

"Dacă Ikea renunță la producătorii de mobilă din România, avem o mare problemă"

(Interviu cu Iuliu Moldoveanu, președintele ACRM)

- "Din primii zece producători de mobilă de la noi, opt lucrează pentru Ikea și unul pentru Kika" ● "«Războiul» dintre fabricile de mobilă și micii meseriași este mai mult un război de gherilă" ● "Căutarea continuă de oameni generează conflicte între companii, pentru că își iau unul altuia muncitorii, nefiind forță de muncă în piață"

Magazinele de tipul Ikea sau Kika nu sunt un dușman al producătorilor de mobilă, ne-a spus Iuliu Moldoveanu, președintele Asociației Clubul Român de Mobilă (ACRM), într-un interviu, completând: "Aceste magazine comercializează mobilier de o anumită factură, specializat, iar o mare parte a mobilierului este executat în România. Dacă Ikea pleacă mâine din România, atunci avem o mare problemă. Ikea lucrează ca furnizor global de soluții, dar mobilierul este făcut în țara noastră. 47.000 de oameni lucrează în momentul acesta pentru Ikea, pe industria amenajări interioare, de la mobilier până la perdele, de la saltele până la cești de porțelan. Din primii zece producători de mobilă din România, opt lucrează pentru Ikea și unul pentru Kika".



Reporter: Ce rol are industria mobilei în economia autohtonă?

Iuliu Moldoveanu: Industria mobilei are în continuare un aport major în ceea ce înseamnă echilibrarea balanței comerciale, pentru că este o industrie care exportă foarte mult. Anul trecut am exportat mobilă în valoare de circa 2,2 miliarde euro și am importat obiecte de mobilier de 661,8 milioane. Deci, balanța comercială este bună, 86,4% din producția noastră de mobilă exportându-se, în condițiile în care valoarea producției a fost de 2,5 miliarde euro. Faptul că în 2017 industria de profil a avut o creștere față de 2016 destul de mică,

de circa 0,9%, iar exportul a crescut cu 1,7%, este un aspect important.

Reporter: Unde exportăm mobilă?

Iuliu Moldoveanu: Exportăm în Germania (18-20%), în Franța (14%), Cehia, Olanda, Maria Britanie, Spania, spațiul UE fiind acoperit. Creșteri importante ale exportului au fost înregistrate în Polonia, Federația Rusă, Moldova, Spania, Olanda, Belgia, reduceri având loc în Germania, Italia, Austria, Marea Britanie, Ucraina, SUA, Serbia.

În continuare industria este interesată să exporte către America și țările arabe. Există, însă, o problemă legată de cultura țărilor respective,

pentru că mobilierul exportat în America este cu totul altfel față de cel din UE și față de țările arabe și este nevoie de arhitecți, de formatori de opinie care pot să facă mobilă pentru aceste destinații, iar relațiile noastre comerciale cu aceste două extremități sunt destul de mici, ceea ce se reflectă și în zona de mobilier.

Reporter: Ce s-a întâmplat cu exporturile masive pe care le făceam către Rusia?

Iuliu Moldoveanu: S-au mutat în zona UE. Înainte de 1989, România a exportat mai mult în URSS, iar acum

(continuare în pagina 34)



urmare din pagina 32

foarte puține firme mai trimit mobilă în această zonă - cele care fac mobilă din lemn masiv, dar nu neapărat în Rusia, ci în țările vecine - Armenia, Uzbekistan etc. Ca să poți exporta în Rusia este nevoie de foarte multă birocrație și diplomație.

Piața internă absoarbe destul de puțin, deși relaxarea fiscală ar fi trebuit să determine o creștere a consumului de produse pe termen mediu lung, cum sunt cele de mobilier.

Reporter: Dar de ce livrăm atât de puțin pe intern?

Iuliu Moldoveanu: Importul de mobilier care se face este exclusiv pentru piața de HoReCa și office, foarte puțin pe home. Produsele din Polonia sunt mult mai ieftine decât cele pe care le facem noi. Cauzele sunt multiple - de la prețul materiei prime, care este mai mic, la tehnologizarea pe care o au, până la ajutorul statului polonez în susținerea exportului.

Reporter: Din punct de vedere calitativ, cum sunt aceste obiecte de mobilier aduse din afară?

Iuliu Moldoveanu: Calitativ sunt cam la fel, dar dacă vorbim strict de mobilier din plăci laminate, HPL, nu de lemn masiv, unde noi suntem mult în față.

Reporter: Din ce zonă vin cele mai multe cereri - apartamente, vile, renovări?

Iuliu Moldoveanu: Cred că zona de apartamente și vile noi are o pondere mai mare, dar și valorile sunt mai mari aici. Sunt anumiți clienți care dacă nu sunt sfătuiți de arhitecți ajung să își împartă bugetul, în momentul în care își construiesc o casă, în așa fel încât atunci când termină cu totul, mai puțin ambientare, ajung la fundul sacului. Și așa încearcă să mobilizeze sutele de metri pătrați cu 5% din valoarea inițială a proiectului. De aceea este nevoie de specialiști, de birouri care să aibă cunoștințe de ce se întâmplă în industrie. Noi am creat cel puțin două birouri de arhitectură cu care lucrăm în mod constant pentru nevoile membrilor noștri și care ajută foarte mult în ceea ce ține de buna relație între clientul final și producător, pentru că aceștia doi în permanență

sunt în poziții antagonice, indiferent de dorința unui furnizor de a fi cât mai pe placul clientului. Dacă furnizorul i-ar spune clientului că îi duce mobilierul acasă fără să îl coste nimic, atunci lucrurile ar sta foarte bine. Câtă vreme însă totul are un cost și un termen, situația ajunge să degereze. Arhitectul se ocupă de tot, de la ce înseamnă zona de instalații și până la ce presupune mobilarea, ocupându-se inclusiv de ceea ce înseamnă relația cu furnizorul, obținere de oferte etc. Dacă lucrezi cu un specialist, ai toate șansele să iasă ceea ce îți dorești.

În ceea ce privește clădirile noi, bucatăriile sunt incluse în prețul apartamentului, fiind luate de la diverși dealeri, care oricum pun o presiune fantastică pe preț, din punct de vedere al furnizorilor, iar noi suntem acum în postura să refuzăm produsele ieftine. Nu este normal să lucrăm cu niște marje foarte mici în intern, când putem lucra cu marje normale în afara țării.

O parte din mobila realizată în apartamente este înregistrată, apărând în situațiile Institutului Na-

țional de Statistică, o altă parte, însă, este făcută de micii meseriași care nu sunt înregistrați nicăieri. Această zonă este destul de periculoasă, pentru că afectează mult producătorii mici și medii. „Războiul” dintre fabricile de mobilă și micii meseriași este mai mult un război de gherilă, pentru că ei sunt mulți.

Reporter: Dar cu magazinele de genul Ikea și Kika ce relații aveți?

Iuliu Moldoveanu: Magazinele de acest tip nu sunt un dușman al nostru, pentru că ele fac mobilier de o anumită factură, pe care sunt specializate, iar o mare parte din mobilierul de la Ikea este făcut în România. Dacă Ikea pleacă mâine din România, atunci avem o mare problemă. Ikea lucrează ca furnizor global de soluții, dar mobilierul este făcut în țara noastră. 47.000 de oameni lucrează în momentul acesta pentru Ikea, pe industria amenajări interioare, de la mobilier până la perdele, de la saltele până la cești de porțelan.

Din primii zece producători din România, opt lucrează pentru Ikea și unul pentru Kika. Întreaga lor pro-





ducție este dedicată acestor magazine, deci fără ei nu am avea această dezvoltare. În același timp, nu ne batem cu giganții din piață.

Reporter: Cum se promovează firmele autohtone de mobilă în afara țării?

Iuliu Moldoveanu: Partenerii externi percep foarte bine promovarea la comun a companiilor de profil, ideea de grup. Semnalele către zona externă trebuie cât mai mult mărite, pentru că după o participare la târgurile internaționale succesul nu se vede imediat. Sunt foarte puțini antreprenorii români care au răbdare să meargă trei ani la rând la același târg, în același loc, cu tipuri de produse diferite în permanență. Preferabil este să nu ai un stand sub cu-

lorile tricolorului. Standurile naționale, indiferent de culoarea drapelului, sunt evitate în general de către dealeri. Ei vor să discute cu producătorii, să vadă un stand curat, între 50 și 100 de metri pătrați.

Reporter: Promovarea este făcută din surse proprii?

Iuliu Moldoveanu: Da. Pentru târgurile de specialitate, de la Koln și Milano, Birmingham și mai nou și de la New York, în programul de promovare al Ministerului Economiei există aceste proiecte bine definite, doar că în permanență există probleme de birocrație - că nu se încadrează în bugetele alocate, că majoritatea licitațiilor se termină cu doar câteva zile înainte să fie târgul etc. Compania trebuie să antameze

câteva sute de metri pătrați de stand, care costă zeci de mii de euro și se trezește că, în ultimele zile, nu vine nimeni să facă standul național. În aceste condiții, majoritatea producătorilor mari și medii nu se implică în acest lucru și merg pe forțele proprii. Sunt și companii mici și medii care vor să meargă la astfel de manifestări, dar nu au forța necesară să meargă singure și apelează la acest gen de program, dar calea cea mai bună este prin forțe proprii. O companie care dorește să cucerească o piață vestică și nu este în stare să își facă un stand de 100 de metri la Koln sau la Milano, nu va putea să susțină comenzi de zeci de mii de euro.

Reporter: Care sunt tendințele în design?

Iuliu Moldoveanu: Din ce am observat la târgurile din acest an - foarte mult mobilier simplu, suplu, în care sticla și metalul sunt foarte bine definite. Se evită aglomerările și corpurile masive de mobilier, sunt culori destul de vii și foarte multă verdeață, în ambientările pe care le fac arhitecții.

Mobilierul de-a gata și nu la comandă capătă destul de mult contur, întrucât clienții nu mai au răbdare. Oamenii care caută să îmbine confortul cu luxul și funcționalitatea

nu au timp de așteptat și atunci cumpără direct produsul care le-a plăcut dintr-un stand sau dintr-un magazin.

În plus, clientul nu trebuie să își cumpere singur, ci să își angajeze o firmă de arhitectură sau un arhitect de interior, întrucât costurile nu sunt foarte mari. Sunt oameni de afaceri din România care pleacă la Koln sau la Milano cu arhitectul după ei, își aleg mobila și apoi o livrează în țară. Sau se duc arhitecții acolo și vin cu soluții, pentru că îți alegi arhitecții ca să îți ofere soluții, nu să facă ce vrei tu. Sunt foarte mulți oameni care încep să conștientizeze aspectele legate de estetică, de funcționalitate, de design, să îmbine aceste elemente și să își construiască o oază în care să se simtă bine și care, raportată la restul ansamblului, să arate cât de cât normal.

Sunt arhitecți care militează pentru acest lucru, dincolo de conceptul de casă inteligentă, în care sistemele sunt integrate și partea de poluare este redusă. În unele condiții, în zona de case smart sunt anumite părți ale confortului la care trebuie să renunți din diverse motive.

Așadar, arhitecții cu care lucrăm se încadrează în acest trend observat la

(continuare în pagina 36)

Institutul Pantone, care dă tonul, anual, în privința culorilor, a ales pentru 2018 culoarea Ultra Violet. Aceasta ar putea părea, pentru unii, o alegere îndrăznească, în comparație cu Greenery - culoarea anului trecut, și mai ales cu Rose Quartz și Serenity, din 2016. Leatrice Eiseman, directorul executiv de la Pantone Color, menționează:

"Trăim într-o lume care necesită inventivitate și imaginație, Pantone 18-3838 Ultra Violet, este un purpuriu albastru care duce conștiința și potențialul nostru la un nivel superior. De la explorarea noilor tehnologii și a unei părți mai mari din galaxie, la exprimarea artistică și reflexia spirituală, intuitivul Ultra Violet deschide calea spre ceea ce urmează să vină".



"Semnalele către zona externă trebuie cât mai mult mărite, pentru că după o participare la târgurile internaționale succesul nu se vede imediat".

urmare din pagina 35

târguri. Ei vin și propun tot felul de linii normale, curate, uniforme, fără chestii întortochiate, și ajung la o înțelegere cu clienții.

Reporter: Cum arată o casă inteligentă, dar cu un ecosistem care să ofere confortul necesar?

Iuliu Moldoveanu:

Sunt foarte mulți producători de branduri tech care își promovează produsele în așa fel încât să le poți integra foarte ușor în universul unei case. Atunci când folosești toate elementele de genul telefoane, tablete, televizoare etc. și le integrezi în universul casei tale, deja ești mult mai liniștit. În același timp, trebuie să le raportezi la un tip de mobilier foarte simplu. Bucătăria se integrează, mai nou, cu o insulă și varianta distinctă între living și bucătărie practic dispare: Există anumiți pereți despărțitori făcuți din plante decorative, fără să fie vorba de costuri foarte mari.

Să luăm un apartament normal, cu trei camere - avem o bucătărie alăturată livingului, pe care îl compartimentăm foarte ușor, cu o insulă care să aibă încorporate mai multe utilități, dar care să fie conectate împreună - o insulă care să se poată extinde, să fie un blat rabatabil astfel încât să folosim spațiul pentru alte nevoi -, zona de hol - mai degrabă liberă, pentru a nu obtura - un dormitor matrimonial, în care dressing-ul să joace un rol important astfel încât să nu avem nevoie de alte dependențe, și o cameră a copilului sau de oaspeți, care să fie foarte simplă. În ceea ce privește mobilierul din camera copilului, alte obiecte în afară de pat, poate un birou și câteva compartimente în care să-și pună jucăriile nu-și au rostul.

Reporter: Cât ar costa mobilarea unui astfel de apartament?

Iuliu Moldoveanu: Între 15.000 și 20.000 de euro, astfel încât să ai și funcționalitate, și un pic de design, și niște materiale normale, și accesorii de nivel mediu.

Reporter: Revenind la arhitecturii de interior, există școli în acest segment?

Iuliu Moldoveanu: Aici avem un gol și o direcție puțin diferită între ceea ce se întâmplă în școală și ceea

ce se întâmplă în realitate în zona de producție. Dar acest gol se umple prin colaborarea între companii și în speță organizații și facultățile de profil. Câtă vreme colaborările acestea durează de ceva timp, am început să facem un proiect împreună. Noi avem nevoie de ingineri și arhitecți și de operatori și nu pornim de la ideea să fie bine pregătiți. Avem în primul rând nevoie să vină și mai departe îi putem califica la locul de muncă.

La facultatea de inginerie a lemnului din Brașov, care este singura de profil din țară, sunt foarte puțini doritori. Per total, facultatea este de circa 300 de locuri, pe când în România există circa 3500-4000 de firme de mobilă. Să spunem că nu au nevoie toate de ingineri, dar, totuși, sunt foarte puțini specialiști în piață.

În zona de București-Ilfov există doar o clasă profesională în zona industriei de mobilă, cu 20-30 de elevi. În țară sunt școlile profesionale de profil și companii care fac parteneriate cu aceste școli - îi iau și îi învață pe elevi, le plătesc din școală un salariu. La facultăți, avem și acolo parteneriate și suntem prezenți permanent, la examenele de diplomă suntem acolo pentru a putea selecta absolvenți să îi ajutăm să își facă proiectele de diplomă.

Noi încercăm să îi implicăm în tot felul de proiecte, practica o fac în companiile colegilor noștri, excursiile sunt făcute tot în ideea de a-i fideliza, atelierelor și laboratoarelor pe care le realizează ei acolo îmbinând ceea ce se cere în cadrul unei companii cu ceea ce profesorii predau. Profesorii au făcut aceste cursuri astfel încât tinerii să înțeleagă ce se întâmplă în cadrul unei companii. Cei care lucrează din timpul facultății au un plus. Căutarea continuă de oameni generează conflicte între companii, pentru că își iau unul de la altul muncitorii, nefiind forță de muncă în piață.

Am abordat niște agenții de forță de muncă și au venit cu propuneri destul de punctuale de forță de muncă - Vietnam, Laos, Sri Lanka.

"Avem anumite probleme foarte pregnante. Prețul masei lemnoase s-a majorat cu 30-40%. La fel, la materii prime și materiale, prețul crește lunar. În fiecare lună primim înștiințări că se mărește prețul materiei prime. Furnizorii dau vina pe carburanți, energie etc."



(continuare în pagina 38)

urmare din pagina 37

Deja permisele de muncă au început să se acorde destul de mult. Anul trecut, până în vară au fost acordate 1.200 de permise, anul acesta doar până în martie s-au acordat același număr de permise de muncă, pentru operatori medii pe diverse tipuri de paliere. Condițiile muncitorilor din țări precum cele de mai sus sunt specifice. Cultura muncii la ei este diferită, costurile salariale sunt diferite, dar dacă ai producție de produse repetitive productivitatea într-un termen relativ scurt crește, atunci merită să îi contractezi. Momentan, așteptăm încheierea unui prim contract cu ei, ca să avem la ce să ne raportăm.

Am încercat și în țările apropiate, cum ar fi Moldova, dar cultura celorlalți este diferită. Ei știu ce înseamnă să muncească, să meargă la program, să se mulțumească cu puțin, să dăruiască mai mult decât primesc. Evident că trebuie să fie un schimb bilateral echitabil, dar câtă vreme încerci să păcălești munca tot cerând majorări de salarii, ai o pro-

blemă.

Sunt 3,5 milioane de români plecați în străinătate la muncă. În toată zona de est este plin de români, care lucrează inclusiv în mobilă.

Reporter: Care sunt problemele sectorului?

Iuliu Moldoveanu: Avem anumite probleme foarte pregnante. Prețul masei lemnoase s-a majorat cu 30-40%. La fel, la materii prime și materiale, prețul crește lunar. În fiecare lună primim înștiințări că se mărește prețul materiei prime. Furnizorii dau vina pe carburanți, energie etc. O parte a creșterii este absorbită de companie și de clientul final, dar sunt anumite situații în care nu găsim masă lemnoasă și atunci importăm lemn. Noi, o țară care are păduri, importăm lemn să facem mobilier ca să îl trimitem în țara de unde am luat acest lemn. Am ajuns cât de cât la o înțelegere de a exporta cât mai puțin lemn brut și să exportăm lemn prelucrat, pentru că are o valoare mai mare. Este mai ușor ca cei de la gate să vândă lemn companiilor de mobilă din România, pentru ca acestea să o poată prelucra și să o vândă cu

"O parte din mobila realizată în apartamente este înregistrată, apărând în situațiile Institutului Național de Statistică, o altă parte, însă, este făcută de micii meseriași care nu sunt înregistrați nicăieri. Această zonă este destul de periculoasă, pentru că afectează mult producătorii mici și medii. «Războiul» dintre fabricile de mobilă și micii meseriași este mai mult un război de gherilă, pentru că ei sunt mulți."

plus valoare.

S-a făcut, la un moment dat, o comisie de atestare a producătorilor de mobilă la care, dacă te înscrii, poți avea un drept de preempțiune asupra unei anumite cantități de masă lemnoasă. Este un început, dar este o parcelă de floricele într-un lan de neghină.

Reporter: Care sunt perspectivele industriei de mobilă?

Iuliu Moldoveanu: Varianta unei creșteri graduale a exportului; identificarea de noi clienți, în speță integratori din piața vest europeană (cu unii suntem deja în negocieri să lucreze cu noi pe proiect) pentru proiecte cât mai bine construite - ideile lor puse în practică în fabricile cole-

gilor noștri, dar într-o zonă de optimizare în care 4-5 companii lucrerază într-un singur proiect; strângerea legăturilor cu cele două facultăți de profil; achiziții comune; depuneri de proiecte pe fonduri europene, astfel încât zona de tehnologie să crească; prezențele la târguri; insistarea pe scăderea costurilor.

Trebuie subliniat că este mai important să vinzi decât să îți majorezi mica ta cotă de piață. Suntem mai puternici uniți, mai multe companii împreună fac ca lucrurile să meargă mai bine.

Reporter: Mulțumesc!

