

Kontakt: Małgorzata Wnorowska  
tel. 609 192 635  
m.wnorowska@forestor.pl



### **Zakup mebli pocieszeniem w czasach kryzysu**

**Konsumenci, którzy planowali zakup mieszkania ze względu na kryzys i problem z uzyskaniem kredytu porzucili swe zamiary, natomiast zdecydowali się na remont, modernizację lub zakup nowego wyposażenia swoich obecnych lokali - wynika z badań przeprowadzonych przez PMR Research. Segment wyposażenia wnętrz ma przed sobą optymistyczną przyszłość.**

PMR Research przeprowadził badanie techniką wywiadów telefonicznych CATI na reprezentatywnej próbie 510 dorosłych mieszkańców Polski, którzy deklarują zakup dóbr trwałego użytku. Głównym celem badania była identyfikacja modeli zakupów, planów zakupowych i zachowań konsumenckich w zakresie dóbr trwałego użytku w tym zachowawczym okresie. Pytania zadane respondentom dotyczyły ich ostatnich i planowanych zakupów mebli.

Prawie jedna trzecia badanych przyznała, że nabyła meble do pokojów, kuchni lub przedpokoju. Jedna czwarta respondentów dokonała zakupu kompletu mebli.

Ankieterzy zapytali także konsumentów o ich plany dotyczące zakupu mebli w kolejnych latach. 21% z nich zamierza kupić komplet mebli, 16,7% twierdzi, że będzie to sofa, wersalka lub narożnik, natomiast 13,6% myśli o kupnie nowych mebli kuchennych.

Kontakt: Małgorzata Wnorowska  
tel. 609 192 635  
m.wnorowska@forestor.pl



## Meble zamiast większego mieszkania

Analitycy PMR Research twierdzą, że tendencja przenoszenia ciężaru zakupów z inwestycji w zamianę mieszkania na większą w kierunku modernizacji i poprawy komfortu dotychczasowego lokalu będzie się utrzymywać jeszcze w kolejnych latach. Rynek wyposażenia wnętrz wzrośnie z 13,8 mld zł w 2011 do 15 mld w 2013 r. Jak producenci przygotowują się na takie trendy?

- Wyraźnie widać zmiany w podejściu konsumentów do zakupu mebli - potwierdza Andrzej Wołosz, współwłaściciel Spółki Meblowej KAM z Milejewa. - Kilka lat temu, gdy zakup mieszkania pochłaniał zdecydowaną większość budżetu inwestora, na zakup mebli pozostawało niewiele, więc o wyborze np. zabudowy kuchennej

Kontakt: Małgorzata Wnorowska  
tel. 609 192 635  
m.wnorowska@forestor.pl

decydowała głównie cena. Obecnie ci sami konsumenci decydują się na wymianę mebli na te o lepszej jakości, modnym wzornictwie, są też bardziej świadomi swoich potrzeb jeśli chodzi o układ szafek, rozwiązania z zakresu zaawansowanej techniki kuchennej tj. pełen wysuw, ciche domykanie, wykorzystanie koszy cargo.

Realizujemy obecnie wiele takich zamówień.

Także Roman Kowalski z firmy Hene z Warszawy uważa, że klienci rekompensują sobie brak możliwości zakupu większego mieszkania, generalnym remontem i zakupem lepszego wyposażenia:

- Klienci odchodzą od standardów dostępnych w magazynach na rzecz zakupu mebli na wymiar, dopasowanych do wielkości ich wnętrza, ta by najlepiej wykorzystać w każdym calu niewielkie powierzchnie obecnych mieszkań.

### **Przez internet meble do siedzenia**

Jak wynika z raportu PMR tylko 8,1% badanych zadeklarowało dokonanie zakupów mebli za pośrednictwem Internetu. Kupno mebli online jest mniej popularne niż nabywanie w ten sposób sprzętu AGD i RTV. Respondenci, którzy skorzystali z tej formy zakupów, najczęściej nabyli pojedyncze meble.

- Kupno mebli przez internet może dotyczyć np. sofy czy kanapy, ale w przypadku mebli kuchennych, osobiste spotkanie z fachowcem, projektantem, osobą która wymierzy pomieszczenie, doradzi kolorystykę, technologię wykończenia mebla jest moim zdaniem na razie niezastąpiona - uważa Andrzej Wołosz z firmy KAM.

Ryszard Bogacki, który dwa lata temu otworzył zakład stolarski i zajmuje się zabudową szaf dodaje, że da jego firmy sytuacja na rynku jest trudna:

- Obecnie klienci nie ufają tak łatwo pierwszemu lepszemu wykonawcy, raczej sięgają po sprawdzone firmy z ugruntowaną pozycją, lub polecane przez znajomych - żali się. - Nawet ogłoszenie w gazecie czy interencie nie jest w sanie tak łatwo przyciągnąć klienta.

- Spółka Meblowa KAM na swoją pozycję pracowała przez 20 lat i rzeczywiście czerpie dziś korzyści ze swojej renomy - przyznaje Andrzej Wołosz. - W czasach, gdy klient wie czego chce, silna marka to dźwignia marketingu. Ale ważne są również inne aspekty: innowacyjność, wysoka jakość, zaawansowana technologia i wprowadzanie wciąż nowych rozwiązań, zaskakiwanie klienta.

Andrzej Wołosz zdradził Meblarstwu, że już wkrótce na rynku pojawi się bardzo nowoczesna kuchnia Singiel Plus, która ma odpowiedzieć na potrzeby ludzi młodych, dynamicznych, którzy chcą swe niewielkie mieszkania, często kawalerki, zamienić w komfortowe miejsce wypoczynku po pracy, gdzie kuchnia staje się nie tylko miejscem przygotowania posiłku, ale również relaksu, realizacji kulinarnych pasji, spotkań z przyjaciółmi.

Kontakt: Małgorzata Wnorowska  
tel. 609 192 635  
m.wnorowska@forestor.pl

**Zdjęcia znajdują się na serwerze ftp.  
ftp.forestor.webd.pl  
użytkownik: kam@forestor.webd.pl  
hasło: press**