

Evoluție incertă a livrărilor de sisteme din aluminiu

Pe piața furnizorilor de sisteme din aluminiu, anul 2009 a început sub semnul incertitudinii, livrările de profile fiind afectate de situația economică actuală, marcată de efectele crizei financiare. Limitarea numărului de proiecte ample, determinată și de reducerea activității pe piața construcțiilor (specifică sezonului rece), întreruperea lucrărilor la anumite imobile (din cauza lipsei de lichidități), acutizarea competiției și blocajul financiar constituie doar câteva dintre motivele care ar putea influența negativ - cel puțin în primul semestru din acest an - vânzările de serii din aluminiu utilizate la execuția de tâmplărie termoizolantă și fațade cortină.



Presiune pe preț, exercitată de producători

Trendul descendent al cotației aluminiului primar în cadrul burselor internaționale îi determină pe producătorii de ferestre metalice să solicite revizuirea prețului profilelor, însă costul acestora se formează pe baza unor criterii complexe, astfel încât puțini furnizori sunt dispuși să recurgă la noi modificări, în condițiile în care s-au efectuat, deja, anumite discounturi. Dacă la începutul anului în curs, cotația aluminiului primar a înregistrat fluctuații semnificative (tranzacțiile din 2009 au fost reluate la London Metal Exchange cu un nivel mediu de 1.510 USD/tonă), în februarie a.c. tendința de scădere a devenit mult mai vizibilă, iar contractele de achiziție la 3 luni erau negociate la o valoare de 1.340 USD/tonă. Diminuarea este substanțială în cazul în care se ia în considerare faptul că, la începutul lunii iulie 2008, prețul se situa cu puțin peste pragul de 3.000 USD/tonă (mai exact, la 3.080 USD/tonă). Dezechilibrul a fost confirmat și de datele pieței autohtone de profil, care arată, pentru intervalul ianuarie-septembrie 2008, faptul că majorarea importurilor de profile din aluminiu a fost nesemnificativă. Acest aspect induce chiar ideea unei stagnări, în cazul în care se va evidenția o diminuare accentuată a livrărilor în ultimul trimestru al anului trecut, perioadă care a fost considerată, până în prezent, drept sezonul de vârf pentru industria de ferestre. Analizând opiniile exprimate de reprezentanții firmelor din branșă, rezultă că, pe termen mediu, costul sistemelor se va reduce, iar piața

se va maturiza forțat (vor rezista doar producătorii care dispun de personal cu grad înalt de calificare, au resurse financiare și execută ansambluri de calitate, promovate la un preț adecvat). Pentru a contura tendințele specifice acestui segment de piață și a evidenția posibilele soluții de relansare a vânzărilor, în cele ce urmează sunt prezentate obiectivele strategice stabilite de conducerea celor mai importante firme din branșă.



MICHALIS SOTIRIOU, director general - Alumil Rom Industry: "În ceea ce ne privește, anul 2009 va fi unul în care vom pune accent pe organizarea la nivel intern. Totodată, avem în vedere susținerea unor seminarii în principalele orașe din țară și a unor cursuri de instruire pentru informarea partenerilor cu privire la marcajul CE și la modalitatea prin care aceștia pot obține certificarea pentru produsele proprii. Pe plan național, criza economică a început să-și facă simțite efectele din luna noiembrie 2008, când am înregistrat scăderi ale comenzilor, în comparație cu aceeași perioadă din 2007. Pentru anul în curs, nu putem estima o evoluție corectă a livrărilor, deoarece constantele de care acestea depind ne

sunt, încă, necunoscute. În calitate de furnizori de sisteme, în ultimele două luni am mai redus prețul produselor și ne așteptăm ca și producătorii să acționeze în același fel, în sprijinul branșei de tâmplărie. Totuși, consider nerealistă o scădere a prețurilor în funcție de cotația aluminiului la LME, deoarece la valoarea respectivă se adaugă și alte cheltuieli legate de transport, depozitare etc."

CRISTIAN STANA, director general al firmei Color Magic: "În vederea sporirii rentabilității societății, planul de expansiune pe termen lung are ca obiective menținerea cotei de piață din prezent și consolidarea imaginii firmei. În 2008, livrările de vopsele/lacuri efectuate de Color Magic au depășit 200 de tone, ceea ce corespunde unui nivel valoric de peste două milioane de euro. Cele mai recente investiții au vizat amenajarea depozitului din Chitila și derularea unor cursuri de perfecționare tehnică pentru clienți, fondurile alocate fiind de 0,5 milioane de euro. Ca urmare a situației economico-financiare pe care o traversăm în această perioadă, pentru finalul anului 2009 preconizăm un nivel al vânzărilor de 1,5 milioane de euro. Efectele care au influențat activitatea firmei noastre au fost reprezentate de stagnarea vânzărilor și de recuperarea dificilă a creanțelor de la anumiți beneficiari. Această situație se resimte datorită blocării lucrărilor pe piețele de construcții și de amenajări. Consider că și domeniul vopsirii în câmp electrostatic se va stabili odată cu implementarea unor măsuri de facilitare a accesului la creditele pentru construcții și a celor ce vizează dezvoltarea producției".