

Sklepy Mrówka ruszają do pracy

Grupa Polskie Składy Budowlane zamierza być konkurencyjna wobec wielkich marketów budowlanych i przy pomocy wyłącznie polskich partnerów chce stworzyć 60 sklepów detalicznych o powierzchni ok. 1100 mkw. każdy. Sklepy powstaną w miastach od 20 do 100 tys. mieszkańców.

STR. 10

07-04-2005, Gazeta Prawna

BUDOWNICTWO. GRUPA PSB S.A. SZUKA KAPITAŁU NA ROZWÓJ

Sklepy Mrówka ruszają do pracy

Grupa Polskie Składy Budowlane S.A. (PSB) zamierza być konkurencyjna wobec wielkich sieci marketów budowlanych i przy pomocy wyłącznie polskich partnerów chce stworzyć 60 sklepów detalicznych o powierzchni ok. 1100 mkw. każdy pod marką PSB Mrówka. Sklepy powstaną w miastach od 20 do 100 tys. mieszkańców.

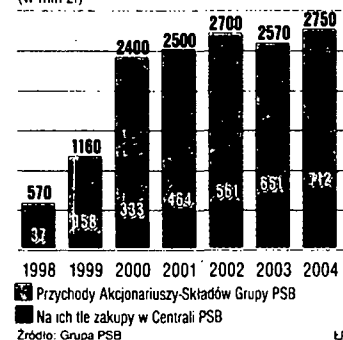
- Na razie działa 10 takich sklepów i mamy bardzo dobre doświadczenia. Średni koszt budowy to ok. 2 mln zł. Aby sklep był rentowny, musi mieć obroty ok. 270 tys. zł miesięcznie. Już działające mają wyższe. Nakierowane są na obsługę indywidualnych klientów oraz małych firm budowlanych i wykończeniowych. Zależy nam, żeby były tam markowe produkty budowlane z odpowiednimi atestami i certyfikatami. W ten sposób chcemy zapewnić wysoką jakość towarów oraz walczyć z szarą strefą, która jest zmartwieniem budownictwa, także w produkcji wielu materiałów - powiedział „GP” dyrektor Grupy PSB S.A. Ryszard Panhirsz.

- W tym celu zamierzamy wyemitować nasze obligacje w drodze publicznej subskrypcji o wartości 60 mln zł. Będą je mogli kupić inwestorzy kwalifikowani - każdy po co najmniej 5 obligacji, z których każda jest warta 100 tys. zł. Prospekt emisyjny zostanie opublikowany jeszcze w kwietniu, a sprzedaż (po dopuszczeniu do obrotu) zajmie się Dom Maklerski Millennium - dodał.

Dzisiaj PSB to 369 składów budowlanych i sklepów, które dysponują 150 tys. różnych artykułów i materiałów budowlanych, głównie tzw. ciężkich (cement, wapno, cegły, zaprawy, masy klejowe i izolacyjne). Coraz szerzej wchodzi inne produkty, np. materiały instalacyjne. - Ich wprowadzenie zapewni grupie kilkaset mln zł dodatkowych przychodów, które w 2004 r. wyniosły 2,75 mld zł, w tym centrali PSB 712 mln zł. Dlatego po dobrym ubiegłym roku, gdy rentowność netto wyniosła ok. 2 proc., przewidujemy w 2005 r. wzrost obrotów o 15 proc. i podobną rentowność - dodaje członek zarządu Mirosław Lubarski.

Dzisiaj Grupa PSB, którą tworzy 237 firm handlowych i producen-

Wyniki składów Grupy PSB
(w mln zł)



tów materiałów (m.in. Lafarge, Atlas, Kreisel, Stolarka Wołomin i Włoszczowa), zajmuje 15 proc. polskiego rynku materiałów budowlanych szacowanego na 17-18 mld zł. 25 proc. to wielkie sieci, jak Castorama, Obi, Nomi, Leroy Merlin oraz Praktiker, a 60 proc. niezależne hurtownie i sklepy. - Uruchamiając sieć sklepów PSB Mrówka będziemy konkurować z nimi, ale w sposób uczciwy, jakością i ceną - podsumowuje Ryszard Panhirsz.

Zbigniew Żukowski