

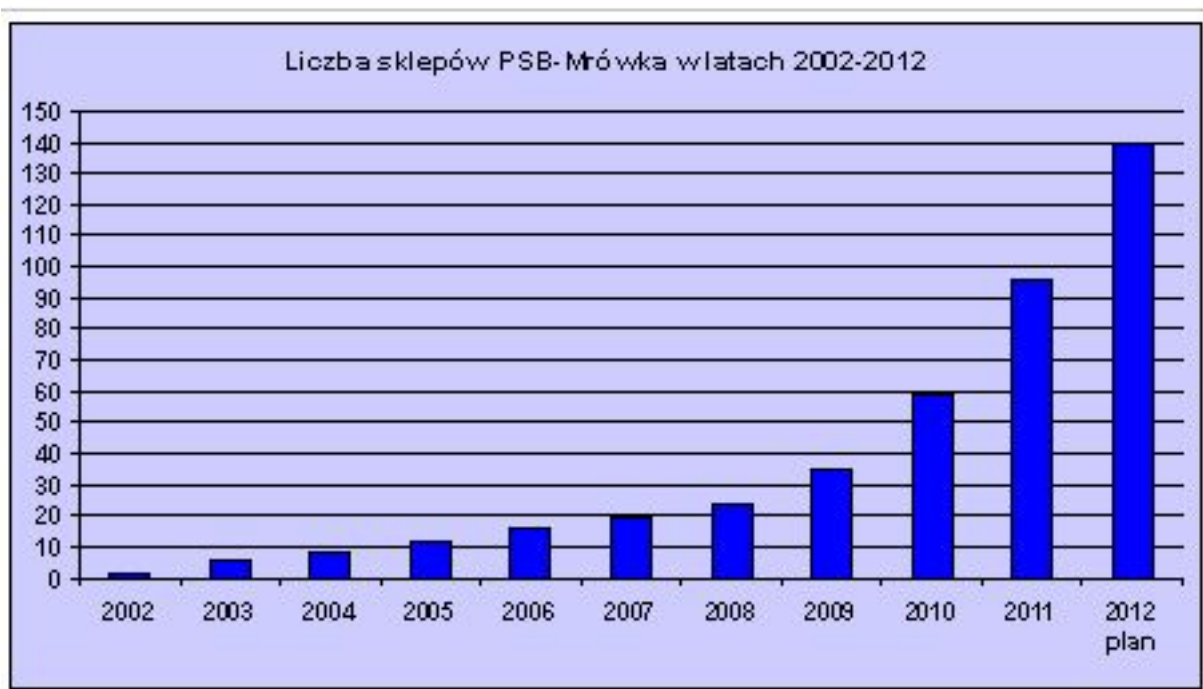
Markety PSB-Mrówka są najliczniejszą w Polsce siecią detalicznych placówek typu „dom i ogród”. W minioną sobotę, 31 marca, zostały uruchomione 3 markety Mrówka: w Hrubieszowie (woj. lubelskie), Leżajsku (woj. podkarpackie) i Zwoleniu (woj. mazowieckie) oraz Mini-Mrówka w Żelowie (woj. łódzkie). W ten sposób sieć należąca do akcjonariuszy Grupy Polskie Składy Budowlane S.A. została powiększona do 103 placówek.

W ostatnich 3 latach Grupa PSB wyraźnie przyspieszyła realizację strategii otwierania w miejscowościach powiatowych samoobsługowych placówek handlowych oferujących lokalnej społeczności od kilkunastu do kilkudziesięciu tysięcy produktów niezbędnych do renowacji oraz utrzymania domów, mieszkań i ogrodów. W minionym roku powstało 37 sklepów, na koniec sezonu sieć liczyła 96 marketów, w roku 2012 planowane jest otwarcie ponad 40 kolejnych sklepów. Obecnie sieć Mrówek dysponuje 130 tysiącami m<sup>2</sup> nowoczesnej powierzchni handlowej, łącznie pracuje w niej niemal 2 tysiące osób.

Od roku Grupa PSB otwiera także małe sklepy detaliczne, o powierzchni mniejszej niż 1000 mkw., pod nazwą Mini-Mrówka. Lokalizowane są one głównie w miejscowościach gminnych, część z nich w przyszłości będzie działać w oparciu o umowę franczyzową. Do tej pory powstało 9 Mini-Mrówek.

W celu dalszej rozbudowy kanału detalicznego Grupa PSB realizuje kampanię telewizyjną, zachęcającą osoby fizyczne i podmioty gospodarcze do inwestowania we wspólne przedsięwzięcie budowy i otwierania tego typu placówek. Ważną inwestycją, mającą na celu, optymalizację dostaw części materiałów do marketów jest właśnie ukończone Centrum Logistyczne o powierzchni 10 tys. mkw., w siedzibie spółki, w Wełeczu k/Buska-Zdroju.

Przeciętny sklep PSB-Mrówka obsługuje populację 30-40 tysięcy mieszkańców. Szacujemy, że już ponad 1 milion gospodarstw domowych, zlokalizowanych na wsiach i małych miastach, zaopatruje się w placówkach naszej sieci. Markę PSB-Mrówka rozpoznaje dzisiaj ponad 20% dorosłych mieszkańców Polski.



Grupa Polskie Składy Budowlane S.A. działa na rynku od 1998 roku i jest największą oraz najszybciej rozwijającą się

siecią hurtowni materiałów budowlanych oraz marketów dom i ogród w Polsce. Obecnie Grupa zrzesza 296 małych i średnich, rodzinnych firm z terenu całej Polski, które prowadzą handel w 420 składach budowlanych, w 103 marketach PSB-Mrówka oraz w 8 centrach handlowych PSB-Profi. W placówkach tych pracuje ponad 10 tysięcy osób.

W roku 2011 łączne przychody ze sprzedaży materiałów budowlanych składów, tworzących Grupę PSB, osiągnęły pułap 5 mld zł. Ich udział w krajowym rynku dystrybucji materiałów budowlanych szacowany jest na niemal 14%, a w rynku hurtowym na ponad 27%. Markę PSB zna dzisiaj ok. 45% Polaków. W strukturze odbiorców sieci hurtowej dominują klienci indywidualni, generujący ok. 45% łącznych przychodów składów, na drugim miejscu są firmy wykonawstwa budowlanego (40%) pozostałe przychody stanowi redystrybucja – odsprzedaż do mniejszych, lokalnych placówek handlowych. W detalicznej sieci marketów Mrówka udział klientów indywidualnych sięga ponad 90% przychodów, pozostałą część generują firmy budowlane lub klienci instytucjonalni. Centra budowlane PSB-Profi są dedykowane przede wszystkim firmom budowlanym oraz klientom indywidualnym, realizującym budowę domu.

Przychody Centrali, Grupy PSB S.A., wyniosły w 2011 roku niemal 1,6 mld zł. Spółka ta współpracuje z 500 dostawcami, głównie renomowanymi producentami materiałów budowlanych oraz produktów służących remontom i utrzymaniu mieszkań, domów i ogrodów. Dzięki temu firmy kupieckie należące do Grupy PSB mogą korzystać z największej w Polsce bazy produktów – liczącej aż ok. 160 tysięcy pozycji asortymentowych.

*Mirosław Lubarski*

*Dyrektor Marketingu, Członek Zarządu*

**Grupa PSB S.A.**

