

www.ADEVARULONLINE.ro

ADEVĂRUL

Piața de învelitori pentru acoperiș va depăși 130 milioane de euro în 2007

de Bolboacă Irina

Ritmul în care evoluează industria construcțiilor din România trage în sus și businessurile conexe, astfel că afaceriștii care au ales să mizeze pe învelitorile de acoperiș sunt și vor fi pe val. Conform unui studiu de piață realizat de compania Neomar Consulting, piața învelitorilor de acoperiș va depăși în acest an valoarea de 130 de milioane de euro, cu 40% mai mult decât anul trecut. În total, în România, s-au vândut anul trecut învaloare totală de aproximativ 93 de milioane de euro.



Evoluția spectaculoasă de pe piața construcțiilor din ultimii ani a avut implicat și o influență pozitivă asupra cifrelor de vânzări înregistrate de principalii concurenți din domeniu. „Noi estimăm că acest trend se va menține și în primii trei sau patru ani după aderarea României la Uniunea Europeană. Ne așteptăm ca vânzările noastre să-și mențină creșterea anuală de minim 15%”, a declarat, pentru Adevărul, Andrei Sulyok, business unit manager Lindab România.

Produsul care se vinde cu succes este țigla metalizată, care a cunoscut o ascensiune spectaculoasă. „Deși este un material de construcție relativ nou, țigla metalizată a cunoscut o ascensiune spectaculoasă. Astfel, numai în doi ani – 2005 și 2006 – piața a asistat la deschiderea a cel puțin șase unități de producție a acestui tip de învelitoare, iar prognozele pe anul 2007 sunt similare”, spune Bogdan Funieru, director general al Neomar Consulting. Potrivit studiului realizat, și anul trecut, la fel ca în 2005, piața țiglei metalice a cunoscut cea mai ridicată rată de creștere, ajungând să dețină peste jumătate din suprafața totală comercializată anul trecut și este previzionată a-și menține ritmul susținut de creștere și pe viitor. În 2006, 61% din valoarea vânzărilor de învelitori realizate este atribuită țiglei metalice, 19% țiglei de beton, 13% învelitorilor bituminoase și doar 7% tradiționalei țigle ceramice. Cele mai mari vânzări de învelitori sunt realizate în zona de centru, București, nord-vest și sud. Fiecare tip de învelitori se axează pe anumite regiuni, în funcție de specificul construcțiilor și condițiile de mediu. Astfel trei zone cumulează jumătate din totalul suprafeței comercializate de învelitori: centru-19%, București- 16% și nord-vest- 16%.

Lindab, lider pe segmentul învelitorilor din tablă

În ceea ce privește competiția pe această piață, aproximativ 50 de furnizori activează pe acest segment. „Dintre aceștia, circa 40% sunt companii mici, cu o piață locală sau cel mult regională”, spune Funieru. Majoritatea companiilor mici se întâlnesc în segmentul producției și comercializării țiglei de beton și al țiglei metalice, în principal datorită investițiilor relativ reduse în echipamentele de producție și a procesului tehnologic simplu. Studiul Neomar arată că doar trei companii care activează pe această piață depășesc ușor pragul de 10% din punctul de vedere al cotei de piață și numai cinci înregistrează cote de piață între 5-10% din piață. Potrivit directorului Lindab România, Andrei Sulyok, piața sistemelor metalice pentru construcții este una foarte complexă, astfel că este greu de estimat o cotă de piață pentru fiecare tip de produs în parte. „Putem însă să vă spunem că, din estimările noastre, Lindab deține pe piața românească o cotă de 13% pe segmentul învelitorilor, fiind lider de piață, și de 22% pe segmentul învelitorilor metalice”, spune Sulyok. Însă, conform estimărilor, în acest an este de așteptat ca lupta pe această piață să se intensifice. „Noii intrați pe piață și-au propus, conform celor declarate în cadrul studiului, creșteri procentuale superioare creșterii prognozate a pieței, ceea ce denotă o politică de marketing atractivă”, explică Funieru. Majoritatea companiilor investigate în cadrul studiului realizat de Neomar Consulting și-au sporit bugetul de marketing în 2007 comparativ cu 2006, în unele cazuri surplusul depășind 100.000 euro și și-au propus o intensificare a acțiunilor de promovare în special în cadrul târgurilor și expozițiilor, dar și prin intermediul presei

scrise. În ceea ce privește canalele de distribuție, mai ales în cazul țiglei din beton, dar și a țiglei metalice, există o serie de producători locali care vând direct beneficiarului, „la poarta fabricii”. Totuși, producătorii cunoscuți la nivel național apelează mai ales la depozitele de materiale de construcții și marii distribuitori. Țigla metalică constituie un caz aparte, fiind distribuită și prin intermediul montatorilor specializați.