

# ZDOMINOWANY PRZEZ WIODĄCE MARKI



**Bartłomiej Sosna**  
Główny Ekspert Rynku  
Budowlanego PMR

Utrzymujący się na wysokim poziomie Indeks Koniunktury Budowlanej PMR dla branży chemii budowlanej oraz brak oznak znaczącego spowolnienia w budownictwie mieszkaniowym wskazuje na to, że rok 2017 będzie kolejnym bardzo dobrym rokiem dla wiodących producentów chemii budowlanej. Rynek ten staje się jednak coraz trudniejszy, jeżeli chodzi o możliwość zaistnienia na nim nowych marek.

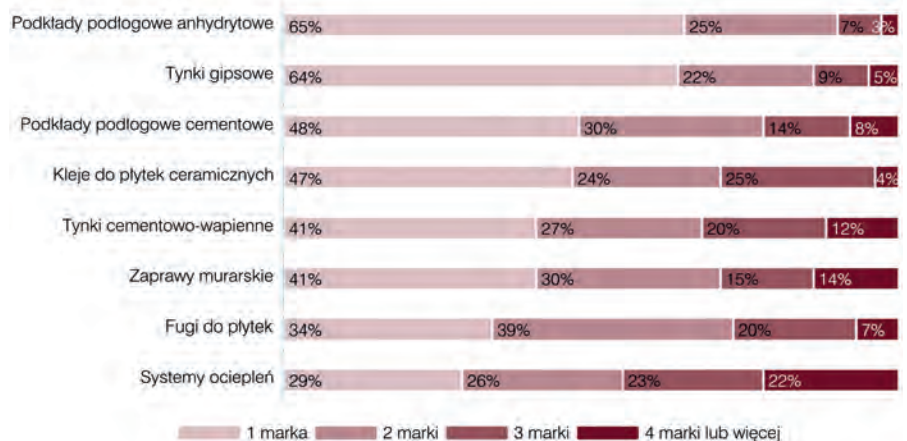
Jak wynika z badania przeprowadzonego wśród kilkuset firm remontowo-budowlanych na potrzeby raportu „Rynek chemii budowlanej w Polsce 2017 – Prognozy rozwoju na lata 2017–2022”, pomimo dynamicznego rozwoju budownictwa mieszkaniowego i utrzymującej się korzystnej sytuacji rynkowej, sektor chemii budowlanej w Polsce w coraz większym stopniu staje się rynkiem zdominowanym przez kilku czołowych producentów.

## Lojalni wobec jednej marki

Przywiązanie firm wykonawczych do jednej sprawdzonej marki najbardziej widoczne jest w segmentach tynków gipsowych (zdominowanych przez markę Knauf) oraz wylewek anhydrytowych (najczęściej stosowane marki to Atlas i Mapei), w których aż dwie trzecie firm wykonawczych deklaruje używanie jednej sprawdzonej marki.

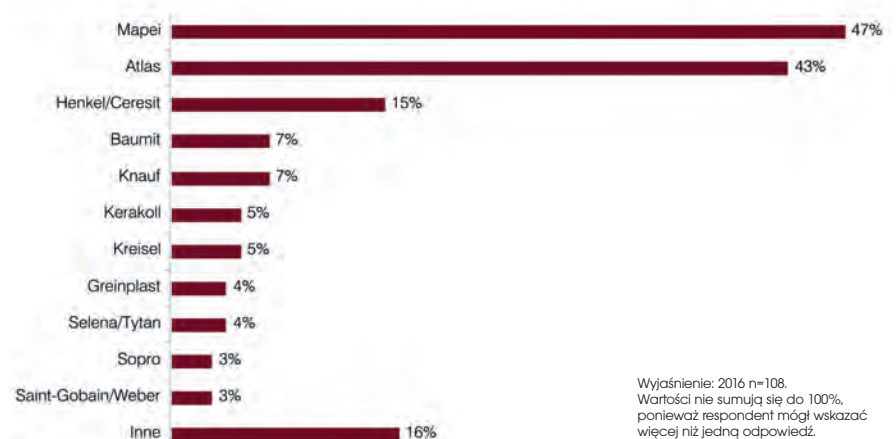
Wysokie przywiązanie wykonawców do jednej marki (na poziomie blisko 50%) widoczne jest także w segmencie wylewek cementowych. Firmy wierne jednej marce najczęściej wybierały produkty Mapei bądź

Liczba marek chemii budowlanej stosowanych przez firmy remontowo-budowlane w Polsce (%) w podziale na typ robót, 2016



Źródło: PMR, 2017

Popularność programów lojalnościowych producentów chemii budowlanej w Polsce (%), 2016



Wyjaśnienie: 2016 n=108. Wartości nie sumują się do 100%, ponieważ respondent mógł wskazać więcej niż jedną odpowiedź.

Źródło: PMR, 2016

Atlas. Przywiązanie do jednej marki nieco bardziej powszechne jest wśród firm realizujących prace dla klientów indywidualnych.

Także w przypadku klejów do płytek blisko połowa wykonawców korzysta wyłącznie z produktów od jednego, sprawdzonego producenta. Wykonawcy lojalni tylko wobec jednej marki sięgają najczęściej po produkty marki Mapei oraz, w mniejszym stopniu, marki Atlas. Co ciekawe, w najnowszej edycji badania wszystkie czołowe marki odnotowały mniejszą liczbę wskazań w stosunku do analogicznego badania sprzed roku, co jest efektem mniejszej dywersyfikacji marek wśród firm wykonawczych.

Przywiązanie firm wykonawczych do jednej sprawdzonej marki najbardziej widoczne jest w segmentach tynków gipsowych i wylewek anhydrytowych.

Przywiązanie do jednej marki odnotowano na nieco niższym poziomie w przypadku tynków cementowo-wapiennych oraz zapraw murarskich, gdzie cztery na dziesięć firm stosuje rozwiązania tylko jednej marki. W przypadku zapraw murarskich największą popularnością cieszyły się zaprawy Atlas. W segmencie tynków cementowo-wapiennych odnotowano większą dywersyfikację marek, w związku z czym wykonawcy odnawiający jedną marce najczęściej deklarują stosowanie produktów Ceresit, Atlas, Knauf lub Kreisel.

### Dywersyfikacja produktowa w systemach ociepleń

Spośród badanych kategorii produktowych największą dywersyfikacją produktową charakteryzuje się segment systemów ociepleń, w przypadku którego stosunkowo rzadko ma miejsce przywiązanie wykonawcy tylko do jednej marki (29% wskazań). Co ważne, firmy realizujące zlecenia dla klientów instytucjonalnych deklarują korzystanie z produktów większej liczby producentów – blisko połowa firm w 2016 r. korzystała z co najmniej trzech różnych marek systemów ociepleń.

Największą dywersyfikacją produktową charakteryzuje się segment systemów ociepleń.

### Programy lojalnościowe

Jednym z kluczowych powodów rosnącego przywiązania wykonawców do tylko jednej marki są programy lojalnościowe prowadzone przez głównych producentów. Od kilku już lat co trzecia firma remontowo-budowlana deklaruje korzystanie z tego typu programów. Najczęściej na korzystanie z programów partnerskich wskazywały przedsiębiorstwa zatrudniające od 6 do 9 pracowników. Najbardziej popularne programy lojalnościowe prowadzą firmy Mapei oraz Atlas.



www.rynekbudowlany.com

# TitaniumPRO

## SIŁA POŁĄCZEŃ



zapytania handlowe:

+48 58 55 40 655

dzial.sprzedazy@marcopol.pl

# TitaniumPRO