

Dr Piotr Zielak: polski rynek opon jest stabilny

data aktualizacji: 2017.01.26



Polski rynek opon na tle reszty Europy rośnie dynamicznie, a sprzedaż utrzymuje się na plusie. Kierowcy mają coraz większą świadomość dotyczącą tego, jakie znaczenie dla bezpieczeństwa na drodze mają odpowiednio dobrane opony. Dlatego już nie cena, ale jakość decyduje o wyborze opon. Na rosnącej świadomości korzystają producenci opon. Continental Opony Polska w ciągu dwóch dekad funkcjonowania na krajowym rynku pięciokrotnie zwiększył paletę produktów i osiągnął obroty na poziomie ponad 1 mld zł rocznie.

- Polski rynek jest stabilny. Od kilku lat liczba sprzedawanych opon osobowych i ciężarowych utrzymuje się mniej więcej na stałym poziomie. Trzeba przy tym powiedzieć, że zadowoleni z tego rynku są w większym stopniu producenci, a w mniejszym dystrybutorzy, ponieważ obecne marże realizowane przez dystrybutorów opon są bardzo niskie - mówi dr Piotr Zielak, dyrektor generalny firmy Continental Adria Pnevmatike i były dyrektor generalny Continental Opony Polska.

Stabilność polskiego rynku opon potwierdzają wyniki za cały 2015 rok, który zakończył się wzrostem sprzedaży łącznie o 3,1 proc. Sprzedaż opon do samochodów osobowych zwiększyła się o 1 proc., natomiast w kategorii samochodów ciężarowych wzrosła o 3 proc. rok do roku – wynika z danych Polskiego Związku Przemysłu Oponiarskiego.



Dla branży oponiarskiej lepszy okazał się miniony rok. W ciągu trzech pierwszych kwartałów 2016 roku sprzedaż opon w wiodącej kategorii samochodów osobowych wzrosła o 11 proc. w porównaniu z analogicznym okresem rok wcześniej.

Continental Opony Polska – obchodząca właśnie 20-lecie obecności na polskim rynku – jest w czołowej trójce sprzedawców na krajowym rynku opon i dostawców dla sektora motoryzacyjnego. W ciągu dwóch dekad koncern przekroczył pułap 2 mln sprzedanych opon, dzięki czemu stał się jedną z najlepiej rozpoznawalnych marek na rynku.

– Zaczynaliśmy od nie do końca wygodnej sytuacji, dlatego że Continental był jedną z niewielu firm nieprodukujących w Polsce. Producenci lokalni byli w trochę lepszej sytuacji, bo rozpoznawalność polskich brandów była większa. Przez 20 lat udało nam się udowodnić, że nasze produkty są najwyższej jakości i gwarantują bezpieczeństwo na drogach – mówi dr Piotr Zielak.

W ciągu dwóch dekad funkcjonowania w Polsce firma osiągnęła rekordowy obrót na poziomie ponad 1 mld zł rocznie i potroiła liczbę marek w ofercie. Jak podkreśla Zielak, są wśród nich produkty dopasowane zarówno do powszechnych, jak i do specyficznych, indywidualnych wymagań klientów.

– Nasza paleta produktów zwiększyła się pięciokrotnie w ciągu 20 lat naszej obecności na polskim rynku. Rozrosła się również firma, ponieważ zatrudniamy teraz pięciokrotnie więcej pracowników. Rynek jest trudniejszy, musimy się bardziej starać o klientów, przekonywać ich o właściwościach technicznych naszych produktów i podkreślać ich bezpieczeństwo – mówi Piotr Zielak.

Wynika to z rosnącej świadomości klientów. Zmiana opon w sezonie zimowym albo letnim stała się powszechnym standardem. To istotne o tyle, że stosowanie opon zimowych może zmniejszyć liczbę wypadków spowodowanych utratą przyczepności w warunkach zimowych o 46 proc. – wynika z kampanii Polskiego Związku Przemysłu Oponiarskiego. Coraz ważniejszym czynnikiem, którym kierują się kierowcy przy zakupie opon, jest nie tylko cena, lecz także jakość, która wpływa na bezpieczeństwo.

- W tej chwili o klienta trzeba walczyć, przekonywać go do swojego produktu, udowadniać, że jest on bezpieczny i godny zaufania. Opony to nie jest produkt szczególnie atrakcyjny dla kierowców i posiadaczy samochodów. To raczej materiał eksploatacyjny, który kupuje się raz na jakiś czas, a potem zapomina. Natomiast kluczowym elementem przy wyborze kompletu opon jest przede wszystkim bezpieczeństwo - mówi dyrektor generalny Continental Adria pnevmatike.

Na tle reszty Europy polski rynek dynamicznie rośnie i jest szósty pod względem wielkości sprzedaży. Ubiegłoroczne wzrosty sprzedażowe w Europie były ledwo zauważalne. W ciągu pierwszych trzech kwartałów ubiegłego roku sprzedaż opon w kategorii samochodów osobowych urosła zaledwie o 1 proc. rok do roku. Z kolei sprzedaż opon do motocykli i skuterów poprawiła się w tym okresie o 5 proc., a w segmencie opon ciężarowych spadła o 3 proc. w ujęciu rocznym.

Piotr Zielak zwraca uwagę na to, że polski rynek jest dojrzały i nie różni się zbyt od niemieckiego, francuskiego czy włoskiego, czyli wiodących rynków europejskich.

- Zmiany, które zachodzą rok do roku na polskim rynku, nie są już duże. Wolumen przesunięcia udziałów w rynku poszczególnych producentów jest mniej więcej znany i przewidywalny. Jeden procent na plus to już obecnie duże osiągnięcie. To nie są już czasy, w których można było uzyskiwać dużą przewagę poprzez działania marketingowe czy sprzedażowe - mówi dr Piotr Zielak.

Prognozy dla polskiego rynku opon na 2017 rok są stabilne. Branża nie spodziewa się większych wahań w wolumenach sprzedaży. *- W ciągu trzech ostatnich lat rynek był stabilny, a liczba opon sprzedawanych na polskim rynku oscylowała wokół 10 mln sztuk. Myślę, że w tym roku tak pozostanie - prognozuje dr Piotr Zielak.*

Źródło: