

➤ Aluplast Budowlaną Marką Roku 2008

22 stycznia 2009 odbyła się gala wręczania nagród dla Budowlanej Marki Roku, organizowana przez ASM oraz Międzynarodowe Targi Poznańskie. Aluplast otrzymał statuetkę w kategorii profile okienne.

Organizatorem rankingu jest niezależny ośrodek badawczy ASM Centrum Badań i Analiz Rynku, który – by wyłonić najlepsze marki 2008 roku – przebadał łącznie 2050 respondentów, reprezentujących firmy wykonawcze z całego kraju. Ranking obejmował 19 kategorii, a na pytania przyporządkowane danej kategorii każdorazowo odpowiadało 350 respondentów. Jest to niezwykle prestiżowe wyróżnienie, gdyż o przyznaniu tytułu Budowlanej Marki Roku decydowała średnia ważona ocena uzyskana przez każdą z firm na podstawie wskazań marek: najwyższej jakości w danej kategorii, najlepszej relacji ceny do jakości w danej kategorii i najczęściej stosowanych przez wykonawców w danej kategorii. Wynik końcowy opracowano na podstawie rozkładów odpowiedzi na powyższe pytania, przypisując poszczególnym cechom „wagi” (odpowiednio: 0,4; 0,3; 0,3). Dzięki temu badanie jest obiektywnym barometrem oceny pozycji marki na rynku.



Budowlana Marka Roku
w kategorii PROFILE OKIENNE

aluplast	24,2 %
Veka	16,5 %
Rehau	13,1 %

➤ Nowocześni i wszechstronni

Na prośbę Centrum Analiz Branżowych producenci okien z PVC ocenili swoich dostawców, w tym producentów profili okiennych. Aluplast wypadł bardzo dobrze.

W badaniu uzyskano wywiady efektywne od 175 podmiotów. Respondentami byli pracownicy firm na stanowiskach głównych technologów lub inne osoby, które zajmują się współpracą z dostawcami materiałów do produkcji okien z PCV. Biorąc pod uwagę, że według szacunków w Polsce funkcjonuje około 1200 producentów okien z PVC, należy przyjąć, że próba badawcza stanowiła w przybliżeniu 15% zbiorowości generalnej, co jest znaczącym udziałem rynku. Aluplast został najwyżej oce-

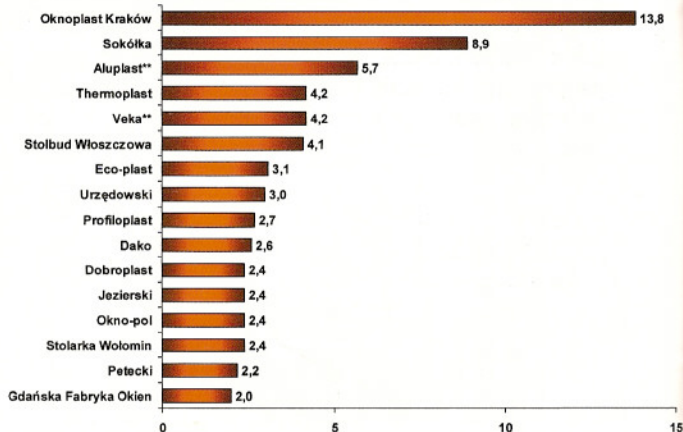
niony i doceniony za bogatą gamę produktów w ofercie i innowacyjność proponowanych rozwiązań. Olbrzymią zaletą, a jednocześnie czynnikiem zwiększającym potencjał zarówno firmy, jak i klientów, są profile przeznaczone na rynki europejskie, o innej specyfice w zakresie budowy okien. To stwarza duże możliwości ekspansji i rozwijania eksportu dla współpracujących z nami firm. Producenci dostrzegli również fakt, że Aluplast co roku wprowadza do swojej oferty nowości, pozwalające odpowiadać na potrzeby rynku, a nasze systemy są systemami otwartymi i można dostosować je do niestandardowych i wyjątkowych projektów. Powiększanie przewagi technologicznej stanowi podstawę strategii rozwoju marki aluplast.

➤ Marka robi różnicę

Aluplast wśród najbardziej rozpoznawalnych marek... producentów okien. Takie wyniki przynosi badanie Bud Investor Track zrealizowane przez ASM Centrum Badań i Analiz Rynku.

W dzisiejszej rzeczywistości gospodarczej sprzedaż jakościowo dobrego produktu po przystępnej cenie nie zapewnia już sukcesu. Decydującym argumentem wyboru stają się często przyzwyczajenie i lojalność, gwarantowane przez posiadanie rozpoznawalnej marki. Marka, jako zaakceptowana i uznana wartość dodana, daje możliwość szybkiego uzyskania przewagi nad konkurentami. Oprócz ceny klienci w swoich wyborach kierują się opiniami użytkowników i decydują się na produkty znane szerzej na rynku. O tym, że aluplast również należy do takich zaufanych marek, świadczy badanie Bud Investor Track 2008. Pomimo tego, że produkujemy wyłącznie profile okienne, nabywcy indywidualni identyfikują nas właśnie jako producenta okien. Jest to w gruncie rzeczy bardzo przyjemna i satysfakcjonująca pomyłka, która świadczy o zaufaniu do marki aluplast o jej silnej obecności w świadomości klienta. Zyskujemy na tym nie tylko my, ale także producenci i sprzedawcy oferujący okna w systemach aluplast. Jak widać, warto inwestować w markę.

Znajomość producentów/marek okien elewacyjnych (N=986;%)*



*Znajomość spontaniczna; ** producenci profili okiennych wskazywani jako producenci okien
Źródło: ASM

➤ Na kłopoty Kowalski

Możemy przypuszczać, że produkcja budowlano-montażowa wzrośnie w roku 2009 o 5 - 8%. Choć deweloperzy wyraźnie zwolnią tempo inwestycji, nadzieją dla rynku będzie rynek budownictwa indywidualnego.

TEKST Sylwia Prośniewska
ASM Centrum Badań i Analiz Rynku

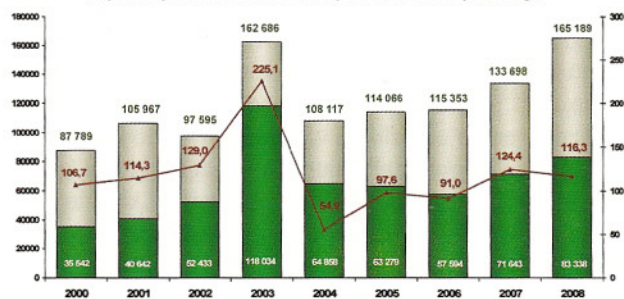


W I kwartale 2009 roku budownictwo utrzymało swoją pozycję najdynamiczniej rozwijającego się sektora gospodarki. Dynamika przyrostu kształtowała się na dodatnim poziomie 3,4%. Tymczasem usługi rynkowe odnotowały 3,1% wzrostu, a przemysł wywarł ujemny wpływ na wysokość PKB. Od stycznia do kwietnia produkcja budowlano-montażowa spadła o 0,2%. Lekki spadek zanotowano również w pracach remontowych (-1,0%), natomiast nowe inwestycje utrzymały się na poziomie sprzed roku. Można przypuszczać, że rozpoczęcie sezonu poskutkuje „odrobieniem” wyników w kolejnych miesiącach.

kali przeznaczonych na sprzedaż bądź wynajem (blisko 14 tys. mniej). Podobna sytuacja ma miejsce w przypadku wydawanych pozwoleń. To inwestorzy indywidualni są najbardziej stabilną grupą i inwestycje realizowane przez tę grupę cechują się mniejszymi fluktuacjami. Kowalscy uzyskali niewiele ponad 3 tys. mniej pozwoleń niż w zeszłym roku, natomiast deweloperzy blisko 10 tys. mniej. Obserwowana tendencja może się utrzymać. Deweloperzy, mający problemy z zakończeniem, a nierzadko z rozpoczęciem prac, borykają się z finansowaniem inwestycji. Jest to z kolei pochodną zaostrzenia polityki kredytowej w instytucjach finansowych. Kowalscy realizują co prawda mniejszą ilość budów, jednak jest to chwilowy przejaw ostrożności wywołany dochodzącymi zewsząd informacjami o kryzysie. W dalszej perspektywie należy przypuszczać, że konsumpcja indywidualna, która napędza polski PKB, wpłynie na inwestycje Polaków we własne M.

► Budownictwo indywidualne

Mieszkania oddawane do użytku w budownictwie mieszkaniowym ogółem i w budownictwie indywidualnym w latach 2000-2008 oraz dynamika zmian b. indywidualnego



■ liczba mieszkań indywidualnych
— dynamika mieszkań indywidualnych w ujęciu rok do roku

Zródło: GUS

ASM - CENTRUM BADAŃ I ANALIZ RYNKU SP. z o.o.

Deweloperzy w defensywie

Liczba mieszkań oddanych w pierwszych czterech miesiącach roku (13,8% więcej niż przed rokiem) nie sygnalizuje stagnacji na rynku. W niedługim czasie pojawi się jednak tendencja spadkowa. Zarówno liczba uzyskanych pozwoleń, jak i liczba rozpoczętych budów wskazują na znaczące zahamowanie inwestycji. W omawianym okresie rozpoczęto budowę o 35,1% mniejszej liczby mieszkań niż przed rokiem. Z kolei tych, na które zostały wydane pozwolenia, było mniej o jedną piątą. Największy udział w strukturze mieszkań rozpoczętych stanowiło budownictwo indywidualne (65,5%, tj. 25,4 tysięcy). W stosunku do sytuacji sprzed roku najwięcej ubyło lo-

Prognoza delikatnego wzrostu

Sektor mieszkaniowy (17,4% udziału w produkcji budowlano-montażowej) z racji zaawansowanych inwestycji będzie w dalszym ciągu wpływał dodatnio na wielkość produkcji sprzedanej budownictwa. Na szerszą skalę powinna ruszyć także budowa autostrad i dróg ekspresowych (18% udziału w strukturze produkcji) oraz pozostałej infrastruktury związanej z przygotowaniem do EURO 2012. Dodatkowo Polska pozostaje gospodarką konkurencyjną na tle innych państw europejskich, a napływ inwestycji zagranicznych jest dodatnio skorelowany z budownictwem. Potencjał rozwojowy znajdziemy też na rynku remontów. Okres złej koniunktury jest korzystnym momentem na dokonywanie zakupów. Przejawem tego są taniejące materiały budowlane czy konkurencja na rynku firm wykonawczych. Co ważne, niektórych prac remontowych nie planujemy, tylko jesteśmy zmuszeni je przeprowadzić, choćby względu na nieodpowiedni stan techniczny lokalu. Trudno wyciągać jednoznaczne wnioski o pogarszającą się kondycję budownictwa na podstawie wyników I kwartału. Aktualnie można przypuszczać, że produkcja budowlano-montażowa wzrośnie w roku 2009 o 5 - 8%. Z dokładniejszymi prognozami należy poczekać na cieplejsze miesiące, ze względu na sezonowy charakter budownictwa. □