

# Liderzy śliskiej branży

Krajowy rynek olejów i smarów

■ W obu segmentach rynku olejowego – dla przemysłu i dla motoryzacji – krajowi potentaci trzymają się mocno. Jednak globalna konkurencja rośnie w rankingach i zajmuje ważne nisze rynkowe.



**O** ile rynek olejów silnikowych dla samochodów jest monitorowany przez kilka niezależnych, specjalistycznych firm, o tyle rynek olejów dla przemysłu zmierzyć jest o wiele trudniej, bo firmy bardzo niechętnie ujawniają szczegółowe dane na temat swojej produkcji i sprzedaży, nie mówiąc już o liście kluczowych klientów. Dlatego trzeba polegać na szacunkach samych uczestników tego rynku.

Wiadomo jednak, że w przeciwieństwie do produktów dla motoryzacji, gdzie najsilniejszą pozycję – poza Grupą Lotos – posiadają firmy zagraniczne, tutaj dominują oba główne koncerny krajowe.

– Wydaje się, że łączne udziały Lotosu i Orlenu w rynku olejów dla przemysłu można szacować na 55-60 proc., przy czym rozkładają się one na obu producentów mniej więcej po połowie – uważa **Przemysław Ratajski**, szef działu przemysłowego w firmie ExxonMobil Poland, dostarczającej na rynek produkty marki Mobil.

Podobnego zdania jest **Mirosław Knyć**, dyrektor ds. marketingu w firmie Fuchs Oil Corporation. Te szacunki zdaje się potwierdzać sama Grupa Lotos, która ocenia swój łączny udział w rynku olejowym na ok. 32 proc., podczas gdy jej udziały w segmencie motoryzacyjnym wynoszą 25-30 proc.

## ■ Duzi dominują

Przemysław Ratajski zastrzega, że krajowi producenci dominują przede wszystkim w sprzedaży produktów najprostszych,

z najniższej półki cenowej, takich jak oleje hydrauliczne i przekładniowe. Jego zdaniem, oleje hydrauliczne to ok. 30 proc. całego rynku olejów dla przemysłu, a oleje przekładniowe to kolejne 15-20 proc. tego rynku.

Ponadto na rynku sprzedawane są m.in. oleje maszynowe, turbinowe, sprężarkowe czy oleje technologiczne do poszczególnych branż przemysłu. Oprócz olejów standardowych, do których Mirosław Knyć zalicza, poza olejami hydraulicznymi i przekładniowymi, także oleje maszynowe, istnieją również środki bardziej specjalistyczne, takie jak emulsje czy płyny do obróbki metali, wykorzystywane głównie w hutnictwie i górnictwie.

– Udział produktów standardowych oceniam na 70-80 proc. rynku – mówi Knyć.

Łączną wielkość krajowego rynku olejów i smarów dla przemysłu Przemysław Ratajski szacuje na 100 tys. ton, co daje w przybliżeniu wielkość ok. 120 mln litrów.

Przedstawiciel firmy Fuchs jest bardziej optymistyczny co do wielkości całego rynku. – Szacujemy, że łączny rynek olejów w Polsce to jakieś 230-250 tys. ton, z czego ok. 55 proc. przypada na motoryzację – mówi. To oznacza, że na rynek olejów dla przemysłu przypadałoby jakieś 110-115 tys. ton.

– 40 proc. rynku przypada na firmy zachodnie, wśród których najsilniejszą pozycję, z udziałami rzędu blisko 10 proc., posiadają firmy Statoil, Fuchs i Mobil – ocenia przedstawiciel ExxonMobil Poland. Dwie pierwsze z tych firm prowadzą lokalną produkcję olejów, Statoil w Skarżysku-Kamiennej, a Fuchs w Gliwicach. Pozostałe 10 proc. rynku przy-

padałoby zatem na pozostałych graczy, takich jak Shell, Castrol, BP czy Total.

Jednakże sam Mirosław Knyć jest ostrożniejszy i szacuje udziały marki Fuchs na ok. 4 proc. w całym sektorze olejów przemysłowych i ok. 8 proc. w odniesieniu do produktów specjalistycznych. – Szczególnie silni jesteśmy w sprzedaży specjalistycznych produktów dla górnictwa i emulsji do obróbki metali, a także dla przemysłów motoryzacyjnego i hutniczego – wymienia Knyć.

Mobil jest już dzisiaj liderem w sprzedaży produktów syntetycznych dla przemysłu. Przemysław Ratajski przyznaje jednak, że na razie są to w Polsce produkty niszowe, których udział nie przekracza 1 proc. rynku.

– Powoli daje się jednak zauważyć tendencja do rozwoju tego segmentu, oleje syntetyczne znajdują coraz więcej zastosowań wraz z wkraczaniem nowoczesnych technologii do przemysłu – mówi szef działu przemysłowego ExxonMobil Poland.

## ■ Rynek wzrostu, rynek zmian

Przemysław Ratajski ujawnia, że łączna wielkość rynku pod względem wolumenu od kilku lat pozostaje na praktycznie niezmiennym poziomie. – Zmienia się jednak struktura tego rynku, znikają oleje niskiej jakości, na przykład tania hydraulika produkowana z olejów przetworzonych, a zastępują je produkty kategorii premium – wyjaśnia Ratajski. Dzięki temu wartość rynku zdecydowanie rośnie, na czym zyskują głównie firmy zagraniczne, które notują systematyczne wzrosty sprzedaży.