

Prima scadere după cinci ani de creșteri

Intr-un an în care piața imobiliară merge mai mult în virtutea proiectelor începute în anii trecuți și producătorii de ciment vorbesc de posibilitatea scăderilor, e cert că piața de țiglă metalică va scădea și ea. Singura întrebare este cu cât.



Directorul general al filialei locale a grupului suedez Lindab, Andrei Sulyok, vorbește despre a doua scădere a afacerilor în 15 ani de când grupul este prezent în România. "Cea mai mare problemă este că nu poți fi sigur pe niste venituri și de aceea nu știm unde se va duce piața. Dacă nu scădem cu mai mult de 40-50%, ne declaram multumii", afirmă Sulyok săptămâna trecută.

O scădere de 30-40% a fost menționată de mai multe companii producătoare și importatoare de țiglă metalică pentru acoperisuri ca posibilă pentru prima parte a anului. În cazul Lindab România, care a înregistrat anul trecut o cifră de afaceri de 63 de milioane de euro - cumulată cu cele ale Rova și Vios, companii preluate de grup la nivel mondial - o scădere de 40% ar putea să aducă un minus de circa 10 milioane de euro la cifra de afaceri, având în vedere că țiglă metalică reprezintă undeva între 30 și 40% din afacerile companiei. Marja de profit ar putea fi însă mai bună, Sulyok vorbind de o reducere a costurilor de personal cu circa 7% după concedierea a 30 de persoane, de reducerea până la zero a bugetului de cheltuieli pentru manageri sau de eliminarea unor cheltuieli de marketing.

Piața de învelitori pentru acoperisuri a crescut anul trecut cu aproape 20%, până la 179 de milioane de euro, potrivit unui studiu realizat de Neomar Consulting. Din total, țiglă metalică deține ponderea cea mai mare, de 50%, urmată de țiglă ceramică, cu 16%, și cea din beton, cu 15 procente. Țiglă ceramică a crescut de altfel în ultimii ani ca pondere în vânzările totale de învelitori pentru acoperisuri, iar tendința este așteptată să se mențină și în acest an, în special grație prețului, având în vedere că țiglă ceramică este mai ieftină decât cea metalică.

Piața de țiglă metalică este așteptată să scadă în acest an spre 59 de milioane de euro, ca urmare nu doar a blocajului imobiliar în privința proiectelor rezidențiale de mari dimensiuni, dar și a scăderii numărului de case noi și de renovări începute. În acest context, companiile de profil, de la liderul Lindab până la jucători mai mici, precum Armat, filiala specializată a ArcelorMittal Construction, își propun în primul rând menținerea cotei de piață. "Trebuie subliniat că acum învelim construcțiile începute anul trecut. Probleme mai mari vor fi abia peste câteva luni, când, teoretic, va trebui să învelim ce se construiește acum. Iar acum se construiește foarte puțin", afirmă Alex Olteanu, directorul Armat, care a încheiat anul trecut cu o cifră de afaceri de cinci milioane de euro. Olteanu estimează că, în viitorul apropiat, construcțiile noi vor reprezenta maxim 20% din totalul pieței de țiglă metalică, restul fiind renovări și proiecte din fonduri publice.

Nici menținerea cotelor de piață, nici chiar majorarea acestora nu vor putea aduce însă și același volum de afaceri, ținând cont că prețurile de vânzare au scăzut, în medie, în primele cinci luni ale anului cu aproximativ 20%, deși există și campanii de reduceri cu 30%, precum cele derulate lunar de Lindab pentru câte un anumit tip de produs. În plus, prețurile la materia primă pentru producția de țiglă metalică, tablă, au scăzut în acest interval, aducând astfel "disperarea", după cum se exprimă Sulyok, pentru companiile producătoare, care și-au făcut stocuri semnificative la sfârșitul anului trecut.

În contextul scăderii vânzărilor, dar și a prețurilor, companiile de profil încearcă să-și mențină afacerile și prin noi tipuri de produse. "Noi vrem și am reușit până acum să ne păstrăm la nivelul anului trecut. Ne extindem cu game de noi produse, precum construcții modulate, standardizate, garaje la cheie sau case pe structură metalică", spune Alex Olteanu. Gamele diferite de produse, precum halele industriale prefabricate sau panourile termoizolante, reprezintă soluția și pentru un alt producător local de țigle metalice, Ruukki, care și-a bugetat pentru acest an o creștere a

01.06.2009

BusinessMagazin

afacerilor de 20-30%. Deocamdata, producatorii si importatorii de invelitori de acoperisuri din profile metalice asteapta urmatoarele luni pentru a isi da seama cat de mare va fi scaderea din acest an, avand drept reper faptul ca luna mai se arata a fi prima de stabilizare, potrivit directorului Armat. El argumenteaza pornind de la constatarea ca scaderea preturilor s-a oprit in aceasta luna, iar vanzarile au crescut usor. In plus, noua initiativa legislativa, prin care creditele ipotecare ar putea fi garantate de catre stat in limita plafonului de 60.000 de euro, ar putea sa aduca un ajutor nesperat pentru industrie. Din nefericire insa pentru companiile de profil, numarul de cladiri nou construite pe care sa le acopere este din ce in ce mai mic.

Printeaza

