



[www.gff.ro](http://www.gff.ro)

## Piata tamplariei termoizolante sub lupa

Piata tamplariei termoizolante a cunoscut o reala crestere in ultimii ani, previziunile producatorilor indicand o crestere medie cu 27,4% pentru urmatoarele 12 luni, potrivit celui mai recent studiu al companiei Neomar Consulting.

Studiul de piata desfasurat de compania Neomar Consulting, pe un esantion reprezentativ de firme producatoare de tamplarie termoizolanta, releva ca piata tamplariei termoizolante si, implicit, achiziitiile de profile din PVC si aluminiu vor creste in medie cu 27,4%. Dintre respondenti aproape jumatate au estimat o crestere ponderata sub 25% a afacerii lor in 2006 fata de 2005, in timp ce 17% din companiile intervievate au estimat o crestere optimista cifrata intre 25%-50% in 2006. Este de asemenea notabil faptul ca dinamica sectorului este superioara dinamicii altor ramuri din economie, circa 10% din companiile active din aceasta bransa asteptandu-se la crestere de peste 50% in acest an fata de anul trecut.

Per ansamblul industriei constructiilor, segmentul tamplariei termoizolante a cunoscut una dintre cele mai spectaculoase crestere atat ca numar al firmelor ce activeaza in domeniile specifice, cat si ca evolutie a afacerilor. In acelasi timp, segmentul continua sa mai aiba o serie de piedici, in primul rand datorate firmelor care nu respecta standardele de calitate, fapt semnalat de altfel si de patronatele din tamplarie.

Insa analizand statisticile Neomar si avand in vedere si opiniile specialistilor, de la an la an lucrurile se schimba in bine, piata incepand treptat sa intre pe fagasul normal. Astfel, potrivit analizei Neomar, „desi pe piata exista un numar de peste 40 de marci de profile din PVC si mai mult de 20 de marci de profile din aluminiu, piata incepe sa se cristalizeze. Astfel, sapte marci de profile din PVC detin impreuna circa 2/3 din piata, in timp ce pe sectorul tamplariei din aluminiu, cinci marci de profile detin peste 75% din piata.”

### Profilele din PVC au detinut 70% din piata anului 2005

Gratie utilizarii preponderente a tamplariei din PVC in cadrul constructiilor rezidentiale, circa 70% din piata profilelor pentru tamplarie termoizolanta este detinuta de catre profilele din PVC (aproximativ 70%), urmate de profilele din aluminiu (29%). Aceste doua tipuri de profile detin peste 98% din totalul pietei, restul (lemn, otel) inregistrand cote de piata foarte reduse. Analistii companiei Neomar nu au luat in calcul ferestrele clasice, care nu sunt dotate cu geam termoizolant.

Comparativ cu anul 2004, ponderea profilelor – si, implicit, a tamplariei – din PVC a crescut cu aproape 4%, in timp ce ponderea profilelor si a tamplariei din aluminiu a scazut cu 3%. Acest lucru poate fi motivat de pretul mai mare al tamplariei din aluminiu comparativ cu cea din PVC si de accentuarea acestei diferente de pret in ultima perioada pe fondul cresterii cotelor aluminului pe pietele internationale.

In cazul tamplariei PVC sistemele de profile tricamerale sunt cele mai utilizate (56%), acest aspect fiind datorat in principal faptului ca sunt cele mai accesibile profile din punctul de vedere al pretului. Fata de anul 2004, in anul 2005 a crescut ponderea profilelor cu 4 camere (+ aproximativ 5,5%) si a celor cu 5 camere (+ circa 5%), in timp ce celelalte tipuri de sisteme sunt din ce in ce mai putin cautate.

Pe de alta parte, managerii firmelor care detin in portofoliu si tamplarie din aluminiu sau lemn considera ca slaba informare a multor cumparatori ii determina sa nu se gandeasca si la alte variante de profile decat la PVC. Fiecare tip de profil are atuurile lui, insa majoritatea cumparatorilor se ghideaza in primul rand dupa pret si nicidecum dupa caracteristicile profilului, respectiv ale produsului de tamplarie.

Oricum slaba informare nu se manifesta doar la nivelul cumparatorilor, ci si la multi actori din piata. Astfel, potrivit studiului Neomar, slaba informare este una din principalele probleme cu care se confrunta piata - doar aproximativ jumatate din producatorii de tamplarie cunoscand criteriile de delimitare a claselor de calitate ale profilelor din PVC.

75% din totalul respondentilor cunosc faptul ca piata profilelor din PVC se imparte in functie de clase de calitate, dar mai mult de jumatate din ei nu cunosc criteriul de delimitare a claselor de calitate. Printre raspunsurile privitoare la criteriile de delimitare a claselor de calitate s-a regasit in mod eronat si „tara de origine a profilelor”, „latimea profilului”, „culoarea” etc.

### Dominatia micilor producatori de tamplarie

In urma cercetarilor Neomar Consulting a reiesit faptul ca piata este inca dominata de micii producatori de

tamplarie, care au o capacitate de productie lunara de pana la 250 mp (aproximativ 35% din totalul producatorilor intervievati). Aceasta capacitate de productie permite confectionarea tamplariei pentru a dota doua apartamente cu 3 camere + dependinte pe zi.

Aproximativ 20% din totalul producatorilor de tamplarie au o capacitate lunara de productie intre 250-500 metri patrati pe luna, circa 5,5% pot produce intre 500-750 metri patrati pe luna, si doar circa 21% au capacitati de productie mai mari de 750 metri patrati pe luna.

Aproximativ 44% dintre companiile producatoare de tamplarie au mai putin de 10 angajati permanenti si circa 43% au intre 10-50 de angajati permanenti. Doar 10% din totalul companiilor au peste 50 de angajati permanenti.

#### **Brandul: o notiune din ce in ce mai importanta**

Analizand notorietatea brandurilor, cat si perceptia producatorilor de tamplarie in ceea ce priveste marcile de profile utilizate se observa ca notorietatea brandului incepe sa capete o importanta sporita, atat pentru producatorii de tamplarie, cat si pentru clientii acestora. Cresterea importantei brandului este un lucru normal in conditiile in care pana in prezent pretul reprezinta practic factorul diferentiator intre marci.

Studiul realizat de Neomar Consulting a constatat intr-un sondaj de opinie „business to business”, pe un esantion de 508 producatori de tamplarie PVC si aluminiu care isi desfasoara activitatea in cele mai importante 20 de orase din Romania.

Neomar Consulting este o firma de consultanta in marketing, infiintata la inceputul anului 2004, specializata indeosebi pe cercetarea pietelor industriale si pe piata materialelor de constructii.