

PMR Industry Report

9 edycja

Handel detaliczny produktami marek własnych w Polsce 2017

Analiza rynku i prognozy rozwoju na lata 2017-2022

Data wydania/Aktualizacja: Listopad 2017

Język: Polski, Angielski

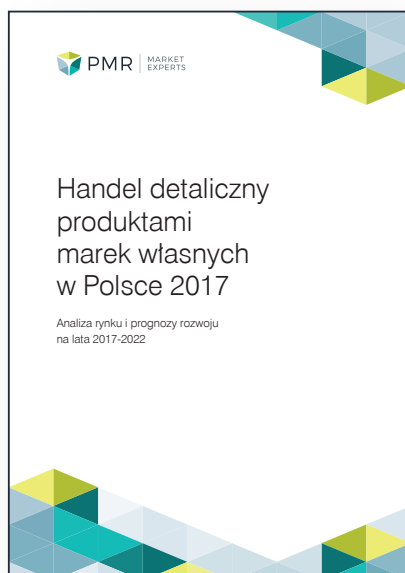
Forma dostarczenia: plik PDF / dostęp online

Koszt zakupu Raportu PMR

Licencja Standard: 2400€

Licencja Standard Plus: 3120€

Licencja Corporate: 6000€



Dowiedz się więcej [Zamów bezpłatny fragment](#)

Zapraszam do skorzystania z oferty PMR

Jeśli są Państwo zainteresowani zakupem Raportu i pogłębieniem wybranych zagadnień lub dodatkowej ekspertyzy w interesującym Państwa zakresie, zapraszam do kontaktu z naszymi konsultantami.



Jerzy Frankowski

Główny Ekspert Rynku Handlu Detalicznego

Skontaktuj się z PMR i dowiedz się więcej:

+48 12 340 51 30 | moreinfo@pmrcorporate.com

PMR Ltd. Sp. z o.o., ul. Mogilska 65, 31-545 Kraków

Raport PMR

- **Unikalne 5-letnie autorskie prognozy** przygotowywane w oparciu o sprawdzoną i **spójną metodologię** z danymi porównywalnymi rok do roku
- **Eksperskie komentarze** pozwalające na lepsze **zrozumienie obecnej i przyszłej sytuacji** oraz **szans i zagrożeń na rynku**
- Opis najważniejszych **trendów, jak i zmian prawnych** mających wpływ na rynek

Jakie informacje zawiera raport?

- Wartość rynku wraz z unikalną prognozą przygotowaną przez zespół ekonometryków PMR Market Experts w oparciu o sprawdzone modele ekonometryczne dla pięcioletniego horyzontu czasowego
- Wartość sprzedaży produktów marki własnej w poszczególnych kanałach dystrybucji w latach 2013-2022
- Analiza aktualnej sytuacji makroekonomicznej Polski
- Komentarz ekspercki objaśniający prezentowane dane: przyczyny, skutki, pozostałe scenariusze rozwoju sytuacji na rynku marek własnych w Polsce
- Wpływ wprowadzonych bądź proponowanych zmian legislacyjnych na handel detaliczny markami własnymi (Program Rodzina 500+, zakaz handlu w niedzielę)
- Ranking największych detalistów na rynku marek własnych w Polsce według przychodów, liczby posiadanych placówek wraz z opisem planów ekspansji, zmian w asortymencie (np. rozwój oferty pozaspóżywczej pod marką własną w sklepach wielkopowierzchniowych, rozwój marki własnej w różnych segmentach cenowych)
- Wartość sprzedaży marek własnych w poszczególnych kanałach dystrybucji
- Całkowite przychody 20 największych sieci na rynku private labels w Polsce
- Sprzedaż na sklep
- Przychody sieci ze sprzedaży marek własnych
- Liczba sklepów poszczególnych sieci
- Łączny udział 10 największych graczy
- Kanały ujęte w raporcie: hipermarkety, supermarkety, dyskonty, sklepy convenience, małaformatowe sklepy spożywcze
- Alternatywne scenariusze rozwoju rynku do 2022 r. szacujące wpływ poszczególnych czynników na jego prognozowaną wartość przygotowane we współpracy z zespołem ekonometryków PMR Experts
- Przychody dla 20 z wiodących graczy (w porównaniu do 10 w poprzednich edycjach)

5 Powodów, dlaczego warto wybrać PMR

- 1 To już **9-ta edycja** raportu PMR o rynku marek własnych w Polsce
- 2 **Przegląd sytuacji** na polskim rynku marek własnych
- 3 Autorskie **5-letnie prognozy rynku** i segmentów, oparte na zaawansowanych metodach ekonometrycznych pozwolą opracować krótko i długo-okresową strategię rozwoju firmy, jak i strategię sprzedaży
- 4 **Kompleksowa analiza strategii** największych sieci handlowych w kwestii asortymentu pod marką własną pokazująca obraz całego rynku i **konkurencji** na nim występującej.
- 5 Raport uwzględni szczegółową analizę trendów występujących wraz z oszacowanym ich wpływem na wartość rynku, a także analizą alternatywnych **scenariuszy rozwoju rynku** do 2022 r.



Dla kogo jest oferta PMR?

Analiza została przygotowana by wspierać menadżerów i ekspertów z działów sprzedaży, marketingu, zarządzania strategią i rozwojem z firm i organizacji takich jak:

- Spożywcze sieci handlowe,
- Kosmetyczne i farmaceutyczne sieci handlowe,
- Hurtownie artykułów FMCG,
- Producenci spożywczy,
- Producenci artykułów kosmetycznych,
- Producenci opakowań,
- Producenci akcesoriów kosmetycznych (do włosów i ciała),
- Producenci komponentów,
- Organizacje handlowe,
- Firmy chcące poznać profil polskiego konsumenta (firmy badawcze, consultingowe, analityczne, agencje reklamowe, banki, inwestorzy).

ZAUFALI NAM:

