

IULIU MOLDOVEANU, ACRM:

“România asigură 15% din volumul de mobilă vândut de IKEA la nivel mondial”

Vânzările noastre de mobilă au crescut cu circa 10-12%, în acest an



Anul 2015 a fost unul foarte bun din punct de vedere al producției de mobilă, după cum declară Iuliu Moldoveanu, președintele Asociației Clubul Român de Mobilă (ACRM).

Domnia sa ne-a spus, în cadrul unui interviu, că valoarea vânzărilor a crescut cu circa 10-12%, în prima parte a anului în curs, comparativ cu aceeași perioadă a lui 2014, atât ca urmare a creșterii achizițiilor de locuințe, cât și în urma faptului că unele proiecte rezidențiale noi la care s-a lucrat mult anul trecut au fost finalizate abia în 2015, în loc de 2014.

Potrivit domnului Moldoveanu, și segmentul de exporturi a avut o evoluție pozitivă. Domnia sa subliniază că ponderea vânzărilor la export și cea la intern trebuie să fie apropiate.

În continuare, pe piețele externe sunt vândute în special livingurile și dormitoare, mai ales cele din lemn masiv - “produse care nu se găsesc la vestici”.

Lemnul masiv este baza acestei industrii, atât la export, cât și la intern, însă mai sunt și părțile melaminate pentru un mobilier mai ieftin, potrivit sursei citate.

Președintele ACRM ne-a precizat: “Am înregistrat o creștere de până

la 15%, pe segmentul de bucătărie și tapițerie. La export, au rămas aceleași zone tradiționale - Europa Occidentală este unul dintre partenerii tradiționali. Restul zonelor, cum ar fi Rusia, de exemplu, nu s-au dezmoșit. Pe zonele arabe vindem foarte puțin. Încercăm acum varianta unor misiuni economice, a unor târguri și a unor participări la târguri de specialitate, în vederea obținerii de contracte. Însă distanța și logistica reprezintă problemele cu care ne putem confrunta în exportul către țările arabe. Costurile ar fi destul de ridicate, în acest sens. De aceea, producătorii mari din România preferă să lu-

creze în continuare cu partenerii tradiționali din afara țării, respectiv IKEA și Steinhoff (n.r. grupul sud-african Steinhoff a achiziționat, anul trecut, grupul austriac kika Leiner).

Dacă vorbim de companiile mari, Aramis și-a bugetat o creștere a vânzărilor de la 100 de milioane de euro, anul trecut, la 125 de milioane de euro în 2015, Lemet a crescut foarte mult, deși exportă doar 5%, însă și-au deschis magazin după magazin, în diverse zone”.

Fabricile românești de mobilă și amenajări interioare asigură circa 15% din volumul vândut de IKEA la



nivel mondial (China asigură 25%). Din primele zece fabrici de profil din România, șase sau șapte lucrează pentru IKEA, iar două pentru Steinhoff.

Sunt companii care lucrează strict pentru IKEA.

Dacă ar fi, însă, să alegem între mobila de la IKEA, realizată în regim industrial, și mobilier de la producătorii specializați de talie medie, este de preferat a doua variantă, fiind o diferență mare și la nivel de design, și la nivel de preț, potrivit președintelui ARCM.

Deși piața românească a mobilei are un potențial foarte mare de dezvoltare, cei care nu și-au organizat foarte bine fluxurile, care nu au depus proiecte la timp și care nu au reușit să se re tehnologizeze suferă în continuare, a ținut să menționeze Iuliu Moldoveanu, adăugând: "Au comenzi, dar nu le realizează la timp, nu se încadrează în marjele de profit din cauza lipsei tehnologiei și, în aceste condiții, este clar că nivelurile de creștere ale pieței sunt datorate firmelor mari și medii, care au reușit să se contureze din punct de vedere tehnic".

Arhitecții, tot mai prezenți în producția de mobilă

Referitor la partea de stiluri și tendințe, în piață există o serie de semnale că producătorii de mobilă sunt susținuți de arhitecți.

"Cei care sunt trend-seteri în acest moment ne ajută foarte mult în ceea ce înseamnă conturare de culori, ambientări interioare etc. Ne bucură că au înțeles partea de flux tehnologic pe care companiile de profil o au și și-au dat seama și de potențial", a comentat Iuliu Moldoveanu.

Moldoveanu: "Implicarea politicului în problema achizițiilor de păduri ar trebui să ducă la o conservare a masei lemnoase pentru producătorii români"

Implicarea politicului în problema achizițiilor mai mult sau mai puțin legale de lemn din pădurile noastre ar trebui să ducă la o conservare a ceea ce înseamnă masa lemnoasă pentru producătorii români de mobilier, este de părere Iuliu Moldoveanu. Domnia sa susține că celelalte companii, care prelucurează lemnul și îl transformă în cherestea, nu ar trebui "să profite de lemnul nostru", întrucât "plusvaloarea este clar de partea lemnului transformat în mobilă".

Afirmațiile președintelui ARCM vin în contextul în care Ministerul Mediului, Apelor și Pădurilor (MMAP) a transmis, recent, Parchetului General, o serie de rapoarte după controalele efectuate de instituție la operatori din sectorul forestier, în urma cărora a constatat mai multe nereguli, fiind vizată și compania austriacă Holzindustrie Schweighofer.

În perioada 7 mai-12 iunie, ministrul de resort Grațiela Gavrilescu a declanșat un amplu control la fabricile Holzindustrie Schweighofer din Sebeș și Rădăuți, precum și la sediile principalilor furnizori de materiale lemnoase către compania austriacă.

MMAP arată că scopul controalelor a fost verificarea respectării prevederilor legale referitoare la proveniența, transportul, depozitarea, prelucrarea primară și comercializarea materialelor lemnoase, inclusiv importul acestora.

Reprezentanții Ministerului Mediului susțin că, după verificarea stocurilor fizice declarate și a înregistrărilor contabile, au identificat o serie de nereguli, precum suspiciuni privind existența mai multor operatori economici care au furnizat material lemnos fără proveniență legală, rezultat din tăieri ilegale, inadvertențe privind modul de recepție și înregistrare a materialelor lemnoase, existența de material lemnos recepționat cu documente din care nu rezultă clar proveniența etc.

IKEA, cel mai mare proprietar de păduri

Grupul suedez IKEA, prin subsidiara sa locală, a cumpărat 33.600 de hectare de pădure de la noi, țara noastră devenind primul loc în care societatea își va administra propriile operațiuni forestiere.

IKEA a încheiat tranzacția cu firma suedeză Greengold, condusă de foștii parteneri ai universității ame-

ricane Harvard în România.

În opinia domnului Moldoveanu, IKEA a asigurat masă lemnoasă pentru firmele care lucrează pentru ea. Chiar dacă au capital românesc, ele sunt administrate de IKEA, spune domnul Moldoveanu, precizând: "Sunt foarte multe companii care au renunțat să mai lucreze cu IKEA și în scurt timp după aceea s-au închis, pentru că nu au mai avut ce face cu utilajele. Și cei de la IKEA, și cei de la Schweighofer și-au asigurat necesarul de masă lemnoasă pentru a fi profitabili. De ce Schweighofer a deschis trei fabrici în România? Pentru că în Austria nu-i mai lasă legislația, organizațiile civile etc. Aici, degeaba au ieșit oamenii în stradă să ceară stoparea tăierii pădurilor că până nu se implică politicul nu se face nimic.

Recent, a avut loc o ședință a Consiliului Suprem de Apărare a Țării (CSAT), condusă de președintele Klaus Iohannis, în cadrul căreia au fost analizate, printre altele, riscurile și vulnerabilitățile la adresa patrimoniului forestier național, determinate de defrișările ilegale, cu impact major asupra climatului de afaceri și, implicit, în planul prejudicierii bugetului general consolidat de stat.





Domnia sa ne-a spus că oamenii au început să-și dea seama de importanța unei alegeri deosebite în cadrul casei și se raportează la ceea ce institutele de renume recomandă, atât ca stil, cât și în ceea ce privește tendințele de culoare.

„Arhitecții ne ajută și pe noi la partea de îmbinare a acestor culori. Anul acesta este în trend culoarea Marsala (n.r. o nuanță spectaculoasă de vișiniu pal, rezultat din următoarea combinație de culori: roșu bordo 60%, maro 30%, bej 10%), care, combinată cu tot felul de alte nuanțe, poate oferi o imagine cromatică excelentă”, ne-a spus Iuliu Moldoveanu.

Potrivit domniei sale, „s-a investit foarte mult în zona nuanțelor, însă produsul final are un cost mai scăzut față de alți ani, fără să se facă rabat la calitate. Datorită volumului de producție, avem mobilier de calitate la prețuri mai mici decât până acum”.

Iuliu Moldoveanu explică afirmațiile de mai sus, menționând că IKEA cumpără de la o anumită fabrică toată producția și îi arată constructorului cum să realizeze acel produs astfel încât să fie și bun, și ieftin.

O bucătărie digitalizată - între 6.000 și 40.000 de euro

Segmentul bucătăriilor a avut o evoluție destul de bună, datorită sistemelor noi care au apărut în ultima perioadă, potrivit domnului Moldoveanu, care a precizat: „Producătorii de accesorii ne oferă foarte multe gadgeturi pentru o bucătărie tehnologică, pe care este o plăcere să o folosești - de la corpuri ascunse incorporabile, la uși rabatabile cu telecomandă, la si-

steme de depozitare foarte bine puse la punct, până la partea de canapele”.

O bucătărie modernă, digitalizată, costă de la 6.000-7.000 de euro până la 40.000 de euro. Prețul acestui tip de mobilier depinde de modelul bucătăriei, de materialele folosite, de insulele pe care le are și de mecanismele uti-

lizate. Președintele ACRM susține că există cerere pentru astfel de produse.

Producătorii noștri de mobilă se promovează foarte puțin în afară

Companiile românești producătoare de mobilă se promovează foarte puțin în afara țării, a ținut să

precizeze președintele ACRM, afirmând: „Programe de acest tip inițiate de Ministerul Economiei au o valoare de 35 de milioane de lei, această sumă fiind împărțită între toate industriile din România, în funcție de rezultatele și de aportul de valută al fiecăruia. Acum, în sectorul mobilei, avem circa 4,5 milioane de lei pentru participarea la evenimentele internaționale și vom fi prezenți la șapte târguri și la trei-patru misiuni economice, în 2016. Este clar că banii nu ajung, iar firmele care lucrează cu parteneri vestici nu își fac reclamă lor și preferă doar să livreze marfa, ceea ce este o pierdere foarte mare pentru companiile noastre. Se știe, per ansamblu, că mobila românească este bună, dar nu există un brand de țară și nici măcar nu scrie pe eticheta produsului care este firma producătoare. Nu există multe magazine proprii de desfacere.

Educația antreprenorilor români în această direcție nu este foarte bine conturată. Preferă să-și vadă contractul încheiat, să fie un furnizor de calitate și bine perceput, sperând în semnarea unui următor contract”.

La târgul de mobilă care se va desfășura în această lună la Centrul Expozițional Romexpo din București, circa 80% dintre participanți vor fi companii românești, restul vor fi retailerii interesați de zona mobilei autohtone, potrivit domnului Moldoveanu.

Domnia sa ne-a spus că anul în curs se va termina cu creșteri importante în domeniu, pe piața internă mobilierul modern având cea mai mare cerere, iar în afara mobilei clasice fiind solicitată cu precădere.

