**Te branże zyskały na popularności. Wśród nich… wędkowanie**

**Ostatnie miesiące to ogromny czas próby dla polskich przedsiębiorców. Pandemia COVID-19, a także niepewna sytuacja geopolityczna, stanowią wyzwanie dla wielu biznesów. Zmieniły się także nawyki konsumentów. Ma to związek z pojawieniem się na rynku nowego pokolenia, które urodziło się w erze cyfrowej. Eksperci prognozują, że za 25 lat aż 75 proc. wszystkich transakcji handlowych na rynku będzie odbywało się online[[1]](#footnote-1). Jakie jeszcze sektory – oprócz e-commerce – zyskują na popularności?**

Ostatnie wydarzenia na rynku zdecydowanie zmieniły nawyki polskich konsumentów. Ci coraz chętniej sięgają po rozwiązania, które umożliwiają im odpoczynek i spędzenie czasu na łonie natury. Ponadto w cenie są szybkie sposoby na nabycie dóbr i usług. Wiele osób korzysta także z nowych technologii – ten sektor także będzie rósł.

**Marki lokalne rosną w siłę**

Coraz więcej konsumentów decyduje się na wybór produktów i usług marek lokalnych. Trend ten jest widoczny w branży FMCG. Klienci kupują naturalne artykuły spożywcze od sprawdzonych, polskich dostawców. Daje im to poczucie swojskości, a także wspierania sektora, który ucierpiał podczas pandemii. To również pokłosie dążenia do zdrowego stylu życia i kupowania tego, co ma pozytywny wpływ na organizm i pomaga budować odporność.

Trend wybierania lokalnych producentów widoczny jest nie tylko w branży FMCG.

– *Od początku pandemii obserwujemy zwiększone zainteresowanie rękodziełem. Mogłoby się wydawać, iż w tak trudnych czasach Polacy będą oszczędzać. Niemniej jednak w cenie jest dobrze wykonany, wysokiej jakości sprzęt. Klienci doceniają sposób wykonania wędek i przynęty, a także to, że powstają one przy współpracy z rzemieślnikami. Co ciekawe, dopytują z jakich materiałów jest tworzona wędka, a także jakie są jej poszczególne składowe. Wielu klientów podkreśla, że docenia jakość polskich rzemieślników* – mówi Remigiusz Kopiej, właściciel sklepu Corona Fishing.

Jak wynika z raportu PwC „dbałość o ekologię to kolejny argument lojalizujący rosnącą rzeszę świadomych konsumentów[[2]](#footnote-2)”. Wędki wykonane są z ekologicznych i sprawdzonych materiałów, co jeszcze zwiększa zainteresowanie klientów. Wzrosty notują także spółki z sektora e-gorcery. Coraz więcej Polaków decyduje się na zakupy spożywcze online.

**Moda na rozrywkę w domu**

Coraz większą popularnością – szczególnie wśród osób młodych – cieszy się gaming. Branża urosła podczas pandemii, gdy większość lokali rozrywkowych była zamknięta. Na pandemii zyskali także producenci popularnych gier. Trend ten utrzymuje się do dziś. Zwiększoną popularnością cieszą się także serwisy do oglądania filmów czy seriali online. Wzrosła także branża EdTech, czyli edukacja online. Konsumenci chętnie korzystają z kursów i szkoleń, które odbywają się w domu, przed ekranem telewizora.

**Spokojnie i na łonie natury**

Coraz więcej konsumentów wybiera rozrywki poza domem. Jednakże nie są to zatłoczone wycieczki czy wyjścia do klubów. Polacy pokochali wędkowanie. Pozwala im ono na odpoczynek na łonie natury.

– *Wędkowanie jest modne. Nasza branża ma się coraz lepiej. W czasie pandemii wiele osób wybierało rozrywki, które umożliwiały im wyjście z domu i spędzenie czasu na łonie natury samemu bądź w niewielkim gronie. Co ciekawe, obserwujemy sukcesję pokoleniową. Wielu ojców uczy swoich synów czy córki wędkowania. Pokazują, że to ciekawy sport, a dostępne na rynku unikalne akcesoria sprawiają, że można bawić się wędkowaniem. Kolekcjonować przynęty czy wędki, rozmawiać z rzemieślnikami, a także wstawiać relacje z pięknych miejsc w Polsce, gdzie wędkowanie jest popularne* – mówi Remigiusz Kopiej, właściciel sklepu Corona Fishing.

Jakie jeszcze branże zyskują na popularności? Medyczna, e-medycyna, a także KEP – czyli kurier, ekspres, paczka.

1. Dane Unity Group [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.pwc.pl/pl/artykuly/skutki-pandemii-covid-19-dla-branzy-gastronomicznej.html> [↑](#footnote-ref-2)