

MARIAN PÎRVU, RUUKKI CONSTRUCTION ROMÂNIA:

“Ne vom dubla vânzările de țiglă metalică în 2015”

“Primul pas în piața de roofing va fi lansarea unui acoperiș metalic cu panouri solare plane integrate”



Piața de construcții autohtonă va intra pe un drum ascendent, în viitorul apropiat, pe fondul creșterii investițiilor publice și al numărului mai mare de proiecte cu finanțare europeană, ne-a declarat Marian Pîrvu, business director al Ruukki Construction România. Domnia sa apreciază că țara noastră are nevoie de investiții începând de la infrastructură și până la îmbunătățirea calității fondului locativ. Marian Pîrvu susține că focusul Ruukki Construction pe plan local va fi exclusiv pe segmentul rezidențial, ce oferă cele

mai bune perspective de creștere pe termen mediu și lung. Compania își va dubla vânzările de țiglă metalică, în 2015, pe fondul extinderii capacității de producție și dezvoltării rețelei de distribuitori, ne-a spus domnia sa, subliniind că Ruukki va lansa un tip de acoperiș metalic cu panouri solare integrate. Compania de construcții a avut una dintre cele mai creșteri ale vânzărilor în perioada de criză, potrivit domnului Marian Pîrvu, care ne-a spus că, în ultimii trei ani, cifra de afaceri Ruukki a crescut cu 140% în țara noastră.

Reporter: Ați declarat, recent, că producția din Bolintin Deal va fi oprită în această iarnă. Ce planuri aveți cu fabrica?

Marian Pîrvu: În urma fuziunii dintre companiile Ruukki și SSAB, au fost luate mai multe decizii pentru optimizarea portofoliului de produse și branduri, în funcție de specificul local și de strategia globală.

În România, ambele companii erau prezente pe segmentele de oțeluri speciale și acoperișuri metalice, unde există o suprapunere de portofolii, chiar dacă nu perfect simetrică.

Focusul Ruukki Construction în România va fi exclusiv pe segmentul rezidențial, piață ce oferă cele mai bune perspective de creștere pe termen mediu și lung.

Ca atare, urmează ca, până la debutul sezonului din anul următor, să relocăm, din Bolintin Deal, producția țiglelor metalice și accesoriilor aferente și să dezvoltăm două centre de producție în Moldova și Muntenia tot pe

criteriul cererii, acestea fiind regiunile cu cea mai mare dinamică. Obiectivul Ruukki Construction este să fim cea mai performantă companie care livrează produse și servicii pentru industria construcțiilor. Ne dorim să devenim și în România, în scurt timp, cel mai important jucător pe piața acoperirilor metalice.

Reporter: De ce ați ales să închideți secțiile de panouri, profile și structuri metalice, care aveau cea mai mare pondere în cifra de afaceri?

Marian Pîrvu: Este o decizie luată la nivel de grup și se bazează pe strategia de dezvoltare, adaptată cererii din fiecare piață specifică. Decizia a fost luată în august 2014, după fuziune, însă detaliile au fost analizate și discutate îndelung.

Vorbim despre două grupuri puternice, cu portofolii extrem de complexe de produse și servicii integrate, care s-au unit și care au trebuit să ajusteze toate operațiunile, astfel încât să funcționeze ca un tot.

140%

- creșterea cifrei de afaceri din ultimii trei ani a companiei Ruukki în România.



Produsele de pe segmentul industrial aveau o pondere majoritară în business-ul local ca urmare a politicii de dezvoltare adoptată de companie. Acum vom schimba focusul. În România, concentrarea va fi exclusiv pe segmentul de acoperișuri metalice. Ne dorim ca, în foarte scurt timp, să ne dublăm vânzările de pe acest segment, să creștem numărul de distribuitori și țintim primele poziții.

Ruukki beneficiază de materie primă de cea mai bună calitate produsă acum de cel mai important grup global de pe piața oțelurilor speciale.

Cunoaștem piața din România și credem că putem crește pe acest segment de activitate. Calitatea ne diferențiază, astfel că vom continua investițiile în traininguri pentru angajații proprii și pentru

rețeaua partenerilor distribuitori, punând totodată accent și pe procesul de educare a pieței.

Reporter: Cum estimați că vor evolua vânzările companiei după închiderea fabricii din Bolintin Deal?

Marian Pîrvu: În 2015 vom ajunge să ne dublăm vânzările de țiglă metalică. În 2013, am avut vânzări totale pe acest segment de 5 milioane de euro. Anul acesta vom înregistra un avans de peste 40% pe acest segment, iar anul viitor vom continua creșterea. Această creștere va avea la bază extinderea capacităților de producție și dezvoltarea rețelei de distribuitori, la care se adaugă și lansarea de produse noi.

Reporter: Concret, care este strategia de dezvoltare a companiei pentru următorii ani?

"Anul acesta vom înregistra un avans de peste

40%

pe segmentul de țiglă metalică, iar anul viitor vom continua creșterea".

Marian Pîrvu: Vom dezvolta capacitățile de producție pentru acoperișuri și vom optimiza cele două centre ale Plannja din Moldova și Muntenia, regiunile cu cea mai mare cerere. Este o mutare strategică, care ne va asigura cea mai bună poziție pe piața de acoperișuri. Avem deja o prezență bună în Moldova, pe care o vom consolida prin dezvoltarea liniei de la Răcăciuni. Fabrica de la Tunari ne va permite o distribuție foarte bună în toată Muntenia. Dezvoltarea puternică pe acest segment este principalul focus al companiei.

Primul pas în piața de acoperișuri va fi lansarea unui produs premium, care oferă o nouă soluție pentru clienți și care ne reprezintă foarte bine și valorile: acoperișuri metalice cu panouri solare plane integrate.

Sistemul de panouri solare, destinat aportului încălzirii apei menajere, se va putea vinde și separat, și este compus din panouri plane, boiler de acumulare, accesorii, automatizări și conectări necesare unei funcționări sigure și eficiente.

Reporter: Cum ați reușit să vă mențineți pe piață pe timp de criză?

Marian Pîrvu: Ruukki a fost una dintre companiile de pe segmentul de construcții cu cele mai mari creșteri înregistrate în anii de criză. Numai în ultimii trei ani cifra de afaceri a companiei a crescut în România cu aproximativ 140%.

Anul trecut, Ruukki a fost unul dintre cei mai mari jucători de pe segmentul de construcții din România. Ruukki a performat foarte bine pe fiecare dintre segmentele de activitate.

Focusul a fost în principal pe segmentul industrial de unde au venit comenzi foarte mari. Din fabrica de la Bolintin Deal s-au livrat produse către șantiere de anvergură din toată lumea.

Dorim să rămânem unul dintre cei mai importanți jucători de pe piața de construcții din România. Producția va fi destinată preponderent pieței interne.

Credem că segmentul rezidențial prezintă un potențial ridicat. De asemenea, estimăm un interes în creștere pentru produse de calitate superioară. În cele din urmă, acoperișul joacă un rol major în asigurarea unei durabilități crescute pentru locuințe.



Reporter: Care sunt previziunile dumneavoastră cu privire la evoluția pieței construcțiilor pe termen scurt și mediu în România?

Marian Pîrvu: În 2014, piața de construcții a fost susținută exclusiv de investițiile private. Observăm o intensificare a activității pe segmentul birouri, retail sau cel rezidențial, în special în București și regiunile cu o putere de cumpărare mai mare.

În viitorul apropiat ne așteptăm la o creștere a investițiilor publice și la un număr mai mare de proiecte cu finanțare europeană.

Pe hârtie, există nenumărate premise de creștere. Rămâne să vedem cum vor arăta lucrurile în practică.

Reporter: Vom avea sau nu o cerere mai mare în segmentele de piață pe care activați? Dar o creștere a prețurilor de vânzare?

Marian Pîrvu: Pe piața acoperișurilor rezidențiale remarcăm deja o cerere în creștere pe segmentul în care activăm. Ruukki are avantajul de a avea un control mai bun al costurilor datorită faptului că produce materia primă intern. Tabla utilizată pentru realizarea acoperișurilor metalice este furnizată de grupul SSAB din care facem parte. Nu estimăm o creștere a prețurilor în viitorul imediat.

Reporter: Care sunt șansele să înregistrăm o nouă bulă imobiliară, în următoarea perioadă? FMI a avertizat, recent, mai multe țări în acest sens.

Marian Pîrvu: Bulele sunt posibile atunci când crește puterea de cumpărare, precum și gradul de optimism în ceea ce privește evoluția veniturilor. Nu credem că am ajuns într-un astfel de punct.

Majoritatea achizițiilor de locuințe realizate în această perioadă nu aduc modificări substanțiale în ceea ce privește structura cheltuielilor unei familii. Cei mai mulți tineri accesează credite de tip Prima Casă care le permit să plătească rate cu valori egale cu cele ale chiriilor cerute în piață pentru imobile similare. Vorbim, așadar, de achiziții prudente. Bulele implică o abandonare a prudenței.

Reporter: Care credeți că sunt factorii care pot aduce piața românească de construcții pe creștere?

Marian Pîrvu: Piața de construcții va intra pe creștere în viitorul apropiat. România este o țară aflată în dezvoltare. Anul acesta, piața a resimțit stoparea investițiilor publice, dar credem că vorbim de o situație pasageră. România este o țară care are nevoie de investiții pe diverse segmente pornind de la infrastructură și până la îmbunătățirea calității fondului locativ.

Reporter: Cum vă înțelegeți cu băncile?

Marian Pîrvu: Ruukki s-a dezvoltat în România cu fonduri asigurate de compania mamă din Finlanda. Ne-am bazat foarte puțin pe sprijinul băncilor. Ruukki Construction România face parte acum

dintr-un grup și mai puternic. Credem că avem potențialul de a crește foarte mult cu ajutorul fondurilor interne.

Reporter: S-a schimbat ceva în comportamentul băncilor după perioada de criză?

Marian Pîrvu: Orice criză financiară duce la o creștere a gradului de prudență pe toate palierele. Acest lucru a putut fi observat cu precădere în decizia de cumpărare a clienților.

Reporter: Care sunt problemele pe care le-ați întâmpinat în activitate în ultima perioadă?

Marian Pîrvu: Piața din România a fost pentru Ruukki mai degrabă una care a oferit oportunități. În ultimii ani, am remarcat o diminuare a activității de pe segmentul industrial. Nu același lucru se poate spune despre piețele nordice unde investițiile de acest tip au fost preponderente în acest interval.

România este, însă, o piață diferită cu nevoi diferite.

Reporter: Ce măsuri v-ați dori să fie luate de autorități în sprijinul antreprenorilor?

Marian Pîrvu: Se spune că lucrul cel mai bun pe care îl poate face un stat pentru agenții economici este să interfereze cât mai puțin cu activitatea acestora. Nu ne dorim ca statul să facă ceva specific pentru noi. Ne dorim doar să ne permită să ne dezvoltăm liber, în funcție de datele din piață.

Reporter: Cum apreciați competiția pe piața construcțiilor din România?

Marian Pîrvu: Anii de boom au dus la apariția unui număr foarte mare de jucători. Ultimii ani au dus, însă, la o diminuare a numărului companiilor de pe acest segment de activitate.

Noi mizăm pe prezența unui număr cât mai mare de jucători internaționali care să poată oferi garanții suplimentare consumatorilor în ceea ce privește calitatea produselor oferite. Calitatea construcției clădirilor din țările membre UE va juca un rol din ce în ce mai important în viitorul apropiat.

Reporter: Vă mulțumesc!

"Bulele imobiliare sunt posibile atunci când crește puterea de cumpărare, precum și gradul de optimism în ceea ce privește evoluția veniturilor. Nu credem că am ajuns într-un astfel de punct".

Fuziunea dintre Ruukki și SSAB a avut loc pe data de 29 iulie 2014. Compania rezultată în urma acestui proces, cu sediile în Scandinavia și Statele Unite ale Americii, produce elemente standard sub formă de fâșii, plăci, role și țevi, precum și sisteme metalice pentru construcții civile și industriale. Noua societate are cinci divizii, respectiv SSAB Oțeluri speciale, SSAB Europa, SSAB America, Tibnor și Ruukki Construction.

Vânzările nete preliminare combinate pentru Ruukki și SSAB au fost de aproximativ 6,4 miliarde de euro, în cursul anului 2013. Compania rezultată în urma fuziunii are 17.300 de angajați și o capacitate anuală de producție de 8,8 milioane de tone de oțel.

