

Neomar Consulting SRL

12 aprilie 2005

Comunicat de presa - pentru publicare imediata.

Piata de tamplarie din PVC si Aluminiu cu geam termoizolant va creste cu 24% in 2005.

Conform unui studiu de piata desfasurat de compania Neomar Consulting in domeniul profilelor din PVC si Aluminiu utilizate la productia tamplariei cu geam termoizolant, se estimeaza o crestere a acestei pietei cu 24% in 2005 comparativ cu 2004. Rata de crestere a fost estimata pe baza previziunilor declarate de un esantion de 500 de producatori de tamplarie localizati la nivelul principalelor 20 de orase din Romania.

Profilele din PVC detin 2 treimi din piata

Analizand segmentarea pietei de profile in functie de tipul acestora, din studiu a reiesit dominatia profilelor din PVC (66%), care impreuna cu cele din aluminiu (33%) inregistreaza 99% din piata, restul fiind impartit intre profilele din otel, aluminiu+lemn si lemn (trebuie totusi avut in vedere ca studiul a fost axat pe piata profilelor din PVC si Aluminiu, producatorii de tamplarie din lemn au fost excluse din start, cu exceptia situatiei in care produc atat tamplarie din Aluminiu/PVC cat si lemn)

Piata este inca dominata de producatori mici : 27.000 euro sau 425 mp - vanzarile lunare pentru un producator tipic.

Valoarea medie a vanzarilor de tamplarie pentru un producator s-a cifrat in 2004 la 333.000 euro / producator, ceea ce corespunde unei suprafete de 5100 mp, pretul mediu al tamplariei fiind de 65,3 euro/mp.

Nici in privinta capacitatii de productie a producatorilor de tamplarie, lucrurile nu se prezinta altfel, 27% dintre firmele intervievate avand o capacitate de productie de pana 250 mp/luna ; 23% intre 251-500 mp/luna, 8% intre 501-750 mp/luna in timp ce numai 12% pot produce peste 1000 mp/luna. Practic, 50% din producatorii de tamplarie au o capacitate de productie care le permite cel mult inlocuirea tamplariei de la 1-2 apartamente de bloc cu 3 camere pentru fiecare zi de lucru.

Existenta unor capacitati reduse de productie nu justifica in cazul a 49% dintre firme existenta a mai mult de 10 angajati. Firmele mici care au intre 11 si 50 de angajati reprezinta 38% din totalul celor existente in timp ce numai 7 % intrunesc statutul de intreprindere de marime medie avand intre 51-300 de angajati. Numarul de companii mari cu peste 300 de angajati are o pondere extreme de mica de 1%, in general aceste companii avand productia de tamplarie cu geam termoizolant ca domeniu secundar de activitate.

Sistemele tricamerale din PVC sunt inca cele mai utilizate, insa clientii se orienteaza treptat spre o calitate superioara.

Sistemele de profile tricamerale sunt cele mai utilizate (60%), acest aspect fiind datorat in principal faptului ca sunt cele mai accesibile profile din punct de vedere al pretului. Fata de anul 2003, este notabila in 2004 cresterea ponderii profilelor cu 4 si 5 camere de la 13% la 31% ceea ce reflecta orientarea din ce in ce mai pregnantă a consumatorilor catre **calitate**. Sistemele de profile pentru ferestre + usi glisante au reprezentat 4%, in timp ce profilele pentru rulouri 3%.

Spre deosebire de piata profilelor din PVC, piata profilelor din aluminiu prezinta o segmentare diferita, fiind remarcate mult mai multe segmente. O treime din piata este detinuta de profilele pentru sisteme batante cu si fara rupere termica (35%) si un sfert de catre profilele pentru pereti cortina (23%). De asemenea, spre deosebire de piata profilelor din PVC se observa o pondere importanta si a profilelor pentru sistemele glisante (17%) folosite cu precadere in constructii cu caracter comercial.

Lipsa promovarii si slaba informare a consumatorului sunt cel mai frecvent intalnite probleme ale producatorilor de tamplarie.

Cea mai stringenta problema o reprezinta *lipsa promovarii*, resimtita de peste 18% din companiile intervievate. In aceasta categorie sunt incluse si problemele generate de *lipsa de informare a clientului final* cu privire la piata de tamplarie, care este de fapt tot o consecinta a lipsei actiunilor de promovare a producatorilor de tamplarie si furnizorilor de profile.

O alta problema derivata din lipsa promovarii o reprezinta concurenta neloiala, semnalata atat sub forma dezinformarii voite a clientului final, defaimarii concurentei sau practicarii de preturi de „dumping” datorate unui sistem de productie si vanzare a ferestrelor „la negru”.

Studiul a constat intr-un sondaj de opinie “business to business”, pe un esantion de 500 de producatori de tamplarie PVC si Aluminiu care isi desfasoara activitatea in cele mai importante 20 de orase din Romania (Alba Iulia, Arad, Bacau, Bistrita, Botosani, Brasov, Bucuresti, Cluj, Constanta, Craiova, Galati, Iasi, Oradea, Ploiesti, Pitesti, Ramnicu Valcea, Sibiu, Suceava, Targu Mures, Timisoara).

Neomar Consulting este o firma dinamica de consultanta in marketing, infiintata la inceputul anului 2004, avand in componenta o echipa experimentata de consultanti in marketing. Mai multe informatii despre companie sunt disponibile la www.neomar.ro.

Pentru mai multe detalii, informatii suplimentare sau alte materiale/ (grafice) cu privire la acest studiu va rugam sa contactati pe:

Bogdan Funieru – project manager

Tel : 0722.697.705 / 0741.018.699

bogdan.funieru@neomar.ro