Forum Branżowe
01.04.10 nr: 4 str. 16 nakład: 3300 egz.

RYNEK MATERIAŁÓW BUDOWLANYCH

Na comiesięcznej konferencji Fundacji Wszechnicy Budowlanej, która odbyła się 26 marca w Warszawie, przedstawiono najnowsze dane z sektora budowlanego w Polsce.

Tradycyjnie już omówiono sytuację w budownictwie mieszkaniowym, zaprezentowano dane o wielkości produkcji wybranych grup materiałów budowlanych oraz ich cenach. Niezwykle ciekawą nowością było omówienie przez przedstawiciela firmy ***ASM*** sytuacji na rynku dystrybutorów materiałów budowlanych.

Sprzedażą materiałów budowanych na polskim rynku zajmują się:

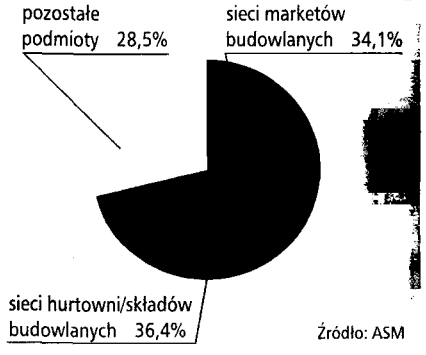
- sieci marketów budowlanych,
- sieci hurtowni składów budowlanych,
- pozostałe podmioty, którymi najczęściej są niewielkie sklepy z materiałami budowlanymi.

Szacuje się, że łączne obroty tych podmiotów w 2004 roku wyniosły 18 mld zł i w następnych latach szybko rosły. Wartość rynku materiałów budowlanych w 2006 roku oszacowano na 24 mld zł, w 2007 roku – na blisko 30 mld zł, zaś w dotychczas najlepszym – 2008 roku – na ponad 34 mld zł. W ubiegłym roku wartość rynku dystrybucji materiałów budowlanych spadła o około 600 mln zł, ale według prognozy, w 2010 roku nastąpi jej ponowny wzrost.

W 2008 roku ponad 1/3 obrotów wypracowały sieci marketów budowlanych. Oznacza to, że łączne przychody tych firm wyniosły 11,7 mld zł i wzrosły w stosunku do poprzedniego roku o ponad 17 procent. Spośród działających w Polsce sieci najwięcej marketów budowlanych ma *Bricomarché*. Jest to sieć marketów o niezbyt dużej powierzchni, działająca głównie w mniejszych miastach. W 2004 roku liczyła ona 37 placówek, obecnie ma ich już 70. Z kolei 50 marketów budowlanych działa pod marką *Castorama*, należącą do działającej w Polsce od 13 lat i będącą liderem w kategorii sklepów DIY firmy ***Castorama Polska***; do której należy także sieć mniejszych marketów pod marką *Brico Depot*. Do pozostałych dużych sieci marketów budowlanych, liczących około 30 sklepów, należą *Leroy Merlin*, *Obi*, *Nomi*, *Mrówka* oraz *Praktiker*.

Przychody ze sprzedaży materiałów budowlanych na poziomie 12,5 mld zł wypracowały w 2008 roku sieci hurtowni/składów budowlanych. Największą tego typu siecią jest działająca od 11 lat ***Grupa PSB*** skupiająca 250 małych i średnich firm, które sprzedają materiały budowlane w 380 obiektach. W 2008 roku Grupa PSB wypracowała 3,95 mld zł, czyli prawie 32 proc. obrotów hurtowni/składów budowlanych ogółem oraz 11,5 proc. przychodów ze sprzedaży materiałów budowlanych ogółem. Oprócz Grupy PSB na polskim rynku działa co najmniej kilkanaście różnej wielkości sieci hurtowni materiałów budowlanych. Do największych należą ***Polskie Hurtownie Budowlane***, które skupiają kilkudziesięciu udziałowców z ponad 100 punktami sprzedaży o łącznym obrocie przekraczającym 1 mld zł, a także ***Vox***, ***Bud Mat***, ***Budo-Hurt*** i inne.

Struktura rynku materiałów budowlanych w Polsce w 2008 roku.



Udział pozostałych podmiotów, a więc głównie niewielkich, niezrzeszonych sklepów w rynku dystrybucji materiałów budowlanych od kilku lat maleje. Jeszcze w 2006 roku stanowił prawie 33 proc. wielkości rynku. W 2008 roku łączne obroty tych podmiotów w przychodach ze sprzedaży materiałów budowlanych w Polsce spadły do 28,5 procent. Nie oznacza to jednak spadku obrotów w tych punktach. Przeciwnie, w 2008 roku ich przychody ze sprzedaży wyniosły 9,8 mld zł i były prawie o 1/4 większe niż w 2006 roku. W tym samym okresie wartość obrotów materiałami budowlanymi ogółem wzrosła jednak o ponad 40 procent. (max)