



Afacerile din piața vopselelor ating 200 milioane euro, anual

(Interviu cu Cătălina Trușor, fondator și CEO Color Smart)

Oamenii stau mai mult acasă, în ultima perioadă, și investesc mai serios în decorări sau redecorări, susține Cătălina Trușor, fondator și CEO Color Smart. Potrivit acesteia, piața vopselelor de la noi ajunge la de 180-200 milioane de euro pe an.

În ultimii trei ani, creșterea a fost de 5-7%/an, ne-a spus Cătălina

Trușor, într-un interviu, apreciind: "Consider că această tendință de creștere se va accentua în următorii ani, pentru că au explodat prețurile materiilor prime și ale transporturilor din toată lumea, din Asia în mod special. Singura piedică pare să fie în continuare lipsa forței de muncă specializate".

Reporter: De când activați pe piața de profil?

Cătălina Trușor: Activăm pe piața de finisaje interioare și exterioare din anul 2005, când am adus brandul de vopsele Benjamin Moore în România. De-a lungul timpului am adăugat și alte branduri premium la portofoliul nostru de produse, cum ar fi Novacolor, Purdy sau Semin. Oferim, de asemenea, servicii de consultanță, management de proiect și dezvoltare pentru aplicatorii care-și doresc să fie mai buni.

În ceea ce privește sistemul de distribuție, am optat pentru sub

distribuitori, magazine și revânzători, în cele mai multe orașe din țară, astfel încât să fim peste tot, cât mai aproape de clienții noștri.

Reporter: Cum vedeți competiția din acest sector?

Cătălina Trușor: Ca în orice domeniu, există o competiție să o numim generală, adică pentru toți cei care-și doresc produse și servicii de decorare interioară și exterioară și una specifică pe nișa căreia i te adresezi în mod special, în cazul nostru zona premium și premium plus, care oferă posibilități nelimitate de culori, texturi, materiale unice la prețuri extrem de di-

versificate.

Pentru că noi oferim clientului soluții personalizate, pe cât posibil complete, pentru gusturi sofisticate, nu ne înscriem niciodată în cursa cine oferă pieței cel mai ieftin litru de vopsea. În nișa pe care o țintim, competiția este moderată, civilizată și contribuie la ridicarea calității proiectelor românești.

Reporter: Care este evoluția domeniului și ce perspective are acesta?

Cătălina Trușor: Dacă vorbim numai despre vopsele, estimăm o dimensiune a pieței românești de 180-200 milioane de euro pe an. În

ultimii trei ani, creșterea a fost de 5-7%/an. Consider că această tendință de creștere se va accentua în următorii ani, pentru că au explodat prețurile materiilor prime și ale transporturilor din toată lumea, din Asia în mod special. Oamenii stau mai mult acasă și investesc ceva mai serios în decorări sau redecorări. Singura piedică pare să fie în continuare lipsa forței de muncă specializate.

Reporter: Care sunt tendințele în piața vopselelor și cum a evoluat cererea în ultimul an, în contextul în care majoritatea angajaților au lucrat de acasă?

CĂTĂLINA TRUȘOR:

"Pentru că noi oferim clientului soluții personalizate, pe cât posibil complete, pentru gusturi sofisticate, nu ne înscriem niciodată în cursa cine oferă pieței cel mai ieftin litru de vopsea. În nișa pe care o țintim, competiția este moderată, civilizată și contribuie la ridicarea calității proiectelor românești".





Cătălina Trupșor: Au existat niște momente critice de când a început pandemia. În perioada în care retailul a fost închis am vândut foarte puțin, dar am profitat de timpul în plus ca să ne redesenăm procesele critice, să ne îmbunătățim sistemul informatic și modelul de distribuție, punând la dispoziția clienților noștri un magazin virtual unde au putut să-și continue achizițiile și fără prezență fizică.

Apoi, cererea a revenit în forță, astfel încât am închis anul 2020 ceva mai bine decât ne așteptam. În 2021, a continuat să crească cererea pentru produse și servicii premium, iar noi am reușit să satisfacem toate cerințele clienților indiferent că am lucrat de acasă, că ne-am dus pe șantier sau am fost prezenți în showroom-uri.

Reporter: Care au fost provocările/avantajele pandemiei pentru acest sector?

Cătălina Trupșor: Faptul că oamenii au stat mai mult timp în casă a fost un avantaj. Au avut ceva mai mulți bani pentru repara-

ții deoarece au călătorit și au ieșit mai puțin. A fost mai mult timp pentru analiză, decizie, dar și implementare de proiecte casnice. Mai mulți clienți au dorit ceva special, personalizat, care să-i ajute să se simtă mai bine în mediul lor.

A fost mai simplu să găsești profesioniști dispuși să se implice în proiectul tău casnic. O bună bucată de vreme prețurile au stat pe loc, poate au fost și mai mici, datorită mulțimii de oferte și lichidărilor brutale de stoc.

Acestea au fost avantaje pentru business-ul nostru.

Într-adevăr, au dispărut sau au încetinit puternic proiectele legate de birouri, restaurante, hoteluri, ceea ce a fost un dezavantaj.

Reporter: Cum resimte Color Smart criza sanitară și economică prin care trece toată lumea?

Cătălina Trupșor: Nimeni nu se simte bine în condițiile actuale. Lipsesc siguranța, predictibilitatea, nu știi dacă ai showroom-urile închise sau deschise, livrările de la furnizorii externi sunt afectate de disponibilitatea materiilor prime,

iar prețurile cresc oarecum incontrollabil.

Ce am făcut noi ca să resimțim cât mai puțin adversitatea mediului extern a fost să fim mereu aproape de clienții și de specialiștii noștri, să le punem la dispoziție metode de distribuție moderne ce nu depind de prezența fizică, să ne simplificăm procesele, să ne păstrăm o structură organizațională suplă și flexibilă, să oferim sprijin partenerilor de distribuție, să comunicăm permanent cu piața.

Reporter: Ce strategie ați adoptat pentru a depăși perioada dificilă creată de pandemie?

Cătălina Trupșor: Nu am făcut schimbări majore în strategia noastră de dezvoltare. Am continuat să întărim sistemul național de distribuție, am consolidat relațiile cu furnizorii externi, am îmbunătățit legăturile cu comunitatea de profesioniști - arhitecți, designeri, aplicatori, constructori.

Pentru a ușura experiența de achiziție a clienților finali am deschis un nou magazin virtual, care era în plan dar a cărui implemen-

tare a fost accelerată de conjunctură. În ceea ce privește organizația noastră, am lucrat la sistemul informatic, la clarificarea rolurilor fiecărei funcțiuni, la profesionalizarea oamenilor și la perfecționarea abordărilor de customer service.

În plus, am investit într-un nou showroom în București, care este nava amiral a businessului, locul pe care fiecare iubitor de frumos și de culoare este invitat să-l viziteze ca să se inspire când vrea să-și pună-n practică decorarea de vis.

Reporter: Cum au evoluat prețurile în piața de profil?

Cătălina Trupșor: În piața de construcții, sunt multe materiale care și-au dublat prețul - fier, lemn. Specific în zona de finisaje sau vopsele, prețurile au crescut cu 15-20% față de septembrie-octombrie 2020. Din ce am observat noi, proiectele în desfășurare nu s-au oprit, poate unele au scăzut ritmul.

Reporter: Ce proiecte de investiții aveți în derulare sau urmează să demarați la noi?

Cătălina Trușor: De la începutul anului am investit semnificativ în logistică (depozite, utilaje, procese, proceduri noi), în perfecționarea sistemului informatic, în deschiderea magazinelor virtuale - pentru public și pentru distribuitori separat, în echipa proprie.

Ne-am mutat într-un sediu nou și ne vom consolida showroomurile existente din București și Constanța, unde vom continua să angajăm, să rafinăm procesele și sistemul informatic, să organizăm evenimente pentru profesioniști și clienți.

Ne vom mări eforturile de a comunica cu piața, de a oferi soluții creative, consultanță în alegerea culorilor, în bugetare și management de proiect.

Organizăm cursuri pentru aplicatori în cadrul Academiei Novacolor, un concept important preluat de la partenerii noștri italieni. Împreună cu ambasadorii Novacolor, le oferim aplicatorilor perfecționare în tehnici noi, mai complicate, speciale pentru produse decorative.

Extindem sistemul de distribuție cu showroom-uri în locații noi, magazine și depozite. Vom da mai multă atenție proiectelor mari în care ne vom implica nu numai cu furnizarea materialelor, ci și cu echipe proprii de aplicatori.

Reporter: Ce cifră de afaceri ați realizat în primul semestru al acestui an, comparativ cu aceeași perioadă din 2020 și ce preconizați pentru finalul acestui an?

Cătălina Trușor: În primul semestru al acestui an, am realizat aproximativ 1,5 milioane euro și avem o creștere de 60%, față de anul 2020.

Estimăm ca până la finalul anului să menținem o creștere de 50% a cifrei de afaceri, respectiv vânzări de 3 milioane euro, în 2021.

Creșterea vine din dezvoltarea și maturizarea sistemului de distribuție, din proiecte noi, atât cu specialiști - arhitecți, designeri, constructori -, cât și din creșterea spectaculoasă a numărului de clienți.

Observăm dorința oamenilor de a alege soluții sofisticate, unice,

personalizate, care justifică creșterea segmentului premium.

Reporter: În ce rețele comerciale se găsesc produsele dumneavoastră și ce avantaje au acestea în fața celor concurente?

Cătălina Trușor: Produsele noastre se găsesc doar în rețeaua proprie, nu sunt comercializate în alte magazine sau rețele DIY.

Abordarea noastră consultativă care presupune suport pentru specialiști și clienți pe tot parcursul proiectului ne limitează numărul de locații în care putem fi prezenți, dar este și principalul nostru atu, deoarece oamenii știu că găsesc la noi tot ajutorul de care au nevoie ca să-și ducă planurile la bun sfârșit.

Reporter: Cum apreciați ajutorul statului pentru antreprenori?

Cătălina Trușor: Au fost inițiative care au ajutat peisajul antreprenorial, cum ar fi IMM Invest sau unele dintre facilitățile de amânare sau reeșalonare a plății taxelor.

S-ar fi putut face mai mult în zona de ajutor pentru agenții economice care au fost închiși prin for-

ța împrejurărilor și, deci, incapabili să își susțină cheltuielile operaționale. În ceea ce privește renașterea economică post pandemie, probabil că ar ajuta foarte mult accesul facil la finanțări cu costuri mici, digitalizarea și debirocratizarea instituțiilor de stat.

Reporter: Ce problematici are sectorul și care ar fi soluțiile pentru rezolvarea acestora?

Cătălina Trușor: Cea mai mare problemă este lipsa de forță de muncă specializată și necalificată. Colaborarea între toți cei implicați în proiect ar putea fi mai bună pe traseul arhitect/designer, constructor, aplicator, furnizor de materiale.

Adeseori ar putea să existe un management de proiect mult mai eficient, care să permită atingerea rezultatelor dorite, mai rapid și mai ieftin.

Reporter: Mulțumim!

