

OMER SUSLI, PRAKTIKER:

“Am primit oferte să preluăm un competitor direct”

“Discuțiile pentru preluarea unei fabrici Lafarge au eșuat”

Piața autohtonă a materialelor de construcții va înregistra o tendință de creștere atunci când vor fi îndeplinite două condiții, respectiv creșterea populației și a numărului de imigranți, ne-a declarat Omer Susli, proprietarul Praktiker România. Domnia sa apreciază că scăderea sectorului de construcții nu îi descurajează planurile de investiție, întrucât Praktiker se concentrează pe segmentul locuințelor existente.

Omer Susli susține că, după criza economică, oamenii au început să economisească, n-au mai făcut cheltuieli, au devenit mult mai ponderați și cumpărările din impuls au scăzut foarte mult. Domnia sa ne-a explicat că românii vin “pregătiți cu lista de acasă și se abat foarte puțin de la ea”, iar cei mai mulți fac mici lucrări de amenajării sau renovare doar când locuințele necesită reparații.

Reporter: Ați declarat recent că analizați posibilitatea preluării unei fabrici Lafarge. Ce ne puteți spune în acest sens și cu cine concurați pentru această achiziție?

Omer Susli: Discuțiile cu Lafarge au început după ce a fost anunțată fuziunea cu Holcim și eram interesați de fabrica de la Medgidia pentru că, de 7-8 ani, ofeream și servicii de logistică societății franceze. Din păcate, lucrurile s-au complicat, iar discuțiile s-au oprit, pentru că unitățile nu se mai vând individual, ci la pachet. Aveam o bancă dispusă să ne finanțeze această achiziție, dar pentru că acum trebuie să cumpărăm mai multe active, automat ne trebuie mai multe bănci, iar negocierile cu Lafarge au fost anulate.

În acest moment, nu mai avem în plan să facem astfel de achiziții. Chiar am primit recent o ofertă să preiau pe unul dintre competitorii noștri direcți, dar nu vă pot spune pe cine pentru că nu este elegant să divulg o tranzacție care nu este încheiată. Pentru 2015 nu avem



programate achiziții, ci ne vom axa strict pe afacerea noastră și, în următorii doi ani vom continua ce ne-am propus, adică să deschidem noi magazine.

Reporter: Cum a evoluat piața autohtonă de materiale de construcții în ultimii ani și care sunt previziunile dumneavoastră pentru 2014?

Omer Susli: Eu îmi doresc să avem o permanentă creștere în domeniul construcțiilor, dar, din păcate, nu poate fi așa și trebuie să fim realiști. Ca să putem să construim clădiri noi în România, trebuie să fie îndeplinite două elemente, unul dintre ele fiind creșterea populației, pe care nu o avem, ci dimpotrivă, trendul este descen-

dent. Dacă prima condiție nu este îndeplinită, ne mai rămâne să avem o creștere a numărului de imigranți care să vină în țară și, dacă ne uităm pe date, și numărul acestora este în scădere începând cu anul 2008. Sunt foarte optimist, dar, în acest fel, nu văd cum putem să avem o creștere pe piața construcțiilor. Putem să construim locuințe, dar nu are cine să le mai cumpere.

Pe de altă parte, în ultimii ani, am observat că România are foarte multe școli și spitale vechi, iar multe grădinițe și policlinici care aparțin statului au peste 40 de ani vechime. Toate aceste clădiri trebuie demolate și reconstruite de la zero. În multe țări din lume se aplică acest principiu, iar asta ar trebui să se întâmple și în România. Nu este un lux, ci un element necesar pentru dezvoltarea țării. Luând în calcul toate proiectele de infrastructură care trebuie realizate în România, dacă începem acum nu reușim să le terminăm în 20 de ani.

Reporter: Sectorul construcțiilor din țara noastră a avut cea mai mare scădere a producției din UE în prima parte a anului potrivit Eurostat. Vă schimbă aceste date planurile de investiții?

Omer Susli: Aceste informații nu ne descurajează, pentru că noi ne concentrăm pe segmentul locuințelor existente. Știm că orice canapea trebuie schimbată la 5-6 ani, orice covor trebuie înlocuit până la urmă, la fel cum se întâmplă cu întreg mobilierul unei locuințe. Sloganul nostru “De la casă la acasă” arată că mergem în această direcție. Cu alte cuvinte, încercăm să facem din Praktiker un magazin dorit de oamenii care vor să-și transforme casa deja existentă, iar tot ceea ce vor să schimbe în locuință să poată găsi la noi, așa-numitul soft DIY (do-it-yourself). Noi nu



avem materiale grele de construcție, cum au competitorii noștri, ci ne concentrăm pe reamenajarea casei, reamenajări de interior, decorațiuni, grădinărit.

Reporter: Ce planuri de investiții aveți pentru acest an și ce buget ați alocat în acest scop?

Omer Susli: Inițial, pentru acest an aveam în plan să deschidem trei magazine. L-am finalizat deja pe cel de la Târgu-Jiu, altul va fi terminat la Giurgiu și purtăm negocieri pentru al treilea magazin pe care vrem să-l deschidem la Sibiu, prin cumpărarea sau închirierea unui magazin Obi. De asemenea, mai suntem în discuții pentru achiziția unui magazin în Sibiu tot de la un competitor direct.

În cazul magazinului de la Târgu-Jiu am investit 1,5 milioane de euro. Costurile pentru construcția unui magazin depind foarte mult de locație și de spațiul disponibil. Mai avem discuții pentru cumpărarea unui spațiu în Vaslui, dar ne interesează, în primul rând, clădirile gata făcute pentru a deschide magazinele cât mai rapid. Din momentul în care ne hotărâm că vrem să avem un nou magazin și până la finalizarea propriu-zisă a acestuia trece aproximativ un an.

Reporter: Concret, cum intenționați să eficientizați rețeaua Praktiker?

Omer Susli: De când sunt la conducerea Praktiker, am tăiat în per-

manență prețurile și cred că, de 6-7 luni, avem cele mai bune prețuri de pe piață. Știm cu toții că, începând din anul 2008, clienții au tendința să-și calculeze foarte atent banii și să meargă în mai multe locuri pentru a găsi produsele pe care și le doresc la prețurile cele mai bune. Așa cum este și normal, o dată cu scăderea prețurilor, am înregistrat o creștere a vânzărilor și a numărului de clienți.

Reporter: Care este strategia de dezvoltare a rețelei Praktiker pe termen mediu și lung?

Omer Susli: Am reușit să dublăm numărul de furnizori în țară și avem mult mai mulți producători români în magazinele noastre decât erau înainte. Marea majorita-

te a produselor noastre se regăsește în toate magazinele Praktiker, dar în anumite zone din provincie am încercat să sprijinim și producătorii români să-și vândă mărfurile, fiind o inițiativă benefică pentru ambele părți.

Reporter: Ce cifră de afaceri și ce profit preconizați în 2014 pentru rețeaua Praktiker?

Omer Susli: Pentru acest an prognozăm o cifră de afaceri netă de aproximativ 140 de milioane de euro, iar despre profit încă nu avem date. Este prematur să facem estimări pentru anul viitor pentru că situația se poate schimba de la o săptămână la alta și trebuie să luăm lucrurile pas cu pas. Înainte, țineam ședințe săptămânale în care puteam să ne schimbăm strategia în funcție de cerințele care veneau din Germania, însă acum obiectivele noastre se modifică in-

140
de milioane de euro -
prognoza cifrei de
afaceri netă pentru
acest an, potrivit lui
Omer Susli.

“De când sunt la conducerea Praktiker, am tăiat în permanență prețurile și cred că, de 6-7 luni, avem cele mai bune prețuri de pe piață”.



“Pentru 2015 nu avem programate achiziții, ci ne vom axa strict pe afacerea noastră și, în următorii doi ani vom continua ce ne-am propus, adică să deschidem noi magazine”.

dependent de situația de la centru.

Reporter: Cum s-a schimbat comportamentul consumatorilor români în anii de criză?

Omer Susli: Până în 2008, nimeni nu avea grija zilei de mâine, dar după aceea, datele Băncii Naționale arată că românii au început să pună bani deoparte. Toate erau bune și frumoase, iar când a venit criza lumea se aștepta să fie o situație provizorie. După 2010, oamenii au început să economisească, n-au mai făcut cheltuieli, au devenit mult mai ponderați și cumpărăturile din impuls au scăzut foarte mult. Clienții vin pregătiți cu lista de acasă și se abat foarte puțin de la ea. Dacă înainte de 2009 aveam 70% dintre clienți care făceau lucrări mari de amenajare și 30% aveau proiecte mici, acum situația este invers și poate chiar mai dramatică. Cei mai mulți clienți fac mici amenajări sau renovări și schimbă ceva prin casă doar când se strică. Sunt puține proiecte mari de anvergură, cum ar fi schimbarea locuinței sau reamenajarea de la zero.

În 2010, Praktiker avea o cifră de afaceri de 300 de milioane de euro, iar în ultimii ani scăderea vânzărilor a fost lentă. În acest an, pentru prima dată după 2008, am înregistrat șase luni de creștere consecutivă a cifrei de afaceri și profitului.



Reporter: Ce produse noi urmați să introduceți în magazinele Praktiker în următorul an?

Omer Susli: În fiecare zi venim cu câte un produs nou, mai ales pentru amenajarea casei. Ne-am repositionat pe segmentul Home & Deco, adică tot ce ține de făcut într-o "casă la roșu", de la vopsele, gresie, faianță, lămpi, mobilier și mici decorațiuni.

Avem feedback-uri pozitive, vinдем foarte multă mobilă. În urma studiilor pe care le-am făcut, în marea majoritate a proiectelor decizia aparține femeilor, iar produsele din magazinele noastre sunt alese în proporție de 75-80% de către acestea. Bazându-ne pe aceste date, am dezvoltat campania "De la casă la acasă" prin care ne adresăm femeilor căsătorite, cu copii, implicit soților, dar femeia este punctul de atracție. La sfârșitul anului, vom avea un alt studiu care ne va arăta indicatorii de performanță ai acestei campanii. În orice caz, numărul de clienți pe care îl înregistrăm în acest moment este cu mult peste așteptările noastre. Avem zeci de mii de clienți care cumpără zilnic produsele Praktiker.

Reporter: Care sunt problemele cu care v-ați confruntat în activitatea dumneavoastră, în ultima perioadă?

Omer Susli: Eu sunt un om foarte

optimist, nu vreau să mă gândesc niciodată la partea goală a paharului. În loc să ne gândim la probleme, ar trebui să ne bucurăm de ceea ce avem și sunt sigur că atitudinea pozitivă ne va aduce doar beneficii. Au fost probleme clasice care apar la preluarea unei compa-

nii, precum negocierea cu proprietarii de locații, negocierea cu furnizorii, aducerea de noi furnizori, poziționarea brandului în piață, politica prețurilor etc.

Reporter: Cum apreciați competiția pe piața de bricolaj din România?

Omer Susli: Să știți că eu nu consider pe nimeni competitorul meu, eu îi consider prieteni care activează în același domeniu cu noi. În Turcia, în bazar, sunt 3.000 de magazine care vând aur și cu siguranță acestea sunt sub un singur acoperiș și vând mult mai mult decât un singur magazin din provincie. Cu 90% din competitorii de pe piața de bricolaj suntem prieteni de familie, mergem în vacanțe împreună și niciodată nu vorbim despre afaceri.

În piață sunt 2-3 competitori români care se descurcă mai bine decât companiile multinaționale. Totuși, vă pot spune că, în acest an, dar și anul viitor vor fi și companii cu care concurăm direct care vor ieși de pe piața de bricolaj.

Reporter: Câți angajați aveți în rețeaua Praktiker, în acest moment?

Omer Susli: Avem aproximativ 1.700 de angajați, inclusiv cu sediul central, dar plătim salarii pentru un personal de 2.200 de oameni, în care intră departamentele de pază, curățenie, tehnic, de transport. Noi angajăm în mod continuu și niciodată nu am dat afară pe nimeni. Este ultimul lucru la care mă gândesc.

Reporter: Vă mulțumesc!



1,5
milioane de euro -
investiția în
magazinul de la
Târgu-Jiu.