UE >>> 91

Nowe regulacje w zakresie segregacji odpadów tekstylnych >>> 91

Nowe przepisy unijne: ograniczenie szybkiej mody i walka z pseudoekologicznym marketingiem >>> 92

AI Act – pierwsze przepisy regulujące użycie AI w handlu >>> 93

Kanały dystrybucji na rynku odzieży i obuwia w Polsce >>> 94

Wartość i udział w rynku poszczególnych kanałów w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >>> 94

Czynniki wyboru miejsca zakupu odzieży i obuwia >>> 97

Stacjonarne miejsca zakupu >>> 97

Internetowe miejsca zakupu >>> 98

Profile poszczególnych kanałów >>> 99

Sieci sklepów odzieżowych i obuwniczych >>> 101

Wartość kanału sklepów odzieżowych i obuwniczych w latach 2021-2024 i prognoza PMR na lata 2025-2030 >>> 101

Najwięksi gracze w kanale sklepów odzieżowych i obuwniczych – wartość sprzedaży i udziały rynkowe >>> 103

Internet >>> 106

Wartość internetowego rynku detalicznego odzieży i obuwia w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >>> 106

Wartość internetowej sprzedaży odzieży i obuwia w podziale na e-sklepy, platformy oraz cross-border w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >>> 107

Najwięksi gracze w kanale internetowym – wartość sprzedaży i udziały rynkowe >>> 108

Markety spożywcze >>> 110

Wartość kanału marketów spożywczych w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >>> 110

Najwięksi gracze w kanale marketów spożywczych – wartość sprzedaży i udziały rynkowe >>> 111

Niezależne sklepy odzieżowe i obuwnicze >>> 114

Bazary i targowiska >>> 115

Pozostałe kanały >> 116

Wartość kanału „Pozostałe” w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >> 116

Najwięksi gracze w kanale „Pozostałe” – wartość sprzedaży i udziały rynkowe >> 118

Rynek odzieży w Polsce >> 120

Wartość rynku odzieży w Polsce w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >> 120

Liczba sklepów odzieżowych >> 121

Charakterystyka kupującego odzież >> 121

Penetracja zakupów odzieżowych >> 121

Profil socio-demograficzny konsumenta kupującego odzież >> 122

Częstość zakupów odzieżowych >> 123

Najczęściej wybierane miejsca zakupu >> 124

Najczęściej wybierane marki sklepów >> 126

Znajomość marek odzieży >> 126

Najwięksi gracze na rynku odzieży w latach 2021-2025 >> 127

Charakterystyka wybranych segmentów na rynku odzieży >> 130

Odzież typu casual >> 130

Liczba sklepów z odzieżą typu casual > 130

Najwięksi gracze w segmencie odzieży typu casual > 131

Najczęściej wybierane produkty w segmencie odzieży typu casual > 132

Profil socio-demograficzny kupującego odzież typu casual > 134

Odzież formalna >> 135

Liczba sklepów z odzieżą formalną > 135

Najwięksi gracze w segmencie odzieży formalnej > 135

Najczęściej wybierane produkty w segmencie odzieży formalnej > 136

Profil socio-demograficzny kupującego odzież formalną > 138

Bielizna >> 139

Liczba sklepów z bielizną > **139**

Najwięksi gracze w segmencie bielizny > **140**

Najczęściej wybierane produkty w segmencie bielizny > **141**

Profil socio-demograficzny kupującego bieliznę > **142**

Odzież dziecięca >> 143

Liczba sklepów z odzieżą dziecięcą > **143**

Najwięksi gracze w segmencie odzieży dziecięcej > **144**

Najczęściej wybierane produkty w segmencie odzieży dziecięcej > **145**

Profil socio-demograficzny kupującego odzież dziecięcą > **147**

Odzież sportowa >> 148

Najczęściej wybierane produkty w segmencie odzieży sportowej > **148**

Profil socio-demograficzny kupującego odzież sportową > **150**

Rynek obuwia w Polsce >> 151

Wartość rynku obuwia w Polsce w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >> 151

Liczba sklepów obuwniczych >> 152

Charakterystyka kupującego obuwie >> 152

Penetracja zakupów obuwniczych >> **152**

Profil socio-demograficzny konsumenta kupującego obuwie >> **153**

Częstość zakupów obuwniczych >> **154**

Najczęściej wybierane miejsca zakupu >> **155**

Najczęściej wybierane marki sklepów >> **156**

Znajomość marek obuwia >> **157**

Najwięksi gracze na rynku obuwia w latach 2021-2025 >> 158

Charakterystyka wybranych segmentów na rynku obuwia >> 161

Obuwie codzienne >> 161

Liczba sklepów z obuwiem codziennym > **161**

Najwięksi gracze w segmencie odzieży typu casual > **161**

Najczęściej wybierane produkty w segmencie obuwia codziennego > **162**

Profil socio-demograficzny kupującego obuwie codzienne > **164**

Obuwie eleganckie >> 165

Liczba sklepów z obuwem eleganckim > **165**

Najwięksi gracze w segmencie obuwia eleganckiego > **165**

Najczęściej wybierane produkty w segmencie obuwia eleganckiego > **167**

Profil socio-demograficzny kupującego obuwie eleganckie > **168**

Obuwie sportowe >> 169

Najczęściej wybierane produkty w segmencie obuwia sportowego > **169**

Profil socio-demograficzny kupującego obuwie sportowe > **171**

Obuwie dziecięce >> 172

Najczęściej wybierane produkty w segmencie obuwia dziecięcego > **172**

Profil socio-demograficzny kupującego obuwie dziecięce > **173**

Rynek akcesoriów modowych w Polsce >> 175

Wartość rynku akcesoriów modowych w Polsce w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >> 175

Liczba sklepów z akcesoriami modowymi >> 176

Najczęściej wybierane produkty w segmencie akcesoriów modowych >> 176

Najwięksi gracze na rynku akcesoriów modowych w latach 2021-2025 >> 178

Charakterystyka kupującego akcesoria modowe >> 180

Penetracja zakupów akcesoriów modowych >> **180**

Profil socio-demograficzny konsumenta kupującego akcesoria modowe >> **181**

Częstość zakupów akcesoriów modowych >> **182**

Najczęściej wybierane miejsca zakupu >> **183**

Najwięksi gracze na rynku odzieży i obuwia w Polsce >> 185

Najwięksi gracze na rynku w latach 2021-2025 – wartość sprzedaży i udziały rynkowe >> 185

Profile wybranych największych graczy >> 189

LPP » 189

H&M » 191

Inditex » 192

Pepco » 193

CCC » 194

Deichmann » 196

Wojas » 197

Ochnik » 198

Wittchen » 199

Puccini » 200

Metodologia » 201

Spis grafik i tabel » 213

O PMR » 225

Spis grafik i tabel

Wartość rynku handlu detalicznego odzieżą i obuwiem w Polsce i prognozy rozwoju do 2030 r. » 32

Wartość (mln zł) i dynamika (%) rynku odzieży i obuwia w Polsce, 2021-2030 » 34

Wartość poszczególnych kategorii rynku odzieży i obuwia w Polsce (mln zł), 2021-2030 » 34

Dynamika poszczególnych kategorii rynku odzieży i obuwia w Polsce (%), 2022-2030 » 35

Udział poszczególnych kategorii w rynku odzieży i obuwia w Polsce (%), 2021-2030 » 35

Najważniejsze czynniki wpływające na rynek odzieży i obuwia » 36

Główne czynniki wpływające na wartość rynku odzieży i obuwia w Polsce, 2023-2030 » 37

Wpływ czynników makroekonomicznych i demograficznych na rynek odzieży i obuwia w Polsce, 2023-2030 » 38

PKB per capita oraz realna dynamika PKB w Polsce, 2021-2030 » 38

Inflacja CPI oraz inflacja na rynku odzieży i obuwia w Polsce (% r/r), 2021-2030 » 39

Średnioroczna stopa bezrobocia BAEL oraz realna dynamika przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto w Polsce, 2021-2030 » 41

Realna dynamika dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych w Polsce oraz konsumpcji prywatnej (% r/r), 2021-2030 » 42

Liczba rezydentów w Polsce, udziały poszczególnych grup demograficznych oraz liczba rezydentów wraz z uchodźcami z Ukrainy, 2021-2030 » 43

Wpływ trendów i czynników podaźowych na wartość internetowego rynku detalicznego w Polsce, 2023-2030 » 43

Największe nowoczesne obiekty handlowe oddane do użytku, 2024 » 45

Największe nowoczesne obiekty handlowe w budowie, I kw. 2025 » 46

Wybrane największe centra outletowe w Polsce, 2025 » 47

Deklarowane zakupy odzieży i obuwia w sklepach wielomarkowych online (%), 2021-2025 » 48

Deklarowane zakupy odzieży i obuwia w sklepach wielomarkowych online, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **48**

Deklarowane zakupy odzieży i obuwia w sklepach wielomarkowych online, w podziale na miejsce zamieszkania (%), 2025 >>> **48**

Deklarowane zakupy odzieży i obuwia w sklepach wielomarkowych online, w podziale na poziom wykształcenia i dochodu (%), 2025 >>> **49**

Deklarowane praktyki proekologiczne podczas zakupów odzieży i obuwia w Polsce (%), 2021-2025 >>> **50**

Kupując odzież/obuwie, porównuję ceny w sklepach stacjonarnych i online w ramach jednej marki (%), 2025 >>> **51**

Korzystający ze zwrotu odzieży lub obuwia kupionego w sklepie internetowym lub na platformie internetowej (%), według wybranych grup społeczno-demograficznych, 2025 >>> **53**

Częstość darmowego zwrotu produktów odzieżowych zakupionych online (%), 2025 >>> **54**

Częstość zamawiania kilku rozmiarów produktu i ich zwrotu (%), 2025 >>> **54**

Prawdopodobieństwo rezygnacji z zakupu online, jeśli zwrot nie będzie darmowy (%), 2025 >>> **55**

Zakupy oferty pozaodzieżowej w sklepach odzieżowo-obuwniczych w Polsce (%), 2025 >>> **56**

Częstość zakupu oferty pozaodzieżowej w sklepach odzieżowo-obuwniczych w Polsce (%), 2025 >>> **57**

Wybrane debiuty nowych marek na polskim rynku odzieżowym i obuwniczym, 2022-2025 >>> **57**

Wpływ trendów i czynników popytowych na wartość internetowego rynku detalicznego w Polsce, 2023-2030 >>> **58**

Wpływ inflacji na ograniczanie zakupów (ogółem) w Polsce (%), 2022-2025 >>> **59**

Odsetek Polaków ograniczających wydatki na odzież/obuwie/bieliznę oraz akcesoria odzieżowe i obuwnicze (%), 2022-2025 >>> **59**

Kupując odzież/obuwie przeważnie szukam produktów w jak najniższej cenie (%), 2021-2025 >>> **60**

Deklarowane postawy dotyczące multikanałowych zakupów odzieży (%), 2021-2025 >>> **60**

Deklarowane postawy dotyczące multikanałowych zakupów obuwia (%), 2021-2025 >>> **61**

Zakup odzieży w dyskoncie niespożywczym (%), według płci i wieku, 2025 >>> **62**

Zakup obuwia w dyskoncie niespożywczym (%), według płci i wieku, 2025 >>> **62**

Profil kanału sprzedaży „Dyskont niespożywczy”, sierpień 2025 >>> **63**

Odsetek kupujących odzież i obuwie, którzy nie obserwują profili marek w social mediach (%), 2021-2025 >>> **64**

Obserwowanie profili marek odzieżowych i obuwniczych w social mediach w Polsce, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **64**

Dokonywanie zakupu odzieży i obuwia pod wpływem materiału obejrzanego w social mediach w Polsce, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **65**

Dokonywanie zakupu odzieży i obuwia marki należącej do influencerów (%), w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **65**

Deklarowane zachowania z zakresu re-commerce (%), 2021-2025 >>> **67**

Zakup używanej odzieży i obuwia (%), 2021-2025 >>> **68**

Deklarowane miejsce zakupu używanej odzieży i obuwia w Polsce (%), 2025 >>> **68**

Ważność łatwego zwrotu przy zakupie odzieży i obuwia (%), 2021-2025 >>> **70**

Korzystanie z poszczególnych form promocji podczas zakupów modowych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **71**

Zdarza mi się, że oglądam ubrania w sklepach stacjonarnych lub internecie, a finalnie kupuję je dopiero, jak się przecenią (%), 2024-2025 >>> **72**

Zakupy jako sposób spędzania wolnego czasu (%), według wybranych cech socjo-demograficznych, 2025 >>> **73**

Istotność pochodzenia marki przy zakupie odzieży i obuwia (%), 2021-2025 >>> **73**

Zwracam uwagę na przejrzyste działania marki, np. produkcja odzieży w Polsce (%), 2023-2025 >>> **74**

Liczba obserwatorów i ich dynamika wzrostu r/r wśród wybranych polskie marki typu slow fashion w serwisie Instagram, 2025 >>> **74**

Kierowanie się modą przy zakupach odzieży i obuwia w Polsce (%), 2021-2025 >>> **76**

Zanim dokonam zakupu odzieży/obuwia, często przeglądam magazyny modowe, portale modowe, pokazy mody, blogi modowe (%), 2021-2025 >>> **76**

Kierowanie się jakością przy zakupach odzieży i obuwia w Polsce (%), 2021-2025 >>> **76**

Przy wyborze odzieży/obuwia, wybieram częściej produkty o ponadczasowym fasonie (%), 2021-2025 >>> **77**

Minimalistyczne zachowania zakupowe wśród konsumentów odzieżowych (%), 2023-2025 >>> **77**

Minimalistyczne zachowania zakupowe wśród konsumentów obuwniczych (%), 2023-2025 >>> **78**

Minimalistyczne zachowania zakupowe wśród konsumentów modowych (%),
2021-2025 >>> **78**

Wpływ trendów i czynników technologicznych na wartość internetowego rynku detalicznego
w Polsce, 2023-2030 >>> **79**

Istotność opcji e-sizingu dla kupujących odzież i obuwie (%), 2022-2025 >>> **80**

Aplikacje modowe dostępne na rynku, w podziale na kategorie, sierpień 2025 >>> **81**

Zakup odzieży i obuwia na platformach handlowych w Polsce (%), 2022-2025 >>> **83**

Zakupy odzieży, obuwia i akcesoriów odzieżowych na platformach handlowych, najczęściej
wybierane platformy (%), 2025 >>> **84**

Korzystający z kas samoobsługowych lub samoobsługowych punktów zwrotu produktów
podczas zakupów odzieży i/lub obuwia (%), według wybranych grup społeczno-demograficznych,
2025 >>> **86**

Wpływ nowych technologii ułatwiających zakupy (np. kasy samoobsługowe, samoobsługowe
punkty zwrotów produktów) na częstszy zakup odzieży lub obuwia (%), 2025 >>> **87**

Sposoby wyszukiwania produktów podczas zakupów online (%), 2025 >>> **88**

Stosunek e-konsumentów do czatów lub botów jako asystentów zakupowych
podczas zakupów odzieży i obuwia (%), 2025 >>> **88**

Stosunek kupujących odzież i obuwie do robienia zakupów na żywo w aplikacji TikTok (%),
2025 >>> **89**

Wpływ czynników prawnych na wartość internetowego rynku detalicznego w Polsce, 2023-
2030 >>> **90**

Kanały dystrybucji na rynku odzieży i obuwia w Polsce >>> 94

Wartość rynku odzieży i obuwia w Polsce, w podziale na kanały dystrybucji (mln zł), 2021-
2030 >>> **95**

Udziały kanałów dystrybucji w rynku odzieży i obuwia w Polsce (%), 2021-2030 >>> **95**

Dynamika kanałów dystrybucji odzieży i obuwia w Polsce (%), 2021-2030 >>> **96**

Prognozowana średnioroczna złożona stopa wzrostu kanałów dystrybucji odzieży i obuwia
w Polsce (%), 2025-2030 >>> **96**

Czynniki wyboru stacjonarnego miejsca zakupu odzieży, obuwia i akcesoriów modowych (%),
2022-2025 >>> **98**

Czynniki wyboru internetowego miejsca zakupu odzieży, obuwia i akcesoriów modowych (%),
2022-2025 >>> **99**

Profil kanałów sprzedaży odzieży i obuwia, 2025 >>> **100**

Profile poszczególnych kanałów sprzedaży, 2025 >>> **100**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) sprzedaży odzieży i obuwia w sieciach odzieżowych i obuwniczych w Polsce, 2021-2030 >>> **102**

Profil kanału sprzedaży „Stacjonarny sklep sieciowy”, 2025 >>> **103**

Estymowana wartość sprzedaży największych sieci odzieżowo-obuwniczych w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **104**

Estymowany udział poszczególnych sieci w kanale sieci odzieżowo-obuwniczych w Polsce (%), pod względem wartości sprzedaży, 2021-2025 >>> **104**

Estymowany udział poszczególnych sieci odzieżowo-obuwniczych w rynku odzieży i obuwia w Polsce (%), pod względem wartości sprzedaży, 2021-2025 >>> **105**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży poszczególnych sieci odzieżowo-obuwniczych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **105**

Liczba sklepów poszczególnych sieci odzieżowo-obuwniczych w Polsce, 2021-2025 >>> **106**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) sprzedaży odzieży i obuwia w kanale internetowym w Polsce, 2021-2030 >>> **106**

Wartość internetowej sprzedaży detalicznej odzieży, obuwia i akcesoriów w sklepach internetowych, na platformach handlowych oraz cross border w Polsce (mln zł), 2021-2030 >>> **107**

Profil kanału sprzedaży „Internet”, 2025 >>> **108**

Estymowana wartość sprzedaży największych graczy na rynku internetowej sprzedaży detalicznej odzieży i obuwia w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **109**

Estymowany udział największych graczy internetowych w kanale internetowej sprzedaży detalicznej odzieży i obuwia w Polsce (%), 2021-2025 >>> **109**

Estymowany udział największych graczy internetowych w rynku odzieży i obuwia w Polsce (%), pod względem wartości sprzedaży, 2021-2025 >>> **109**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży największych graczy na rynku internetowej sprzedaży detalicznej odzieży i obuwia w Polsce (%), 2021-2025 >>> **110**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) sprzedaży odzieży i obuwia w marketach spożywczych w Polsce, 2021-2030 >>> **110**

Profil kanału sprzedaży „Dyskont, hipermarket, supermarket spożywczy”, 2025 >>> **111**

Estymowana wartość sprzedaży odzieży i obuwia w największych sieciach spożywczych w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **112**

Estymowany udział sieci spożywczych w kanale marketów spożywczych w Polsce (%), pod względem wartości sprzedaży, 2021-2025 >>> **112**

Estymowany udział poszczególnych sieci spożywczych w rynku odzieży i obuwia w Polsce (%), pod względem wartości sprzedaży, 2021-2025 ➤➤ **112**

Dynamika sprzedaży odzieży i obuwia w największych sieciach spożywczych w Polsce (%), 2021-2025 ➤➤ **113**

Liczba sklepów sieci spożywczych w Polsce, 2021-2025 ➤➤ **113**

Zakup odzieży w dyskoncie spożywczym, w podziale na płeć i wiek (%), 2023-2025 ➤➤ **113**

Zakup odzieży w dyskoncie spożywczym, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 ➤➤ **114**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) sprzedaży odzieży i obuwia w niezależnych sklepach odzieżowych i obuwniczych w Polsce, 2021-2030 ➤➤ **114**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) sprzedaży odzieży i obuwia w Polsce na bazarach i targowiskach, 2021-2030 ➤➤ **115**

Liczba targowisk stałych w Polsce, 2021-2025 ➤➤ **115**

Profil kanału sprzedaży „Bazary i targowiska”, 2025 ➤➤ **116**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) sprzedaży detalicznej odzieży i obuwia w Polsce w pozostałych kanałach, 2021-2030 ➤➤ **117**

Liczba sieciowych sklepów w pozostałych kanałach sprzedaży odzieży i obuwia w Polsce, 2021-2025 ➤➤ **118**

Estymowana wartość sprzedaży największych sieci w kanale „Pozostałe” w Polsce (mln zł), 2021-2025 ➤➤ **118**

Estymowany udział poszczególnych sieci w kanale „Pozostałe” w Polsce (%), pod względem wartości sprzedaży, 2021-2025 ➤➤ **119**

Estymowany udział poszczególnych sieci z kanału „Pozostałe” w rynku odzieży i obuwia w Polsce (%), pod względem wartości sprzedaży, 2021-2025 ➤➤ **119**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży poszczególnych sieci w kanale „Pozostałe” w Polsce (%), 2021-2025 ➤➤ **119**

Liczba sklepów poszczególnych sieci w kanale „Pozostałe” w Polsce, 2021-2025 ➤➤ **119**

Rynek odzieży w Polsce ➤➤ **120**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) rynku odzieżowego w Polsce, 2021-2030 ➤➤ **121**

Liczba sieciowych sklepów odzieżowych w Polsce, 2021-2025 ➤➤ **121**

Odsetek konsumentów dokonujących zakupów odzieży (%), 2021-2025 ➤➤ **122**

Struktura populacji Polaków kupujących odzież, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 ➤➤ **122**

Częstość robienia zakupów odzieżowych, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **124**

Miejsca zakupu odzieży, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **125**

Najczęściej wybierane marki sklepów odzieżowych, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **126**

Spontaniczna znajomość sklepów i marek odzieżowych wśród konsumentów odzieży i obuwia, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **127**

Estymowana wartość sprzedaży największych grup odzieżowych w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **128**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży największych grup odzieżowych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **128**

Estymowany udział w rynku odzieży największych grup odzieżowych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **129**

Estymowany udział w rynku największych grup odzieżowych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **129**

Liczba sklepów największych grup odzieżowych w Polsce, 2021-2025 >>> **130**

Liczba sklepów sieciowych z odzieżą typu casual w Polsce, 2021-2025 >>> **130**

Estymowana wartość sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie odzieży casual w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **131**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie odzieży casual w Polsce (%), 2021-2025 >>> **131**

Estymowany udział w rynku wybranych największych sieci w segmencie odzieży casual w Polsce (%), 2021-2025 >>> **132**

Liczba sklepów wybranych największych sieci z w segmencie odzieży casual w Polsce, 2021-2025 >>> **132**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie odzieży typu casual (%), 2024-2025 >>> **133**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie odzieży typu casual (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 >>> **133**

Struktura kupujących odzież typu casual, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **134**

Liczba sklepów sieciowych z odzieżą formalną w Polsce, 2021-2025 >>> **135**

Estymowana wartość sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie odzieży formalnej w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **135**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie odzieży formalnej w Polsce (%), 2021-2025 >>> **136**

Estymowany udział w rynku wybranych największych sieci w segmencie odzieży formalnej w Polsce (%), 2021-2025 >>> **136**

Liczba sklepów wybranych największych sieci z w segmencie odzieży formalnej w Polsce, 2021-2025 >>> **136**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie odzieży formalnej (%), 2024-2025 >>> **137**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie odzieży formalnej (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 >>> **138**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie odzieży formalnej (%), w podziale na styl życia, 2025 >>> **138**

Struktura kupujących odzież formalną, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **139**

Liczba sklepów sieciowych z bielizną w Polsce, 2021-2025 >>> **140**

Estymowana wartość sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie bielizny w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **140**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie bielizny w Polsce (%), 2021-2025 >>> **140**

Estymowany udział w rynku wybranych największych sieci w segmencie bielizny w Polsce (%), 2021-2025 >>> **141**

Liczba sklepów wybranych największych sieci z w segmencie bielizny w Polsce, 2021-2025 >>> **141**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie bielizny (%), 2024-2025 >>> **142**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie bielizny (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 >>> **142**

Struktura kupujących bieliznę, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **143**

Liczba sklepów sieciowych z odzieżą dziecięcą w Polsce, 2021-2025 >>> **144**

Estymowana wartość sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie odzieży dziecięcej w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **144**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie odzieży dziecięcej w Polsce (%), 2021-2025 >>> **144**

Estymowany udział w rynku wybranych największych sieci w segmencie odzieży dziecięcej w Polsce (%), 2021-2025 >>> **145**

Liczba sklepów wybranych największych sieci z w segmencie odzieży dziecięcej, 2021-2025 >>> **145**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie odzieży dziecięcej (%), 2024-2025 >>> **146**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie odzieży dziecięcej (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 >>> **146**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie odzieży dziecięcej (%), w podziale na liczbę osób i obecność dzieci w gospodarstwie domowym, 2025 >>> **147**

Struktura kupujących odzież dziecięcą, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **147**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie odzieży sportowej (%), 2024-2025 >>> **149**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie odzieży sportowej (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 >>> **149**

Struktura kupujących odzież sportową, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **150**

Rynek obuwia w Polsce >>> **151**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) rynku obuwniczego w Polsce, 2021-2030 >>> **152**

Liczba sieciowych sklepów obuwniczych w Polsce, 2021-2025 >>> **152**

Odsetek konsumentów dokonujących zakupów obuwia (%), 2021-2024 >>> **153**

Struktura kupujących obuwie, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **153**

Częstość robienia zakupów obuwniczych, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **154**

Miejsca zakupu obuwia, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **156**

Marki sklepów obuwniczych najczęściej wybierane w Polsce, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **156**

Spontaniczna znajomość sklepów i marek obuwniczych wśród Polaków, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **157**

Estymowana wartość sprzedaży największych grup obuwniczych w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **158**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży największych grup obuwniczych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **159**

Estymowany udział w rynku obuwia największych grup obuwniczych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **159**

Estymowany udział w rynku największych grup obuwniczych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **160**

Liczba sklepów największych grup obuwniczych w Polsce, 2021-2025 >>> **160**

Liczba sklepów sieciowych z obuwiem codziennym w Polsce, 2021-2025 >>> **161**

Estymowana wartość sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie obuwia codziennego w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **161**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie obuwia codziennego w Polsce (%), 2021-2025 >>> **162**

Estymowany udział w rynku odzieży wybranych największych sieci w segmencie obuwia codziennego w Polsce (%), 2021-2025 >>> **162**

Liczba sklepów wybranych największych sieci z w segmencie obuwia codziennego w Polsce, 2021-2025 >>> **162**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie obuwia codziennego (%), 2024-2025 >>> **163**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie obuwia codziennego (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 >>> **164**

Struktura kupujących obuwie codzienne, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **164**

Liczba sklepów sieciowych z obuwiem eleganckim w Polsce, 2021-2025 >>> **165**

Estymowana wartość sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie obuwia eleganckiego w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **166**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży wybranych największych sieci w segmencie obuwia eleganckiego w Polsce (%), 2021-2025 >>> **166**

Estymowany udział w rynku odzieży wybranych największych sieci w segmencie obuwia eleganckiego w Polsce (%), 2021-2025 >>> **166**

Liczba sklepów wybranych największych sieci z w segmencie obuwia eleganckiego w Polsce, 2021-2025 >>> **167**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie obuwia eleganckiego (%), 2024-2025 >>> **168**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie obuwia eleganckiego (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 >>> **168**

Struktura kupujących obuwie eleganckie, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **169**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie obuwia sportowego (%), 2024-2025 >>> **170**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie obuwia sportowego (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 >>> **170**

Struktura kupujących obuwie sportowe, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **171**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie obuwia dla dzieci (%), 2024-2025 >>> **172**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie obuwia dla dzieci (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 >>> **173**

Struktura kupujących obuwie dla dzieci, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **173**

Rynek akcesoriów modowych w Polsce >>> **175**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) rynku akcesoriów modowych w Polsce, 2021-2030 >>> **176**

Liczba sieciowych sklepów z akcesoriami modowymi w Polsce, 2021-2025 >>> **176**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie akcesoriów modowych (%), 2024-2025 >>> **177**

Najczęściej kupowane produkty w segmencie akcesoriów modowych (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 >>> **178**

Estymowana wartość sprzedaży największych grup z akcesoriami modowymi w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **179**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży największych grup z akcesoriami modowymi w Polsce (%), 2021-2025 >>> **179**

Estymowany udział w rynku akcesoriów modowych największych grup z akcesoriami w Polsce (%), 2021-2025 >>> **179**

Estymowany udział w rynku największych grup z akcesoriami modowymi w Polsce (%), 2021-2025 >>> **180**

Liczba sklepów największych grup z akcesoriami modowymi w Polsce, 2021-2025 >>> **180**

Odsetek konsumentów dokonujących zakupów akcesoriów odzieżowo-obuwniczych (%), 2021-2025 >>> **181**

Struktura kupujących akcesoria modowe, według wybranych cech demograficznych (%), 2025 >>> **181**

Częstość robienia zakupów akcesoriów modowych, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **183**

Miejsca zakupu akcesoriów modowych, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **184**

Najwięksi gracze na rynku odzieży i obuwia w Polsce >>> **185**

Estymowana wartość sprzedaży największych grup na rynku odzieży i obuwia w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **186**

Dynamika estymowanej wartości sprzedaży największych grup na rynku odzieży i obuwia w Polsce (%), 2021-2025 >>> **187**

Estymowany udział największych grup na rynku odzieży i obuwia (%), 2021-2025	»»	187
Liczba sklepów największych grup na rynku odzieży i obuwia w Polsce, 2021-2025	»»	188
Sprzedaż (mln zł) i liczba sklepów LPP w Polsce, 2021-2025	»»	189
Sprzedaż (mln zł) i liczba sklepów H&M w Polsce, 2021-2025	»»	191
Sprzedaż (mln zł) i liczba sklepów Inditex w Polsce, 2021-2025	»»	192
Sprzedaż (mln zł) i liczba sklepów Pepco w Polsce, 2021-2025	»»	193
Sprzedaż (mln zł) i liczba sklepów Grupy CCC w Polsce, 2021-2025	»»	194
Sprzedaż (mln zł) i liczba sklepów Grupy Deichmann w Polsce, 2021-2025	»»	196
Sprzedaż (mln zł) i liczba sklepów Grupy Wojas w Polsce, 2021-2025	»»	197
Sprzedaż (mln zł) i liczba sklepów Ochnik w Polsce, 2021-2025	»»	198
Sprzedaż (mln zł) i liczba sklepów Wittchen w Polsce, 2021-2025	»»	199
Sprzedaż (mln zł) i liczba sklepów Puccini w Polsce, 2021-2025	»»	200

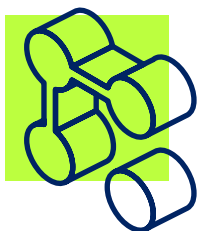
PMR MARKET EXPERTS

by Hume's

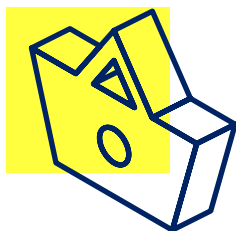
ROZUMIEMY, ŻE DANE TO NIE TYLKO LICZBY. TO FUNDAMENT DECYZJI, KTÓRE KSZTAŁTUJĄ PRZYSZŁOŚĆ TWOJEGO BIZNESU.

W PMR Market Experts od ponad 20 lat tworzymy cykliczne raporty branżowe, doskonaląc naszą wiedzę sektorową.

Nasze specjalizacje:



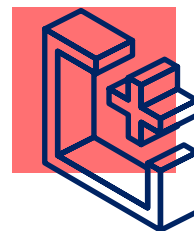
Digital & ICT



Retail



Pharma & Healthcare



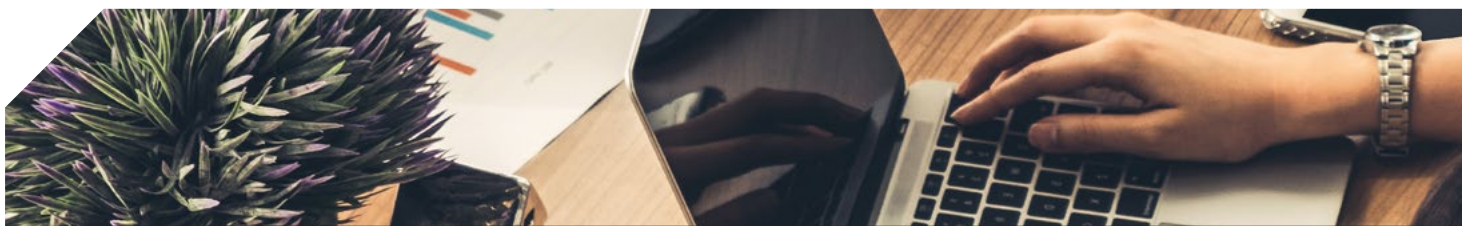
Construction

Nasze raporty to coś więcej niż zestawienie faktów – **to rzetelna wiedza oparta na sprawdzonej metodologii**. Łączymy dane pierwotne i wtórne, własne algorytmy oraz modele ekonometryczne, by dostarczyć precyzyjnych informacji o rynku, jego wartościach, dynamice, segmentach i głównych graczach.

Jesteśmy częścią **Hume's Institute** – agencji badawczej 360 specjalizującej się w badaniach ilościowych i jakościowych, prognozowaniu oraz predykcjach rynkowych.

Doświadczenie w analizie i weryfikacji danych PMR Market Experts, unikatowe insights oraz sprawdzone prognozy dostarczane przez Hume's Institute dają realną wiedzę i przewagę naszym Klientom.

Z naszych usług skorzystało już ponad **600 klientów na całym świecie**. Przebadaliśmy ponad **5 000 marek**, działając na ponad **50 rynkach**. Zaufanie, jakim obdarzyli nas najwięksi gracze, potwierdza fakt, że współpracujemy z **70% firm z prestiżowej listy Fortune 500**.



tel.: +48 609 290 093
info@pmrcorporate.com
www.pmrmarketexperts.com



Królewska 57
30-081 Kraków
Poland