

PE FONDUL DEFICITULUI MARE DE LOCUINȚE ȘI A COSTURILOR DE CONSTRUCȚIE ECHILIBRATE,

Așteptări de creștere în domeniul construcțiilor civile

Interviu cu domnul Florin Madar, director general al TEMAD

TEMAD este una din cele mai importante companii de distribuție din România, ce activează pe piață materialelor auxiliare pentru construcții, amenajări și decorațiuni.

Înființată în 1994, compania TEMAD și-a început activitatea de distribuție într-un spațiu modest cu doar 4 angajați. Printre primele mărci importate și comercializate în România se numărau: Bison, Griffon, ATC, Varta, Steco, Osram.

Reporter: Care a fost parcursul companiei?

Florin Madar: După 1999, compania s-a dezvoltat puternic la nivel național, atât numărul angajaților, cât și cifra de afaceri crescând spectaculos, astfel: de la 12 angajați în 1999, la 50 în 2002, la 170 în 2007, iar în 2013 deja numărul angajaților ajunsese la 220.

În același timp, introducerea în portofoliu a unor mărci noi și diversificarea mărcilor existente a determinat creșterea constantă a cifrei de afaceri în medie cu 50% de la an la an, de la 1,28 milioane euro în 1999, la 5,7 milioane euro în 2002, ajungând până la 25 milioane în 2008.

În prezent, compania are 14 filiale cu depozite locale și o gamă de produse de peste 3000 de articole, cuprinzând în total 20 de mărci internaționale și 7 mărci proprii.

Activitatea companiei din perioada următoare a fost influențată negativ de schimbările intervenite pe piață, în contextul scăderii puterii de cumpărare a populației și diminuării drastice a investițiilor în construcții, înregistrate începând cu 2009, după ce criza economică și-a făcut simțită prezența în majoritatea domeniilor din Construcții și Industrie.

Reporter: Cum ați reușit să faceți față perioadei de criză?

Florin Madar: Compania a reușit să-și mențină cifra de afaceri prin introducerea de game de produse noi și prin in-



trarea pe noi piețe chiar și în condițiile crizei economice care s-a accentuat de la an la an.

Fiind într-o continuă analiză a cerințelor pieței, TEMAD a identificat oportunități de afaceri solide și și-a extins activitatea creându-și mărci proprii ce au susținut vânzările în perioada crizei economice: Rino - adezivi și etanșeizanți, Swordflex - abrazive, StarkBohrer - burghie, Karro - accesorii de baie și bucătărie, Protek - echipamente de protecție, iar mai târziu intrând în domeniul producției, deschizând în 2012 o linie de prelucrare a profilelor de trecere din Aluminiu.

În anul 2013, compania TEMAD și-a completat portofoliul cu o marcă nouă: Termico - plasa din fibră de sticlă și alte accesorii pentru termosisteme.

Crearea propriilor centre de producție reprezintă o prioritate în strategia de dezvoltare a TEMAD, iar crearea Grupului de firme TEMAD a fost cea mai bună soluție pentru punerea în practică a acestei strategii.

"Cifra de afaceri a companiei TEMAD în 2013 a fost de

25
milioane euro, iar profitul net de 1,4 milioane euro".

Grupul de firme TEMAD cuprinde TEMAD Co - Importator și distribuitor național de produse auxiliare pentru construcții și industrie, TEMAD Energie - Centrală fotovoltaică și TEMAD Produc-

ție - Fabrică de plasă de fibră de sticlă.

Reporter: Cum ați perceput mediul economic în care v-ați desfășurat activitatea pe parcursul acestor 20 de ani? Care perioadă a fost cea mai bună pentru dezvoltarea afacerii? Dar cea mai proastă?

Florin Madar: Mediul economic în care compania își desfășoară activitatea este imprevizibil și instabil. Cea mai bună perioadă a fost între 2000 și 2007, iar cea mai nevaforabilă între 2009 și 2010.

Reporter: Ce cifră de afaceri și ce profit a realizat, anul trecut, grupul TEMAD și cum au fost aceste rezultate față de 2012?

Florin Madar: Cifra de afaceri a companiei TEMAD în 2013 a fost de 25 milioane euro, iar profitul net de 1,4 milioane euro. Față de anul 2012, în 2013 am reușit să înregistrăm o creștere de 2% în contextul în care piața construcțiilor a scăzut constant în ultimii ani.

Celelalte companii din grupul TEMAD și-au început activitatea în 2013 și întrucât investițiile sunt încă în derulare, acestea își vor atinge potențialul maxim până în 2015.

Reporter: Ce estimări aveți pentru vânzările companiei din acest an?

Florin Madar: Estimăm că vânzările pe TEMAD Grup vor fi aproximativ 30 milioane euro.

Reporter: Care este produsul din portofoliul TEMAD care se vinde cel mai bine?

Florin Madar: Cele mai vândute produse din portofoliu fac parte din brandul Bison și desigur plasa din fibră de sticlă.

Reporter: Ce planuri de dezvoltare aveți pe termen scurt și mediu?

Florin Madar: Pe termen scurt, obiectivele noastre sunt creșterea rentabilității fabricii prin atingerea capacității maxime de producție, reducerea cheltuielilor operaționale prin dezvoltarea și perfecționarea sistemului informatic și de gestiune, creșterea cifrei de afaceri TEMAD în concor-

danță cu evoluția pieței și în consecință, creșterea cotei de piață, consolidarea afacerii pe domeniile noi în care compania și-a extins activitatea.

Reporter: În ce zone ale țării ați înregistrat cea mai mare creștere a vânzărilor?

Florin Madar: Creșteri semnificative s-au înregistrat în ultimii ani în zona de nord, Moldova și centru.

Reporter: Ce prognoze aveți pentru sectorul construcțiilor și creșterea economică în acest an?

Florin Madar: În sectorul construcțiilor noi se va înregistra o creștere atât în domeniul construcțiilor civile, datorită deficitului foarte mare de locuințe și a costurilor de construcție echilibrate comparativ cu cheltuielile cu un apartament vechi, cât și în domeniul construcțiilor industriale datorită relansării timide a investițiilor și a creditării recente.

În sectorul amenajărilor și renovărilor/reabilitărilor se va înregistra, de asemenea, o creștere semnificativă ce va avea un impact pozitiv în vânzările de materiale auxiliare pentru construcții și amenajări.

Estimăm o creștere economică în perioada următoare datorită apetitului pentru consum specific țării și a reînnoirii programelor de finanțare.

Reporter: Care este opinia dumneavoastră privind accesul companiilor la finanțare? Dar despre costurile de finanțare?

Florin Madar: În ultimii ani, există oferte constante pe piață finanțatorilor, aceștia propunând soluții ce ar putea veni în



ajutorul companiilor. Accesul la finanțare este facil atunci când indicatorii financiari relevă rezultate favorabile, necesitatea reală a finanțării și o utilizare rațională a acesteia. Principalele inconveniente rămân nivelul dobânzilor, condițiile generale, cerințele de garantare și timpul consumat pentru analiză și întocmirea dosarului.

Costurile au un nivel constant în ultimii doi ani, acestea fiind asumate odată cu contractarea finanțării. Un factor important este reprezentat de moneda finanțării. Astfel, costurile de finanțare sunt influențate negativ de volatilitatea și evoluția cursului de schimb.

Pentru multe companii, nivelul ridicat al dobânzilor și comisioanelor perceput de instituțiile financiare rămâne o barieră greu de trecut.

Chiar dacă pentru TEMAD și multe alte

companii, accesul la finanțare este un drum relativ drept, pentru o parte din clienții noștri este dificil să obțină credite, ceea ce face dificilă dezvoltarea lor viitoare.

Reporter: Când credeți că se va relua construcția de locuințe noi în țara noastră?

Florin Madar: Construcția de locuințe noi a înregistrat o scădere drastică în ultimii ani. Ieșirea din criză, creșterea economică estimată pentru perioada următoare și relansarea creditelor vor fi factorii care vor favoriza începerea unor proiecte imobiliare.

Reporter: TEMAD a accesat fonduri europene? A fost greu sau ușor? Cu ce probleme v-ați confruntat în procesul de accesare și implementare?

Florin Madar: Accesul la finanțările din fonduri europene nu este tocmai facil. Am accesat în 2009 fonduri prin Programul Operațional Sectorial "Creșterea Competitivității Economice" pentru realizarea unei secții de prelucrare a profilelor din aluminiu, în valoare totală de 199.505 euro. La mijlocul anului 2013 am primit finanțarea de 96.343 euro pentru investițiile realizate în perioada 2009 - 2012. În acest an urmează să accesăm un nou proiect cu titlul "Valoare prin performanță", în valoare de 296.211 lei, în acest moment având scrisoarea de acceptare a conformității și a eligibilității. A fost greu pentru că de la idee la finalizarea proiectului este cale lungă de mai mulți ani și trebuie parcursă o serie de etape complexe și greoaie, descurajante pentru cei interesați.

Autoritățile naționale fac reguli mai multe decât este nevoie, ce conduc astfel la o birocrație excesivă.

Problema principală cu care ne-am confruntat o reprezintă procedura de achiziție complicată și greoaie dată și de o formalistică extrem de stufoasă.

Reporter: Câți angajați aveți în acest moment? Veți continua angajările în 2014? Câte locuri de muncă noi intenționați să creați?

Florin Madar: 267 de angajați pe Grupul TEMAD. Anul

trecut s-au creat 50 de noi locuri de muncă. În perioada următoare nu intenționăm să facem angajări, ci ne îndreptăm spre eficientizarea resurselor umane existente.

Reporter: Ce clienți importanți aveți?
Florin Madar: Suntem prezenți în toate rețelele moderne de tip DIY (n.r. do it yourself - bricolaj), în peste 80% din celelalte rețele: supermarketuri, hipermarketuri, discounteri, în peste 4000 de magazine tradiționale: depozite de materiale de construcții, magazine de obiecte sanitare, piese auto, universale, metalo-chimice, decorațiuni, instalații și în peste 1000 de fabrici, șantiere, ateliere, service-uri auto, etc.

"Considerăm că prima etapă în drumul nostru spre succes a fost deja parcursă, oferind clienților noștri un parteneriat durabil și de încredere."

