

SORIN PANĂ, URSA ROMÂNIA:

## “Sperăm că noul Cod Fiscal va aduce o creștere a investițiilor și a consumului în zona privată”

“Piața de vată de sticlă ar putea înregistra o scădere în 2015, cu 8-12% față de anul trecut, când valoarea pieței era de circa 15 milioane euro”



Piața materialelor de izolație a scăzut în primele șase luni ale anului față de aceeași perioadă din 2014, iar estimările sunt pesimiste pentru acest an, întrucât există puține lucrări în derulare care să solicite o izolare corectă, consideră Sorin Pană, directorul comercial al URSA România.

Domnia sa speră că noul Cod Fiscal va aduce o creștere a investițiilor și a consumului în zona privată, iar noile reglementări vor crea spațiul necesar pentru multiplicarea lucrărilor de anvergură, implicit în creșterea investițiilor în zona construcțiilor de locuințe.

**Reporter:** Cum caracterizați evoluția pieței materialelor de izolație în primele șase luni din 2015, comparativ cu anul trecut? Care sunt estimările dumneavoastră pentru a doua parte a anului?

**Sorin Pană:** Piața materialelor de izolație a scăzut în primele șase luni ale anului față de aceeași perioadă din 2014. Estimările noastre sunt pesimiste deoarece sunt puține lucrări în derulare care să solicite o izolare corectă, iar piața nu este încă educată. Ne punem mari speranțe în demararea unor lucrări de renovare/recondiționare a locuințelor individuale, precum și a clădirilor vechi. În

același timp, dorim să continuăm campania noastră de educare a consumatorului final, astfel încât acesta să conștientizeze importanța folosirii unei izolații de calitate, la grosimile necesare.

**Reporter:** Cum credeți că va influența noul Cod Fiscal segmentul de piață pe care activați?

**Sorin Pană:** Sperăm că noul Cod Fiscal va aduce o creștere a investițiilor și a consumului în zona privată. Aceasta vine să susțină afirmația că ne dorim lansarea unor campanii de conștientizare a necesității de izolare a locuințelor. De asemenea, sperăm că noile reglementări vor oferi mai mult spațiu sectorului privat. Avem speranța că acest spațiu se va concretiza în lucrări de construcții de anvergură, implicit în creșterea investițiilor în zona construcțiilor de locuințe și nu numai.

**Reporter:** Care sunt direcțiile de acțiune pe care le-ați adoptat în acest an în vederea dezvoltării activității companiei?

**Sorin Pană:** În acest an ne-am concentrat și mai mult pe zona vânzării și pe promovarea soluțiilor, încercând să ne diferențiem la maximum față de concurenții care utilizează doar materiale ieftine, pe

online desfășurăm o campanie B2C, adresată consumatorilor finali, aceasta fiind axată pe educarea lor. Avem informații despre importanța izolării locuinței, la nivel european, economiile pe care le aduce o izolație corectă la bugetul familiei, recomandări pentru diferite aplicații, grosimi recomandate, caracteristici tehnice și modul de montare a produselor noastre. De fapt, începând cu luna iunie a acestui an, ne-am alăturat campaniei EURIMA (Asociația Europeană a Producătorilor de Materiale Izolante) - „Dezlănțuți puterea izolației”. Această asociație a cerut liderilor Uniunii Europene să susțină renovarea clădirilor și rolul central pe care izolația îl joacă în acest sens. Clădirile sunt responsabile pentru cea mai mare parte din



*“Clădirile au un potențial imens să devină poli importanți în economia de energie. Se pot obține economii importante și reduceri de emisii semnificative mulțumită renovării clădirilor din punctul de vedere al eficienței energetice”.*

consumul final de energie la nivelul Uniunii Europene (mai mult de 40% din consumul european de energie). În același timp, clădirile au un potențial imens să devină poli importanți în economia de energie. Se pot obține economii importante și reduceri de emisii semnificative mulțumită renovării clădirilor din punctul de vedere al eficienței energetice. Izolația apare ca fiind cea mai eficientă soluție pentru reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră, îmbunătățirea securității energetice și a competitivității economice.

**Reporter:** Ce cifră de afaceri și ce profit ați înregistrat anul trecut și ce așteptări aveți pentru 2015?

**Sorin Pană:** Trendul lunar fluctuant se păstrează și va fi dificilă estimarea unei evoluții până la finalul anului. Compania URSA

anul trecut, când, din estimările noastre, piața s-a ridicat la aproximativ 15 milioane de euro.

**Reporter:** Ce schimbări ați observat în comportamentul de consum al clienților români?

**Sorin Pană:** Cu pași mici campania noastră de educare a consumatorului final începe să dea roade. Există tot mai mulți oameni cu care interacționăm pe pagina noastră de Facebook și care ne pun întrebări referitoare la materialele recomandate pentru anumite lucrări, care este dimensiunea de izolație optimă pentru a obține o izolație eficientă etc. Acest lucru arată că mesajele pe care le-am transmis în piață ajung unde trebuie. Avem încă mult de comunicat pe această zonă, dar credem că suntem pe drumul cel bun. Totuși, schimbările sunt timide în zona vânzărilor, ceea ce demonstrează că mai avem lucruri de îmbunătățit.

**Reporter:** Cum a evoluat prețul mediu al unei izolații termice pentru locuință și ce perspective sunt pentru perioada următoare?

**Sorin Pană:** Prețurile diferă în funcție de materialul ales, de zona unde se face izolația sau de performanțele pe care trebuie

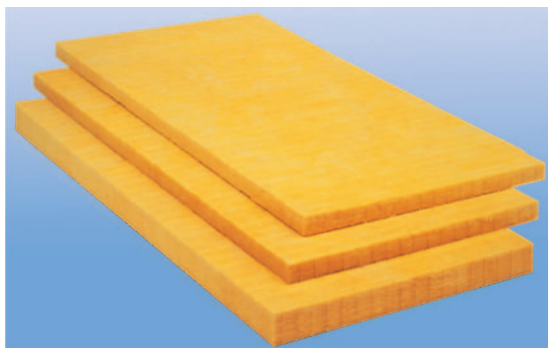
ie să le asigure izolația. De exemplu, costurile pentru izolarea unui acoperiș de 120 de metri pătrați se ridică la aproximativ 4.000 lei, dacă se folosesc produse premium la o grosime a izolației de 30 de centimetri.

**Reporter:** Ce produse noi veți lansa pe piață în acest an?

**Sorin Pană:** Ne pregătim să promovăm mai intens pe piața din România URSA TSP, un produs recomandat pentru izolarea fonică a pardoselilor în blocurile de locuințe. De asemenea, pe măsură ce piața o va cere, vom lansa produse speciale pentru domeniul HVAC (încălzire, ventilație și climatizare).

**Reporter:** Mulțumesc!

*"Ne punem mari speranțe în demararea unor lucrări de renovare/recondiționare a locuințelor individuale, precum și a clădirilor vechi".*



România a înregistrat la mijlocul anului o cifră de afaceri cu aproximativ 10% mai mică decât cea raportată anul trecut pentru aceeași perioadă. Totuși, remarcăm un trend pozitiv, care reliefează exact eforturile noastre din ultimii aproape doi ani, respectiv faptul că, deși scăderea de volum a fost de circa 15%, diminuarea cifrei de afaceri a fost doar de 10%, adică promovarea soluțiilor corecte are succes.

**Reporter:** Care a fost valoarea pieței autohtone de vată minerală de sticlă anul trecut și cum credeți că va evolua în 2015?

**Sorin Pană:** Pe ansamblul pieței de vată de sticlă se pot înregistra ușoare fluctuații, însă, cel mai probabil, aceasta se va situa la un nivel cu 8-12% mai mic față de cel înregistrat

