



2024 - an de consolidare și reziliență pentru METIGLA

(Interviu cu Olivier Somers, Group CEO METIGLA)

Anul 2024 a fost unul de consolidare și reziliență pentru METIGLA, într-un context marcat de incertitudini economice și geopolitice, ne-a transmis Olivier Somers, Group CEO METIGLA.

Domnia sa ne-a transmis că societatea a încheiat anul cu o cifră de afaceri de 27,5 milioane de euro, în creștere cu 20% față de 2023, într-o piață națională aflată în ușoară scădere.

Reporter: Cum a evoluat activitatea companiei în ultimul an?

Olivier Somers: 2024 a fost un an de consolidare și reziliență pentru METIGLA, într-un context marcat de incertitudini economice și geopolitice. Am încheiat anul cu o cifră de afaceri de 27,5 milioane de euro, în creștere cu 20% față de 2023, într-o piață națională aflată în ușoară scădere. Am livrat aproximativ 20.000 de tone de produse, păstrând o tendință ascendentă constantă în to-

ate segmentele noastre de activitate.

Reporter: Ce ne puteți spune despre domeniul în care activați, după 25 de ani pe piață?

Olivier Somers: Piața soluțiilor metalice pentru acoperișuri și fațade - atât rezidențial, cât și industrial - s-a transformat radical în ultimele două decenii, iar METIGLA a fost martor, dar și actor activ în această schimbare. În 2000, când am inaugurat fabrica din Ceptura, România era încă la

începutul profesionalizării în construcții, iar sectorul învelitorilor metalice era dominat de produse standard, cu o tehnologie de bază și o cerere preponderent funcțională.

Astăzi, asistăm la o piață maturizată, profund diferită: clienții sunt educați și atenți la detalii tehnice, iar acoperișul nu mai este doar o necesitate, ci o alegere estetică, energetică și strategică. În acest timp, METIGLA a evoluat de la un simplu producător local la un ju-

cător regional, cu un portofoliu complet de soluții metalice, fabricate integral în România, dar gândite pentru exigențele europene.

Am fost printre primii care au adus pe piață tabla prefălțuită, apoi am introdus finisaje avansate, profile zincate inovatoare și, mai recent, am lansat Falț Solar - singura soluție din România cu celule fotovoltaice complet inte-

(continuare în pagina 38)

OLIVIER SOMERS:

"Industria construcțiilor se confruntă cu mai multe provocări sistemice: volatilitatea prețurilor materiilor prime, în special a oțelului, deficitul tot mai acut de forță de muncă specializată și nevoia urgentă de adaptare la standardele de sustenabilitate".



(urmare din pagina 36)

grate în învelitoarea metalică. De la prima linie de țiglă metalică din anii 2000, am ajuns la o fabrică automatizată integral.

În paralel, piața s-a diversificat. Dacă la început soluțiile metalice erau preferate în special în segmentul industrial, în ultimii ani am văzut o creștere constantă în zona rezidențială, impulsionată de tendința de migrare către produse premium. În același timp, legislația mai strictă în ceea ce privește eficiența energetică și siguranța la incendiu a propulsat inovația, în timp ce fondurile europene au deschis noi direcții pentru construcții sustenabile.

Privind în urmă, putem spune că acești 25 de ani nu au fost doar o perioadă de creștere pentru METIGLA, ci și o etapă de redefinire pentru întreaga industrie.

Reporter: Ce capacitate de producție are acum METIGLA?

Olivier Somers: Capacitatea actuală permite dublarea cifrei de afaceri fără investiții suplimentare în extindere. Fabrica din Ceptura cuprinde cinci hale de producție, pe un teren de zece hectare, și procese automatizate pentru toate categoriile de produse. Anul trecut, spre exemplu, am livrat circa 20.000 de tone de produse realizate în unitatea din Ceptura.

Reporter: Cum caracterizați cererea din piață?

Olivier Somers: Raportat la business-ul nostru, cererea internă rămâne dominantă - 85% din business, însă exporturile - 15% - sunt într-o creștere constantă, susținute de investiția noastră recentă într-un centru operațional în Belgia. Vindem activ în România, Belgia, Franța, Olanda și, prin parteneri, în Italia, Germania, Polonia, Bulgaria, Estonia și Congo.

La nivel de piață, analizele noastre arată că cererea evoluează în mod diferit în funcție de regiune și segment. În zona de Est și de Sud-Est a țării, cererea este stabilă, cu un focus puternic pe segmentul rezidențial și rural, unde se caută soluții durabile, dar accesibile. În schimb, în regiunile din vestul țării și în marile centre ur-

bane (București, Cluj, Timișoara, Iași), predomină proiectele de amploare - comerciale, logistice și industriale - unde sunt preferate soluțiile tehnice avansate, cu un nivel ridicat de personalizare, eficiență energetică și estetică.

Vedem o polarizare interesantă: pe de o parte, crește cererea pentru soluții premium în segmentul rezidențial urban, pe de altă parte, segmentul industrial - hale, depozite, unități agroalimentare - solicită tot mai frecvent panouri termoizolante cu vată minerală și profile zincate personalizate, în conformitate cu noile cerințe de siguranță la foc și izolare fonică.

Totodată, se remarcă o tendință clară de uniformizare a standardelor în Europa. În Vest, piața este dominată tradițional de țiglă ceramică și sisteme pluviale din PVC sau zinc, dar observăm o deschidere crescândă spre soluțiile metalice moderne - datorită duratei de viață superioare, greutateii reduse, montajului rapid și potențialului de integrare a energiei regenerabile.

Această schimbare ne confirmă direcția strategică: în următorii ani, cererea nu va fi doar cantitativă, ci tot mai mult calitativă - iar METIGLA este pregătită să răspundă acestor exigențe cu produse smart, sustenabile și produse local, la cele mai înalte standarde europene.

Reporter: Care sunt tendințele din domeniu?

Olivier Somers: Pe scurt, vedem o orientare clară către materiale sustenabile, soluții fotovoltaice integrate, produse cu grosimi mai mari și finisaje mate, în special în segmentul premium. Clienții sunt din ce în ce mai atenți la durabilitate, estetică și eficiență energetică.

Reporter: Ce ne puteți spune despre concurența din sector?

Olivier Somers: Concurența este intensă, însă cred că beneficiă, așa cum este pentru orice business care vizează performanța. METIGLA se diferențiază prin inovații tehnologice - precum Falț Solar și linia robotizată pentru sistemele pluviale - și o abordare orientată spre soluții complete,



personalizate. De asemenea, ne diferențiem mai ales prin calitatea materiei prime folosite - minim 0,5 mm grosime a foliei de tablă.

Reporter: Cum apreciați evoluția domeniului de construcții? Simțiți că urmează o criză în piață?

Olivier Somers: Piața este într-o fază de reasezare, cu o scădere de aproximativ 5% în 2024, conform INSSE, dar rămâne cu potențial, mai ales datorită fondurilor europene direcționate spre infrastructură, logistică și reabilitări. Nu anticipăm o criză profundă, dar cu siguranță că acest an nu va fi lipsit de provocări, ce vin atât din instabilitatea mediului economico-social, cât și din presiunea creșterii costurilor de producție.

Reporter: Ce proiecte de inve-

știții aveți pentru acest an și ce buget alocați în acest sens?

Olivier Somers: În 2025 am demarat un nou val investițional cu termen 2030 - METvision 2030 - în valoare de 15 milioane euro. Acesta vizează digitalizarea completă, extinderea portofoliului, noi soluții sustenabile și consolidarea poziției în piețele europene, dar mai ales orientarea tot mai intensă spre întâmpinarea nevoilor clienților.

Reporter: Ce proiecte pentru digitalizarea companiei aveți în desfășurare/în plan?

Olivier Somers: Anul acesta vom dezvolta și vom lansa platforma digitală pentru clienți. De asemenea, optimizăm integrarea ERP, WMS și CRM. De altfel, toate acestea sunt esențiale pentru efi-

(continuare în pagina 39)

(urmare din pagina 38)

ciiența operațională și experiența clientului.

Reporter: Cum utilizați Inteligența Artificială în activitatea companiei?

Olivier Somers: În prezent, utilizăm AI în procese de analiză de date, optimizarea producției și previzionarea cererii. Explorăm în paralel soluții pentru automatizarea relației cu clienții și managementul lead-urilor.

Reporter: Cum acoperiți problema forței de muncă din sector?

Olivier Somers: Pentru a răspunde provocărilor din piața forței de muncă, ne concentrăm pe retenția echipei actuale și atragerea noilor generații. Avem o medie de vechime de 9 ani, semn al unui climat stabil și motivațional. Susținem integrarea prin progra-

me personalizate de onboarding, training continuu și implicare activă în proiecte. Investim în oameni pe termen lung - cu accent pe loialitate, dezvoltare profesională și cultură organizațională solidă.

Reporter: Ce problematici considerați că are domeniul și care ar fi soluțiile pentru rezolvarea acestora, în opinia dumneavoastră?

Olivier Somers: Industria construcțiilor se confruntă cu mai multe provocări sistemice: volatilitatea prețurilor materiilor prime, în special a oțelului, deficitul tot mai acut de forță de muncă specializată și nevoia urgentă de adaptare la standardele de sustenabilitate. Din perspectiva noastră, soluțiile trebuie să fie integrate, coerente și pe termen lung: investiții continue în automatizare și digitalizare pentru a reduce dependența de resursa umană li-



mitată, parteneriate cu mediul educațional pentru formarea tinerilor în meserii tehnice, precum și politici publice care să stimuleze producția locală responsabilă. În plus, este nevoie de un cadru legislativ coerent privind performanța energetică a clădirilor și utilizarea materialelor durabile,

care să încurajeze investițiile în tehnologii verzi. Piața are potențial de creștere, dar necesită colaborare între industrie, autorități și mediul academic, pentru a-l valorifica eficient.

Reporter: Cum este afectată activitatea companiei de contextul geo-politic și macro-economic actual?

Olivier Somers: Fluctuațiile prețului oțelului - componentă ce reprezintă aproximativ 65% din costurile noastre - influențează direct profitabilitatea, iar inflația generalizată a crescut semnificativ costurile operaționale, de la transport la ambalare. În plus, tensiunile geopolitice generează un climat de incertitudine care afectează deciziile de investiții ale clienților. Cu toate acestea, modelul nostru de business, bazat pe reinvestirea integrală a profitului și pe diversificarea inteligenței a portofoliului ne oferă o reziliență crescută. Strategia orientată spre produse premium, sustenabile și fabricate local ne permite să ne menținem competitivitatea și în contexte economice dificile.

Reporter: Mulțumesc!

