



**ANDREI SULYOK:**

## “Sunt încrezător că 2014 va aduce creșterea indicatorilor financiari pentru Lindab”

Andrei Sulyok, directorul general al Lindab SRL, este încrezător că 2014 va aduce creșterea indicatorilor financiari pentru compania pe care o conduce.

Domnia sa ne-a declarat, într-un interviu, că piața acoperișurilor metalice a scăzut în 2013 față de 2012, iar pentru acest an se așteaptă la o stagnare la nivelul de anul trecut. Directorul general al Lindab susține că societatea a vândut, anul trecut, aproximativ un milion de metri pătrați de acoperișuri și ne-a spus că problema majoră cu care compania se confruntă pe piață este rabatul la calitate.

**Reporter:** Cum a evoluat piața acoperișurilor metalice în 2013 ca volum și ca valoare? Ce tendințe noi ați remarcat pe piață?

**Andrei Sulyok:** Din punctul nostru de vedere, piața autohtonă de acoperișuri din țiglă metalică în anul 2013 a fost în scădere față de 2012, lucru dove-

dit, în mare măsură, de numărul autorizațiilor de construcție fluctuant, conform INS. Contractia pieței a fost cauzată, în cea mai mare parte, de reținerea consumatorilor de a investi în bunuri de folosință îndelungată.

2013 a fost un an greu în domeniul rezidențial și nu numai, principala provocare fiind aceea de a identifica în timp util cât mai mulți clienți care aveau în plan lucrări de renovare.

**Reporter:** Câți metri pătrați de acoperișuri metalice a vândut Lindab în 2013 și cum au evoluat vânzările față de 2012?

**Andrei Sulyok:** Păstrând în linii mari același nivel al vânzărilor comparativ cu 2012, Lindab a fabricat și vândut pe piața româneas-

că aproximativ un milion de metri pătrați de acoperișuri metalice.

**Reporter:** Care sisteme de acoperiș Lindab s-au vândut cel mai bine anul trecut? Care este profilul cumpărătorului de acoperișuri Lindab și în ce zone ale țării ați înregistrat cele mai multe comenzi?

**Andrei Sulyok:** Datorită segmentării majore a clienților din perspectiva puterii de cumpărare, sistemele care au înregistrat cele mai mari vânzări sunt, pe de o parte, cele premium (Nordic 400), iar pe de altă parte cele din categoria low (LTM).

Conform studiilor realizate pe clienții Lindab, cumpărătorul de acoperișuri este bărbat, cu vârsta între 31 și 50 de



ani, cu venituri medii-superioare și studii superioare. Majoritatea cumpărătorilor este din mediu urban.

Din punct de vedere geografic, jumătate din vânzările de acoperișuri în 2013 s-au realizat în NE, SE, SV, București și Ilfov.

**Reporter:** Cum vă așteptați să evolueze piața pe care activați în acest an? Ce prognoze aveți pentru sectorul construcțiilor și creșterea economică în acest an?

**Andrei Sulyok:** Având în vedere că în ultimii ani piața construcțiilor a fost puternic influențată de evoluția economică a țării, am experimentat cu toții că este foarte greu să ne așteptăm la modificări majore în sens pozitiv. În consecință, consider că pe parcursul anului 2014, piața în care Lindab activează se va menține aproximativ la același nivel comparativ cu 2013 sau va înregistra o ușoară creștere generată de măsurile populiste care preced alegerile.

**Reporter:** Care sunt estimările dumneavoastră în privința vânzărilor de acoperișuri Lindab în 2014?

**Andrei Sulyok:** Sunt încredător că anul 2014 va aduce creșterea indicatorilor financiari pentru Lindab. Acțiunile strategice inițiate în 2013 (lansări de produse, concentrare pe vânzare consultativă către clientul final, focus pe proiecte de renovare) vor avea rezultate pozitive în acest an.

**Reporter:** Ce produse noi urmează să lanseze Lindab România în 2014?

**Andrei Sulyok:** Luna martie 2014 a venit cu noutăți pe segmentul rezidențial, prin lansarea unui nou sistem de drenare a apei pluviale, Lindab Craft, care vine să completeze portofoliul de produse. Sistemul se identifică printr-o notă de accesibilitate pentru clienții finali care caută soluții de acoperișuri cu bugete reduse.

Alte lansări de produse preferăm să le păstrăm pentru momentele potrivite. De regulă, orice lansare de produs de anvergură medie și mare implică, evident, investiții, și cum suntem listați la Bursa din Stockholm, avem limitări în declarații.

**Reporter:** Care sunt principalele probleme cu care vă confrunțați pe piața de profil?

**Andrei Sulyok:** Problema majoră cu care Lindab se confruntă pe piața



este rabatul la calitate. Se pare că s-a creat un cerc vicios între ofertele producătorilor de acoperișuri metalice și cererile venite din partea clienților. Din orice perspectivă am gândi lucrurile, verticalitatea ar trebui să fie dată de producătorii de materiale și soluții pentru acoperiș, însă presiunea pe preț conduce la găsirea de mijloace mai mult sau mai puțin ortodoxe, afectând astfel calitatea produselor.

Din păcate, atunci când vorbim despre standardele pentru țigla metalică, legislația nu este foarte clară și nu este făcută astfel încât să protejeze interesele

*“Scăderea prețurilor acoperișurilor metalice în 2013 față de anul anterior a fost cauzată de compromisiunile la calitate făcute de producătorii de pe piața autohtonă”.*

cumpărătorului. Vezi SR EN 14782:2007. În România de astăzi, orice firmă poate vinde orice țigla metalică indiferent de grosimea tablei și a stratului de zinc dacă are Agreement Tehnic, chiar dacă nu corespunde Normei Europene, de altfel adoptată și cu putere de lege în România. De aici până la o luptă surdă a prețurilor în disperarea producătorilor de a vinde, drumul este unul foarte scurt și astfel se explică de ce găsim pe piața construcțiilor țigla metalică începând de la 17 lei/mp la 43 de lei/mp. Clientul final nu știe ce cumpără!

**Reporter:** Cum au evoluat prețurile pe piața acoperișurilor metalice în 2013 și ce estimări aveți pentru acest an?

**Andrei Sulyok:** Scăderea prețurilor

acoperișurilor metalice în 2013 față de anul anterior a fost cauzată de compromisiunile la calitate făcute de producătorii de pe piața autohtonă.

**Reporter:** Care sunt planurile de dezvoltare a companiei în următorii ani?

**Andrei Sulyok:** Patru piloni cheie stau la baza planului de dezvoltare Lindab în România în următorii ani: Afaceri - dezvoltăm și livrăm produse care simplifică construcțiile și satisfac nevoile clientului, ținând cont de așteptările acționarilor și menținând standarde etice ridicate; Mediu Înconjurător - dezvoltăm și realizăm produse cu impact minim asupra mediului și climei în timpul ciclului de viață a acestora; Angajați - respectăm angajații și drepturile acestora, luptăm împotriva discriminării, încurajăm dezvoltarea aptitudinilor

Grupul Lindab este prezent în 32 de țări și are peste 4.400 de angajați. Principala piață pe care Grupul activează și cea care cumulează 80% din cifra de afaceri este cea a construcțiilor non-rezidențiale, în timp ce pe piața rezidențială realizează 20% din afaceri.

În 2013, vânzările Lindab au fost realizate, în proporție de 46%, pe piața scandinavă, 24% în Europa Centrală și de Est, 27% în Europa de Vest și 3% pe alte piețe.

Compania este listată pe bursele Nasdaq OMX Nordic Exchange, Stockholm, Mid Cap sub denumirea LIAB.

și oferim locuri de muncă sigure și sănătoase; Societate - suntem cetățeni responsabili, “facem bine procedând corect”, respectăm legea și alte înțelegeri internaționale, dovedind suport și respect pentru drepturile omului. Totul ținând creșterii profitabile ale vânzărilor.

**Reporter:** Care este opinia dumneavoastră privind accesul companiilor la finanțare? Cum vedeți costurile de finanțare?

**Andrei Sulyok:** Dacă vorbim de finanțarea proiectelor de investiții de către bănci, atunci putem spune că timpul de analiză și răspuns este foarte lung. Dacă vorbim de finanțarea cu ajutorul fondurilor europene considerăm că s-au făcut progrese, dar suntem departe de a ajunge la gradul de absorbție al celorlalți țări din regiune.

**Reporter:** Sunteți la curent cu procedura de „bail-in” a băncilor (salvarea instituțiilor financiare cu banii deponenților) aprobată anul trecut de UE? Cum comentați decizia UE și ce efecte credeți că va avea asupra mediului de afaceri?

**Andrei Sulyok:** Creditarea instituțiilor și firmelor aflate în dificultate financiară prin procedura adoptată de UE ar trebui să aducă un beneficiu economic și să fie un ajutor pentru furnizorii firmelor care ajung să fie instabile din punct de vedere financiar. Însă faptul că această directivă lasă loc interpretărilor, ne determină să fim, cel puțin deocamdată, rezervați în declarații.

**Reporter:** Vă mulțumesc!