

Budownictwo Rynek dystrybucji materiałów

ASM twierdzi, że GUS się myli

Czy w Polsce może działać ponad 19 tys. dystrybutorów?

Tak twierdzi GUS. Może się jednak okazać, że jest ich o połowę mniej.

Według Głównego Urzędu Statystycznego (GUS), liczba firm zajmujących się sprzedażą hurtową materiałów budowlanych wzrosła w ciągu ostatnich pięciu lat z 15 tys. do niespełna 19,5 tys. W rzeczywistości jednak te dane są nieprawdziwe — tak wynika z badań Centrum Badań i Analiz Rynku ASM.

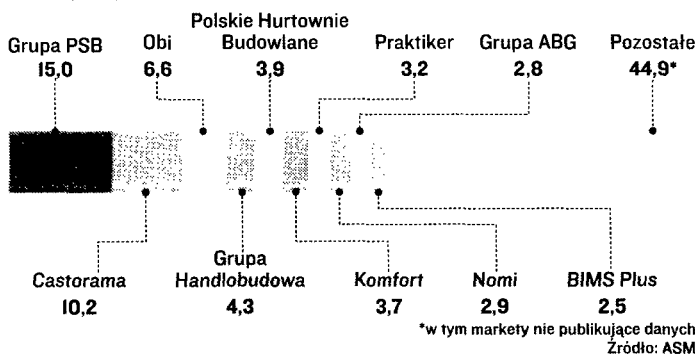
— To błąd, bo firmy, które powstają, muszą zarejestrować się w ewidencji REGON, kiedy przestają działać, wciąż w rejestrze istnieją — tłumaczy Sylwia Prośniewska, szef działu projektów własnych ASM.

Mazowieckie prowadzi

Autorzy badań podkreślają, że nie jest możliwe, by w chudych dla budowlanki latach przyrost podmiotów handlujących materiałami wyniósł niemal 30 proc.

ROZDROBNIONY RYNEK

► Udziały w rynku sprzedaży hurtowej materiałów budowlanych (w proc.)



— Funkcjonuje ich dziś 9,3 tys. — mówi Sylwia Prośniewska.

15,7 proc. z nich działa na terenie województwa mazowieckiego, prawie 11 proc. przypada na śląskie. Na szarym końcu listy znalazły się opolskie, lubuskie i podlaskie.

— To rozmieszczenie zgadza się z obszarami największej aktywności budowlanej — potwierdza ASM.

Wśród marketów pod względem liczby sklepów prowadzi zdecydowanie Nomi i Bricomarche. Łącznie

mają 45 proc. wszystkich punktów sprzedaży. Najmniej Leroy Merlin i Praktiker — odpowiednio 16 i 17.

— Nie jest to jednak miarodajny wskaźnik pozycji rynkowej. Nomi czy Bricomarche mają więcej punktów, Leroy Merlin mniej, ale o zdecydowanie większej powierzchni — wyjaśnia Sylwia Prośniewska.

Bez nagłych zmian

Rzeczywiste miejsce na polskim rynku sprzedaży materiałów bu-

dowlanych pokazują jednak obroty poszczególnych dystrybutorów. Cały rynek szacowany jest na 18 mld zł i jest na fali wznoszącej.

— W Polsce zdecydowanie prowadzą Polskie Składy Budowlane (PSB), które mają 15 proc. udziału w rynku — mówi Sylwia Prośniewska.

Kolejne miejsce należy do Castoramy. Sporą część rynku zajęli jednak drobni dystrybutorzy.

Z punktu widzenia przebadanych przez ASM inwestorów indywidualnych w 2005 r. najlepszym marketem budowlanym była Castorama, a w kategorii sieć hurtowni budowlanych — PSB. Według dystrybutorów, spośród marek w 2005 r. pierwsze miejsce pod względem jakości, ceny i dostępności na rynku zajął Atlas.

— Marki, które zwyciężyły w tym roku, pozostaną na pozycji liderów prawdopodobnie także w następnych miesiącach. Duże znaczenie ma tu intensywność działań marketingowych — ocenia Violetta Rutkowska, sales manager ASM.

Marta Filipiak 

m.filipiak@pb.pl ☎ 022-333-97-98

19 tys. firm czy mniej podzieliło 18 mld zł?

Tyle jest wart rynek dystrybucji materiałów budowlanych. Ale ile firm na nim działa? GUS mówi, że 19 tys. Raport firmy ASM — 9,3 tys. **8**

17-02-2006, Puls Biznesu