

## Vopsele

### Luptă pentru menținerea prețurilor

Proiecte mai puține și costuri de producție mai mari



#### Policolor: Peste 20.000 de tone de vopsea vândute în 2012

Peste 20.000 de tone de vopsea și produse conexe fabricate de Policolor au fost vândute în țara noastră în 2012. Mai mult de 700 de tone de vopsea din această cantitate a revenit produselor lansate anul trecut.

Toate produsele Policolor au început să fie testate în paralel în laboratoare din Germania. „În urma rezultatelor obținute până în prezent luăm în calcul încheierea unor parteneriate cu distribuitori pentru piața germană și italiană” declară Marius Văcăroiu, CEO Policolor – Orgachim.

În țară, anul trecut numărul magazinelor tradiționale în care produsele companiei sunt listate a crescut de la 1.800 la 2.055.

#### Duraziv: Ținta vizează afaceri de 5 milioane euro pe segmentul de vopsele

Cele mai performante divizii ale Duraziv au fost cele de adezivi și de vopsele, în schimb divizia de metale a generat volume de vânzări mai reduse comparativ cu alți ani, ne-a declarat Daniel Guzu, proprietarul Duraziv.

Divizia de vopsele a reușit să aducă venituri totale de peste 3 milioane de euro, înregistrând cele mai mari creșteri în cadrul business-ului.

Investițiile derulate de companie în decursul anului trecut au vizat mărirea capacității de producție vopsele. O nouă hală de producție a fost inaugurată la Popești-Leordeni, capacitatea acesteia fiind de 50.000 de tone pe an.

Valoarea totală a investițiilor realizate anul trecut s-a ridicat la 2 milioane de euro. Daniel Guzu precizează: „Nu ne vom opri aici și vom continua să dezvoltăm acest segment și în 2013. Există un potențial mare de creștere. Capacitățile de producție de vopsele actuale sunt mari. Așteptăm să ajungem în punctul în care să folosim aceste linii la capacitatea maximă. Dorim să creștem pe vopsele și să ne apropiem de pragul de 5 milioane euro cât de curând.”

#### Piața de vopsele decorative

s-a contractat în decursul anului trecut. Scăderea consumului a fost de circa 10-15%, apreciază producătorii din domeniu.

Scăderea puterii de cumpărare a populației a fost identificată ca principala cauză ce a determinat acest rezultat. Fenomenul a dus la o migrare către preț a consumatorului final, apreciază Eugen Niculescu, Paint & Resins Division Manager Azur.

Schimbarea continuă a trendurilor de consum, cursul euro, absorbirea impactului pe prețul final al produsului generat de creșterea costurilor cu materia primă, dar și un început de an marcat de vremea nefavorabilă lucrărilor de construcții și renovări au constituit câteva dintre provocările anului 2012, apreciază Marius Văcăroiu, CEO Policolor – Orgachim.

Piața a avut de suferit în cursul anului 2012 și din cauza absenței unor proiecte de construcții care să impună furnizarea unor volume importante de vopsea, consideră Daniel Guzu, proprietarul Duraziv.

#### Vânzările s-au bazat pe proiectele de renovare

Consumul pe piața de vopsele a fost asigurat anul trecut în primul rând de proiectele de renovare, în condițiile restrângerii numărului și valorii investițiilor noi în construcții.

Daniel Guzu precizează: “Programul Prima Casă a fost unul de succes anul trecut, înregistrând un număr record de tranzacții. Aceste achiziții au presupus și lucrări de renovare fie înainte de vânzarea imobilului, fie după intrarea în posesia acestuia. În cazul apartamentelor vechi, majoritare în ceea ce privește tranzacțiile în cadrul programului Prima Casă, cei mai mulți dintre tinerii care au cumpărat un apartament au optat imediat pentru proiecte ample de reabilitare, personalizând imobilul în funcție de preferințe. Au fost alocate în acest sens bugete importante, de multe ori chiar de circa 10.000 de euro.”

O altă categorie de lucrări pentru care au fost livrate cantități importante de vopsele o reprezintă cele de finisare a micilor ansambluri imobiliare dezvoltate în anul 2012. În Capitală cea mai mare parte a activității în domeniul rezidențial a fost concentrată în zona de sud.

Producătorii de vopsele își pun speranțe în dezvoltarea pieței de bricolaj. „2013 poate fi anul în care segmentul de Do-it-yourself poate căpăta o nouă amploare; ad literam, consumatorul se va orienta spre DIY și spre culoare”, consideră Marius Văcăroiu.

#### Tencuielile decorative, creștere spectaculoasă în 2012

Deși piața de vopsele decorative a avut de suferit, totuși 2012 a fost un an de succes pentru segmentul de tencuieli decorative. Creșterea cererii a fost generată de implementarea programului național de reabilitare termică, apreciază Dragoș Militaru, Director General Executiv Grup Fabryo Corporation-Atlas Paints.

Pentru compania Duraziv tencuielile decorative au cumulat cea mai mare pondere a veniturilor, livrările de vopsele de interior și exterior reprezentând doar 10% din venituri.

#### Vopseaua lavabilă rămâne preferata românilor

Pentru Grup Fabryo Corporation - Atlas Paints produsele de succes în 2012 au fost vopselele lavabile albe și colorate, lacurile și emailurile.

Totodată, vopselele lavabile și lacurile de lemn au reprezentat baza afacerilor companiei Cesal.

Compania Duraziv apreciază că vopseaua albă este cel mai căutat produs al său.

În cazul companiei Azur produsele pe bază de solvent au cea mai mare pondere în totalul produselor oferite dar compania încearcă să se dezvolte și pe segmentul produselor pe bază de apă.

Succesul unui produs este în mare

parte determinat de strategia de promovare, Eugen Niculescu explică: “Pentru a avea succes la vânzări un produs trebuie să devină o marcă. Efortul pe care îl depune compania pentru acest obiectiv trebuie foarte bine planificat și gestionat. Orice verigă lipsă dintr-un lanț de capabilități te poate îndepărta de la ce ți-ai propus. Chiar și pentru cei care sunt interesați numai de preț, mai devreme sau mai târziu vor realiza că de fapt cumpără o soluție care are în spate un serviciu.”

#### Creșterea prețurilor în 2012 era iminentă

Costul materiilor prime folosite în domeniul vopselelor a crescut foarte mult în ultimul an ceea ce a pus o presiune foarte mare pe prețurile produselor finale. La aceasta s-au adăugat și evoluția ascendentă a cursului valutar, precum și scumpirea carburanților.

Nivelul prețurilor în 2012 la principalele produse a fost în medie de 13-16 lei pe litru de vopsea premium și de 5-6 lei pe litru de vopsea pe segment mainstream, precizează Marius Văcăroiu.

Per ansamblu, în 2012 industria vopselelor a înregistrat o creștere a prețurilor de 10%, estimează Daniel Guzu.

Este o majorare mică, ce nu reflectă decât într-o măsură redusă creșterea costurilor cu materiile prime. Producătorii au încercat pe cât posibil să mențină prețurile finale ceea ce le-a afectat negativ marja de profit, care oricum se situa la un nivel scăzut, explică Eugen Niculescu.

Totuși Ioan Gădălean, director general Cesal, susține că a reușit să nu majoreze prețurile în decursul anului trecut.

În 2013 producătorii de vopsele speră că nu vor exista variații mari ale costurilor materiilor prime și astfel vor putea menține prețurile produselor finale.

Anul acesta, deși nu se așteaptă la o creștere majoră a pieței, reprezentanții companiei Policolor sunt optimiști în privința consumului și își propun să

absoarbă impactul pe care creșterea prețurilor la utilități îl va aduce consumatorilor industriali. „Ne vom păstra politica de preț și vom crește constant calitatea produselor pe toate segmentele”, afirmă Marius Văcăroiu.

## 2012, un an al schimbărilor

Anul trecut a adus numeroase schimbări la nivelul jucătorilor de pe piața de vopsele. Companii noi au intrat pe piață iar altele mai vechi s-au retras. De asemenea, au existat fuziuni, achiziții, numiri de noi manageri, precizează Daniel Guzu.

Cea mai notabilă schimbare a reprezentat-o fuziunea dintre Fabryo Corporation și Atlas Paints, finalizată la începutul acestui an. Companiile fac acum parte din același grup dar cele două entități legale vor continua să activeze pe piață în 2013. Principalii acționari al grupului sunt compania de investiții suedeză Oresa Ventures și



Chroma Holdings.

Aflat încă în consolidare, acest sector este extrem de concurențial, cu mulți jucători locali. „2013 poate fi un an al restructurării companiilor care contează”, este de părere Marius Văcăroiu.

În 2012 s-a resimțit și o schimbare de mentalitate a cumpărătorilor, con-

sumatorii îndreptându-și atenția spre produsele ecologice și cele de nișă.

Având în vedere experiența cumulată în acești ani de criză piața are potențial de creștere în 2013 și în anii următori, apreciază Daniel Guzu.



## Programele guvernamentale ar putea impulsiona piața vopselelor în 2013

Anul 2013 ar putea să aducă o ușoară redresare a pieței de vopsele din România. Acest lucru nu va fi însă posibil fără investiții guvernamentale consistente în programele de reabilitare termică și de finanțare a construcției de locuințe noi, ne-a declarat Zoltan Jakab, președintele Asociației patronale din Industria de Vopsele din România (AIVR)

### Programele de reabilitare termică au sporit cererea pentru tencuieli

Iarna grea de la începutul anului 2012 a condus la o scădere a rezultatelor trimestrului I cu circa 15% comparativ cu perioada similară din 2011. Această situație a afectat rezultatul întregului an 2012, în ciuda unor ușoare creșteri ulterioare înregistrate în trimestrul IV. Prin urmare, în ansamblu, anul 2012 a stagnat la nivelul din 2011, estimează reprezentantul AIVR.

Deși acoperirile industriale au scăzut în 2012 cu circa 15% comparativ cu 2011, acoperirile arhitecturale pe bază de apă cu 3% iar cele pe bază de solvent cu circa 15%, rezultatele globale nu au fost afectate datorită creșterii cu aproximativ 20% înregistrate de segmentul de tencuieli. Această creștere s-a datorat, în principal, programelor de reabilitare termică din anul electoral 2012.

De asemenea, grupa acoperirilor arhitecturale a fost caracterizată de o ușoară scădere a ponderii (circa 2 - 3 %) produselor pe bază de solvent în favoarea celor pe bază de apă, adaugă domnul Jakab.



Zoltan Jakab, președintele Asociației patronale din Industria de Vopsele din România (AIVR)

### Costul materiilor prime majorează prețurile vopselelor

Creșterea costurilor legate de materiile prime, utilități și devalorizarea leului au impus producătorilor o majorare a prețurilor de 5 - 10 % în 2012 comparativ cu 2011.

Anul 2013 a debutat deja pentru producătorii de vopsele cu creșteri ale costurilor legate de utilități. Stabilitatea raportului leu / euro este de asemenea esențială în condițiile în care materiile prime de bază provin din afara țării. Prin urmare, în luna martie principalii operatori de pe piață au anunțat majorări de preț, precizează domnul Jakab.

Pe lângă creșterea costurilor de producție, ca și în anii precedenți, piața de vopsele este afectată de declinul pieței imobiliare, de reticența populației în demararea de proiecte și de reducerea activității industriale per ansamblu. „Într-un top al problemelor o poziție fruntașă ar fi ocupată de lipsa lichidităților din piață”, afirmă președintele AIVR.

### Propunere pentru un program guvernamental de renovare a locuințelor

AIVR își propune să sprijine în acest an inițierea unui program guvernamental pentru facilitarea accesului populației la credite destinate renovării locuinței. Programul ar putea asigura în subsidiar și o creștere a producției de lacuri și vopsele în următorii ani.

De asemenea, AIVR își mai propune să promoveze la export vopselele românești.

## Grup Fabryo Corporation-Atlas Paints: Creștere estimată a cifrei de afaceri cu minim 10%

Grupul de companii Fabryo Corporation-Atlas Paints a depășit în 2012 cifra de afaceri de 39 milioane euro pe segmentul de acoperiri decorative (lacuri, vopsele lavabile, emailuri și tencuieli). Tendința a fost de creștere în comparație cu anul anterior.

„Deținem cea mai mare capacitate de producție din România și, probabil, din Europa de Sud-Est. Ne-am propus să creștem cifra de afaceri cu minim 10% în 2013”, ne-a declarat Dragoș Militaru, Director General Executiv Grup Fabryo Corporation-Atlas Paints.

## Azur: 2012 a adus o creștere cu 19% a cifrei de afaceri

Afacerile Azur au crescut în 2012 atât pe piața internă, cât și la export. Comparativ cu 2011, creșterea înregistrată s-a ridicat la circa 19%. Pentru acest an conducerea companiei și-a propus o nouă creștere a cifrei de afaceri. Cu toate acestea prudența este recomandabilă având în vedere semnele de stagnare de pe piețele externe.

„Avem un plan de investiții pe termen mediu și lung care vizează atât creșteri de capacități de producție, cât și optimizări de procese”, afirmă Eugen Niculescu, Paint & Resins Division Manager Azur.

## Cesal: Vânzări duble anul trecut

Cesal și-a dublat vânzările de vopsele în cursul anului 2012 comparativ cu anul precedent.

Anul acesta compania speră să realizeze o nouă dublare a vânzărilor. Pentru realizarea acestei creșteri compania va inaugura o nouă linie de fabricație pe platforma Cesal de la Fundulea.

