

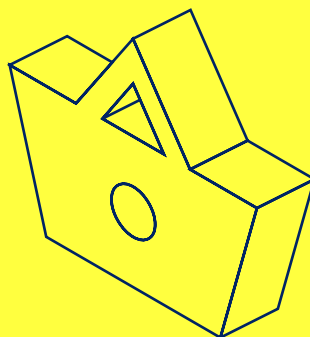


PMR RETAIL
EXPERTS

HANDEL DETALICZNY ARTYKUŁAMI SPORTOWYMI W POLSCE 2025

Analiza rynku i prognozy rozwoju
na lata 2025-2030

© 1996-2025+ PMR MARKET EXPERTS



Spis treści

Streszczenie menedżerskie » 11

Wartość handlu detalicznego artykułami sportowymi w Polsce w latach 2021-2024 oraz prognoza na lata 2025-2030 » 23

Główne trendy i kluczowe czynniki wpływające na rynek artykułów sportowych » 26

Czynniki makroekonomiczne i demograficzne » 26

Ogólne perspektywy makroekonomiczne » 27

Tempo wzrostu cen ogółem oraz cen artykułów sportowych » 28

Sytuacja na polskim rynku pracy » 29

Sytuacja materialna ludności » 30

Demografia » 31

Regularna aktywność fizyczna » 31

Czynniki popytowe » 32

Większość Polaków kupuje artykuły sportowe » 33

Wpływ inflacji na decyzje zakupowe konsumentów artykułów sportowych maleje, ale pozostaje istotny » 34

Sześciu na dziesięciu Polaków podejmuje aktywność fizyczną minimum raz w tygodniu » 35

Kupujący odzież sportową pod wpływem mediów społecznościowych – Gen Z na czele » 36

Kwestie ekonomiczne coraz bardziej przemawiają za wypożyczaniem sprzętu sportowego » 38

Mężczyźni przekonują się do artykułów sportowych z drugiej ręki » 39

Wzrost popularności turystyki górskiej i rosnąca liczba turystów w górskich parkach narodowych » 41

Turystyka górska z pozytywnym wpływem na zakupy artykułów sportowych » 42

Kupujący zwracają uwagę na funkcje techniczne odzieży i obuwia sportowego » 43

Programy lojalnościowe jako istotny czynnik wyboru miejsca zakupu produktów sportowych >>> **44**

Łatwe zwroty kluczowe przy wyborze miejsca zakupów odzieży, obuwia i sprzętu sportowego >>> **45**

Specjalistyczne sklepy sportowe jako wyznacznik profesjonalizmu >>> **46**

Dropy – nowy wymiar limitowanej mody >>> **48**

Czynniki podażowe >>> **49**

Konsolidacja rynku i przejęcia – inwestorzy zainteresowani rynkiem artykułów sportowych >>> **49**

Stabilizacja liczby podmiotów prowadzących sklepy sportowe >>> **50**

Rozwój infrastruktury sportowej z pozytywnym wpływem na aktywność fizyczną i rynek artykułów sportowych >>> **51**

Ścieżki rowerowe > **51**

Aquaparki/parki wodne > **52**

Parki handlowe z potencjałem jako lokalizacje sklepów sportowych >>> **53**

Premiumizacja i repozycjonowanie outletów w Polsce >>> **55**

Sportowa oferta wychodzi poza sklepy specjalistyczne >>> **56**

Rosnąca konkurencja w kanale platform handlowych, ambitne plany Decathlonu i Eri >>> **58**

Ofensywa azjatyckich platform >>> **59**

Budowanie tożsamości sportowej Grupy CCC >>> **60**

Czynniki technologiczne >>> **62**

Rola AI i IoT w transformacji współczesnego handlu >>> **62**

ChatGPT jako platforma sprzedażowa artykułów sportowych – niskie zainteresowanie konsumentów >>> **63**

Branża modowa i sportowa odchodzi od Metaverse >>> **64**

Czynniki prawne >>> **65**

Programy, inicjatywy rządowe i samorządowe >>> **65**

Podatek od sprzedaży na platformach internetowych >>> **66**

Chińskie platformy pod lupą UE >>> **66**

E-commerce pod większą kontrolą regulacyjną >>> **67**

Nowe regulacje w zakresie segregacji odpadów tekstylnych >>> **68**

Nowe przepisy unijne: ograniczenie szybkiej mody i walka z pseudoekologicznym marketingiem » 68

AI Act – pierwsze przepisy regulujące użycie AI w handlu » 69

Aktywność fizyczna konsumentów artykułów sportowych » 71

Podejmowanie aktywności fizycznej » 71

Motywacje do podjęcia aktywności fizycznej » 73

Uprawiane sporty » 74

Regularność uprawiania sportu – według dyscyplin » 76

Forma organizowania zajęć sportowych » 77

Miejsca podejmowania aktywności fizycznej » 77

Profil kupującego artykuły sportowe » 79

Odzież sportowa » 79

Obuwie sportowe » 81

Sprzęt i akcesoria sportowe » 83

Kategorie produktowe na detalicznym rynku artykułów sportowych w Polsce » 86

Wartość rynku w podziale na kategorie w latach 2021-2024 i prognoza na lata 2025-2030 » 86

Kategorie rynku artykułów sportowych w podziale na sprzedaż internetową i stacjonarną w 2025 r. » 88

Charakterystyka kupujących odzież sportową » 89

Zakupy odzieży sportowej » 89

Zakupy odzieży sportowej według kategorii produktowej » 89

Zakupy odzieży do uprawiania sportu – według dyscypliny » 90

Częstość zakupów » 92

Powody i okoliczności zakupów » 93

Kanały zakupów » 94

Zakupy w stacjonarnych marketach sportowych – najpopularniejsze sieci >>> **96**

Zakupy w stacjonarnych sklepach sportowych – najpopularniejsze sieci >>> **96**

Zakupy w sklepach internetowych – według sklepu >>> **97**

Preferencje kupujących odzież sportową >>> **98**

Korzystne ceny i duży wybór produktów najważniejszymi czynnikami wyboru miejsca zakupu odzieży sportowej > **98**

Różnice pokoleniowe w oczekiwaniach konsumentów podczas zakupów stacjonarnych > **100**

Dostępność ulubionych marek ważniejsza niż marka sklepu > **101**

Rekomendacje w mediach społecznościowych coraz bardziej istotne > **103**

Młodszy konsumenci bardziej podatni na trendy > **104**

Charakterystyka kupujących obuwie sportowe >>> **105**

Zakupy obuwia sportowego >>> **105**

Zakupy obuwia do uprawiania sportu – według dyscypliny >>> **105**

Częstość zakupów >>> **107**

Powody i okoliczności zakupów >>> **108**

Kanały zakupów >>> **108**

Zakupy w stacjonarnych marketach sportowych – najpopularniejsze sieci >>> **110**

Zakupy w stacjonarnych sklepach sportowych – najpopularniejsze sieci >>> **111**

Zakupy w sklepach internetowych – według sklepu >>> **112**

Preferencje kupujących obuwie sportowe >>> **113**

Czynniki związane z ceną na czele czynników ważnych przy wyborze miejsca zakupu > **113**

Możliwość obejrzenia i przymierzenia produktów na miejscu mniej ważna dla najmłodszych > **114**

Percepcja marki sportowej i marki sklepu przy wyborze miejsca zakupu > **116**

Rekomendacje najmniej ważnymi czynnikami wyboru miejsca zakupu > **118**

Kupujący obuwie sportowe nie kierują się modą > **119**

Charakterystyka kupujących sprzęt sportowy >>> **120**

Zakupy sprzętu sportowego >>> **120**

Zakupy sprzętu – według kategorii/dyscyplin >>> **120**

Częstość zakupów >>> **123**

Powody i okoliczności zakupów >>> **124**

Kanały zakupów >>> **124**

Zakupy w stacjonarnych marketach sportowych – najpopularniejsze sieci >>> **125**

Zakupy w sklepach internetowych – najpopularniejsze sieci >>> **126**

Preferencje kupujących sprzęt sportowy >>> **127**

Korzystne ceny najważniejsze przy wyborze miejsca zakupu sprzętu sportowego > **127**

Starsi zwracają uwagę na obsługę w sklepie i możliwość obejrzenia produktów na miejscu > **128**

Percepcja marki sportowej i marki sklepu przy wyborze miejsca zakupu > **130**

Rekomendacje raczej nieistotne przy wyborze miejsca zakupu > **131**

Moda z małym wpływem na zakupy sprzętu sportowego > **132**

Kanały dystrybucji na detalicznym rynku artykułów sportowych w Polsce >>> 134

Wartość detalicznego rynku artykułów sportowych w podziale na kanały w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >>> 134

Wartość detalicznego rynku artykułów sportowych w podziale na sprzedaż stacjonarną i internetową w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >>> 136

Sieci marketów sportowych >>> 138

Wartość sprzedaży artykułów sportowych w marketach sportowych w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >>> **138**

Najwięksi gracze w kanale marketów sportowych >>> **139**

Rozpoznawalność sieci marketów sportowych >>> **142**

Sieci sklepów sportowych >>> 143

Wartość sprzedaży artykułów sportowych w sieciach sklepów sportowych w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >>> **143**

Najwięksi gracze w kanale sieci sklepów sportowych >>> **144**

Niezależne sklepy sportowe >>> 147

Wartość sprzedaży artykułów sportowych w sklepach niezależnych w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >>> **147**

Internet >> 148

Wartość sprzedaży internetowej artykułów sportowych w latach 2021-2024 oraz prognoza PMR na lata 2025-2030 >> **148**

Najwięksi gracze w kanale internetowym >> **151**

Sklepy spożywcze >> 154

Wartość sprzedaży artykułów sportowych w sklepach spożywczych w latach 2021-2024 i prognoza PMR na lata 2025-2030 >> **154**

Konsumenci ufają jakości odzieży sportowej w dyskontach spożywczych >> **156**

Inne >> 157

Wartość sprzedaży artykułów sportowych w innych sklepach w latach 2021-2024 i prognoza PMR na lata 2025-2030 >> **157**

Najwięksi gracze na detalicznym rynku artykułów sportowych >> 159

Wartość sprzedaży i udziały w rynku artykułów sportowych w latach 2021-2025 >> **159**

Najpopularniejsze marki artykułów sportowych >> **163**

Rozpoznawalność i zakupy >> **163**

Millenialsi z najlepszą znajomością marek sportowych >> **164**

Profile największych graczy na detalicznym rynku artykułów sportowych >> 166

Decathlon >> **166**

allegro.pl >> **168**

Martes Sport >> **169**

OTCF >> **170**

Marketing Investment Group (MIG) >> **172**

CCC >> **173**

Adidas >> **175**

Deichmann, Snipes >> **176**

centrumrowerowe.pl/Dadelo >> **177**

Pepco >> **178**

Metodologia opracowania raportu » 179

Spis grafik i tabel » 192

O PMR » 202

Spis grafik i tabel

Wartość handlu detalicznego artykułami sportowymi w Polsce w latach 2021-2024 oraz prognoza na lata 2025-2030 » 23

Wartość (mln zł) i dynamika (%) rynku artykułów sportowych w Polsce, 2021-2030 » 25

Główne trendy i kluczowe czynniki wpływające na rynek artykułów sportowych » 26

Wpływ czynników makroekonomicznych i demograficznych na rynek artykułów sportowych w Polsce, 2021-2030 » 26

PKB per capita (tys. zł) oraz realna dynamika PKB (% r/r) w Polsce, 2021-2030 » 27

Inflacja CPI oraz wskaźnik cen artykułów sportowych w Polsce (% r/r), 2021-2030 » 28

Średnioroczna stopa bezrobocia BAEL (%) oraz realna dynamika przeciętnego miesięcznego wynagrodzenia brutto (% r/r) w Polsce, 2021-2030 » 29

Realna dynamika dochodu rozporządzalnego gospodarstw domowych w Polsce oraz konsumpcji prywatnej (% r/r), 2021-2030 » 30

Liczba rezydentów w Polsce (mln), udziały poszczególnych grup demograficznych (%) oraz liczba rezydentów wraz z uchodźcami z Ukrainy (mln), 2021-2030 » 31

Liczba kart sportowych Benefit Systems oraz dynamika jej wzrostu w Polsce, 2021-2030 » 31

Wpływ czynników popytowych na wartość detalicznego rynku artykułów sportowych w Polsce, 2023-2030 » 32

Zakup nowych artykułów sportowych i pokrewnych przez Polaków, według rodzaju (%), 2024-2025 » 33

Wpływ inflacji na ograniczanie wydatków przez konsumentów artykułów sportowych w Polsce (%), 2022-2025 » 34

Ograniczanie wydatków na sprzęt i artykuły sportowe (%), 2022-2025 » 35

Aktywność fizyczna Polaków, według częstości (%), 2024-2025 » 35

Wpływ treści internetowych na zakupy artykułów sportowych (%), 2022-2025 » 37

Źródła informacji na temat produktów sportowych, według pokoleń (%), 2025 » 37

- Wypożyczanie sprzętów sportowych, według rodzaju (%), 2025 >>> **38**
- Częstość i okazje wypożyczania sprzętu sportowego, według rodzaju sprzętu (%), 2025 >>> **39**
- Zakup używanych produktów sportowych (%), 2025 >>> **40**
- Zakup używanych produktów sportowych (%), według płci, wieku i wykształcenia, 2025 >>> **40**
- Liczba turystów krajowych (mln) oraz dynamika (% r/r) korzystających z noclegów w obiektach hotelowych Polsce, 2020-2029 >>> **41**
- Bilety wstępu sprzedane do Tatrzańskiego Parku Narodowego (mln sztuk), 2019-sierpień 2025 >>> **42**
- Korzystający ze specjalistycznego obuwia, odzieży i sprzętu podczas uprawiania turystyki górskiej (%), 2025 >>> **43**
- Częstość zakupów specjalistycznego obuwia, odzieży i sprzętu do turystyki górskiej (%), 2025 >>> **43**
- Zgodność ze stwierdzeniem „Zwracam uwagę na funkcje techniczne* kupowanej odzieży i bielizny sportowej oraz obuwia sportowego” (%), 2025 >>> **44**
- Programy lojalnościowe jako czynnik wyboru miejsca zakupu odzieży i bielizny/obuwia/sprzętu sportowego (%), 2025 >>> **45**
- Istotność programów lojalnościowych jako czynnik wyboru miejsca odzieży i bielizny/obuwia/sprzętu sportowego, według płci i wieku (%), 2025 >>> **45**
- Ważność łatwego zwrotu przy zakupie odzieży i obuwia (%), 2025 >>> **46**
- Zgodność ze stwierdzeniem: „Odzież i bieliznę/obuwie/sprzęt sportowy kupuję wyłącznie w specjalistycznych sklepach sportowych”, 2025 >>> **47**
- Zgodność ze stwierdzeniem: „Specjalistyczna odzież i bielizna/obuwie/sprzęt sportowy świadczy o profesjonalizmie (%), 2025 >>> **47**
- Wpływ czynników podaźowych na wartość detalicznego rynku artykułów sportowych w Polsce, 2023-2030 >>> **49**
- Liczba podmiotów prowadzących sprzedaż sprzętu sportowego w wyspecjalizowanych sklepach, 2019-2025 >>> **50**
- Długość ścieżek rowerowych w Polsce, 2020-2024 >>> **51**
- Długość ścieżek rowerowych w Polsce (km), według województw, 2019-2024 >>> **51**
- Długość ścieżek rowerowych w Polsce (km na 10 tys. ludności), według województw, 2019-2024 >>> **52**
- Aquaparki/parki wodne oddane do użytku w Polsce, 2025 >>> **53**

Aquaparki/parki wodne w planach/budowie w Polsce, 2025 >>> **53**

Największe nowoczesne obiekty handlowe oddane do użytku, 2024 >>> **54**

Największe nowoczesne obiekty handlowe w budowie I kw. 2025 >>> **55**

Wybrane największe centra outletowe w Polsce, 2025 >>> **56**

Najpopularniejsze niespecjalistyczne miejsca zakupu artykułów sportowych w Polsce (%), 2024-2025 >>> **57**

Zakup odzieży, obuwia i sprzętu sportowego na platformach handlowych w Polsce (%), 2024-2025 >>> **59**

Zgodność ze stwierdzeniem „Na zagranicznych platformach handlowych (np. Shein, Aliexpress, Temu) można znaleźć odzież i bieliznę/obuwie/sprzęt sportowy podobnej jakości jak u polskich sprzedawców” (%), 2025 >>> **60**

Wpływ czynników technologicznych na wartość detalicznego rynku artykułów sportowych w Polsce, 2023-2030 >>> **62**

Sposoby wyszukiwania produktów podczas zakupów online (%), 2025 >>> **64**

Wpływ czynników prawnych na wartość detalicznego rynku artykułów sportowych w Polsce, 2023-2030 >>> **65**

Aktywność fizyczna konsumentów artykułów sportowych >>> 71

Częstość podejmowania aktywności fizycznej w ciągu ostatnich 12 miesięcy (%), 2022-2025 >>> **72**

Główne motywacje do podejmowania aktywności fizycznej (%), 2022-2025 >>> **73**

Główne motywacje do podejmowania aktywności fizycznej przez konsumentów artykułów sportowych (%), według płci i wieku, 2025 >>> **74**

Rodzaje aktywności fizycznej podejmowanej przez konsumentów artykułów sportowych (%), 2024-2025 >>> **75**

Rodzaje aktywności fizycznej podejmowanej przez konsumentów artykułów sportowych, według płci i wieku (%), 2025 >>> **75**

Regularność podejmowania aktywności fizycznej przez konsumentów artykułów sportowych, według dyscyplin (%), 2025 >>> **76**

Forma organizacji zajęć sportowych przez konsumentów artykułów sportowych (%), 2022-2025 >>> **77**

Miejsca podejmowania aktywności fizycznej przez konsumentów artykułów sportowych (%), 2024-2025 >>> **78**

Profil kupującego artykuły sportowe » 79

- Zakup odzieży sportowej (%), 2024-2025 » 80
- Zakup odzieży sportowej (%), według wybranych cech socio-demograficznych, 2025 » 80
- Zakup obuwia sportowego (%), 2024-2025 » 82
- Zakup obuwia sportowego (%), według wybranych cech socio-demograficznych, 2025 » 82
- Zakup sprzętu sportowego i akcesoriów sportowych (%), 2024-2025 » 84
- Zakup sprzętu sportowego i akcesoriów sportowych (%), według wybranych cech socio-demograficznych, 2025 » 84

Kategorie produktowe na detalicznym rynku artykułów sportowych w Polsce » 86

- Wartość rynku artykułów sportowych w Polsce, w podziale na kategorie produktowe (mln zł), 2021-2030 » 87
- Wartościowe udziały kategorii produktowych na rynku artykułów sportowych w Polsce (%), 2021-2030 » 87
- Dynamika rynku artykułów sportowych w Polsce, w podziale na kategorie produktowe (%), 2022-2030 » 87
- Wartość (mln zł) i dynamika (% r/r) poszczególnych kategorii produktowych na rynku artykułów sportowych w Polsce, sprzedaż stacjonarna, 2025 » 88
- Wartość (mln zł) i dynamika (% r/r) poszczególnych kategorii produktowych na rynku artykułów sportowych w Polsce, sprzedaż internetowa, 2025 » 88
- Penetracja zakupowa odzieży sportowej (%), 2024-2025 » 89
- Zakupy odzieży sportowej, według kategorii (%), 2024-2025 » 90
- Zakupy odzieży sportowej, według kategorii, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 » 90
- Zakupy odzieży do uprawiania sportu, według dyscypliny sportowej (%), 2024-2025 » 91
- Zakupy odzieży do uprawiania sportu, według dyscypliny sportowej, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 » 91
- Częstość zakupów odzieży sportowej (%), 2024-2025 » 92
- Częstość zakupów odzieży sportowej (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 » 93
- Powody i okoliczności zakupów odzieży sportowej (%), 2024-2025 » 93
- Powody i okoliczności zakupów odzieży sportowej (%), w podziale na płeć i wiek, 2025 » 94
- Miejsca (kanały) zakupu odzieży sportowej (%), 2024-2025 » 94

Zakupy odzieży sportowej, według kanału, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **95**

Zakupy odzieży sportowej w stacjonarnych marketach sportowych, według sieci (%), 2024-2025 >>> **96**

Zakupy odzieży sportowej w stacjonarnych sklepach sportowych, według sklepu (%), 2024-2025 >>> **97**

Zakupy odzieży sportowej w internetowych sklepach sportowych, według sklepu (%), 2024-2025 >>> **98**

Najważniejsze czynniki wyboru miejsca zakupu odzieży sportowej w Polsce (%), 2024-2025 >>> **99**

Zgodność konsumentów odzieży sportowej ze stwierdzeniem „Cena nie gra roli, jeśli produkt przypadnie do gustu” (%), 2024-2025 >>> **99**

Ocena czynników wyboru miejsca zakupu odzieży sportowej – czynniki ważne związane z zakupami stacjonarnymi (%), 2024-2025 >>> **100**

Ocena czynników wyboru miejsca zakupu odzieży sportowej – czynniki związane z zakupami stacjonarnymi, według wieku (%), 2025 >>> **100**

Ocena dostępności ulubionych marek jako czynnika wyboru miejsca zakupu odzieży sportowej (%), 2024-2025 >>> **101**

Ocena marki sklepu jako czynnika wyboru miejsca zakupu odzieży sportowej (%), 2024-2025 >>> **102**

Zgodność ze stwierdzeniem „Mam swoje ulubione marki, sklepy i tylko tam kupuję odzież sportową” (%), 2024-2025 >>> **102**

Najmniej ważne czynniki wyboru miejsca zakupu odzieży sportowej w Polsce (%), 2024-2025 >>> **103**

Najmniej ważne czynniki wyboru miejsca zakupu odzieży sportowej w Polsce, w podziale na wiek (%), 2025 >>> **103**

Zgodność ze stwierdzeniem „Przy wyborze odzieży lub bielizny sportowej kieruję się modą w danym sezonie”, (%), 2024-2025 >>> **104**

Zgodność ze stwierdzeniem „Przy wyborze odzieży lub bielizny sportowej kieruję się modą w danym sezonie”, według płci i wieku (%), 2025 >>> **104**

Penetracja zakupowa obuwia sportowego (%), 2024-2025 >>> **105**

Zakupy obuwia do uprawiania sportu, według dyscypliny sportowej (%), 2024-2025 >>> **106**

Zakupy obuwia do uprawiania sportu, według dyscypliny sportowej, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **106**

Częstość zakupów obuwia sportowego (%), 2024-2025 >>> **107**

- Powody i okoliczności zakupów obuwia sportowego (%), 2024-2025 >>> **108**
- Miejsca (kanały) zakupu obuwia sportowego (%), 2024-2025 >>> **109**
- Zakupy obuwia sportowego, według kanału, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **110**
- Zakupy obuwia sportowego w stacjonarnych marketach sportowych, według sieci (%), 2024-2025 >>> **111**
- Zakupy obuwia sportowego w stacjonarnych sklepach sportowych, według sklepu (%), 2024-2025 >>> **112**
- Zakupy obuwia sportowego w internetowych sklepach sportowych, według sklepu (%), 2024-2025 >>> **113**
- Najważniejsze czynniki wyboru miejsca zakupu obuwia sportowego w Polsce (%), 2024-2025 >>> **114**
- Zgodność konsumentów obuwia sportowego ze stwierdzeniem „Cena nie gra roli, jeśli produkt przypadnie do gustu” (%), 2024-2025 >>> **114**
- Ocena czynników wyboru miejsca zakupu obuwia sportowego – czynniki ważne związane z zakupami stacjonarnymi (%), 2024-2025 >>> **115**
- Ocena czynników wyboru miejsca zakupu obuwia sportowego – czynniki związane z zakupami stacjonarnymi, według wieku (%), 2025 >>> **115**
- Dostępność ulubionych marek jako czynnik wyboru miejsca zakupu obuwia sportowego (%), 2024-2025 >>> **117**
- Marka sklepu jako czynnik wyboru miejsca zakupu obuwia sportowego (%), 2024-2025 >>> **117**
- Zgodność ze stwierdzeniem „Mam swoje ulubione marki, sklepy i tylko tam kupuję obuwie sportowe” (%), 2024-2025 >>> **118**
- Najmniej ważne czynniki wyboru miejsca zakupu obuwia sportowego w Polsce (%), 2024-2025 >>> **118**
- Ocena czynników wyboru miejsca zakupu obuwia sportowego – rekomendacje, według wieku (%), 2025 >>> **119**
- Zgodność ze stwierdzeniem „Przy wyborze obuwia sportowego kieruję się modą w danym sezonie” (%), 2024-2025 >>> **119**
- Zgodność ze stwierdzeniem „Przy wyborze obuwia sportowego kieruję się modą w danym sezonie”, według płci i wieku (%), 2025 >>> **120**
- Penetracja zakupowa sprzętu sportowego (%), 2024-2025 >>> **120**
- Zakupy sprzętu i akcesoriów sportowych według kategorii/dyscyplin sportowych (%), 2024-2025 >>> **122**

Zakupy sprzętu i akcesoriów sportowych według kategorii/dyscyplin sportowych, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 >>> **122**

Częstość zakupów sprzętu sportowego (%), 2024-2025 >>> **123**

Powody i okoliczności zakupów sprzętu sportowego (%), 2024-2025 >>> **124**

Miejsca (kanały) zakupu sprzętu sportowego (%), 2024-2025 >>> **125**

Zakupy sprzętu sportowego w stacjonarnych marketach sportowych, według sieci (%), 2024-2025 >>> **126**

Zakupy sprzętu sportowego w internetowych sklepach sportowych, według sklepu (%), 2024-2025 >>> **127**

Najważniejsze czynniki wyboru miejsca zakupu sprzętu sportowego w Polsce (%), 2024-2025 >>> **128**

Zgodność konsumentów sprzętu sportowego ze stwierdzeniem „Cena nie gra roli, jeśli produkt przypadnie do gustu” (%), 2024-2025 >>> **128**

Ocena czynników wyboru miejsca zakupu sprzętu sportowego – czynniki ważne związane z zakupami stacjonarnymi (%), 2024-2025 >>> **129**

Ocena czynników wyboru miejsca zakupu sprzętu sportowego – czynniki związane z zakupami stacjonarnymi, według wieku (%), 2025 >>> **129**

Dostępność ulubionych marek jako czynnik wyboru miejsca zakupu sprzętu sportowego (%), 2024-2025 >>> **130**

Marka sklepu jako czynnik wyboru miejsca zakupu sprzętu sportowego (%), 2024-2025 >>> **131**

Zgodność ze stwierdzeniem „Mam swoje ulubione marki/sklepy i tylko tam kupuję sprzęt sportowy” (%), 2024-2025 >>> **131**

Najmniej ważne czynniki wyboru miejsca zakupu sprzętu sportowego w Polsce (%), 2024-2025 >>> **132**

Ocena czynników wyboru miejsca zakupu sprzętu sportowego – rekomendacje, według wieku (%), 2025 >>> **132**

Zgodność ze stwierdzeniem „Przy wyborze sprzętu sportowego i akcesoriów kieruję się modą w danym sezonie” (%), 2024-2025 >>> **133**

Zgodność ze stwierdzeniem „Przy wyborze sprzętu sportowego i akcesoriów kieruję się modą w danym sezonie”, według płci i wieku (%), 2025 >>> **133**

Kanały dystrybucji na detalicznym rynku artykułów sportowych w Polsce » 134

Wartość rynku artykułów sportowych w Polsce, w podziale na kanały dystrybucji (mln zł), 2021-2030 » **135**

Średnioroczna skumulowana stopa wzrostu wartości kanałów dystrybucji artykułów sportowych w Polsce (CAGR) prognozowana na lata 2025-2030 » **135**

Wartościowe udziały kanałów dystrybucji w rynku artykułów sportowych w Polsce (%), 2021-2030 » **136**

Dynamika rynku artykułów sportowych w Polsce, w podziale na kanały dystrybucji (%), 2022-2030 » **136**

Wartość rynku artykułów sportowych w Polsce, w podziale na sprzedaż stacjonarną i internetową (mln zł), 2021-2030 » **137**

Wartościowe udziały sprzedaży stacjonarnej i internetowej w rynku artykułów sportowych w Polsce (%), 2021-2030 » **137**

Dynamika rynku artykułów sportowych w Polsce, w podziale na sprzedaż stacjonarną i internetową (%), 2022-2030 » **138**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) kanału sieci marketów sportowych w Polsce, 2021-2030 » **139**

Informacje o wybranych sieciach sklepów sportowych w Polsce, 2025 » **140**

Estymowana wartość sprzedaży artykułów sportowych największych graczy w kanale marketów sportowych w Polsce (mln zł), 2021-2025 » **140**

Dynamika estymowanej sprzedaży artykułów sportowych największych graczy w kanale marketów sportowych w Polsce (%), 2021-2025 » **140**

Estymowany udział największych graczy w kanale marketów sportowych w Polsce (%), 2021-2025 » **141**

Estymowany udział największych sieci marketów sportowych w rynku artykułów sportowych w Polsce (%), 2021-2025 » **141**

Liczba sklepów największych sieci marketów sportowych w Polsce, 2021-2025 » **142**

Znajomość sieci marketów sportowych, w podziale na płeć i wiek (%), 2025 » **142**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) kanału sieci sklepów sportowych w Polsce, 2021-2030 » **143**

Informacje o wybranych sieciach sklepów sportowych w Polsce, 2025 » **144**

Estymowana wartość sprzedaży wybranych graczy w kanale sieci sklepów sportowych w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **145**

Dynamika estymowanej sprzedaży wybranych graczy w kanale sieci sklepów sportowych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **145**

Estymowany udział wybranych graczy w kanale sieci sklepów sportowych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **146**

Estymowany udział wybranych sieci sklepów sportowych w rynku artykułów sportowych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **146**

Liczba sklepów wybranych sieci sklepów sportowych w Polsce, 2021-2025 >>> **147**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) kanału niezależnych sklepów sportowych w Polsce, 2021-2030 >>> **148**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) kanału internetowej sprzedaży artykułów sportowych w Polsce, 2021-2030 >>> **149**

Wartość sprzedaży artykułów sportowych w sklepach internetowych, na platformach handlowych i cross-border w Polsce (mln zł), 2021-2030 >>> **150**

Udziały sklepów internetowych, platform handlowych i cross-border w kanale internetowym sprzedaży artykułów sportowych w Polsce (%), 2021-2030 >>> **150**

Dynamika sprzedaży artykułów sportowych w sklepach internetowych, na platformach handlowych i cross border w Polsce (%), 2022-2030 >>> **151**

Estymowana wartość sprzedaży wybranych największych graczy na internetowym rynku artykułów sportowych w Polsce (mln zł), 2021-2025 >>> **152**

Dynamika estymowanej sprzedaży największych graczy na internetowym rynku artykułów sportowych w Polsce (%), 2022-2025 >>> **152**

Estymowany udział największych graczy na internetowym rynku artykułów sportowych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **153**

Estymowany udział największych graczy na internetowym rynku artykułów sportowych w Polsce (%), 2021-2025 >>> **153**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) kanału sprzedaży artykułów sportowych w sklepach spożywczych w Polsce, 2021-2030 >>> **154**

Liczba hipermarketów i dyskontów spożywczych w Polsce, 2021-2025 >>> **155**

Zgodność ze stwierdzeniem: „Odzież i bielizna/obuwie/sprzęt sportowy w dyskontach typu Lidl, Biedronka są równie dobrej jakości co produkty markowe” (%), 2025 >>> **156**

Wartość (mln zł) i dynamika (%) pozostałych kanałów oferujących artykuły sportowe w Polsce, 2021-2030 >>> **158**

Najwięksi gracze na detalicznym rynku artykułów sportowych » 159

Informacje o największych graczach na rynku artykułów sportowych w Polsce, 2025 » 160

Estymowana wartość sprzedaży największych graczy na rynku artykułów sportowych w Polsce (mln zł), 2021-2025 » 161

Estymowana dynamika sprzedaży największych graczy na rynku artykułów sportowych w Polsce (%), 2022-2025 » 161

Estymowany udział największych graczy w rynku artykułów sportowych w Polsce (%), 2021-2025 » 162

Znajomość marek sportowych i zakup ich produktów (%), 2025 » 163

Znajomość marek sportowych, w podziale na pokolenia (%), 2025 » 164

Profile największych graczy na detalicznym rynku artykułów sportowych » 166

Kluczowe informacje o firmie Decathlon w Polsce, 2021-2025 » 166

Kluczowe informacje o allegro.pl w Polsce, 2021-2025 » 168

Kluczowe informacje o firmie Martes Sport w Polsce, 2021-2025 » 169

Kluczowe informacje o firmie OTCF w Polsce, 2021-2025 » 170

Kluczowe informacje o firmie Marketing Investment Group w Polsce, 2021-2025 » 172

Kluczowe informacje o firmie CCC w Polsce, 2021-2025 » 173

Kluczowe informacje o firmie Adidas w Polsce, 2021-2025 » 175

Kluczowe informacje o firmie Deichmann w Polsce, 2021-2025 » 176

Kluczowe informacje o firmie centrumrowerowe.pl/Dadelo w Polsce, 2021-2025 » 177

Kluczowe informacje o firmie Pepco w Polsce, 2021-2025 » 178

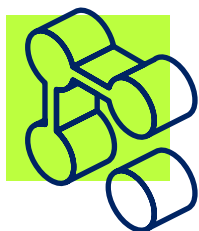
PMR MARKET EXPERTS

by Hume's

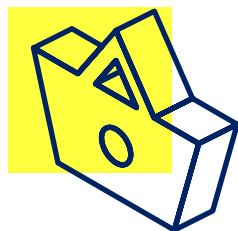
ROZUMIEMY, ŻE DANE TO NIE TYLKO LICZBY. TO FUNDAMENT DECYZJI, KTÓRE KSZTAŁTUJĄ PRZYSZŁOŚĆ TWOJEGO BIZNESU.

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

Nasze specjalizacje:



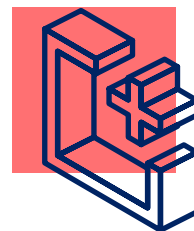
Digital & ICT



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