

DANIEL GUZU, DURAZIV:

# “Cred că se va relua, curând, creșterea în domeniul construcțiilor”

Continuă investițiile în producția de materiale de construcții și s-a apucat de agricultură

Daniel Guzu, proprietarul grupului Duraziv, ne-a declarat că 2013 a adus o creștere importantă a investițiilor private pe segmentul rezidențial, care a influențat pozitiv piața materialelor de construcții. Domnia sa speră ca 2014 să fie un an mai bun ca 2013 și este optimist că se va relua curând creșterea pieței de construcții.

Domnul Guzu nu a avut succes cu investițiile din piața imobiliară pentru că nu a pus pasiune. Domnia sa ne-a mărturisit că nu va mai repeta experiența și că va continua să investească în agricultură și în producția de materiale de construcții.

Daniel Guzu ne-a spus că a remarcat o revenire a apetitului investițional privat pe segmentul rezidențial, precum și o extindere susținută a unor lanțuri de retail. Deși investițiile publice au scăzut dramatic în 2013, piața materialelor de construcții a fost salvată, în opinia domnului Guzu, de lucrările de renovare sau personalizare a unor spații de locuit, rezultate în urma creșterii numărului de tranzacții imobiliare. Proprietarul Duraziv afirmă că există, în continuare, un număr important de proprietari care investesc în îmbunătățirea calității locuințelor deținute.



influențat evoluția pieței.

Au existat, totuși, multe lucrări de renovare sau personalizare a unor spații de locuit, rezultate în urma creșterii numărului de tranzacții imobiliare. Există, în continuare, un număr important de proprietari care investesc în îmbunătățirea calității locuințelor deținute. Practic, aici este un potențial foarte mare de creștere a vânzărilor de adezivi.

De asemenea, am remarcat o revenire a apetitului investițional privat pe segmentul rezidențial, precum și o extindere susținută a unor lanțuri de retail, care au influențat pozitiv piețele pe care activăm.

*“În anul înființării companiei, produceam doar profile metalice. Acum șase ani, am intrat pe segmentul producției de adezivi și de mortare. De trei ani, producem și vopsele și tencuieli decorative. A fost o perioadă cu o evoluție accelerată”.*

**Reporter:** Cum a mers piața construcțiilor metalice?

**Daniel Guzu:** Segmentul profilelor metalice pentru structuri de gips-carton este puternic influențat de nivelul construcțiilor noi. Am fost și în 2013 alături de principalii dezvoltatori de pe segmentul rezidențial, în special cei din zona de sud a Bucureștiului și localitățile limitrofe. Acesta a fost un pol investițional în ultimii ani pe segmentul rezidențial.

**Reporter:** Cum au evoluat vânzările totale ale companiei în 2013 față de 2012?

**Daniel Guzu:** Vânzările companiei s-au menținut în 2013 la un nivel similar anului precedent. Am observat o creștere a ponderii diviziei de vopsele în business. Ne apropiem de targetul pro-

**Reporter:** Ce cifră de afaceri și ce profit a realizat, anul trecut, Duraziv și cum au fost aceste rezultate față de 2012?

**Daniel Guzu:** Anul trecut, afacerile Duraziv s-au menținut la un nivel similar celui din 2012. Veniturile totale înregistrate de companie au fost de aproximativ 17 milioane de euro.

Unul din sectoarele care a generat volume importante în vânzările companiei

în anii precedenți a avut o evoluție foarte lentă în 2013. Este vorba despre programul național de termoizolare a clădirilor vechi. Activitatea de pe acest segment a fost mult redusă ca intensitate, comparativ cu anul anterior.

**Reporter:** Cum a evoluat piața de adezivi pentru construcții în 2013 ca volum și ca valoare? Ce tendințe noi ați remarcat pe piață?

**Daniel Guzu:** Din estimările Duraziv, în 2013, piața de adezivi, mortare și tencuieli a înregistrat o ușoară contracție. Din fericire, piața materialelor de finisaj a fost mai puțin afectată de scăderea numărului de locuințe noi livrate în piață. Aceste categorii de produse sunt utilizate intens în proiectele de renovare, precum și în programul național de anvelopare a clădirilor. Programul de reabilitare a înregistrat un recul, care a



pus în momentul lansării acestei divizii, acela de a genera o treime din veniturile companiei.

**Reporter:** Care produse s-au vândut cel mai bine anul trecut?

**Daniel Guzu:** Tencuielile decorative și adezivii de polistiren au fost categoriile de produse cu cele mai mari vânzări în 2013. Am înregistrat creșteri consis-

te și pe segmentele de gleturi și adezivi pentru plăcări ceramice, dar și pe cel de lavabile colorate.

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

**Daniel Guzu:** În acest moment, am putea colecta o listă destul de mare de elemente, care pot indica o creștere a segmentului construcțiilor în 2014. Acestea sunt, însă, doar calcule pe hârtie.

Pe acest segment de activitate este foarte greu să prevezi cum vor evolua o serie de factori, pornind de la vreme și până la nivelul de stabilitate politică. În cazul înregistrării unui avans, acesta va fi la un nivel minim. Se spune, însă, că de multe ori nu contează cifrele atât de mult, pe cât contează trendul. Sperăm ca 2014 să fie anul în care construcțiile să intre pe o traiectorie ascendentă. România este o țară aflată într-un proces de dezvoltare. Nu avem o economie ajunsă la un nivel maxim, care să nu mai permită creșteri. Dimpotrivă, avem mult de recuperat față de mai multe state occidentale. Credem că se vor relua creșterile curând și în domeniul construcțiilor.

**Reporter:** Care sunt estimările dum-

neavoastră în privința vânzărilor companiei în 2014?

**Daniel Guzu:** În anul înființării companiei, produceam doar profile metalice. Acum șase ani, am intrat pe segmentul producției de adezivi și de mortare. De trei ani, producem și vopsele și tencuieli decorative. A fost o perioadă cu o evoluție accelerată. Acum, fiecare dintre domeniile pe care activăm prezintă un potențial substanțial.

Fie că vorbim de nivelul minim al consumului de vopsea în România, fie de

*"Noi ne dorim o creștere ușoară a afacerilor în 2014, dar, mai mult decât atât, depunem eforturi pentru a crea și livra în piață produse conform așteptărilor clienților, care să garanteze o durabilitate superioară lucrărilor".*

gradul redus de izolare termică a locuințelor – în țara noastră se consumă o cantitate dublă de energie pentru încălzirea și răcirea locuințelor comparativ cu media europeană – este clar că activitatea de pe aceste segmente se va intensifica în viitorul apropiat.

Noi ne dorim o creștere ușoară a afacerilor în 2014, dar, mai mult decât atât, depunem eforturi pentru a crea și livra

în piață produse conform așteptărilor clienților, care să garanteze o durabilitate superioară lucrărilor. La final de an, dorim mai mult să știm că am identificat și popularizat produse și soluții care să garanteze o creștere sănătoasă în anii următori.

**Reporter:** Ce produse noi urmează să lanșați în 2014?

**Daniel Guzu:** Încă de la începutul anului, suntem foarte activi la capitolul inovație. Am creat un nou adeziv pentru segmentul de plăcări ceramice, am

investit în crearea unor pigmenți superiori calitativ, care să fie utilizați atât pentru colorarea vopselelor din portofoliu, cât și pentru tencuielile decorative. Avem în portofoliu o amorasă albă și o tencuială nouă cu silicon în compoziție. În curând, vom anunța o nouă paletă de culori. Nu ne vom opri aici. Inovația este principala strategie care stă la baza acestui business, motiv pentru care anual alocăm o parte importantă din venituri departamentului de cercetare.

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

**Daniel Guzu:** În primul rând, nivelul de predictibilitate din piață este foarte scăzut. Există diferențe foarte mari de la un an la altul, greu de prevăzut, ceea ce



ne influențează în gândirea unor strategii de dezvoltare. De exemplu, anul trecut, nivelul investițiilor publice în construcția de spații rezidențiale a fost de zece ori mai mic față de 2012. Programul de reabilitare termică a clădirilor a înregistrat un recul important în condițiile în care toate așteptările vizau o evoluție majoră pe acest segment. Mai sunt șase ani până în 2020 și au fost reabilitate termic doar 10% din clădirile din România.

Este greu să-ți faci un plan în ceea ce privește evoluția afacerilor în aceste condiții.

Ne-a bucurat să vedem în 2013 o creștere importantă a investițiilor private pe segmentul rezidențial. Intensificarea activității în șantierelor care au la bază fonduri private este mai mult decât binevenită.

**Reporter:** Cum au evoluat prețurile pe piețele pe care activați în 2013 și ce estimări aveți pentru acest an?

**Daniel Guzu:** Nu au existat schimbări importante. Prețurile materiilor prime au evoluat, dar acest aspect nu a fost mereu vizibil în prețul final al produselor. Chiar dacă au fost creșteri ale prețului unor produse, acestea au fost amortizate de promoțiile desfășurate de jucătorii din piață.

Piața generează o presiune foarte mare asupra prețului, acesta fiind în prezent un criteriu de selecție foarte important.

**Reporter:** Care sunt planurile de dezvoltare a companiei în 2014 și pe termen mediu și lung?

**Daniel Guzu:** Noi vedem un potențial foarte mare de creștere pe fiecare dintre segmentele pe care activăm. În ultimii doi ani, am depus eforturi pentru a consolida fiecare divizie și pentru a echilibra ponderea lor în business. Până acum, am reușit să intrăm în top cinci în producția de adevizi, ne-am dezvoltat constant pe segmentul de vopsele și suntem principalul furnizor de tencuieli decorative din Capitală.

Credem că ne așteaptă o cursă lungă

*"Ne-a bucurat să vedem în 2013 o creștere importantă a investițiilor private pe segmentul rezidențial. Intensificarea activității în șantierelor care au la bază fonduri private este mai mult decât binevenită".*

și frumoasă. Pe termen mediu și lung, ne dorim să devenim unul dintre principalii furnizori de produse și sisteme

pentru finisarea locuințelor în țara noastră.

**Reporter:** În urmă cu câțiva ani, ați spus că nu veți mai investi niciodată în piața imobiliară. Vă mențineți opinia sau v-ați răzgândit?

**Daniel Guzu:** Decizia nu ține neapărat de piața imobiliară. Este mai mult

visele.

**Reporter:** Mai aveți proiecte imobiliare în derulare?

**Daniel Guzu:** Nu. Am mai achiziționat terenuri în ultimii ani, dar obiectivul nu a fost nicidecum unul imobiliar. Terenurile sunt folosite pentru creșterea business-urilor în care sunt implicat în



*"De 20 de ani, caut să-mi pun în valoare talentele și să fac lucruri în care pot pune multă pasiune. Bani nu au fost decât o consecință a lucrului bine făcut".*

care o avem față de aceste pământuri și față de generațiile viitoare. Dumnezeu ne-a lăsat aici o mare comoară. Depinde de noi ce facem cu ea.

**Reporter:** Cum caracterizați trendul din domeniul produselor alimentare bio? Sunt opinii conform cărora cumpărătorii caută din ce în ce mai mult acest tip de produse.

**Daniel Guzu:** A crescut mult, în ultimii ani, gradul de informare a consumatorilor în legătură cu produsele consumate. Tinerii părinți se interesează, de asemenea, foarte mult de calitatea fiecărui aliment pe care îl oferă copiilor. Eu sper să ajungem la nivelul în care educația în nutriție să capete proporții. Dacă ar fi după mine, aș introduce acest domeniu ca materie obligatorie de studiu. Calitatea vieții noastre depinde masiv de ceea ce mâncăm. Sper să crească din ce în ce mai mult interesul pentru produsele sănătoase.

**Reporter:** Care sunt cele mai bine vândute produse bio pe care le fabricați?

**Daniel Guzu:** Vinurile, sucurile și fructele proaspete sunt produsele cel mai bine vândute din portofoliul Natura SRL.

**Reporter:** Mai faceți și alte investiții în agricultură?

**Daniel Guzu:** Vom continua să ne dezvoltăm, să achiziționăm terenuri și să creăm plantații noi. Anul acesta avem în plan o plantație de cătină și de afin.

**Reporter:** Vă mulțumesc!

vorba de un principiu care în continuare mi se pare foarte important. Nu mă pot numi investitor. Am încercat, de-a lungul timpului, să construiesc. De 20 de ani, caut să-mi pun în valoare talentele și să fac lucruri în care pot pune multă pasiune. Bani nu au fost decât o consecință a lucrului bine făcut. Eu cred că dacă faci un lucru cu pasiune și cauți să crezi ceva de valoare, vei culege, în scurt timp, și rezultatele.

Achizițiile pe segmentul imobiliar au fost investiții în formă pură. Nu au fost fonduri alocate pentru a crea ceva. Nu a fost pasiune. A fost doar un mod de a plasa niște bani, nutrind speranța că aceste sume vor putea aduce profit. Nu mi-am respectat principiul și nu voi mai face asta. Voi folosi banii pentru a-mi susține

acest moment.

**Reporter:** Ați decis, în schimb, să investiți în agricultura bio. Cum vă merg afacerile în domeniu, ce investiții mai planuiți și ce planuri de dezvoltare aveți?

**Daniel Guzu:** Toate produsele create de Natura SRL sunt naturale. Nu pot fi încadrate, încă, în categoria produse bio. Procesul va fi unul mai lung. În acest moment, principala preocupare este de a crea produse care să permită o alimentație cât mai sănătoasă. Aceasta ar trebui să devină o preocupare majoră în viitor, în țara noastră. Este extrem de important ce mâncăm. Din păcate, de la un an la altul, scade calitatea alimentelor consumate. România are, însă, un potențial imens de creștere pe acest segment. În Occident, terenurile agricole din România sunt considerate adevărate comori, pentru că pe ele pot fi cultivate produse de cea mai bună calita-

