

“Lemet” vrea să exporte mobilă din 2017

Interviu cu domnul Alexandru Rizea, proprietarul fabricii Lemet și al brandului de magazine de mobilă LEM'S



Alexandru Rizea,
Adina Ionescu (Director
Departament Dezvoltare
Durabilă) și Adrian Rizea
(Director Comercial)

Producătorul de mobilă Lemet, înființată în orașul Câmpina, în decembrie 1991, a dezvoltat brandul de magazine LEM'S pentru desfacerea produselor sale. În prezent, rețeaua LEM'S are cea mai mare acoperire la nivel național, peste 66.000 mp de retail, amenajați în toate județele țării la același standard. Atât în fabrica Lemet, cât și în rețeaua LEM'S activează peste 1.300 de angajați.

Halele de producție au o suprafață de peste 35.000 mp. În cadrul fabricii, 575 de angajați produc mobilă, la o capacitate anuală de prelucrare de aproximativ 3.500.000 de panouri prelucrate tip PAL și MDF.

Reporter: Ce ne puteți spune despre cota de piață actuală a Lemet, dar despre cifra de afaceri?

Alexandru Rizea: Putem calcula cota de piață a rețelei Lem's, pornind de la valoarea pieței de mobilă în România, declarată de APMR (Asociația Producătorilor de Mobilă din România). Comercializăm numai produse de mobilier și electrocasnice înglobate în corpurile de mobilier. Noi credem că am dublat cota de piață față de anul 2008 și că am ajuns la 7,5%. Cifra de afaceri la 1 septembrie este cu 9% mai sus în 2015 față de 2014.

Mai important este faptul că numărul de clienți a crescut și are tendința de creștere permanentă, ceea ce dovedește că produsele

noastre sunt dorite și așteptate de către consumatorii de mobilă. Nu este o greșală de exprimare; noi lucrăm pentru a transforma fiecare client care a cumpărat prima oară de la noi într-unul care să se întoarcă tot la noi, de fiecare dată când are nevoie de un produs de mobilier, deci să devină un consumator al produselor noastre.

Reporter: Câte magazine aveți în prezent?

Alexandru Rizea: Numărul de magazine și răspândirea lor pe suprafața geografică a României legitimează rețeaua Lem's ca fiind cea mai extinsă rețea de vânzare de mobilă din țară. Este formată din 68 de magazine în franciză Lemet, 8 magazine administrate direct de

Lemet, precum și 19 magazine care vând produse Lemet în regim propriu (vânzările acestor magazine nu sunt incluse în cifra de afaceri a rețelei Lem's).

În magazinele amenajate și deschise în ultimii ani am investit 1 – 2,2 milioane de lei pe magazin. În cursul anului 2015 am deschis 6 magazine.

Reporter: De unde v-ați finanțat?

Alexandru Rizea: Finanțarea nu mai este o problemă pentru Lemet, în primul rând pentru că rezultatele financiare ale firmei au fost foarte bune și am avut la dispo-

ziție, din fonduri proprii, sumele necesare pentru mare parte din investiții și pentru jumătate din sumele investite prin proiecte finanțate din fonduri europene. Pentru cealaltă jumătate avem credite în lei sau euro. Rata de îndatorare a firmei Lemet este foarte, foarte mică. În ultimii ani nu am avut credite pentru susținerea activității de bază sau pentru amenajarea magazinelor.

Reporter: Cât va fi cifra de afaceri pentru sfârșitul anului?

Alexandru Rizea: Cifra de afaceri a rețelei Lem's, în anul 2015, va fi de 278 milioane de lei. Ea nu include cifra de afaceri a fabricii Lemet.

Reporter: Ce ne puteți spune despre accesarea de fonduri europene de către Lemet?

Alexandru Rizea: E nevoie în primul rând de un proiect de anvergură, bun. Acest lucru este posibil când "conduci cu fază lungă".

În anii 2009 și 2010, în plină criză, noi am construit o hală industrială în valoare de aproximativ 2,5 milioane de euro, cu predispoziție pentru orice flux de producție specific fabricației mobilei. Simțeam nevoia unei linii flexibile.

Am căutat accesarea, pentru prima oară, prin cofinanțare din fonduri europene, proiectul a fost considerat eligibil și a fost implementat conform programului stabilit cu autoritatea de management.

Se aplică și la noi, mai târziu decât în alte părți ale lumii, previziunea lui Alvin Toffler, în cartea sa "Șocul viitorului", conform căreia seriile mari, industriale vor dispărea și locul lor va fi luat de seriile mici, personalizate.

Anul acesta am implementat cel de-al doilea proiect cu cofinanțare din fonduri europene.

Reporter: V-ați gândit să aduceți investitori noi în Lemet?

Alexandru Rizea: Nu. Acum câțiva ani câțiva ani am primit mai multe solicitări din partea unor investitori.

În anul 2008, însă, am anunțat că Lemet nu va fi cotate la Bursă și nu va negocia vânzarea sau fuziunea.

Repet și acum: nu vrem să ne listăm la bursă și nici nu ne dorim investitori.

Reporter: Ce ne puteți spune despre export?





Alexandru Rizea: Noi am reușit să creștem an de an doar din vânzările făcute la nivel național, ceea ce înseamnă că există cerere de mobilier autohton și în România. Produsele noastre sunt gândite și realizate pentru consumatorii români și casele lor. Odată adaptate produsele la nevoile și la puterea de cumpărare a consumatorului român, cerere există.

Acum ne-am schimbat orientarea în ceea ce privește exportul, ne dorim să ieșim pe piețele externe. Până acum ne-am angajat la creșteri mici pe acest segment, pe care le realizăm cu vânzări în Bulgaria, unde avem un partener foarte bun. Prin noile investiții vom ridica nivelul produselor noastre și cred că vom fi viabili pentru export. În ultimul timp am avut contacte cu firme sau lanțuri de magazine, care sunt interesate de produsele noastre.

Reporter: Cam când?

Alexandru Rizea: Cred că în 2017 vom fi suficient de puternici încât să putem susține activitatea de export în volume considerabile.

Reporter: Pe piața externă vor fi alte produse decât cele din România?

Alexandru Rizea: Produsele actuale sunt gândite pentru piața românească. Numai aici avem cinci niveluri de putere de cumpărare a produselor noastre, plus design diferit pentru fiecare destinație.

În străinătate trebuie să abordezi problema altfel. Vorbim de alte produse, de alte standarde, inclusiv de dimensiune.

Am avut câteva încercări de export chiar reușite în Libia. Am trimis câteva containere de marfă.

Reporter: Mobila pe care o exportați în Bulgaria este mai ieftină decât mobila produsă în Bulgaria?

Alexandru Rizea: Nu știm care este prețul mobilei produse în Bulgaria, dar pot să vă spun că a noastră se vinde acolo.

Reporter: Ce ne puteți spune despre prețurile produselor Lemet? Anul trecut erați puțin supărat pe această temă și ați declarat că presiunea clienților asupra comercianților de a face permanent reduceri de preț este dăunătoare.

Alexandru Rizea: Nu, nu eram supărat. A fost doar un mesaj, pe

care vă rog să-l reluați din comunicatul de presă (n.r. aprilie 2014 – “Presiunea clienților asupra comercianților de a face permanent reduceri de preț este dăunătoare. Aceasta conduce la intensificarea luptei pentru cel mai mic preț. Rezultatul este că producătorii și comercianții nu mai pot investi în produse noi, superioare celor de pe piață, în îmbunătățirea produselor, în servicii de calitate superioară, în inovație. Considerăm că a dori produse și servicii la cel mai mic preț este o opțiune falsă. (...) Așteptăm vești de la clienți, așa cum și ei așteaptă vești de la noi. Dacă veștile se referă numai la faptul că ei doresc și noi oferim reduceri de preț, acest lucru nu este suficient. Producătorii și comercianții nu au rezerve inepuizabile în preț. Progresul se obține prin reinvestirea plusvalorii în tehnologii și materiale noi, în inovație, în oameni din ce în ce mai bine pregătiți. Dacă plusvaloarea e mică, atunci și progresele vor întârzia să apară”). Noi așteptăm și ne dorim să fim întrebați de către consumatorii noștri: “Ce ați mai făcut pentru noi?” și trebuie să răspundem cu programe noi, cu materiale noi, cu servicii de calitate, cu oameni din ce în ce mai bine pregătiți, cu inovații, cu un raport corect calitate – preț. Toate acestea se realizează dacă marja de profit permite acest lucru. Este cunoscut faptul că producătorii nu au marjă de profit așa de mare, încât prin reducerile mari de prețuri să nu riște să aducă prețurile de vânzare sub prețurile de producție.

Reporter: Ați demarat și producția de canapele. Ce ne puteți spune despre prețurile pe care le practicați la aceste produse, comparativ cu cele ale distribuitorilor?

Alexandru Rizea: Despre prețuri nu vă spun nimic, se pot vedea și compara în magazine. Când am început fabricarea mobilierului tapițat aveam în magazinele noastre produsele altor 3 – 4 producători. Nu am eliminat nici un producător și niciun produs al lor. Am preferat să dezvoltăm această activitate în condiții de concurență maximă. În magazinele administrate de Lemet, produse fabricate de noi se vând în proporție mai mare de



50% din vânzările totale de mobilier tapițat.

Reporter: Cum vă diferențiați de concurență? Cum vedeți competiția în domeniul în care activați?

Alexandru Rizea: Întotdeauna a fost o concurență aprigă. În general, între firmele cunoscute este o concurență corectă, care ne convine. Concurența neloyală vine din partea firmelor necunoscute, producătoare de mobilă la comandă.

Reporter: Când veți demara producția de mobilă din lemn prin noua linie?

Alexandru Rizea: Vom începe până la sfârșitul anului, dar cele două noi linii vor funcționa anul viitor. De mai mult de un an de zile pregătim oamenii pe locuri de muncă, avem un responsabil de proiect, avem produse proiectate, dar “startul” va fi cu “plecare de pe loc”. Va fi greu, dar cel mai vechi slogan al nostru este: “Entuziasm și pasiune”.

Reporter: Nu vă este frică să începeți producția în noua linie tehnologică?

Alexandru Rizea: Îmi este frică, dar era riscant pentru viitor să rămânem la singura tehnologie de fabricare a mobilei din plăci, limitată din punct de vedere a posibilităților de diversificare și care poate fi foarte ușor imitată, copiată. Trebuie să putem să dezvoltăm alte tehnologii. Ele au fost aduse pentru viitorul firmei și a oamenilor care se dedică îndeplinirii viziunii organizației din care fac parte, cu mândrie.

Reporter: Vindeți și mobilier pentru hoteluri?

Alexandru Rizea: Ocazional am produs mobilier pentru diferite pensiuni, blocuri. Este o activitate pe care ar trebui să o avem în ve-

Noi credem că
am dublat cota de
piață față de anul 2008 și
că am ajuns la

7,5%

dere. Ne trebuie proiectare, vânzătorii etc.

Am avut în permanență în cap să facem așa ceva, dar întotdeauna ne-a prins necesitatea altor activități.

Reporter: Ce ne puteți spune despre investiții?

Alexandru Rizea: Anul acesta finalizăm investițiile mari. Vom începe construirea unui depozit pentru achiziții de materiale și accesorii pentru mobilă, pe care o vom finaliza în anul 2016. Și ne oprim, să fim anticiclici, căci se apropie următoarea criză, începând cu 2017.

Reporter: Ce produse mai vreți să lansați pe piață?

Alexandru Rizea: Vom perfecționa produsele deja aflate pe piață și vom veni cu altele noi. Le vom vedea anul viitor în magazine.

Reporter: Ce mai vrea consumatorul român?

Alexandru Rizea: Consumatorii noștri văd tendințele din țările din vest pentru că posibilitățile de a călători, de a lucra în străinătate au crescut. Dar trebuie să știm că, pentru a avea ce au vesticii, trebuie să ne pregătim noi, ei, precum și noi împreună cu ei...

Reporter: Vânzări online v-ați gândit să faceți?

Alexandru Rizea: Ne interesează ca o operațiune de nișă, nu avem așteptări de volume.

Concurența spune că este un ca-

nal de vânzare de viitor, dar deocamdată nu fac volume pe el.

Cam asta este și situația noastră, numai că noi nu am demarat acest canal de vânzare.

În plus, în jur de 60-70% dintre oameni vor montaj. Este mai comod. Dacă ar fi online, atunci ar fi mai complicat și și-ar asuma un risc.

Reporter: Vreți să aduceți și decorațiuni în magazine?

Alexandru Rizea: Pare simplu să faci asta, dar este o altă meserie. Avem proiect de amenajare integrală a magazinului, în așa fel încât prezentarea să fie ca la tine acasă.

Dar nu poți să pui doar o farfurie dacă vrei să fii serios în decorațiuni. Trebuie să ai diversitate a decorațiunilor și nu ne preocupă asta acum.

Reporter: Mai este loc de creștere?

Alexandru Rizea: Dezvoltăm gama de produse pe verticală și orizontală pentru că avem unde. În 2008 aveam aproximativ 300 de produse, iar acum avem peste 10.000. Am trecut la nivelul acesta pentru că piața cere în continuare. Am încercat să scoatem din ele, dar nu mai putem.

Reporter: Care este opinia dumneavoastră despre noul Cod Fiscal?

Alexandru Rizea: Nu suntem mulțumiți de fiscalitatea din România, dar ce putem face? Noi nu putem influența asta. Suntem atenți la prevederile Codului Fiscal ca să nu greșim și ne plătim taxele la timp, pentru că nu ne permitem să acumulăm datoriile. Vă dau un exemplu: în anii trecuți am construit spații industriale care includeau rampe. Anul trecut s-au impozitat rampele (construcții speciale) deja construite și am plătit în plus impozit 300 de milioane de lei vechi. Până în 2017 nu mai construim nicio rampă.

Reporter: Ce ne puteți spune despre relația cu băncile?

Alexandru Rizea: Noi afirmăm că ne dorim o relație de pe poziții de egalitate cu furnizorii și cu clienții noștri. Cu băncile nu a fost dintotdeauna așa, dar acum este. Noi avem relații excelente cu băncile, bazate pe respect, încredere și pe cunoașterea oamenilor și a viziunii lor în legătură cu dezvoltarea.