

"Piața sistemelor de izolații - trend susținut de creștere, în ultimii patru ani"

(Interviu cu Adrian Garofeanu,
Director Comercial Knauf Insulation România)

Piața locală a sistemelor de izolații a urmat un trend susținut de creștere în ultimii patru ani, în linie cu sectorul de construcții comerciale și rezidențiale, ne-a spus Adrian Garofeanu, Director Comercial Knauf Insulation România, citând datele publicate în "Scenariul de prognoză al InterBiz - Evoluția pieței de vată minerală (2008-2021)". Printre altele, domnia sa ne-a precizat că evoluția pozitivă a consumului de vată minerală pe plan local a fost determinată de creșterea numărului de autorizații de construire, semnalele pozitive ale economiei, coroborate cu creșterea gradului de conștientizare a populației privind eficiența izolării clădirilor și legislația în vigoare referitoare la protecția la foc.

Reporter: În ultima perioadă, toate cifrele arată că sectorul construcțiilor se află în creștere. Care a fost evoluția acestuia și ce trend a avut piața pe care activați, în ultimul an?

Adrian Garofeanu: Potrivit datelor publicate în "Scenariul de prognoză al InterBiz - Evoluția pieței de vată minerală (2008-2021)", piața locală a sistemelor de izolații a urmat un trend susținut de creștere în ultimii patru ani, în linie cu sectorul de



construcții comerciale și rezidențiale. Așadar, creșterea consumului de vată minerală pe plan local a fost determinată de creșterea numărului de autorizații de construire, semnalele pozitive ale economiei, coroborate cu creșterea gradului de conștientizare a populației privind eficiența izolării clădirilor și legislația în vigoare referitoare la protecția la foc.

Reporter: Ce evoluție estimați că

va avea această piață, în continuare?

Adrian Garofeanu: Conform aceluiași studio anterior menționat, piața vatei minerale va înregistra o stagnare în 2019, dar perspectivele pe termen mediu sunt optimiste. Estimările oficiale arată că piața va crește valoric de la 71 milioane de euro în 2019, la 74 milioane de euro în 2021, iar din punct de vedere al volumului - de la 106.000 de tone la 118.000 de tone, în același interval

temporar.

Reporter: Cum a evoluat activitatea Knauf anul trecut și ce perspective aveți pentru anul în curs?

Adrian Garofeanu: Anul 2018 a fost unul productiv pentru companie, pe toate liniile de business. Principalul segment de dezvoltare a fost reprezentat de proiectele rezidențiale, cu un procentaj de circa 70%, unde a fost înregistrată o cerere mare de produse destinate izolării pereților exteriori (termosistem). Proiectele non-rezidențiale au absorbit 20% din cererea pe 2018, unde s-au livrat preponderent produse de izolare termică și fonică a fațadelor ventilate și pereților de compartimentare, iar proiectele comerciale au reprezentat 10% din total.

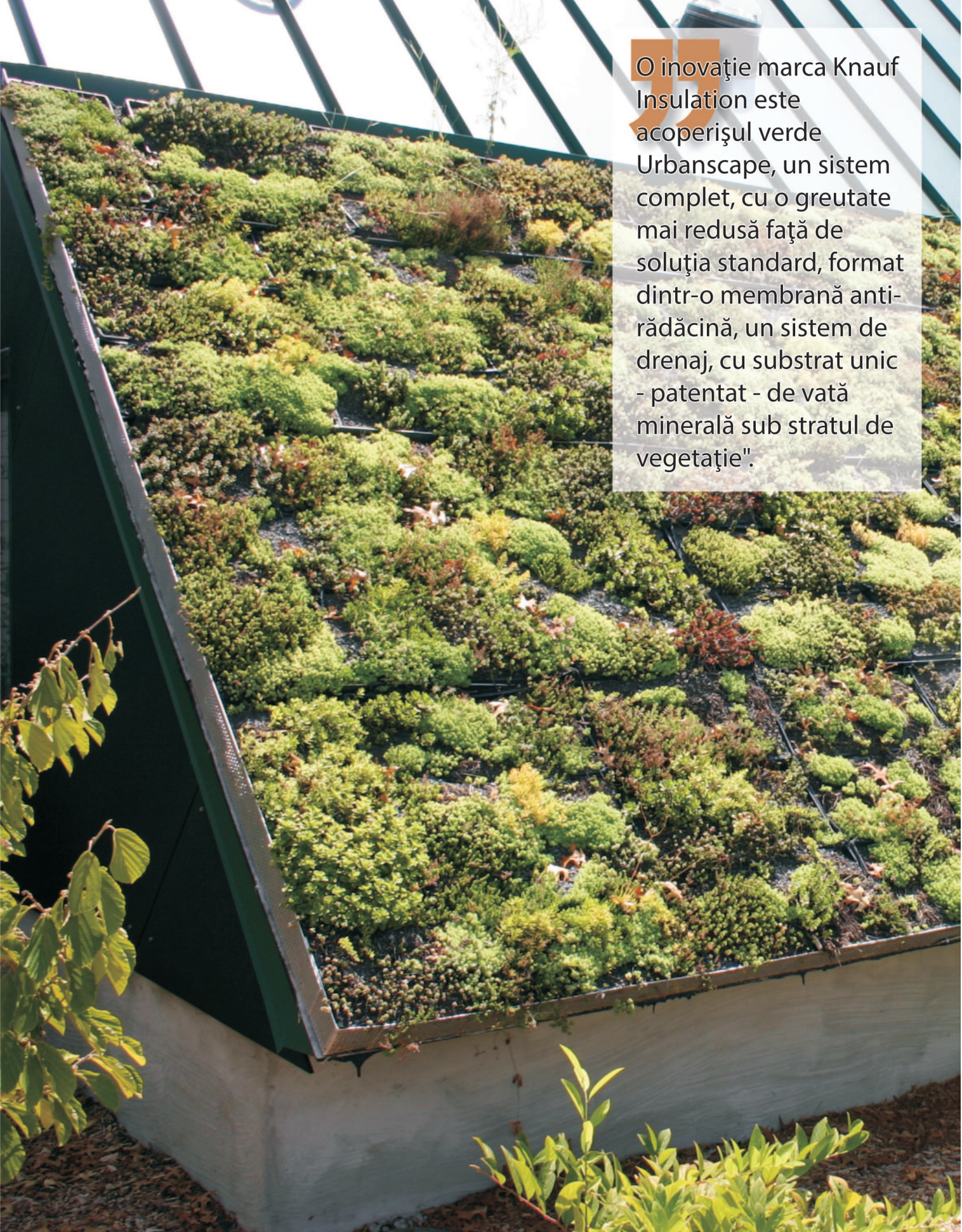
Pentru anul în curs ne propunem o creștere organică a business-ului, axată pe susținerea continuă a rețelei noastre de parteneri, precum și prin acțiuni concrete de informare și educare a consumatorului final și nu numai.

Reporter: Ce cifră de afaceri ați avut anul trecut și ce estimări aveți pentru anul în curs?

Adrian Garofeanu: Anul trecut, la aniversarea a zece ani de la lansarea pe piața locală, Knauf Insulation a înregistrat o cifră de afaceri de circa 14 milioane de euro, în creștere cu aproximativ 10% față de anul precedent. Luând în considerare tendințele din domeniu, precum și evoluția organică a companiei, ne așteptăm ca până la finele acestui an să înregistrăm afaceri de peste 14,5 milioane de euro.

Reporter: Ce planuri de investiții

continuare în pagina 10



O inovație marca Knauf Insulation este acoperișul verde Urbanscape, un sistem complet, cu o greutate mai redusă față de soluția standard, format dintr-o membrană anti-rădăcină, un sistem de drenaj, cu substrat unic - patentat - de vată minerală sub stratul de vegetație".



urmăre din pagina 8

aveți și ce buget ați alocat în acest sens?

Adrian Garofeanu: Activând ca reprezentanță comercială, Knauf Insulation România nu are un buget de investiții dedicat, ci urmează planurile stabilite de grup.

Reporter: Ce produse și soluții noi aduceți pe piață?

Adrian Garofeanu: Printre noutăți se numără produsele din vată minerală Knauf Insulation obținute cu ECOSE® Technology, care diferă la nivel de aspect (culoarea vatei fiind maro) de alte tipuri de izolații datorită tehnologiei utilizate, respectiv folosirea unui liant fără formaldehidă adăugată, realizate din materii ușor regenerabile, care înlocuiesc produsele chimice pe bază de petrol, utilizate pe scară largă pentru alte produse de acest tip.

Aceste produse contribuie la îmbunătățirea calității aerului din interiorul clădirilor, reduc impactul asupra mediului înconjurător printr-un consum scăzut de energie, diminuează emisiile poluante rezultate în urma procesului de producție și expunerile la locul de muncă și, totodată, îmbunătățesc sustenabilitatea generală a clădirilor în care sunt folosite.

Pe lângă gama standard, portofoliul companiei mai deține gama EXPERT, special creată și dedicată segmentului de DIY, care beneficiază de aceleași performanțe tehnice, dar este comercializată în ambalaje diferite, în funcție de aplicațiile pentru care sunt folosite. Această abordare a venit în întâmpinarea consumatorilor precum meșterii sau utili-

zatorii finali, facilitându-le acestora, în primul rând, identificarea la raft, precum și alegerea produselor corecte, potrivite pentru cei care aleg să-și facă mici lucrări de izolații în case sau apartamente.

O altă inovație marca Knauf Insulation este acoperișul verde Urbanscape, un sistem complet, cu o greutate mai redusă față de soluția standard, format dintr-o membrană anti-rădăcină, un sistem de drenaj, cu substrat unic - patentat - de vată minerală sub stratul de vegetație. Soluția este ușor de instalat, cu o capacitate mare de reținere a apei, potrivită pentru toate clădirile cu terase și acoperișuri plate, amplasate în zone urbane.

Reporter: Care sunt problematicile domeniului și, respectiv, nevoile companiei dumneavoastră?

Adrian Garofeanu: Una dintre provocările domeniului în care activăm o reprezintă încă gradul scăzut de conștientizare a importanței materialelor de izolare de calitate. Cu toate că în ultimii ani s-a observat o

evoluție în acest sens, este nevoie în continuare de un proces amplu de educare a publicului țintă - în special pe segmentul rezidențial - pentru ca acesta să aleagă, așa cum se întâmplă pe alte piețe dezvoltate, calitatea în detrimentul prețului. Aceasta este, totodată, o provocare a Knauf Insulation pe piața locală, unul dintre demersurile companiei noastre fiind educarea populației cu privire la eficiența materialelor de izolare.

Reporter: Cum vedeți îmbunătățirea legislației din domeniu? Ce soluții ar exista pentru rezolvarea acestora?

Adrian Garofeanu: Legislația din România trebuie și urmează să fie aliniată normativelor europene din domeniu. În prezent, urmează să fie revizuită normativă P118, ce vizează protecția clădirii la incendiu. Aceasta este singura lege cu impact asupra domeniului nostru de activitate, deși ea se aplică întregii piețe de construcții.

Reporter: Cum vă descurcați cu

găsirea de specialiști în acest domeniu?

Adrian Garofeanu: Criza forței de muncă nu se reflectă la nivelul companiei noastre, însă am observat această situație problematică la partenerii noștri, precum constructorii sau comercianții de materiale de construcții.

Reporter: Cum vedeți rezolvarea crizei forței de muncă?

Adrian Garofeanu: Domeniul de construcții este afectat atât de lipsa personalului calificat, cât și necalificat. De aceea, observăm că se apelează la diverse tactici, precum atragerea forței de muncă străine. Noi credem că cea mai bună soluție ar fi crearea unei strategii de retenție a angajaților, alături de cursuri de formare profesională oferite de către companii.

Reporter: Care sunt tendințele din piață în sectorul în care activați?

Adrian Garofeanu: Piața românească de vată minerală (bazaltică și de sticlă) va înregistra o evoluție anuală medie de circa 4% pe termen mediu, atât în volum, cât și în valoare, conform datelor Interbiz*.

Previziunile pozitive în acest sens se datorează, în principal, unor factori precum construcția de magazine mari (hypermarketuri, magazine DIY, centre comerciale), clădiri pentru birouri și instituționale, construcții de locuințe noi, înlocuiri individuale, programul de reabilitare termică, îmbunătățirea legislației privind protecția la foc a clădirilor, precum și puterea de cumpărare a populației.

Reporter: Cum a evoluat cererea?

Adrian Garofeanu: În ultimul an s-a înregistrat o cerere mare pentru



materiale de izolații, atât pe baza tendințelor, cât și pe fondul creșterii preferinței pentru vata bazaltică, în loc de polistiren, mai ales pe segmentul rezidențial.

De altfel, s-a constatat și o creștere a cererii pentru produse mai performante, care deși au un preț mai mare, au și o amortizare mai rapidă, datorită calității. Acest lucru reflectă o educare a pieței, în special a persoanelor fizice, al căror comportament de consum implică acum o documentare mai amplă înainte de achiziția produselor. Există o informare din mediul online, iar oamenii știu ulterior ce să solicite la raft.

Reporter: Din ce zonă vine cererea cu preponderență - publică sau privată?

Adrian Garofeanu: Produsele Knauf Insulation se livrează prin distribuitori, rețele de bricolaj sau direct în cadrul proiectelor imobiliare. Cele mai numeroase cereri directe provin din segmentul privat.

Reporter: În ce mari proiecte sunteți implicați în prezent?

Adrian Garofeanu: Aplicațiile Knauf Insulation de fațade ventilate, partiții interioare, acoperișuri plate se regăsesc în proiecte de top din România, compania noastră fiind unul dintre principalii furnizori de soluții pe segmentul său.

Printre proiectele de referință realizate în ultimii ani (2016 - 2018) se numără clădiri precum Timpuri Noi Square, Oregon Park, sediul de birouri & concept store Lidl, Vox Timișoara, ONE Tower, Skanska Tower, Mercedes - Sebeș, The Bridge, Unirii View, Orhideea Towers, One Herăstrău.

Proiectele începute în 2018, pentru care suntem furnizori de materiale, sunt, în principal, clădiri non-rezidențiale precum The Mark, Skanska Campus 6, spitalul Mioveni, Ana Towers, Equilibrium, Bucharest Business Garden, dar și centre logistice - peste 25 de astfel de proiecte, cu suprafețe de peste 100.000 de metri pătrați, fabrica Arctic Găești și lista poate continua.

Reporter: Mulțumesc!

