

Apartamentele isi deschid ferestrele pentru producatorii de termopane

Tamplaria PVC reprezinta doua treimi din totalul pietei de tamplarie termoizolanta

Conform unui studiu de piata realizat de compania Neomar Consulting, pe un esantion reprezentativ de firme producatoare, piata tamplariei termoizolante si, implicit, achizitiile de profile din PVC si aluminiu vor creste in 2007, in medie, cu 24,2%.

Dintre respondentii studiului, 64% au estimat o crestere ponderata cu mai putin de 25% a afacerii lor in 2007 fata de 2006, iar 27% din companiile intervievate au estimat o crestere optimista cuprinsa intre 25% si 50% anul acesta, comparativ cu anul anterior. Doar 4,2% din participantii la studiul Neomar au considerat ca piata termopanelor va inregistra o descrestere cu minimum 25% comparativ cu 2006 si doar 1,3% din respondenti au vazut pentru 2007 o crestere a pietei cu procente cuprinse intre 75% si 100%.



Piata se apropie de maturitate

Desi exista peste 40 de marci de profile din PVC si mai mult de 20 de marci de profile din aluminiu, piata romaneasca incepe sa se cristalizeze. Astfel, primele opt marci de profile din PVC detin, impreuna, 76% din piata, in timp ce pe piata tamplariei din aluminiu primele sase marci de profile detin circa 83%, cu mentiunea ca primii doi furnizori au, impreuna, peste 55% din piata. Gratie utilizarii preponderente a tamplariei din PVC in cadrul constructiilor rezidentiale, circa 73% din piata profilelor pentru tamplarie termoizolanta este detinuta de profilele din PVC, urmate de profilele din aluminiu (26,2%). Aceste doua tipuri de profile detin peste 99% din totalul pietei, restul profilelor utilizate, din lemn stratificat, otel sau aluminiu placat cu lemn, inregistrand cote de piata foarte reduse. Nu au fost luate in calcul ferestrele clasice, care nu sunt dotate cu geam termoizolant. Comparativ cu anul 2005, ponderea profilelor si implicit a tamplariei din PVC a crescut cu 3,8%, in timp ce ponderea profilelor si a tamplariei din aluminiu a scazut cu 2,8%.

Pe de alta parte, cercetarea realizata de compania Neomar Consulting a evidentiat o crestere a cotei de piata pentru profilele PVC cu cinci camere in detrimentul sistemelor tricamerale. Totusi, tamplaria PVC cu sisteme de profile tricamerale este in continuare cea mai utilizata (45%), acest aspect fiind datorat in principal faptului ca sunt cele mai accesibile profile din punct de vedere financiar. Ponderea profilelor tricamerale a scazut considerabil in 2006 (-11% fata de anul 2005), in favoarea profilelor cu cinci camere, a caror pondere a crescut cu aproximativ 9% in ultimele 12 luni. In acelasi interval de timp analizat (2004-2006), cota de piata a profilelor PVC cu trei camere a scazut de la 59,8% in 2004 la 45,3% in 2006. Asta inseamna ca romanii au inceput sa aprecieze mai mult profilele performante, chiar daca mai scumpe, tendinta explicabila prin marirea veniturilor realizate in gospodarie. In anul 2006, aproximativ 29% din consumatori au optat pentru tamplarie pentacamerala, acest tip de structura consemnand cea mai mare crestere in perioada de timp luata drept referinta. Astfel, daca in 2004 sistemele pentacamerala detineau doar 15% din piata, in 2006 au ajuns la 29,2%, cu 9,4% mai mult fata de 2005. Ponderea profilelor cu patru camere a ramas relativ neschimbata (22%), celelalte tipuri de sisteme fiind din ce in ce mai putin cautate.

Micii producatori domina piata

Ca si in anul anterior, 2006 a confirmat ca piata este dominata de micii producatori. Studiul Neomar Consulting arata ca 24,4% din piata apartine producatorilor care au capacitati de pana la 250 metri patrati pe luna (aceasta capacitate de productie permite confectionarea tamplariei pentru a doua apartamente cu trei camere, plus dependinte, pe zi). Al doilea segment important din punctul de vedere al ponderii pe total piata (22%) este cel al producatorilor cu o capacitate lunara de productie intre 250 si 500 metri patrati. Aproximativ 6% pot produce intre 500 si 750 metri patrati pe luna, 11,7% produc intre 751 si 1.000 metri patrati, iar 18,9% au capacitati de productie mai mari de 1.000 metri patrati pe luna. Este de remarcat cresterea cu 10% a numarului producatorilor de tamplarie cu o capacitate de productie mai mare de 750 metri patrati lunar comparativ cu 2005. Aproximativ 29% din companiile producatoare de tamplarie au mai putin de zece angajati permanenti (cu 15% mai putin fata de anul 2005) si circa 51% au intre 10 si 50 de angajati permanenti (in crestere cu 8% comparativ cu 2005). Aproximativ 18% din totalul companiilor au peste 50 de angajati permanenti (in crestere cu 8% fata de 2005).

Fabricantii nu-si cunosc produsele

Slaba informare a producatorilor cu privire la gradul de cunoastere a pietei dupa criteriile de calitate a materialelor folosite este una dintre principalele probleme ale acestui sector. Cercetarea Neomar Consulting a stabilit ca doar 67% din producatorii de tamplarie cunosc criteriile de delimitare a claselor de calitate a profilelor din PVC, daca se are in vedere standardul de calitate reprezentativ pentru acest sector (standardul SR-EN 12608). Aproximativ 82% din totalul respondentilor stiu ca piata profilelor din PVC se imparte in functie de clase de calitate, dar peste o treime din acestia (33%) nu cunosc criteriul de delimitare a claselor de calitate. Pe de alta parte, numarul celor care au auzit de clasificarea in functie de calitate a crescut in 2006 comparativ cu 2005, cu 6,9%. Subliniem insa faptul ca ponderea producatorilor de tamplarie care cunosc criteriul de delimitare a claselor de calitate (in functie de grosimea peretilor exteriori) era mai mare cu aproximativ 20% in 2006 fata de anul 2005, ceea ce demonstreaza o informare din ce in ce mai buna a acestora. Pe de alta parte, gradul de cunoastere a criteriilor de calitate dupa caracteristicile materialelor folosite, tara de origine, in functie de coeficientul de transfer termic sau in functie de numarul de camere este in scadere in 2006 comparativ cu 2005. Astfel, in 2006, doar 14,1% din cei intervievati au declarat ca stiu sa clasifice produsele dupa numarul de camere, cu 5,6% mai putin comparativ cu 2005. Doar 10,6% din producatori stiu sa clasifice produsele dupa calitatea PVC (fata de 12,7% in 2005) si 2,3% din producatori au declarat ca stiu sa clasifice produsele dupa tara de origine (4,3% in 2005).

Ingrijorator este ca producatorii intervievati de Neomar Consulting nu au stiut sa faca o clasificare a profilelor PVC in functie de coeficientul de transfer termic, procentul fiind de 3,5% in 2005 si de 0% in 2006.

Aluminiul - un sfert din piata termopanelor

Pe piata tamplariei termoizolante din Romania, sistemele din aluminiu au o cota de aproximativ 26%. Pe acest sector, sistemele batante cu si fara rupere termica sunt cele mai vandute sisteme din aluminiu si ocupa aproape jumatate din piata ferestrelor termoizolante. In 2006, cele mai vandute sisteme de aluminiu au fost cele batante cu rupere termica, cu o pondere de 26,3%, urmate indeaproape de sistemele batante fara rupere termica, cu o cota de piata de aproximativ 24%. Sistemele batante au reprezentat 50,2% din piata profilelor din aluminiu in anul 2006. Sistemele glisante ocupa si ele o parte semnificativa din totalul pietei (33,4%), ponderea acestora fiind sensibil in crestere de la un an la altul. Fata de 2004, anul trecut au fost vandute cu 7,3% mai multe sisteme batante cu rupere termica din aluminiu si cu 7,4% mai multe sisteme batante fara rupere termica, fata de anul 2004. Cercetarea efectuata de Neomar Consulting a mai evidentiat si cresterea ponderii profilelor glisante fara rupere termica, din aluminiu, acestea crescand de la 10% in 2004 la 19,9% in 2005 si la 21,6% in 2006.

Principalii clienti: proprietarii de apartamente

Pentru producatorii de tamplarie termoizolanta din PVC, aluminiu, lemn stratificat sau otel, principala categorie de clienti vine de randul proprietarilor de apartamente. Cercetarea Neomar a stabilit ca proprietarii de apartamente reprezinta 44,2% din totalul clientilor care opteaza pentru tamplarie termoizolanta din PVC. Pentru acesti producatori, proprietarii sau constructorii de vile si locuinte unifamiliale reprezinta a doua categorie importanta de clienti cu 20,9%, in timp ce cladirile care apartin administratiei publice ori serviciilor sociale (scoli, spitale etc.) reprezinta a treia componenta majora a pietei termopanelor, cu o detinere de 13,7%. Cladirile comerciale (magazinele, galeriile comerciale etc.), precum si cele de birouri reprezinta pietele care au valori de 4,7%, respectiv 5,3%, in timp ce proiectele rezidentiale noi si noile cartiere dezvolta vanzari de 4,9%.

Pentru cei care folosesc ca materie prima aluminiul, proprietarii de apartamente reprezinta doar 22,9% din totalul clientilor, inasa si aici acestia sunt principala categorie de clienti. Diferente majore apar pe segmentul comercial. Cladirile comerciale (galerii, magazine etc.) reprezinta 21,8% din totalul pietei tamplariei termoizolante cu profile din aluminiu. A treia componenta majora este cea a cladirilor de birouri, care are 20% din piata. Vilele si locuintele unifamiliale, precum si cladirile din sectorul public (scoli, spitale etc.) au detineri importante, dar ele sunt de 13,1%, respectiv 12,3%. Prin comparatie, profilele PVC au cu 21,3% mai multa cautare fata de cele din aluminiu pe componenta apartamentelor de bloc si cu 7,8% mai multe comenzi dinspre proprietarii de vile si locuinte unifamiliale. Studiul realizat de Neomar Consulting a constatat intr-un sondaj de opinie „business to business“, pe un esantion de 512 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.

DOSAR

Eugen Ionica