

Cărămidă

Competiție acerbă pe piață

Anul 2013 ar putea semnifica pentru piața de cărămidă și blocuri ceramice încetarea declinului și menținerea la un nivel comparabil celui înregistrat anul trecut. De altfel, în anul trecut piața de profil a atins nivelul înregistrat în 2006, an în care sectoarele construcțiilor și materialelor de construcții erau în plină dezvoltare. Primul trimestru al anului 2013 a generat rezultate superioare celei similare din 2012.

Producătorii speră ca anul acesta să fie unul de stabilizare a pieței, de oprire a căderii. Nu toți sunt convinși că va fi un an de creștere.

Menținerea nivelului pieței în 2013 depinde atât de evoluția economică a țării, cât și de cea politică. Premisele sunt prezente prin faptul că avem deja o stabilitate politică începând cu noiembrie 2012, lucru care încurajează dezvoltarea lucrărilor de infrastructură, care la rândul lor generează efecte în alte domenii.

Raportat la nivelul întregii piețe de cărămidă, anul trecut a însemnat o contracție a volumelor cu 4% față de anul precedent, respectiv cu 10% valoric, precizează Liviu Stoleru, director general Cemacon.

Chiar dacă anul trecut s-a înregistrat o ușoară scădere a cererii la materialele de zidărie, urmând tendința ultimilor 5 ani, materialele de învelitori au cunoscut o relativă stabilitate.



Anul 2013 este atipic pentru piața de cărămidă. Ținând cont de iarna prelungită, în unele părți ale țării înregistrându-se temperaturi negative inclusiv în luna aprilie, sezonul construcțiilor a început târziu. Primele semne de reviriment s-au simțit în lunile aprilie - mai. În zona de sud a României, unde iarna a fost ceva mai scurtă, construcțiile au debutat în acest an încă de la sfârșitul lunii martie.

Cu toate acestea, în unele zone ale țării se simte o anumită creștere a activității prin reparația dezvoltatorilor de locuințe. Spre deosebire de anii precedenți, proiectele imobiliare nu mai sunt la fel de mari și sunt orientate către segmentul sub 60.000 de euro pe apartament.

Pe de altă parte, sunt unele regiuni din România,

care depindeau foarte mult de banii veniți din afară. Conform rapoartelor oficiale, remitențele celor plecați să muncească în străinătate s-au diminuat foarte mult, ceea ce duce și la o scădere a construcțiilor în zonele în care aceștia reprezentau cea mai mare parte dintre investitori.

Producătorii țintesc majorări ale cifrei de afaceri

Pentru anul 2013, Cemacon are obiective ambițioase. Compania își propune să atingă o cifră de afaceri de 50 milioane de lei, în creștere cu 40% față de 2012 și un volum de producție cu 17% mai mare.

Liviu Stoleru, directorul general Cemacon, ne-a declarat: „Venim în piață cu multe surprize, atât la nivel de imagine, dar și cu un portofoliu de produse revoluționare. Am lansat cinci produse noi, cu avantaje importante față de soluțiile obișnuite de zidărie. Vom pătrunde pe piețe noi și vom acoperi 27 de județe în toată țara, atât prin rețeaua de distribuitori parteneri, dar și prin centrele proprii de distribuție din Timișoara, Suceava, Bacău, Brașov și Iași. Astfel, țintim o cotă de piață de aproape 16% și vrem să devenim principalul furnizor de zidărie din Transilvania”.

Anul trecut a fost unul foarte bun pentru Cemacon, în pofida tendinței de scădere a pieței de profil. Compania a realizat o cifră de afaceri cu 26% mai mare decât în anul precedent și un profit operațional în creștere cu 37%.

La rândul său, Eugen Ristea, director de marketing Ceramica Iași, ne-a declarat că pentru a contracara efectele negative din piață, Ceramica își va continua în 2013 strategia care a dus la triplarea cotei de piață din 2008 până în prezent, pe fondul unor condiții de piață vitrege. Compania mizează pe dezvoltarea distribuției și a exporturilor, dezvoltarea gamei de produse, menținerea calității la standarde înalte și oferirea de servicii performante și complexe pentru susținerea produselor sale.

Evoluția cifrei de afaceri a companiei depinde foarte mult de ceea ce se va întâmpla în piață. „Ne dorim să creștem față de anul anterior. Credem în continuare că, în pofida condițiilor aprige din piață, prin perseverență, adaptare continuă la cerințele consumatorilor, oferirea de produse și servicii la standarde de calitate ridicate, putem progresa”, ne-a spus Eugen Ristea.

Conducerea Siceram speră să vândă în 2013 aceeași cantitate la gama de zidărie și să obțină o creștere de circa 5% la țigla de câmp. O creștere chiar mai mare ar putea avea loc la unele accesorii. „Per global, bugetăm o creștere a cifrei de afaceri cu circa 3,5% , la 60 milioane lei”, precizează Nicolae Neag, director comercial Siceram.



Investiții în modernizări și servicii către clienți

Anul acesta, Siceram își previzionează investiții de circa două milioane de euro. Investițiile noi vor viza mai ales creșterea eficienței energetice, precum și dotări cu utilaje de încărcare. De asemenea, în 2013 vor fi achitate integral toate creditele aferente liniei de învelitori, ne-a precizat directorul comercial al companiei.

Ca în fiecare an, Ceramica va investi și în 2013 în modernizarea liniilor de producție și mentenanța celor existente, precum și în serviciile oferite partenerilor. Printre acestea se numără asigurarea transportului, asigurarea gratuită de consultanță și documentație tehnică de specialitate. În același timp, producătorul oferă gratuit un program care calculează cu precizie necesarul de materiale al unei construcții, menționează directorul de marketing al companiei.

Principalele investiții pe care Cemacon le va efectua în acest an sunt cele legate de dezvoltarea noilor produse și de promovarea lor în piață. La acestea se adaugă deschiderea de centre de distribuție proprii, potrivit directorului general al companiei.

Prețurile sunt menținute cu greu

Deși costurile de producție au crescut, producătorii de cărămidă au făcut eforturi pentru a menține nivelul prețurilor.

În cazul Cemacon, prețurile produselor au rămas anul acesta la același nivel cu cel din 2012. Politica de preț a companiei are la bază o vânzare tipo-sortimentală, fapt care permite păstrarea prețurilor. „Deși costurile cu utilitățile au crescut, am reușit să eficientizăm procesul de producție, astfel încât această creștere să nu se regăsească în prețul final”, afirmă domnul Stoleru.

Anul trecut, Siceram a redus prețurile la unele modele de învelitori. Din decembrie au crescut ușor prețurile la toate sortimentele de zidărie. „Nu cred că anul acesta va fi propice creșterilor de prețuri, chiar dacă majorările de preț de la gaze și energie electrică ar impune-o. Probabil, aceste scumpiri vor fi compensate prin creșteri ale productivității și eficienței energetice. Cel puțin la cum se vede în prezent, anul acesta va fi stabil din punct de vedere al prețurilor”, consideră domnul Neag.

În condițiile actuale de piață, prețurile practice de Ceramica Iași sunt similare cu cele ale competitorilor și aliniată la puterea de cumpărare a românilor. Creșterea la intervale scurte de timp a utilităților, cu precădere a materiilor prime energetice (combustibilii

și energie electrică), care sunt cruciale în procesul de fabricație, afectează și activitatea producătorului. „Ținând cont de anunțarea creșterii prețului la gazele naturale și la curentul electric, prețurile de vânzare din piață vor trebui să crească la un moment dat, altfel sectorul materialelor de zidărie va intra într-o instabilitate financiară”, subliniază domnul Ristea.

Produsele noi iau cu asalt piața

Un atu pentru Ceramica în ultimii ani a fost dezvoltarea de produse noi, zonă în care vor continua investițiile și în 2013. Până acum, compania a lansat deja două produse noi pentru ziduri interioare cu grosimea de 15 cm.

În plus, producătorul va intra și pe piața de produse cu valoare adăugată, prin lansarea unei game largite de cărămidă pentru fațade colorate, pentru decorarea caselor și realizarea pereților ventilați în domeniul rezidențial.

Pentru a compensa scăderea pieței în România, compania își va concentra atenția și asupra exporturilor în Republica Moldova și Ucraina.

Cemacon se bazează pe caracteristicile și avantajele noilor produse, care să poată determina o absorbție naturală a lor în piață: „cărămizile inteligente”. Acestea sunt concepute pentru a ușura munca și pentru a realiza construcții durabile. Compania a lansat pe piață și un produs care nu necesită termoizolație.

Reprezentantul Siceram nu sesizează oportunități

deosebite pe piața de profil, argumentând că produsele sunt deja „clasice și arhicunoscute”. Situația ar putea fi diferită în cazul învelitorilor. „Probabil că la învelitori, după cum s-a observat în ultimii ani, va mai scădea cererea la produsele surogat care au început să-și arate limitele”, crede Nicolae Neag.

Instabilitatea politicilor economice se resimte și asupra pieței de cărămidă

Pe lângă majorarea costurilor la utilități și combustibili, producătorii de cărămidă se mai confruntă și cu o serie de riscuri generate de cadrul politic și legislativ, precum și de competiția acerbă existentă în piață.

În opinia directorului de marketing Ceramica, schimbările legislative majore cauzează principalele blocaje în economie și, de cele mai multe ori, sperie investitorii. „Avem nevoie de stabilitate legislativă și politică pentru a putea progresa”, declară domnul Ristea.

În plus, la nivel național a existat un blocaj în ceea ce privește circulația banilor. Multe investiții în infrastructură au fost suspendate, companiile de construcții nu și-au primit banii pe lucrările efectuate și au blocat la rândul lor alte companii furnizoare de materiale de construcții.

Directorul general Cemacon apreciază că principalele probleme cu care se confruntă sunt legate direct de riscurile comerciale presupuse de creșterea într-un ritm agresiv a companiei într-o piață în care nivelul ofertei este mult mai mare decât cel al cererii.



„Din fericire, începând din 2010 nu ne-am mai confruntat cu nicio problemă semnificativă din acest punct de vedere”, adaugă domnul Stoleru.

Competiția din ce în ce mai acerbă, pe fondul cererii tot mai reduse, a făcut să scadă mult profitabilitatea firmelor din sector. „Sunt multe firme care înregistrează pierderi an de an. Aici, pentru însănătoșirea climatului economic, poate că organismele statului responsabile cu respectarea legilor concurenței ar trebui să se manifeste mai pregnant”, este de părere Nicolae Neag.



Licitație Online

Miercuri 26 iunie



Manipulatoare telescopice



Retroexcavatoare



Încărcătoare cu roți



Excavatoare



Miniîncărcătoare



Sunteți în căutarea unor utilaje de construcții de bună calitate second-hand?

Puteți găsi ceea ce căutați IronPlanet, principala piață globală pentru utilaje de construcții second-hand. Intrați pe site-ul nostru ca să vedeți lista completă de utilaje, să analizați rapoartele de verificare garantată și să faceți comanda dorită.

Verificat și garantat

www.ironplanet.com • 00 353 1 860 5000

Nu ratați următoarea licitații online de la Iron Planet
Miercuri, 26 iunie ■ Miercuri, 31 iulie ■ Miercuri, 28 august

Înregistrați-vă
chiar astăzi
gratuit

WWW.IRONPLANET.COM