

MATERIAŁY BUDOWLANE

Polskie okna i drzwi zdobywają zagraniczne rynki

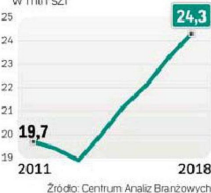
Rodzime firmy od kilku lat systematycznie zwiększają produkcję. Tylko w ubiegłym roku wzrosła ona o 1 mln szt. Gros wyrobów trafia na największe rynki UE.

TOMASZ FURMAN

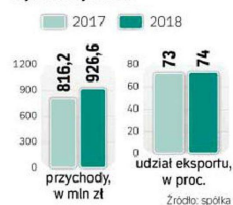
W ubiegłym roku wyprodukowano w Polsce 24,3 mln okien i drzwi. Dane za I kwartał wskazują, że ten trend jest kontynuowany.

Z pewnością ten rok będzie świetny pod względem sprzedażowym dla większości graczy na rynku stolarki. Popyt wynikający zarówno z rozwoju tzw. deweloperki, jak i rynku wymian jest tak duży, że wiele firm na pewno może się cieszyć wzrostem zamówień – mówi Leszek Gierszewski, prezes Drutexu. Dodaje, że kierowana przez niego firma w pierwszych miesiącach tego roku odnotowała aż 20-proc. wzrost sprzedaży w ujęciu rok do roku. W efekcie bije kolejne rekordy i musi inwe-

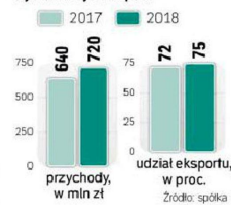
Produkcja okien i drzwi w Polsce, w mln szt.



Wyniki firmy Drutex



Wyniki firmy Oknoplast



stować w nowe moce produkcyjne, aby nadążyć za rosnącym zainteresowaniem klientów.

Obecnie Drutex buduje halę produkcyjną o powierzchni 14 tys. mkw., która docelowo ma pozwolić spółce poszerzyć portfel oferowanych wyrobów oraz zwiększyć i zoptymalizować produkcję. – Poza tym rozbudowujemy nasze magazyny chemii, siłosy, zaplecze technologiczne produkcji profili PVC, co umożliwi nam dalszą optymalizację w zakresie sprawności

i niezależności działania. Lada moment powinniśmy również otrzymać pozwolenie na rozbudowę biurowca – mówi Gierszewski.

Ujawnia, że na deskach projektowych jest już kolejna hala produkcyjna. – Jesteśmy w rozbudowie, firma staje się placem budowy, a to znaczy, że najlepsze dopiero przed nami – przekonuje prezes Drutexu.

Dużo w moce wytwórcze inwestuje też Oknoplast. Spółka buduje kompleks produkcyjno-logistyczny o po-

wierzchni 16 tys. mkw. Planowana wartość inwestycji to 25 mln euro.

– Nowa infrastruktura pozwoli poprawić efektywność procesów produkcyjnych i logistyczno-magazynowych, a w rezultacie zwiększyć moce produkcyjne zakładu o 30 proc. Ponadto dzięki nowej przestrzeni logistycznej dodatkowo udoskonalona zostanie jakość pakowania towarów – mówi Mikołaj Placek, prezes Oknoplastu.

Cały projekt ma zostać zrealizowany do marca 2024 r.

Już wcześniej pomoże jednak zrealizować założone cele strategii 2021, czyli osiągnięcie przychodu 1 mld zł. W ubiegłym roku sprzedaż sięgała 720 mln zł.

Polscy producenci okien i drzwi największe zwyżki sprzedaży odnotowują na rynkach zagranicznych. Już od 2015 r. są największym w Europie eksporterem stolarki otworowej. Co ważniejsze, o ile popularność naszych produktów na rynkach zewnętrznych rośnie, o tyle wyrobów niemieckich – drugich w tym zestawieniu – maleje. Z ostatnich danych wynika, że eksport okien i drzwi realizowanych przez UE w aż 22,3 proc. pochodził z Polski, w 18,4 proc. z Niemiec i 7,3 proc. z Włoch.

– Eksport stanowi już ok. 74 proc. całkowitej wielkości sprzedaży Drutexu. Nasze okna znajdują się w wielu prestiżowych projektach nie tylko w Europie, ale również USA, Meksyku czy Australii – informuje Gierszewski. Jego

zdaniem rynki zagraniczne mają jeszcze wiele do zaoferowania, a polscy producenci łącznie mają tam jeszcze bardzo mały udział, a to oznacza, że wciąż mają dużo do zrobienia. Dziś Drutex najwięcej okien eksportuje do Niemiec, Włoch i Francji.

Podobnie jest z Oknoplastem. – W najbliższym czasie wciąż będziemy umacniać pozycję na nowych dla nas rynkach, jak np. Skandynawia. Pojawimy się w Holandii – twierdzi Placek.

Spółka chce wyjść poza Europę i stać się graczem na rynku globalnym, prowadząc ekspansję w Ameryce, Afryce i na Bliskim Wschodzie. Na razie testuje tam sprzedaż. Oknoplast sprawdza zarówno konkurencyjność oferowanych produktów, zachowania i potrzeby konsumentów, jak i rozwiązania dotyczące realizacji dostaw. /@

masz pytanie, wyślij e-mail do autora

t.furman@rp.pl