

PENTRU ACEST AN

## Piața mobilierului de birouri, estimată la 35-40 de milioane de euro

(Interviu cu Christophe Weller, Managing Partner COS)



Piața mobilierului pentru birouri ar putea atinge, în acest an, o valoare de 35-40 de milioane de euro, cu 25% mai mult față de anul trecut, după cum ne-a spus Christophe Weller, Managing Partner în cadrul companiei COS, care oferă soluții complete pentru mobilarea spațiilor de birouri. Domnia sa ne-a precizat, în cadrul unui interviu, că valoarea estimată a pieței de profil este mult mai mică decât nivelul de 80-100 de milioane de euro, înregistrat înainte de criză.

Christophe Weller ne-a vorbit atât despre tendințele pieței, cât și despre evoluția activității companiei pe care o reprezintă.

**Reporter:** La ce valoare se ridică piața mobilierului de birou?

**Christophe Weller:** Nu există statistici oficiale cu privire la valoarea pieței românești de mobilier de birou, însă estimez că va atinge 35-40 de milioane de euro anul acesta, fără să includem vânzările de retail, mai mare cu 25% față de anul trecut, dar tot mai mică decât valoarea de 80-100 de milioane de euro, pe care o înregistra înainte de criză.

**Reporter:** Ce perspective are această piață?

**Christophe Weller:** Am observat o creștere substanțială a nevoilor de mobilier pe piață și avem încredere că această tendință va continua în următoarele 18 sau 24 de luni. Fie că este vorba de reamenajarea birourilor actuale sau de relocarea în altele complet noi, care includ și mobilier nou, considerăm că nevoile de mobilier și echipare

vor continua să crească.

**Reporter:** Ce strategie a abordat compania ca să depășească perioada de criză?

**Christophe Weller:** Criza a fost cea mai mare provocare pe care am trăit-o. 2010 și 2011 au fost cei mai grei ani, din punct de vedere al vânzărilor de mobilier. Firmele, fiind îngrijorate de viitorul pieței, nu mai investeau în mobilier nou. Și aceasta a fost o situație generală, peste tot în lume, așa că nici nu am văzut multe companii noi care să vină să investească în România.

Dar ne-am adaptat. Acest lucru a însemnat că trebuia să fim mai eficienți și mai buni decât înainte. A fost o provocare să ajustăm prețurile, dar, paradoxal, a trebuit să mărim costurile ca să putem deservi clienții care erau mai pretențioși.



Arval





Cosmin Dragomir

Ne-am asumat riscul să creștem anumite costuri, iar acest fapt a dat rezultate.

Astfel, am avut o scădere de numai 20% comparativ cu maximul cifrei de afaceri pe care am raportat-o, de aproape 15 milioane de euro în 2008 și 2009. De asemenea, am reușit să rămânem profitabili în toată această perioadă și să continuăm să investim.

**Reporter:** Va gândiți să vă extindeți prezența și în alte țări?

**Christophe Weller:** Nu, ne extindem doar local. Ne-a luat 17 ani să deschidem al doilea showroom în România, dar nu ar trebui să ne ia atât de mult să-l deschidem pe al treilea. Anul trecut, am angajat un reprezentant full-time în Timișoara și am ținut lași-ul ca un potențial amplasament pentru extindere, în viitorul apropiat. Creșterea României s-a accelerat, așa că și propriile noastre evoluții vor avea un ritm mai alert.

Cluj, și în general Transilvania, ne-au interesat de mult timp. Am finalizat în mod frecvent proiecte în această regiune, dar aveam nevoie de semne mai încurajatoare ca să avem, efectiv, un birou în Cluj. Marele factor declanșator a fost finalizarea propriului birou Steelcase, în 2011-2012, care a coincis cu angajarea unui reprezentant full time în Cluj-Napoca. În ultimii doi ani, folosind biroul Steelcase ca exemplu, persoana respectivă a dezvoltat o afacere de aproximativ 2 milioane de euro.

Celălalt factor declanșator este dezvoltarea imobiliară întâlnită în regiune, acesta fiind întotdeauna un factor major în propria noastră dezvoltare.

În final, a trebuit să simțim că piața este pregătită pentru tipul și an-

vergura activității noastre. Nu vindem doar produse, suntem mai degrabă consultanți în strategia spațiului de lucru, furnizând mediul de lucru personalizat, conform nevoilor și obiectivelor clienților.

De câțiva ani, simțim că Transilvania și Clujul sunt din ce în ce mai receptive la modul nostru de abordare.

**Reporter:** Ce servicii conexe oferiți?

**Christophe Weller:** Livrarea și in-

stalarea tuturor produselor achiziționate și închirierea de mobilier.

**Reporter:** Ce tendințe sunt în acest an, atât legate de modele, cât și de culori și materia primă utilizată?

**Christophe Weller:** Piața mobilierului de birou urmează oarecum dorința firmelor de a stimula colaborarea între angajații lor. Spațiile largi de birouri cu despărțitoare scunde sunt preferate, în detrimentul zidurilor și birourilor închise. Sunt prevăzute mai multe spații de izolare, cu scaune și mese cu un aspect mai destins, pentru întâlniri informale și brainstorming. Printre altele, seturile de mobilier trebuie să fie confortabile și să ofere mobilitate utilizatorilor.

Conceptul minimalismului se aplică și interioarelor de birouri din România, din motive estetice, dar și practice și economice. Din punct de vedere al decorației, ni se cere să realizăm design elegant, pur și care să ocupe puțin spațiu, nu doar pentru că poate fi mai ieftin.

Folosirea tehnologiei a ajutat, de asemenea, minimalismul, permițând aceluiași spațiu să fie multifuncțional, fie că este nevoie de o teleconferință sau o prezentare.

În mod cert, astăzi, în România, cu interioarele potrivite, putem fi mai eficienți și mai productivi într-un spațiu mai mic, cu mai puține obiecte.

Este exact ceea ce ne propunem să facem pentru clienții noștri.

Printre cele mai importante tendințe în spațiul de lucru se numără: importanța stării de bine; mobilitatea angajaților; integrarea mobilierului, tehnologiei și arhitecturii interioare, pentru a asigura modularitatea spațiului (modul în care spațiul



Microsoft Timișoara



COS Cluj



Gaspar



poate fi reorganizat în mod dinamic atunci când împrejurările o cer), precum și reducerea spațiului ocupat și creșterea performanței oamenilor.

**Reporter:** Ce buget alocă clienții pentru amenajarea biroului?

**Christophe Weller:** Bugetul conținează, dar nu este întotdeauna necesar să fie foarte mare. În prezent, avem aproximativ 1.400 de clienți în România. În fiecare an, primim aproximativ 1.000 de comenzi, în medie de 15.000 sau 16.000 de euro fiecare, dar o mare parte dintre ele sunt comenzi de 5.000 de euro sau mai mici.

**Reporter:** Cum s-au educat consumatorii, în acești ani de criză?

**Christophe Weller:** Ca în multe alte sectoare, clienții cer mai mult și mai bine pentru sume mai mici. Folosind criza ca pretext, ei cer tuturor să reducă prețurile din ce în ce mai mult. În același timp, sunt mult mai atenți când este vorba să construiască un mediu de birouri adecvat și eficient pentru angajații lor, fiind deseori la curent cu cele mai noi tendințe implementate în alte țări.

**Reporter:** Ce cifră de afaceri ați realizat anul trecut?

**Christophe Weller:** Cifra de afaceri din 2014 a fost de 16,3 milioane de euro, comparativ cu 16,3 milioane euro în 2013 și 11,3 milioane euro, în 2012. Pentru acest an, estimăm o cifră de afaceri de 18 milioane de euro. Ne dorim să ajungem la



Gaspar

25 de milioane de euro, în trei ani.

În prezent, avem aproximativ 70 de angajați, adică o structură ce poate face față activității noastre curente și care poate acoperi o cifră de afaceri de 16 milioane de euro și chiar mai mult.

**Reporter:** Pe ce vă bazați când faceți aceste estimări?

**Christophe Weller:** Ne bazăm mult pe birourile noastre din Cluj-Napoca. Eu cred cu tărie că biroul din Cluj-Napoca va avea rezultate bune anul acesta și va genera un total de 3 milioane de euro și chiar peste.

Restul va veni preponderent de la București și Timișoara. Vedem, de asemenea, potențial în orașe cum ar fi Oradea, Arad și Iași.

În București, până la sfârșitul anului vor exista relocări în unele dintre clădirile existente. De asemenea, căutăm clienți noi.

Piața românească de profil va rămâne activă, deoarece există clădiri noi de birouri. Considerăm că interesul societăților comerciale

străine care vin pentru prima oară în România este în creștere.

**Reporter:** Ce produse oferă COS ca să se diferențieze de ceilalți producători din domeniu?

**Christophe Weller:** Am început doar prin vânzarea de mobilă, în octombrie 1997, reprezentând doar un singur producător: Steelcase - liderul mondial în mobilier de birou. În prezent, le propunem clienților noștri soluții complete, de la design până la execuție, pentru toate nevoile care țin de spații de lucru, incluzând dotări arhitecturale și interioare pentru presiunea medie efectivă/incălzire, ventilație și răcire. Singura parte pe care n-o avem încă este construcția efectivă de structuri. În rest, putem face totul, propunând diverse opțiuni (de design-uri și prețuri) pentru fiecare categorie de produse, inclusiv mobilier. Aceste evoluții, atât orizontale, cât și verticale, au venit ca urmare a ascultării dorințelor clienților noștri și oportunită-

ților de piață. Am început cu mobilier Steelcase, dar foarte curând, în 1998, am adăugat soluții de împărțire a spațiului și cu covoare, ca urmare a cererii clienților noștri. După aceea, am adăugat specialități pe măsură ce am angajat personal specializat, cum ar fi designeri, ingineri constructori și ingineri MEP (mean effective pressure - presiunea medie efectivă). Clienții noștri sunt mulțumiți de oportunitatea de a avea un singur contract, un singur furnizor pentru toate nevoile lor, respectiv o soluție completă implementată pentru spațiile de lucru. Am considerat că piața era gata pentru o asemenea ofertă și am avut dreptate, judecând după rezultate.

Pentru noi, asumarea responsabilității pentru întregul proces este o provocare mai mare, dar atunci când livrăm clientului rezultatul final ne simțim mândri.