

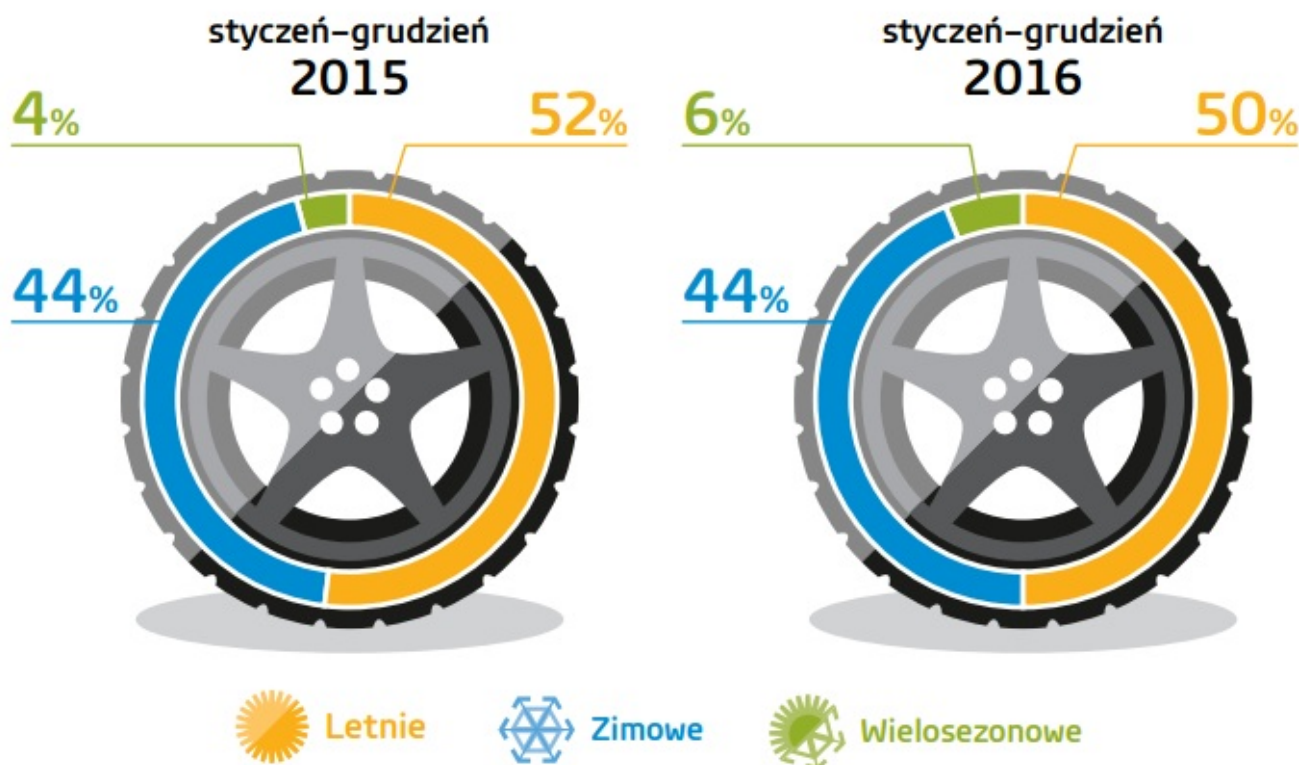
# O rynku opon - jaki był rok 2016?

data aktualizacji: 2017.04.13



**Rok 2016 dla branży oponiarskiej był lepszy niż 2015. Użytkownicy samochodów kupili o około 8% więcej opon niż w poprzednim roku, przy stabilnej średniej cenie kupowanej opony. Mówimy tu o ogumieniu do pojazdów o dopuszczalnej masie całkowitej do 3,5 tony.**

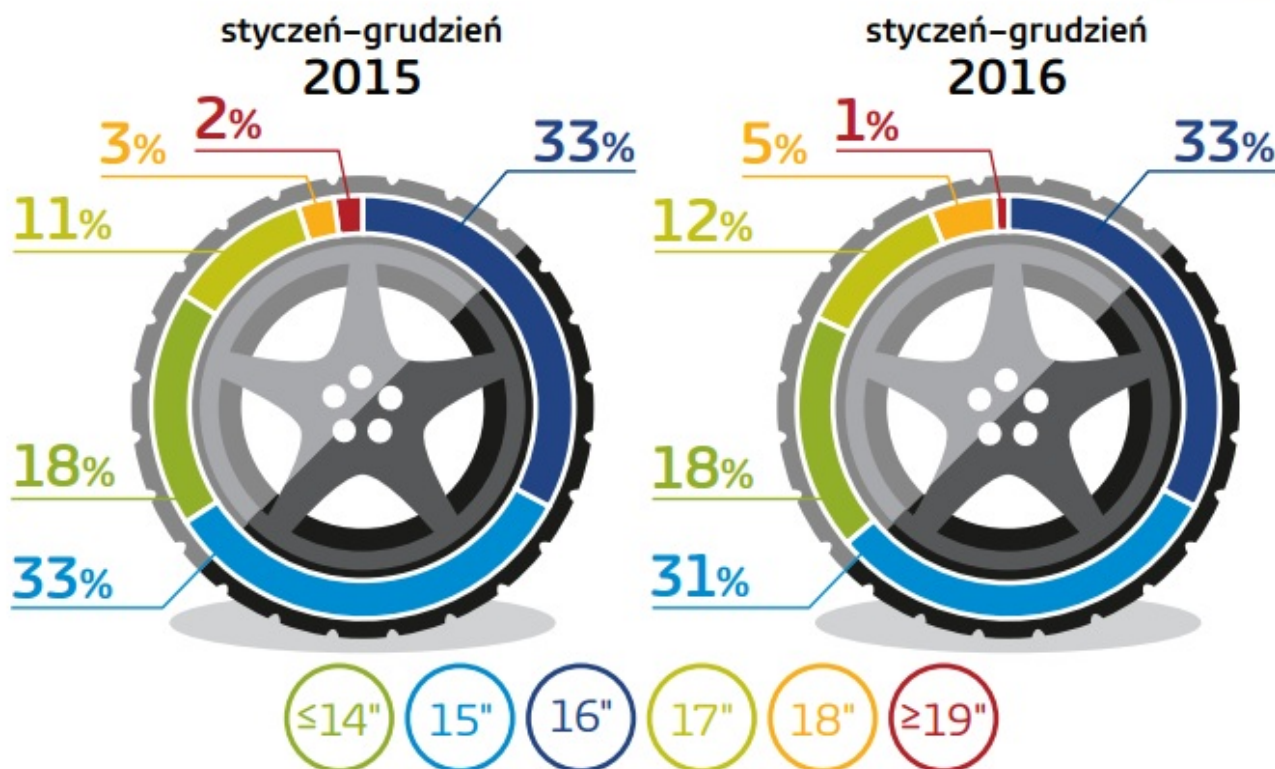
Na uwagę zasługuje szybko rosnąca popularność opon wielosezonowych. Jeszcze w 2013 roku tego typu ogumienie prawie nie istniało w statystykach, a dziś osiągnęło już 6% całego rynku. Nawet jeśli to niezbyt dużo w porównaniu z oponami zimowymi czy letnimi, to biorąc pod uwagę kilkudziesięcioprocentową dynamikę sprzedaży ogumienia wielosezonowego, można oczekiwać dalszego szybkiego wzrostu ich znaczenia.



Warto zauważyć, że wzrost udziałów rynkowych opon wielosezonowych nastąpił kosztem opon letnich, przy zachowanych udziałach ogumienia zimowego. To może sugerować, że kierowcy kupują opony wielosezonowe zamiast letnich, podczas gdy opony zimowe kupowane są przez niezmienny odsetek nabywców ogumienia. Jeśli tak, to można zaryzykować tezę, że opony wielosezonowe kupują przy wymianie opon ci, którzy dotąd jeździli zimą na ogumieniu letnim. Byłaby to sytuacja mająca korzystny wpływ na bezpieczeństwo na naszych drogach.

Inną charakterystyczną tendencją jest wzrost sprzedaży opon o większych średnicach osadzenia. Trend ten jest wyznaczany przez producentów samochodów, którzy systematycznie zwiększają średnice obręczy kół w oferowanych modelach aut.

W roku 2016 tendencja ta dotyczyła także dwóch najpopularniejszych rozmiarów ogumienia (205/55 R16 oraz 195/65 R15), które co prawda zachowały dominującą pozycję na rynku, ale ich udział w sprzedaży spadł z 40% do 35% na rzecz opon o większych średnicach osadzenia.



Można oczekiwać, że w 2017 roku przedstawione powyżej trendy się utrzymają. Co do wielkości sprzedaży - życzymy producentom i detalistom, aby wzrosty utrzymywały się jak najdłużej. My nadal będziemy monitorować rynek opon i obserwować zachodzące na nim zmiany.

#### O badaniu

Przedstawione analizy powstały w oparciu o dane pochodzące z prowadzonego od 25 lat przez GfK badania panelowego sklepów detalicznych. Próbę stanowi około 6500 sklepów różnej wielkości, usytuowanych w całej Polsce, zarówno tradycyjnych, jak i internetowych, specjalizujących się w różnych branżach (AGD, RTV, IT, optyce, książkach, motoryzacji i innych), a także hipermarkety, w tym również budowlane. Na podstawie otrzymanych danych instytut GfK opracowuje analizy strukturalne - zagregowane dla całych kanałów dystrybucji i rynków.

#### GfK

Instytut GfK jest zaufanym źródłem rzetelnych informacji o rynku i konsumentach. Umożliwia podejmowanie trafniejszych decyzji. Łączy pasję badawczą ponad 13 tys. ekspertów. Czerpie z przeszło 80 lat doświadczeń w zbieraniu, analizowaniu i interpretowaniu danych. Dokonuje analiz, zarówno na poziomie globalnym, jak i rynków lokalnych, w ponad 100 krajach. Dzięki stosowaniu innowacyjnych rozwiązań łączących technologię z nauką GfK zmienia „big data” w „smart data”, zwiększając przewagę konkurencyjną naszych klientów i jednocześnie wzbogacając doświadczenia i decyzje konsumentów.

Źródło: