

Se conturează un an cu noi provocări pentru sectorul de construcții



Impactul pandemiei de coronavirus, care a marcat evoluția economiei la toate nivelurile în 2020, a fost oarecum limitat în cazul sectorului de construcții, care a continuat să fie printre cele mai performante din Europa din punct de vedere al dinamicii anuale. Chiar dacă a traversat o scurtă perioadă de timp în recesiune tehnică, după scăderi lunare de 1,8% în aprilie, 4,2% în mai și 3,2% în iunie 2020 comparativ cu lunile anterioare, piața a revenit pe un trend ascendent în iulie (+4,3%), intrerupând traiectoria descrescătoare. Pentru luna septembrie 2020, Institutul Național de Statistică (INS) indică, potrivit celor mai recente date publicate, o creștere brută de 9,8% comparativ cu luna anterioară, evidențiată la lucrările de reparații capitale (+13,1%), la construcțiile noi (+10,6%) și la proiectele de întreținere și reparații curente (+6,2%). Pe obiecte de construcții, ca serie brută, construcțiile ingineresti au crescut cu 13,1%, clădirile nerezidențiale, cu 7,7%, și cele rezidențiale, +5,3%.

A year of new challenges for the construction sector is emerging

The impact of the coronavirus pandemic, which marked the evolution of the entire economy in 2020, was somewhat limited for the construction sector in Romania, which continued to reach the highest rates of growth among the European Union, in terms of annual dynamics. Even though it went through a short period of time in technical recession, after monthly decreases of 1.8% in April, 4.2% in May and 3.2% in June 2020 compared to previous months, the Romanian construction returned to an upward trend in July (+4.3%), interrupting the decreasing trajectory. In September 2020, the Romanian Institute of Statistics (INS) indicates, according to the latest published data, a gross increase of 9.8% compared to the previous month, highlighted in the capital repair works (+13.1%), in new constructions (+10.6%) and also for current maintenance and repair projects (+6.2%). By construction objects, as gross series, engineering constructions increased by 13.1%, non-residential buildings by 7.7%, and residential ones by 5.3%. For the first nine months of the year, INS data indicate a gross increase of 17.6% compared to the corresponding period in 2019, with significant jumps in the segments of capital repairs (+56.5%) and maintenance and current repairs (+39.8%), while new constructions segment increased by 6.4%. For the whole current year, the updated projections in the autumn version of the Romanian National Commission for Strategy and Prognosis (CNSP) suggest a 9.2% evolution of construction production, followed by a 6% increase in 2021, while the volume of works according to the same source, would increase, as gross series, by 14.4% in 2020 and by 6% in 2021. In value, the construction production would reach 213.9 billion RON current prices in 2020, from which intermediate consumption was estimated at 138.2 billion RON, and the gross added value would thus reach 75.7 billion RON (approximately 15.5 billion euro). In 2021, construction production would reach 234 billion lei in current prices, of which 150.9 billion RON represent intermediate consumption and 83.1 billion RON (17 billion euro), gross added value.



Pentru primele nouă luni ale anului, datele INS indică o creștere brută de 17,6% comparativ cu perioada corespunzătoare din 2019, cu salturi importante pe segmentele de reparații capitale (+56,5%) și lucrări de întreținere și reparații curente (+39,8%), în timp ce construcțiile noi au înregistrat o creștere de 6,4%.

Pentru întregul an în curs, proiecțiile actualizate în varianta de toamnă a Comisiei Naționale de Strategie și Prognoză (CNSP) sugerează o evoluție de 9,2% a producției din construcții, urmată de o majorare de 6% în 2021, în timp ce volumul lucrărilor de construcții ar urma să crească, conform aceleiași surse, ca serie brută, cu 14,4% în 2020 și cu 6% în 2021. Valoric, producția din construcții ar urma să ajungă la 213,9 miliarde lei prețuri curente în 2020, din care consumul intermediar a fost estimat la 138,2 miliarde lei, iar valoarea adăugată brută ar urma să ajungă, astfel, la 75,7 miliarde lei (aproximativ 15,5 miliarde euro). În 2021, producția din construcții ar urma să ajungă la 234 miliarde lei prețuri curente, din care 150,9 miliarde lei reprezintă consumul intermediar și 83,1 miliarde lei (17 miliarde euro), valoarea adăugată brută. Prin comparație, în 2019 producția din construcții s-a situat la 191,5 miliarde lei, din care 123,9 miliarde lei a reprezentat consumul intermediar, iar diferența de 67,6 miliarde lei (13,8 miliarde euro) a fost valoarea adăugată brută.

Totuși, pentru 2021, cel puțin în prima jumătate a anului, operatorii pieței estimează o perioadă dificilă, ca o consecință a întârzierii sau amânării unor proiecte în perioada de lockdown din primăvară, dar și a scăderii numărului autorizațiilor de construire din acest interval. Totuși, prognozele se mențin pe plus, iar activitatea din sector se anunță, în continuare, efervescentă, având în vedere atât planurile dezvoltatorilor, dar și ale autorităților privind mai ales proiectele de infrastructură de transport și programul stufos prezentat în acest sens.

Principala problemă care se va menține pe piață va fi, în acest context, accesibilitatea forței calificate de

muncă, cu noi provocări legate de posibilitatea de pregătire profesională a specialiștilor, în contextul pandemiei.

Creștere medie de 9% pe piața materialelor de construcții

Piața materialelor de construcții din România a crescut, în medie, în ultima perioadă, cu aproximativ 9% pe an, până la o valoare de aproximativ 4 miliarde euro în 2019, cu o concentrare semnificativă a jucătorilor pe anumite segmente. Producătorii specializați au fost deocamdată, pe termen scurt, mai puțin afectați de impactul pandemiei decât companiile din alte sectoare ale economiei. Pe termen mediu evoluția din acest sector depinde în primul rând de finanțarea și execuția proiectelor de infrastructură. În următorii 5 ani strategia de dezvoltare a acestor jucători vizează automatizarea, digitalizarea, sustenabilitatea afacerii și soluțiile personalizate pentru anumite proiecte/ clienți, arată o analiză realizată de compania de consultanță strategică Roland Berger pe acest sector de activitate. "În ultimii ani, diversificarea sortimentului și a producției, eficientizarea proceselor operaționale, diversificarea portofoliului de clienți și a canalelor de marketing, concomitent cu dezvoltarea de parteneriate strategice cu clienții și extinderea geografică la nivel național au fost principalii piloni strategici de dezvoltare a jucătorilor activi pe piața materialelor de construcții", a declarat Szabolcs Nemes, Partener în cadrul biroului Roland Berger București.

Impactul Covid-19 pe termen scurt a fost mai redus decât în majoritatea celorlalte sectoare ale economiei, cu o evoluție similară sau în ușoară scădere în trimestrul al doilea din 2020 față de aceeași perioadă a anului 2019 (între -5% și -10%, în funcție de segmentul de piață). Pe termen mediu, impactul asupra sectorului va depinde în special de programele de finanțare publică (națională și UE) pentru infrastructură, stimulate de finanțarea publică (fonduri europene și naționale). Pe segmentul de clădiri noi, în special pe segmentul

comercial (birouri, hale, spații comerciale) este probabilă o încetinire a proiectelor, iar segmentul de clădiri rezidențiale depinde de eventuale programe de stimulare/ sprijin din partea autorităților (programe de reabilitare termică, structurală, de creditare/ subvenționare etc.).

Potrivit informațiilor producătorilor din sector, în 2020 vânzările de materiale de construcții s-au înscris pe un trend de creștere, datorat evoluției semnificative a industriei de construcții.

În continuare, sunt redată opiniile managerilor unor companii cu tradiție pe piața construcțiilor din România, care reliefează cel mai bine activitatea din sector în 2020 și conturează tendințele pentru 2021.



Dragoș Popa, Senior Project Manager la Roland Berger: "Scenariile evoluției sectorului materialelor de construcții includ, în varianta optimistă, o stagnare în 2020 urmată de o revenire la rate de creștere după 2021, similare cu cele dinainte de pandemie, iar în varianta pesimistă o scădere de 10-15% în 2020, urmată de o stagnare în 2021 și o revenire pe creștere mai lentă (cu aproximativ 5%) începând din 2022. Pe termen lung, prioritățile strategice pentru producătorii de materiale sunt reprezentate de automatizare, digitalizare, soluții personalizate, sustenabilitate și creșterea capacităților de producție. Una din prioritățile companiilor în următorii ani o reprezintă automatizarea, de exemplu în zonele de producție sau depozitare și digitalizarea proceselor, de exemplu a proceselor de vânzare, marketing, gestiune comenzi și livrări. Dezvoltarea de soluții personalizate cu valoare complementară, cum ar fi spre exemplu produsele destinate reducerii timpului de manoperă și efortului de mentenanță în exploatare sau produse dezvoltate la cererea clientului, personalizate pentru nevoile unui anumit proiect, reprezintă o altă prioritate strategică pe termen mediu și lung. În contextul impactului tot mai vizibil al construcțiilor asupra mediului, o altă direcție strategică importantă o reprezintă sustenabilitatea. Aici ne referim la o concentrare a atenției, pe de o parte înspre produse care cresc eficiența energetică sau care includ o pondere crescută de materiale reciclate, și pe de altă parte, înspre produse reciclabile (care pot fi reciclate), precum și la eforturile de colectare de materiale în scopul reciclării lor. De asemenea, o altă direcție cheie o reprezintă scăderea consumului de energie pe întreg lanțul valoric, cu obiectivul de a reduce emisiile de carbon. Nu în ultimul rând, o altă prioritate pe termen lung este reprezentată de creșterea capacităților de producție, cu scopul de a acoperi cererea la nivel național și de a permite și deservirea cererii externe (în special în țări vecine),

precum și de creșterea capacităților de depozitare regionale, pentru o livrare cât mai rapidă a comenzilor".



Cătălin Drăguleanu, Country Manager Ariston Thermo România: "Piața de construcții în general și sectoarele destinate clădirilor de birouri și spațiilor logistice sunt pe un trend pozitiv, acest lucru reflectându-se și în cifrele noastre de vânzări. Lucrările de construcții în România sunt în creștere, cu rezultate bune în sectorul rezidențial, pe fondul costurilor reduse cu finanțarea pe termen mediu, dar și al programului guvernamental Noua Casă. De asemenea, acest context inedit pe care îl trăim cu toții i-a determinat pe români să își reevalueze locuința, să amâne alte investiții și să prefere să investească în confortul căminului. Astfel, am avut șansa să activăm într-un domeniu pe care contextul pandemic nu l-a afectat într-o manieră foarte negativă. Evoluția din acest an însă a fost fluctuantă. Am avut un început de an bun, a urmat perioada de lockdown (martie-aprilie), în care vânzările pe toată gama de produse au avut de suferit. Din luna mai vânzările și-au revenit, iar în ultimele luni am înregistrat cerere în creștere, pe toate gamele. Ajutați de poziția de lider, de rețeaua de distribuție și service, dar și de noile direcții de business și produse lansate (pompe de căldură, cazane ELCO), am înregistrat la finalul primelor 9 luni o cifră de afaceri în creștere față de anul trecut și estimăm pentru finalul acestui an să menținem acest trend. Prognozele realizate la începutul pandemiei au prevăzut reducerea necesarului de spații de birouri datorită tendinței în creștere a angajaților de a lucra de acasă. În același timp însă, au fost implementate și reguli stricte de distanțare fizică, iar balanța a înclinat spre nevoia de mai mult spațiu și spre necesitatea de a fi redusă densitatea angajaților din clădirile de birouri. Astfel, în primele 6 luni ale anului 2020, stocurile de birouri din clasele A și B au crescut cu 3% și acum se ridică la 3,22 milioane mp. Noile spații de birouri livrate în prima jumătate a anului au fost de aproximativ 100.000 de metri pătrați, conform studiilor oficiale. În același timp, pentru piața de spații logistice, specialiștii estimează o creștere importantă în contextul dezvoltării comerțului online. Astfel, potrivit datelor oficiale, până la finalul anului 2020 piața de spații logistice va depăși bariera de 5 milioane mp, iar așteptarea este ca în perioada 2021-2022 să fie adăugați la stoc încă cel puțin 1,5 milioane mp. Dinamica pozitivă a pieței de construcții în care noi activăm ne va ajuta să dezvoltăm și mai mult brandul ELCO în România, estimările pentru anul 2020 fiind o creștere cu 20% față de anul precedent. Chiar dacă vom închide 2020 cu rezultate bune, ne așteptăm ca

cel puțin în prima parte a anului 2021 să resimțim mai acut efectele pandemiei asupra economiei românești: scăderea consumului, bani mai puțini în piață. La toate acestea se vor adăuga și probleme resimțite profund, mai ales în domeniile tehnice și cel al construcțiilor, cum ar fi lipsa de personal tehnic specializat, situație care nu se va schimba curând".



Arh. Horia Mihai Nicolescu, vicepreședintele Asociației pentru Securitatea la Incendiu a construcțiilor (ASI): "Eroarea umană reprezintă cauza a mai mult de 97% din incendiile apărute în România, iar investițiile în educația oamenilor în scopul formării unei culturi (organizaționale în cazul angajaților unei companii) de securitate la incendiu sunt absolut necesare. Acestea ar fi mult mai eficiente economic față de investițiile în sisteme constructive sau alte aspecte tehnice, pe care România nu și le permite în acest moment. Măsurile operaționale sunt cele care evită «eroarea umană», care este cauza a peste 97% din incendiile apărute. De aceea, investițiile în această direcție sunt cele mai rentabile și eficiente din punct de vedere al prevenirii incendiilor. Ca exemplu comparativ, în cazul incendiilor similare de la Colectiv și Bamboo, diferența între numărul de morți (65 - 0) au făcut-o exact măsurile operaționale (formarea corespunzătoare a personalului unității). Dacă nu ne putem compara cu țările bogate, care pot investi sume mari în sisteme constructive și tehnice, putem în schimb să compensăm această lipsă de putere financiară prin utilizarea inteligentă a resurselor de care dispunem - respectiv investiția în educarea oamenilor. În situația în care se află România astăzi, propun câteva măsuri ce trebuie luate și pe care le consider esențiale. În primul rând, există două zone în viața unei clădiri, din perspectiva PSI: până la incendiu (prevenire) și după acesta (intervenție). Pompierii să nu mai fie «peste tot», ca acum. Să existe o delimitare clară a responsabilităților în domeniul Securității la Incendiu (ca în Occident), unde zona de până la incendiu aparține specialiștilor civili, iar intervenția după incendiu, pompierilor militari. Apoi, trebuie întărit rolul societăților de asigurări atât în prevenire, cât și după intervenție (exploatare). De asemenea, trebuie acceptată renunțarea la emiterea de avize și autorizații de securitate la incendiu pentru majoritatea obiectivelor actuale de către IGSU și transferul acestei activități către autoritățile civile autorizate din domeniu (proiectanți, verificatori, executanți, diriginți de șantier și responsabili cu execuția). Rămân la IGSU cele pentru domeniile de: sănătate cu spitalizare, turism, cultură cu săli aglomerate, clădiri înalte și foarte înalte, comerț de tip mall. Ar dispărea, astfel, și inhibarea personalului ISU la emiterea documentelor.

ANALIZĂ

Nu în ultimul rând, trebuie să existe o recertificare periodică a autorizațiilor în domeniu (supravegherea și auditarea în domeniul securității la incendiu să fie realizată de terțe părți compuse din ISU, MLPDA, universități și asociațiile de profil)".



Florin Rădulescu, Fondator Avi Compact: "În primele șase luni ale acestui an am înregistrat o creștere a cifrei de afaceri, fiind, de 14 ani, cel mai important distribuitor al produselor Daikin în România. Segmentul rezidențial a contribuit cu 60% la realizarea cifrei de afaceri din prima parte a acestui an. Pe fondul pandemiei de Covid-19, sistemele split au înregistrat o evoluție semnificativă. La începutul acestui an am reinvestit o parte din profit în stocuri, așa că perioada stării de urgență ne-a găsit pregătiți. Aerul condiționat și sistemele de climatizare sunt o necesitate, chiar și în aceste perioade dificile. Stocurile ne-au ajutat să facem față atunci când cererea a fost mare și importurile de echipamente și piese de schimb au avut întâzieri mari. Compania a aplicat pentru Programul IMM Invest în vederea dezvoltării activității curente, în special cea comercială. Analizând situația din timpul stării de urgență, dar și situația curentă din piață, am estimat o întârziere a încasărilor de la beneficiari pe tot parcursul anului. Conform rezultatelor financiare prezentate, IMM Invest a acordat o finanțare de un milion de lei (adică aproximativ 200.000 de euro). Această sumă susține activitatea comercială curentă, pentru că, așa cum arată datele de pe piață, dar și situația noastră internă, timpul de încasare a facturilor s-a mărit foarte mult, crescând în medie, în cazul Avi Compact, cu circa 60 de zile. În ceea ce privește piața de centrale termice, estimăm că în contextul pandemiei de Covid-19, precum și al creșterii numărului de avarii în furnizarea apei calde și a agentului termic, cererea va crește cu aproximativ 10% până la finalul anului. Un alt segment cu o evoluție importantă în totalul cifrei de afaceri este mentenanța. Partea de service a instalațiilor de climatizare a crescut cu 5% în a doua parte a acestui an, în special pentru zona corporate. Igienizarea echipamentelor de climatizare a devenit un aspect important în pandemic. Totuși, cererea provenită din segmentul corporat a scăzut cu aproximativ 30%, comparativ cu anul trecut. Din estimările noastre, sectorul construcțiilor a înregistrat o scădere cu 15-20% a proiectelor mari. În acest an s-au finalizat proiectele începute, însă nu s-au mai demarat altele noi. Piața instalațiilor de climatizare a scăzut cu 18-22%. Cele mai importante proiecte corporate realizate în acest an sunt Hotelul Diana din Eforie (instalații de climatizare cu unități interioare de perete), Parcaj Decebal (instalații de ventilare și

desfumare), complexele rezidențiale Vivenda și Casa Presei Residence. Perioada critică pentru firmele din domeniul construcțiilor va veni în ianuarie - aprilie 2021. Firmele mai mici nu au reușit să își plătească taxele la zi, iar numărul proiectelor a scăzut. Pentru 2021, la Avi Compact ne propunem menținerea cifrei de afaceri, crearea unor stocuri proprii de piese și echipamente, mărirea echipei. De asemenea, un alt obiectiv este deschiderea unui punct de service în zona de est a țării (Iași)".



Niculae Dușu, președintele grupului Celco SA: "Deși în perioada martie-aprilie vânzările au înregistrat scăderi cauzate de starea de urgență decretată, începând cu luna mai, am reușit să revenim la condiții normale de livrare și să ne încadrăm în prognozele acestui an pentru primele 9 luni. În această perioadă, orientarea noastră a fost spre digitalizarea cât mai multor fluxuri, reușind astfel să luăm decizii într-un timp cât mai scurt și să ne adaptăm acolo unde realitățile din piață au impus-o. Cu multă prudență am putut să ne continuăm procesele investiționale în condiții de siguranță maximă, pentru a putea oferi clienților noștri cea mai bună experiență de achiziție. În această perioadă, am continuat investițiile în protecția mediului și a comunităților în care activăm, responsabilitatea socială fiind o obligație asumată. Când țara este amenințată de extinderea epidemiei de coronavirus, pe lângă o paletă largă de acțiuni sociale desfășurate de-a lungul anilor din care putem evidenția susținerea activității Spitalului Județean Constanța și a Spitalului Național de Copii pentru Cancer, două acțiuni care au fost sponsorizate cu peste 300.000 de euro, grupul Celco a venit în sprijinul sistemului sanitar și a pus la dispoziția unităților medicale din județul Constanța suma de 200.000 de euro, pentru achiziționarea echipamentelor și materialelor de primă urgență în lupta cu virusul. Tot în planul realizărilor, anul trecut am lansat pe piață Izomineral, un produs pentru izolație de înaltă calitate realizat integral din materii prime minerale. În prezent, portofoliul Celco SA include 5 tipuri de BCA de înaltă performanță energetică, 10 tipuri de mortare și adezivi pentru construcții și o termoizolație inovativă clasa A1 comportament la foc, ce creează un sistem complet de zidărie, fabricat integral în România. Pentru 2021, principalul obiectiv al Celco SA este reprezentat de consolidarea poziției de top pe piața materialelor de construcții din România. Fabrica de BCA Celco este singura care produce, pe aceeași linie tehnologică, 5 tipuri de BCA. A deveni lider în industrie cu siguranță nu este ușor, dar a rămâne la vârf este chiar mai greu și necesită un accent continuu pe calitatea produselor și eficiența producției.

Experiența noastră de 47 de ani în producția de BCA Celco, de 20 de ani în cea de adezivi și 12 ani în fabricarea varului ne-au dovedit că eficiența ridicată în producție este dependentă de utilizarea celor mai noi tehnologii în domeniu. În 2020, în urma unei investiții de 5 milioane de lei în fabrica de BCA au fost instalate sisteme noi de tăiere și paletizare a blocurilor de BCA, care permit obținerea unor suprafețe perfect plane și muchii tăiate perfect, reducând la 1-3 mm stratul de mortar utilizat pe șantier pentru lipirea blocurilor. În urma unui proces continuu de investiții în cercetare-dezvoltare, dar și în echipamente de ultimă generație, suntem mândri că în România, fabrica de BCA Celco este una din cele 5 fabrici din Europa în care se produc plăci minerale termoizolatoare".



Liviu Stoleru, director general și președinte al Consiliului de Administrație Cemacon SA: "Deși trecem printr-o perioadă cu provocări majore cauzate, în principal, de efectele pandemiei, în primele 9 luni ale anului 2020 cifra de afaceri netă realizată a fost cu doar 5% mai mică față de perioada similară a anului 2019, în condițiile în care 2019 a fost un vârf de ciclu economic, cu rezultate financiare de nivel record. Aceasta s-a situat, astfel, la 95,8 milioane de lei. Mixul de produse nu s-a schimbat semnificativ, însă putem menționa creșterea volumelor la produsele cu valoare adăugată, în special la gama de cărămizi izolante, cu vată bazaltică EVO-CERAMIC VB. Preferința pentru aceste cărămizi vine, pe de o parte, din faptul că oferă beneficii certe pentru utilizatorii clădirilor, cum ar fi izolarea fonică și termică integrate de la început în pereți, iar pe de altă parte, din faptul că tot mai mulți oameni, fiind nevoiți să-și petreacă mai mult timp în locuințe, au început să conștientizeze nevoia de confort acustic și să acorde o atenție mai mare materialelor și tehnologiilor utilizate în structura clădirilor în care locuiesc. În perioada de carantină din aprilie - mai, am realizat cea mai amplă operațiune de mentenanță derulată în ultimii 5 ani, cu scopul creșterii productivității și a calității produselor. În prezent, activitatea din fabrici se derulează normal, cu toate capacitățile de producție operaționale și funcționând la potențialul maxim, iar până la finalul anului ne propunem să menținem acest ritm și să închidem cu rezultate de business competitive, atât în cifra de afaceri cât și în profitabilitate. În pofida unui an 2020 incert, am continuat, de asemenea, implementarea tuturor obiectivelor asumate, cea mai importantă investiție fiind proiectul de instalare a centralei de cogenerare de înaltă eficiență, pentru creșterea performanței energetice. Contextul de piață favorabil construcțiilor, strategia de dezvoltare

implementată în ultimii ani, investițiile realizate în tehnologii de ultimă generație și dezvoltarea continuă a resursei umane ne-au ajutat să trecem peste această perioadă dificilă. Pentru următorii ani, ne propunem să fim cât mai aproape de clienții noștri prin adaptarea portofoliului de produse și servicii la nevoile concrete ale acestora și să menținem ritmul de investiții pentru creșterea competitivității și a performanței operaționale".



Ana Dumitrache, Country Head CTP: "Construim circa 250.000 mp de spații industriale și logistice. În nordul Capitalei, avem în execuție un proiect de 100.000 mp, pe care îl vom finaliza înainte de termenele asumate. Finalizăm și cea mai mare clădire din regiune, în parcul nostru de la Bolintin, în zona de vest a Bucureștiului, până la finele acestui an, un spațiu de 75.000 mp pentru Maersk și Ikea, care vor începe mutarea înainte de termenele agreeate. Mai sunt câteva proiecte în București și în țară pe

care le avem în pipeline în diverse stadii de execuție. În perioada următoare, un proiect major vizează dublarea suprafeței închiriable a spațiilor logistice din Transilvania, până în 2023, prin investiții de 50 milioane de euro în extinderea parcurilor logistice din jurul Timișoarei. Unele dintre spațiile incluse în planul de construcție sunt deja închiriate unor companii din sectoarele logistică și producție. Decizia CTP de a continua planurile de expansiune și investițiile în România are loc într-un context economic instabil cauzat de actuala pandemie, însă privim cu încredere la regiunea Transilvania și potențialul acesteia de dezvoltare. Planurile actuale privesc, în mod special, extinderea parcului logistic CTPark Timișoara II cu o primă clădire de 32.200 mp deja închiriată, situată într-o zonă strategică, în apropierea aeroportului Timișoara și a autostrăzii A1. În cea de-a doua etapă de construcție, care a început în această toamnă și care se va termina în martie 2020, vom livra alți 17.000 mp în incinta CTPark Timișoara II. De actualitate este și achiziția a 95.000 mp de clădiri de la grupul australian Cromwell Property, reprezentând cea mai mare tranzacție din punct de vedere al suprafeței de pe piața logistică din România, în 2020. Prin această achiziție, extindem CTPark Bucharest, care ajunge la peste 500.000 mp închiriable și devine, astfel, unul dintre cele mai mari parcuri logistice din regiune, cu peste 100 de clienți activi".

Daniel Vasile, directorul general al Daikin România: "În perioada martie - septembrie 2020, am înregistrat o creștere de 6% a cifrei de afaceri față de aceeași



perioadă din 2019. Preconizăm că vom finaliza anul cu un business în linie cu estimările inițiale, deoarece mizăm pe proiectele de construcții comerciale care se află încă în desfășurare, pe fondul vârfului de sezon pentru echipamentele de încălzire în care ne aflăm în această perioadă și al interesului crescut al clientului final pentru achiziția unor echipamente eficiente și durabile. De asemenea, un impact pozitiv îl va avea și conștientizarea nevoii de creștere a calității aerului prin echipamente speciale, precum purificatoarele de aer. Până în prezent, piața echipamentelor HVAC s-a menținut dinamică și activă atât în sectorul rezidențial, cât și în cel comercial. Perioada pandemică a generat creștere în zona rezidențială datorită faptului că, în lunile de lockdown, când toată lumea a stat acasă, și în special în perioada imediat următoare, când majoritatea dintre noi a optat pentru sistemul de lucrat de acasă, clienții și-au îndreptat și mai mult atenția către confortul din locuințe. Conform studiilor de profil, românii au alocat resurse pentru renovări și achiziții

de echipamente care să sporească gradul de confort din casele lor. Astfel, în ciuda restricțiilor, am reușit să ne atingem obiectivele de vânzări setate, atât pentru echipamentele de aer condiționat, cât și pentru cele destinate încălzirii și producerii de apă caldă menajeră. De asemenea, și sectorul comercial a fost pe un trend pozitiv, deoarece domeniul construcțiilor nu a stagnat, iar proiectele care se aflau în derulare la începutul anului au fost continuate chiar și în perioada de lockdown, acest lucru contribuind la creșterea acestei industrii cu circa 3% în primele 6 luni ale anului, comparativ cu aceeași perioadă din 2019, conform cifrelor oficiale. Pandemia a venit, însă, și cu provocări pentru business-ul Daikin, precum implementarea rapidă de noi metode de gestionare a comenzilor în perioada de lockdown, a transporturilor și aprovizionările cu produse de la fabricile Daikin sau măsurile de siguranță impuse pentru recepția acestora de către parteneri. Unele dintre cele mai mari provocări le-am resimțit în departamentul de service, unde am creat imediat o serie de proceduri speciale de urmat pentru colegii noștri și am asigurat dotarea acestora cu toate echipamentele de protecție necesare. De asemenea, am prioritarizat comenzile de produse noi și servicii, acordând întâietate sistemului medical. În continuare, pe piața locală, principalul obiectiv este să ne menținem și să ne consolidăm poziția de lider în industria HVAC, prin abordări inovatoare ale portofoliului de produse și servicii pentru soluțiile de climatizare rezidențiale și comerciale. Ne îndreptăm atenția spre segmente mai noi pentru business-ul Daikin, precum cel al echipamentelor destinate încălzirii rezidențiale sau refrigerării în zona de retail alimentar. În plus, în linie cu această strategie, vom extinde gamele de echipamente cu agent frigorific R32. Pe plan intern, ne dorim să extindem echipa de specialiști în diferite departamente cheie ale companiei, pentru a asigura un plus de know-how atât partenerilor, cât și clienților noștri finali".



George Cristian Gheorghe, Head of Sales, Doka România: "Construcțiile din sectoarele rezidențiale și cele non-rezidențiale începute deja au fost continuate, iar pe partea de infrastructură au fost demarate proiecte noi. Estimările din prezent ne spun că vom finaliza anul cu o creștere a cifrei de afaceri de 5-7% față de anul precedent. Acest lucru se datorează faptului că suntem orientați pe nevoile clienților și ne-am adaptat portofoliul de produse și servicii în consecință. Câteva exemple bune de adaptare și aliniere la trendurile globale de digitalizare sunt lansarea în acest an a magazinului online Doka (comenzi online 24/7 cu oferte promoționale) și a platformei pentru clienți myDoka (acces în timp real

la informații despre materialele din șantier: stocuri, avize de livrare, facturi). Din punct de vedere al structurii, cifra de afaceri din acest an a companiei a fost generată în mod egal de activitățile de vânzare și de închiriere. Cele mai populare sisteme livrate în 2020 au fost cele care asigură un randament ridicat al eficienței în ceea ce privește montajul, reutilizarea și siguranța. Aici putem aminti Dokadek 30, Frami Xlife, dar eșafodajele Doka Staxo 40 și Staxo 100. Un trend bun l-a constituit și vânzarea sistemelor de protecție, cum sunt plasele de protecție SNF, confirmând că măsurile de siguranță și protecție au fost sporite în acest an pe șantiere. De asemenea, au crescut vânzările de componente Doka (grinzi, popi și plăci cofrante), cel mai probabil și datorită lansării magazinului online Doka (shop.doka.com) în martie 2020. În acest an aveam planificată extinderea sediilor din Cluj-Napoca și București, activități ce au fost amânate. Până la stabilizarea pieței, preferăm să investim în adaptarea portofoliului de produse și servicii, în funcție de necesitățile clienților, păstrând același standard de calitate ridicat. Având în vedere evoluția pieței de construcții, estimăm că, în 2021, cele mai utilizate sisteme vor fi Framax Xlife, eșafodajele Doka Staxo 40 și 100, ParaTop, Top50, axate pe partea de infrastructură, precum și alte sisteme specifice construcțiilor rezidențiale. Cu siguranță, vom continua investiția în dezvoltarea serviciilor noastre digitale, precum magazinul Doka online și alte instrumente ce pot îmbunătăți productivitatea în procesele de execuție a proiectelor de construcții".



Cristinel Sandu, președintele Elbi Electric & Lighting: "Vom demara în perioada următoare un amplu proiect de extindere a capacității logistice, la nivel național. Ne aflăm în negocieri avansate pentru construcția unui depozit logistic centralizat ultramodern, cu o suprafață de aproximativ 20.000 mp, precum și a unei rețele Elbi de magazine și spații logistice profesionale locale, cu suprafețe de aproximativ 1.500 mp fiecare. În următorii patru ani, avem în plan să ne mărim rețeaua de magazine cu 30 de unități. Ne bazăm pe postulatul «o criză vine la pachet cu oportunități». Prin urmare, în contextul actual, mai degrabă am intensificat ritmul de realizare pentru proiectele pe care le aveam în plan. Astfel, pe lângă planurile de extindere a rețelei logistice, lucrăm, ca întotdeauna, la diversificarea portofoliului de produse. De asemenea, suntem conectați la nevoile contemporane din zona IoT și urmează să lansăm o nouă gamă de produse smart control. În pofida situației generate de pandemia de Covid-19, în acest an vânzările Elbi s-au menținut, în mare parte, la niveluri superioare celor din 2019, cu excepția celor două luni din

primăvară în care a fost menținută starea de urgență. Compania tranzacționează lunar peste 10.000 de articole distincte. În cele două luni din primăvară, aferente stării de urgență declarate de Guvernul României, vânzările s-au diminuat sensibil. În restul perioadei, am obținut cifre peste cele realizate în 2019, trend ce estimăm că se va menține până la finalul acestui an. Cea mai mare provocare a acestei perioade o reprezintă lipsa de predictibilitate a ecosistemului în care ne mișcăm, cu diversele turbulențe prea bine cunoscute: pandemice, sociale, economice etc. Concret, acestea se manifestă și le simțim în diverse forme de reticență sau inerție din partea clienților, furnizorilor, băncilor etc.".



Andrei Popa, directorul comercial al Etex Building Performance: "În primele două luni ale acestui an, am înregistrat o cifră de afaceri de 180 de milioane de lei, similară afacerilor obținute în intervalul corespunzător din 2019. Este un rezultat favorabil - având în vedere situația economică dificilă în care ne aflăm - care a fost posibil datorită îmbunătățirii mix-ului de produse, optimizării costurilor în direcția realocării cheltuielilor în funcție de valoarea adăugată creată, precum și eforturilor echipei de vânzări, care a contribuit la creșterea vânzărilor gamei de gleturi și tencuieli. Totodată, suntem mândri că în această perioadă nu am apelat la nicio schemă de ajutor de stat. Pe parcursul anului, ne-am optimizat portofoliul prin adăugarea de noi produse pe bază de ipsos, datorită finalizării procesului de modernizare a fabricii de gleturi și tencuieli de la Aghireșu, în care am investit 4 milioane de euro. Chiar dacă luna septembrie s-a situat sub nivelul aceleiași luni a anului trecut, pentru întregul an, estimăm o cifră de afaceri similară celei înregistrate în 2019, mizând pe lucrările generate de tendința de redimensionare a spațiilor de birouri și de creștere a cererii de spații logistice situate în proximitatea arterelor majore, ca urmare a avansului comerțului online în perioada pandemiei. Totodată, piața rezidențială a beneficiat de cursul de schimb valutar stabil și de dobânzile mici la creditele acordate de bănci, care au stimulat achiziția de locuințe noi și renovarea locuințelor vechi. Piața de construcții a fost mai puțin afectată decât alte sectoare. Astfel, scăderea din zona de office și construcții comerciale a fost compensată de dinamica pozitivă pe segmentul rezidențial. Din această perspectivă, privim cu optimism evoluția companiei în anul 2021. Planurile de dezvoltare includ, în continuare, investiția de 5-6 milioane de euro într-o instalație de uscare a gipsului la termocentrala de la Rovinari a Complexului Energetic Oltenia, pentru asigurarea continuității materiei prime la fabrica de gips-carton de la Turceni,

datorită căreia Etex Building Performance este hub-ul regional pentru Europa de Sud-Est al grupului Etex. Aproape jumătate din producția fabricilor Etex din România merge către export în 11 țări, compania fiind unul dintre furnizorii importanți pentru proiectele comerciale și logistice mari din Serbia, Grecia sau Bulgaria".



Mihaiță Petruș Fundeanu, președintele Consiliului de Administrație Hidroconstrucția SA: Înființată în anul 1950, ca unic constructor al investiției hidroenergetice de la Bicaz, compania a dezvoltat, de-a lungul timpului, o expertiză unică în România pentru toate lucrările de construcții hidroenergetice și hidrotehnice, atât de suprafață, cât și subterane. "De la înființare și până în prezent, compania a trecut prin numeroase procese de inovare și dezvoltare, progresul fiind evident, fapt certificat incontestabil de proiectele ample în care ne implicăm atât la nivel național, cât și pe plan extern. Anul 2020 va rămâne în istoria Hidroconstrucția și ne va aduce aminte de evenimentele care l-au marcat. Este anul în care, în condițiile unei piețe a construcțiilor definită de numeroase incertitudini și dificultăți, Hidroconstrucția aniversază împlinirea a 70 de ani de existență. Și în acest an în care suntem împreună, dar de la distanță, ne exprimăm recunoștința față de performanțele profesionale ale generațiilor de angajați care și-au adus aportul la permanenta evoluție a companiei. Aceștia, în mod special, dar și beneficiarilor, proiectanților, partenerilor și tuturor colaboratorilor, le mulțumim pentru sprijinul acordat în antreprenoriatul nostru. Hidroconstrucția a fost și trebuie să rămână o mare familie unită, dedicată ideii de permanență și excelență". Anul trecut, compania a înregistrat o cifră de afaceri globală de 406,7 milioane de lei, echivalentul a circa 85,7 milioane de euro, cu un număr mediu de 1.607 angajați. "Ne mândrim cu un portofoliu amplu de lucrări executate cu brio atât în țară, cât și în spațiul European sau Asia și Africa. Între proiectele finalizate cu succes în domenii diverse - construcții hidroenergetice, lucrări de artă, drumuri, poduri, tuneluri, lucrări de îmbunătățiri funciare - putem aminti, alături de lucrările hidroenergetice de importanță națională, cu o complexitate aparte, precum Vidraru sau Porțile de Fier I și II, participarea la proiectul celei mai mari ecluze maritime, portul belgian Anvers, și reabilitarea și extinderea uneia dintre cele mai mari exploatare de potasiu din lume, aflată în Iordania, pe malul Mării Moarte. De asemenea, Hidroconstrucția SA a oferit expertiză românească și în cadrul unor lucrări derulate în Serbia, Republica Moldova, Bulgaria, Germania, Belgia, Algeria, Iran, Irak și Iordania. Toate acestea

sunt motive pentru care privim cu mândrie spre trecut, dar mai ales cu încredere și optimism spre viitor, căci planurile companiei sunt din ce în ce mai îndrăznețe".



Cristian Dinu, directorul general al Klingspor România: "Cifra de afaceri a Klingspor România, furnizor de unelte și accesorii pentru șlefuire, tăiere, frezare și lustruire, s-a înscris pe un trend crescător în primele nouă luni ale acestui an, fiind conformă cu planurile și așteptările noastre. Chiar dacă estimările indică un sfârșit de an dificil, având în vedere evoluția pandemiei și posibilitatea unui nou lockdown, considerăm că obiectivele propuse pentru 2020 vor fi atinse. Impactul acestei pandemii asupra companiei a fost și este destul de amplu și puternic, dar în același timp ne-a ajutat să accelerăm anumite proiecte ce privesc digitalizarea și orientarea către comerțul online. În acest sens, avem în plan lansarea unei platforme B2B până la sfârșitul anului, ceea ce ne va optimiza foarte mult conexiunea și procesele de comandă, logistică și transport. Totodată ne îndreptăm tot mai mult atenția către proiectele ce țin de comerțul online, dar și de schimbarea strategiei de marketing, ce va fi orientată mai mult înspre mediul online. Klingspor livrează pe piața locală o gamă foarte variată de accesorii utilizate în sectorul de construcții, acestea fiind grupate în trei categorii principale: discuri diamantate, discuri de tăiere și accesorii abrazive pentru șlefuire, pe suport (role, coli). Evoluția celor trei grupe a fost pozitivă, cu doi digiți, mult peste media de creștere a companiei. Totodată și ponderea acestor grupe de produse în cifra totală de afaceri a companiei este foarte importantă, fiind influențată pozitiv de evoluția pieței de construcții până în acest moment. Industria de construcții nu a fost impactată foarte mult în perioada de lockdown din prima parte a acestui an, iar proiectele începute în 2019 au continuat cu o intensitate normală în acest an aflat sub semnul pandemiei de Covid-19. Pentru următorii ani, planurile companiei includ extinderea capacității logistice deținute în Pantelimon (județul Ilfov), cu un nou spațiu pentru depozitare, având în vedere creșterea cererii locale, dar și din Moldova, precum și implementarea politicii de lansare de produse noi dusă de grupul german Klingspor. În fiecare an, echipa de R&D din Germania vine cu produse noi și inovatoare. Pentru 2021 pregătim lansarea unei grupe de produse care până acum nu a mai existat în portofoliul Klingspor. Acest lucru ne va permite accesarea unor clienți noi și, bineînțeles, va contribui la creșterea cifrei de afaceri. În continuare, printre provocările cu care ne confruntăm la nivel național se află lipsa forței de muncă specializată. Chiar dacă inițial am crezut că

baza de selecție a candidaților pentru pozițiile deschise în cadrul companiei va fi mai mare, având în vedere prognoza de creștere a șomajului, în continuare ne este foarte greu să găsim angajați foarte bine pregătiți profesional".



Adrian Garofeanu, director comercial pentru România și Bulgaria, în cadrul Knauf Insulation: "Am a înregistrat o ușoară scădere a cifrei de afaceri în primele nouă luni ale acestui an comparativ cu aceeași perioadă din 2019, pe fondul reducerii volumului investițiilor străine cu peste 50%, având ca rezultat mai puține proiecte lansate, în special pe segmentele de retail și de centre logistice. Pentru întregul an în curs, estimăm că business-ul se va situa ușor sub nivelul din 2019. Pe fondul situației generate de Covid-19, estimările vânzărilor de materiale de construcții nu au fost foarte optimiste în prima parte a anului, însă după ieșirea din starea de urgență s-a reușit să se estompeze ușoara încetinire a activității din lunile martie - aprilie, prin reluarea în proporție de 100% a activităților în șantier. În ceea ce ne privește, în primele nouă luni ale acestui an am înregistrat cele mai mari vânzări pe segmentul produselor pentru fațade de contact, care au crescut ușor. Pe loc secund în topul vânzărilor se situează produsele necesare pentru proiectele de centre logistice și retail, care au scăzut comparativ cu aceeași perioadă a anului trecut, urmate de cele dedicate sectorului de construcții non-rezidențiale, care au cunoscut o evoluție de câteva procente în același interval temporar. De asemenea, produsele pentru izolarea acoperișurilor înclinate (mansarde) și a pereților de compartimentare au înregistrat o ușoară creștere, comparativ cu aceeași perioadă din 2019. În perioada următoare, grupul va investi în creșterea capacităților de producție ale fabricilor din jurul României, pentru a acoperi inclusiv cererea în creștere din țara noastră. Poziționarea strategică la nivel global ne permite să oferim pieței din România cele mai bune soluții în ceea ce privește materialele izolante pentru toate tipurile de aplicații și să fim un partener important pentru principalii dezvoltatori de pe piața construcțiilor din România. Momentan, focusul este îndreptat către creșterea capacităților de producție în fabricile din jurul României pentru a acoperi cererea pentru produse și soluții inovatoare de izolare a clădirilor. Toate planurile de investiții ale companiei la nivel global s-au reflectat și în strategia pentru piața locală. Un exemplu ar fi creșterea gradului de utilizare a materialelor reciclate și a energiei nepoluante (obținute din surse regenerabile) în producție. Totodată, obiectivele pentru piața locală sunt concentrate către susținerea și îmbunătățirea atât a legislației UE în ceea ce privește

ANALIZĂ

eficiența energetică, cât și a legislației locale în special privind protecția la foc, dar totodată și către informarea și educarea pieței construcțiilor asupra beneficiilor oferite de termoizolarea cu vată minerală. Suntem membri în mai multe asociații pentru promovarea eficienței energetice în clădiri, precum ROENEF și RoGBC - care promovează un cadru favorabil legislativ și economic pentru sectorul construcțiilor și al reabilitărilor energetice ale clădirilor din România, APIVMR - Asociația Producătorilor și Importatorilor de Vată Minerală, dar și AAECR - Asociația Auditorilor Energetici pentru Clădiri etc. Începând din acest an am devenit furnizor de soluții green pentru locuințe verzi prin programul Smarter Finance. Pe lângă îmbunătățirea vieții cetățenilor, programul se adresează nevoilor dezvoltatorilor de proiecte rezidențiale, instituțiilor financiare care oferă credite ipotecare rezidențiale, investitorilor instituționali și companiilor care oferă servicii, produse, materiale, tehnologii și alte soluții care contribuie la construirea și buna funcționare a celor mai verzi și performante proiecte rezidențiale".



Andrei Sulyok, directorul general al Lindab România: "Pandemia de coronavirus a afectat în mod diferit activitățile companiei Lindab România în 2020, fiecare sector de activitate având propria traiectorie. Impactul major s-a transpus, însă, în vânzări, cifrele fiind mai mici decât țintele stabilite la începutul anului. Criza a generat, de asemenea, cheltuieli suplimentare și pierderea componentei sociale cu efect direct în alienare din perspectiva culturii organizaționale. În domeniul rezidențial, în perioada ianuarie - octombrie 2020, vânzările au înregistrat o curbă total diferită de anii precedenți, cu impact negativ în lunile martie, aprilie și mai, cauzat de pandemia generată de coronavirus. În lunile de toamnă, echipa Lindab a venit cu reduceri serioase și soluții personalizate pe fiecare client, pentru a atinge ținta de vânzări la final de an. Clienții au preferat sistemele de acoperșuri prefălțuite, fălțuite și acoperșurile din țigla metalică cu granule minerale Roca. Referitor la sectorul construcțiilor metalice, acesta a fost buclerat cu totul în 2020. Multe dintre proiecte s-au sistat ori amânat și finalul de an se aglomerează pentru închiderea hanelor și, implicit, a contractelor. Parte dintre clienți se luptă pentru obținerea creditării în vederea realizării planurilor inițiale. Clienții au preferat sistemele complete de construcții metalice în detrimentul cererilor de extrase de materiale. Pandemia și restricțiile impuse de autorități au avut impact asupra întregii activități a companiei Lindab, cu efecte în mai multe direcții: reorganizarea activităților angajaților din producție,

depozit și logistică, pentru a respecta distanțarea socială și a preveni astfel răspândirea Covid-19; implementarea telemuncii pentru angajații care își pot desfășura activitatea de la distanță; abordarea diferită a clienților, în sensul creșterii utilizării social media, whatsapp și a utilizării convorbirilor video în comunicarea cu aceștia. În plus, blocarea finanțărilor, în special în cazul clienților de hale metalice și soluții HVAC și mărirea termenelor de eliberarea a avizelor și autorizațiilor, au însemnat provocări suplimentare. Sănătatea și siguranța angajaților noștri este un subiect aflat pe agenda fiecărei ședințe de management de la Lindab. În 2020, și-a găsit un loc de frunte. Suntem preocupați și facem toate eforturile pentru a ne păstra angajații sănătoși. De fiecare dată când este cazul, acordăm suport 100%. Din perspectiva vânzărilor și a clienților, cea mai mare provocare este cea legată de deplasarea la clienți și șantiere, precum și discuțiile față-în-față și analiza pe planșele tehnice. Abordările telefonice sau prin convorbiri video ale clienților creează inconveniente din perspectiva vânzării consultative pe care o oferă Lindab clienților săi. În aceeași măsură, instabilitatea din piață generată de contextul pandemic, lipsa creditării din partea sistemului bancar și birocrația stufoasă pentru obținerea autorizațiilor și avizelor de construire îngreunează procesul investițional în România".



Cătălin Petca, directorul de vânzări al diviziei Ventilații, din cadrul Lindab România: "Pe segmentul HVAC, 2020 a fost un an al contrastelor pentru compania noastră, în care ne-am mărit echipa tehnică și de vânzări și am avut ambiții mari la începutul anului. Vom încheia 2020 cu siguranță cu o creștere de două cifre față de 2019. În continuare, suntem căutați de clienții noștri pentru soluțiile complete pe care reușim să le oferim în domeniul HVAC. Clienții sunt obișnuiți să le vizităm șantierele și să oferim consultanță la fața locului, acolo unde este nevoie. Faptul că acum avem anumite restricții, ne pune puțin în dificultate, dar am găsit soluția tot prin intermediul tehnologiei. Ne adaptăm atât noi, cât și partenerii noștri de afaceri. Dificultățile le putem depăși doar împreună în această perioadă. Lindab are rădăcini serioase în România, încă din 1994, iar de-a lungul timpului am creat parteneriate cu cele mai puternice și serioase companii din România. Așadar, suntem optimiști că vom ieși mai puternici din aceste vremuri tulburi".

Zsolt Nagy, CEO al Niro Group: "În pofida pandemiei și a dificultăților generate de aceasta, vor fi foarte multe oportunități pe piața imobiliară din România în anii următori. În acest context, Niro



Group continuă dezvoltarea celor două proiecte pe care le avem în lucru în București - Corinthia Grand Hotel și Swissôtel -, iar pentru 2021 avem idei de noi proiecte, în retail și pe segmentul ospitalității, și planuri de extindere în afara Capitalei. Explorăm idei de noi proiecte și în afara țării. Adaptabilitatea este cuvântul-cheie în această perioadă. Trebuie să ne adaptăm noii realități economice, să nu deschidem hoteluri pentru o piață goală, ci la momentul oportun. Deja se vorbește de o revenire a cererii pe acest segment abia din 2022. În prezent, continuăm lucrările de construcții la Swissôtel (3S+P+23E), cel mai nou hotel de business de 5 stele ce se construiește pe Bd. Expoziției din Capitală. Construcția pe șantier a continuat pe întreaga perioadă a pandemiei, iar în prezent lucrăm la etajul 20. Clădirea va avea 85 de metri înălțime și o suprafață construită de 30.232 mp, urmând a include 224 de unități (camere și apartamente), 230 de locuri de parcare (din care 218 în subteran) și un centru SPA la etajul 22, pe întregul nivel, cu vedere panoramică. Lucrările de construcții sunt executate de compania Porr Construct, investiția are o valoare de circa 60 de milioane de euro. Având în vedere prognozele de pe piața hotelieră, hotelul va fi deschis spre sfârșitul anului 2021 sau în 2022. Celălalt proiect aflat în portofoliul de dezvoltare vizează transformarea clădirii istorice Grand Hotel de Boulevard în hotel de lux. Proiectul se află în etapa finală de execuție și este afiliat brandului Corinthia".



Alexandru Mihai, Senior Partner Nordis Group: "Avem în plan extinderea la nivel național, prin dezvoltarea de proiecte în marile orașe ale țării. Căutăm terenuri mari, în orașele principale din țară. Extindem și proiectul nostru din Sinaia. În curând vom lansa o parte extinsă, în care includem mai multe facilități și mai multe unități. La Nordis Mamaia, lucrările continuă în ritm susținut. Va fi cel mai mare hotel din România, cu 700 de camere și cu un nou concept, hotel și rezidențial, în care clienții pot investi într-o cameră de hotel sau pot locui într-un ansamblu

în care se bucură și de facilitățile unui hotel de 5 stele. Acest concept, unic în România, are deja succes. Vânzările realizate în primele nouă luni ale acestui an s-au dublat față de perioada corespunzătoare din 2019, ajungând la 523 de unități, față de cele 226 vândute anul trecut. Dacă în primele luni din 2020 ne-am menținut la un nivel al vânzărilor de 30 de unități pe lună, în vară am avut o lună în care am depășit 145 de unități contractate. Valoric, în lunile de vară ale anului 2019, vânzările cumulate ale Nordis Group s-au situat la aproximativ 9 milioane de euro, în timp ce, în 2020, acestea au crescut până la 25 milioane de euro. Până la finalul anului în curs, estimăm o creștere a acestei sume, dat fiind faptul că în lunile de iarnă oamenii își vor dori o casă de vacanță sau o cameră de hotel la munte. În ciuda provocărilor acestui an, Nordis a dublat numărul de unități vândute, astfel că în ceea ce privește zona hotelieră, vânzările au crescut cu 50%, iar în cea rezidențială cu 100%. În ceea ce privește Nordis Mamaia, primele două corpuri urmează să fie terminate până la finalul acestui an, lucrându-se la finisajele interioare, dar și la amenajări. Primele trei corpuri sunt vândute într-un procent semnificativ și ne așteptăm ca până în luna decembrie să se vândă foarte bine și unitățile din corpul 4".

Dan Mircescu, directorul general al Novatik: "Am a înregistrat o scădere de 12% a cifrei de afaceri din primele 10 luni ale acestui an, comparativ cu perioada corespunzătoare din 2019. Pentru întregul an în curs, estimăm o contracție de 15%, însă rezultatele sunt relative și pot fi influențate, în ambele sensuri, atât



de condițiile climatice, cât și de evoluția pandemiei. Cifra de afaceri a fost puternic influențată de evoluția crizei medicale. Dacă la sfârșitul lunii februarie înregistram o creștere de 25%, ulterior aceasta a fost anulată. Pentru noi, anul 2020 a fost oricum unul al schimbărilor și plin de provocări, ținând cont și de reinventarea noastră ca firmă - prin schimbarea numelui companiei - și a portofoliului de produse, prin lansarea țiglei metalice cu acoperire de rocă vulcanică Novatik Natura. Mixul de vânzări a fost destul de echilibrat, cu mențiunea că produsele din gama Novatik Metal au performat atât pe plan intern, cât mai ales la export, confirmând apetența pieței regionale pentru produse premium și un design modern, eficient și minimalist. În primul trimestru al anului viitor avem în plan să lansăm un nou profil care să întregască gama de produse existente. Încercăm, în acest fel, prin introducerea în piață a unor soluții noi de acoperiș cu un design modern, să creăm noi trenduri care, într-un final, să se transforme într-un

plus de cotă de piață. Acest produs aduce, implicit, o dublare a capacităților de producție prin achiziția unei noi linii tehnologice, versatilă și compatibilă cu cele existente. De asemenea, investițiile vor continua în automatizare, creșterea performanței și eficienței în producție, dar nu numai. În continuare, estimăm că cererea se va menține volatilă și sensibilă la evoluția situației medicale. Încă de la începutul crizei, am luat măsuri care s-au dovedit a fi eficiente pentru evitarea îmbolnăvirilor și nu am înregistrat infecții cu noul coronavirus".



Mihai Păduroiu, CEO Office Division One United Properties: "Avem în plan să începem, până la finalul acestui an, lucrările de construcții pentru componenta rezidențială a One Cotroceni Park, ansamblul mixt pe care îl dezvoltăm în zona centrală a Capitalei. Aceasta reprezintă a doua etapă a proiectului, prima fază, reprezentată de o clădire de birouri (S+P+9E), fiind în execuție. Întregul complex cuprinde două clădiri

pentru birouri (S+P+9E; S+P+12E), cu o suprafață totală închirială de aproximativ 78.000 mp, și o componentă rezidențială cu 800 de apartamente. Inițial, prevedeam ca a doua etapă de construcție a One Cotroceni Park să fie reprezentată de cealaltă clădire de birouri, însă planurile au fost schimbate în contextul crizei. Totuși, chiar și în aceste condiții, One United Properties înregistrează un grad de preînchiriere cuprins între 50% și 70% în toate proiectele noi. Avem deschise opt șantiere în București și unul în Mamaia, iar trei dintre acestea au și componentă de birouri. Pe rezidențială, cererea a fost foarte dinamică, mai ales în perioada verii, când am înregistrat recorduri de vânzări, ceea ce ne-a permis să continuăm proiectele. Pe partea de birouri, lucrurile au fost puțin mai complicate. În prima etapă a pandemiei, procesele decizionale au fost foarte mult întârziate. A apărut și acel val de emoție, care a determinat multă incertitudine. În vară, însă, oamenii au reînceput să ia decizii, să se adapteze noii realități. În continuare, avem în vedere două scenarii. Primul indică revenirea pieței din 2021, odată cu integrarea noii realități în strategia companiilor. Va exista o creștere a cererii, dar aceasta nu se va reflecta neapărat în livrările de spații de birouri. Cel de-al doilea scenariu indică o revenire spre sfârșitul anului 2021. Livrările vor fi scăzute, numai cu câteva proiecte noi, sincronizate cu cererea scăzută. Per total, însă, nevoia companiilor există în continuare. Sunt segmente din economie care au evoluat foarte bine în perioada aceasta, sunt companii care cresc, se dezvoltă, angajează și au nevoie de un loc de unde să-și poată continua activitatea. Piața are nevoie, în continuare, de proiecte noi. Tot în sensul adaptării la cererea de pe piața imobiliară în contextul Covid-19, am decis ca One Verdi Park, un alt proiect mixt (de locuințe și birouri) pe care îl dezvoltăm în nordul Capitalei, să fie un concept exclusiv rezidențial, păstrând componenta comercială care să deservească locuitorii. Ajuns la cota zero încă din luna iunie 2020, proiectul One Verdi Park se află deja înaintea programului de construcție planificat inițial, ritm care poate permite finalizarea acestuia chiar înainte de termenul stabilit, respectiv trimestrul patru din 2021".



Mario Proell, COO Divizia Infrastructură și membru al board-ului director al PORR Construct: "Activitatea companiei de construcții PORR Construct s-a înscris pe un trend ascendent în 2020, în contextul în care activitatea din sector s-a menținut la un nivel optim. În România, suntem implicați în proiecte de anvergură, precum Lotul 1 al Autostrăzii Pitești-Sibiu, Șoseaua de Centură Giurgiu - care va permite un acces mai rapid din DN5 către Vama Giurgiu - Ruse, reabilitarea pistei de rulare 2 a

Aeroportului Otopeni, reabilitarea unei porțiuni a Autostrăzii A2, construcția unui pasaj peste șoseaua de centură a Oradei, construcția Școlii Germane în București, reabilitarea unui tronson al Drumului Național 76, reamenajarea unei clădiri de birouri din Pipera, dar și multe alte proiecte de dimensiuni medii concentrate în special în zonele Timișoara - Arad - Bihor, Sibiu, București și în regiunea de sud a țării. Portofoliul de proiecte actual al PORR România totalizează peste 200 de milioane de euro. În 2020, sectorul construcțiilor a înregistrat chiar mici creșteri față de aceleași perioade ale anului trecut, iar volumul activității de pe piață s-a menținut constant pe parcursul anului. Aceasta s-a datorat și mobilizării foarte bune a autorităților și instituțiilor de stat, în sensul susținerii proiectelor investiționale. Piața construcțiilor din România are un potențial foarte mare în continuare, independent de șocul provocat de această criză, iar cererea se menține la un nivel bun, în special în zona investițiilor publice. Prin urmare, considerăm că perspectivele sunt încurajatoare și suntem siguri că, dacă investițiile se mențin pe lista priorităților strategice ale clienților publici și privați, sectorul construcțiilor va avea un rol important în revenirea, respectiv creșterea economică, așa cum s-a întâmplat în acest an. În perioada următoare, vom continua să investim în dezvoltarea pe piața locală. Strategia investițională vizează cu precădere zona de echipamente de construcții, facilități de producție și logistica noilor subsidiare, în care investim peste 5 milioane de euro anual. Cea mai importantă investiție pentru noi este, însă, în oameni, în colegii noștri. Construcțiile sunt o afacere cu și despre oameni și vom investi an de an în această direcție, în motivarea și retenția angajaților, dezvoltarea lor personală și profesională. În contextul pandemiei de Covid-19, PORR Construct și-a concentrat eforturile, încă de la început, pe identificarea, procurarea și asigurarea permanentă a necesarului de materiale de protecție pentru sănătatea și siguranța angajaților, dar și asupra folosirii tehnologiei în scopul comunicării remote, acolo unde a fost posibil, pentru a asigura distanțarea socială. Provocările cele mai mari ale perioadei curente sunt legate de contextul pandemic pe care îl traversăm cu toții și în care este imperios necesar să luăm toate măsurile pentru a oferi un mediu de lucru sigur pentru colegii noștri și să identificăm rapid soluții pentru a nu afecta negativ evoluția proiectului în momentul în care ne confruntăm cu îmbolnăviri și infectări Covid-19 în rândul echipelor noastre".

Cornel Costache, manager de operațiuni în cadrul Roca România: "Vanzările realizate de Roca România au înregistrat o creștere semnificativă pe piața internă în primele nouă luni din 2020, în timp ce exporturile au scăzut, pe fondul restricțiilor de circulație impuse în contextul pandemiei de Covid-19. Impactul crizei sanitare a fost puternic în primăvară, dar scăderile au fost recuperate în lunile de vară. Astfel, vânzările au evoluat pozitiv, după perioada de lockdown din aprilie și mai, creșterea fiind peste așteptările noastre, mai ales ținând cont de context. Din punctul de vedere al tipului de produse comercializate, nu am sesizat o modificare semnificativă în structura acestora, în raport cu anii trecuți. Un alt aspect important din punct de vedere al impactului pandemiei ține de



incertitudinea legată de evoluția economică, la nivel global, dar și pe plan local - incertitudine care ne determină să fim mult mai atenți în tot ceea ce înseamnă decizii strategice de dezvoltare. Aceasta este cea mai mare piedică pe care o avem pe piață, în acest moment. În continuare, principalul obiectiv al Roca România este menținerea trendului ascendent al vânzărilor realizate pe piața internă, dar și promovarea anumitor categorii de produse din portofoliu, care au un potențial insuficient valorificat. Parte a grupului spaniol Roca, comercializăm în România obiecte sanitare ceramice, baterii, mobilier de baie, căzi și cădițe de duș, precum și accesorii pentru baie, și deținem o unitate de producție în București, preluată în urmă cu 13 ani de la Lasselsberger. Pe piața locală livrăm produse mărcile Roca, Fayans și Laufen, având parteneriate cu peste 30 de distribuitori autorizați, în toate orașele mari ale țării".



Florin Popescu, director general al Rockwool România: "Vanzările noastre au avut de suferit în raport cu planurile pe care ni le făcuserăm, însă ele s-au menținut la un nivel bun. Ne-a ajutat coeziunea echipei, care a lucrat foarte bine în această perioadă dificilă. Faptul că avem o fabrică în România, în județul Prahova, a fost, de asemenea, un atu. Am putut să le livrăm clienților, cu termene bune, vată bazaltică de cea mai înaltă calitate, produsă în țara noastră. În mod suplimentar, a contat reziliența companiei, care a avut înțelepciunea de a nu se supraexpune financiar sau organizatoric în perioadele favorabile, astfel încât am putut face față mai ușor în cele defavorabile. La sfârșitul lunii octombrie avem o creștere de 12% comparativ cu 2019, pe care sperăm să o conservăm pentru întregul an. Soluțiile noastre la pandemie se rezumă la muncă, seriozitate și atenție acordată oamenilor din echipa noastră. Am mai spus-o și cu altă ocazie, afacerile pot fi reconstruite, oamenii nu. Dincolo de asta, continuăm să promovăm avantajele date de produsele noastre, cum ar fi siguranța la incendiu (pentru că nimic nu este mai important

decât protejarea vieților), eficiență energetică (pentru că nu ar trebui să irosim bani și să afectăm mediul), sănătate și confort (pentru că acestea sunt condiții ale stilului de viață modern). În ceea ce privește prognozele, este dificil să proiectăm o imagine foarte clară într-un mediu atât de volatil, precum cel generat de criza sanitară actuală. Totuși, cred că avem motive de optimism. Trendul în privința clădirilor este orientat spre creșterea nivelului de eficiență energetică. Nu doar că Uniunea Europeană ne impune asta - în sens pozitiv - dar vor fi alocate și sume mari pentru acest obiectiv. Strategia de renovare a României recomandă alocarea a până la 13 miliarde de euro pentru reabilitări termice, iar Pactul Verde european merge chiar mai departe atât la nivel de finanțări europene, cât și prin politici de mobilizare a investițiilor private. Revenind la compania noastră, trebuie spus că pandemia nu a schimbat fundamental lucrurile, deși am făcut câteva modificări. Desigur, prioritatea este reprezentată de siguranța angajaților, așa că am luat toate măsurile pentru reducerea riscurilor de contaminare. Acolo unde se poate, angajații lucrează de acasă. Digitalizarea are un rol important în acest proces, precum și în ceea ce privește dimensiunea economică a afacerii. Am accelerat acțiunile de transformare digitală și suntem conștienți că nu există alternativă la această direcție. Fondurile europene - atât cele din Programul Operațional Regional, cât și cele «noi» (30,5 miliarde din Mecanismul de Redresare și Reziliență) - ar trebui să fie pilonii principali ai creșterii în perioada post-pandemică. De aceea, susținem și noi demersul celor 12 asociații, care au cerut alocarea a 4 miliarde de euro din cele 30,5 de miliarde euro pentru eficiența energetică a clădirilor. Credem că aceasta ar da un impuls industriei, precum și întregii economii a României”.



Tankut Alpaslan, Projects Director Skanska Construction Romania: "Anul 2020 a fost diferit, marcat de pandemia de Covid-19, inclusiv pe piața de construcții, determinând companiile să-și regândească strategiile, să se adapteze și să accelereze unele procese de transformare. În ciuda provocărilor actuale, piața construcțiilor rămâne destul de stabilă și, deși nu mai sunt așteptate creșteri importante în acest an, trendul se va menține ascendent. Potrivit datelor INS disponibile, în primele 8 luni ale anului au fost creșteri ale volumului lucrărilor de construcții, ca serie brută, de aproape 11% pe sectorul clădirilor nerezidențiale. Dezvoltarea business-ului pe toate piețele noastre se desfășoară ținând cont de condițiile actuale, iar măsurile pe care le-am luat ne-au ajutat să asigurăm

continuitatea operațiunilor. Spre exemplu, prin astfel de măsuri, am reușit să continuăm activitatea pe șantiierul din complexul Campus 6, acolo unde ne pregătim să livrăm noi faze ale acestui proiect. În toate unitățile noastre de business, atât în birouri, cât și pe șantiere, au fost luate măsuri suplimentare, precum reducerea numărului de persoane aflate în același timp în locații, amenajarea unor spații speciale pentru întâlnirile cu vizitatorii din afara șantiierelor și instalarea camerelor cu termoviziune în punctele de acces, regândirea schimburilor, suplimentarea produselor dezinfectante la care au acces angajații, implementarea măsurilor de distanțare. În această perioadă, avem deschis un singur șantier, respectiv faza a doua a complexului de birouri Campus 6, dar ne pregătim și pentru demararea lucrărilor la etapa a doua a Equilibrium, pentru care toate pregătirile decurg conform planului. Continuăm să dezvoltăm într-un mod sustenabil divizia noastră de construcții și să urmărim evoluția pieței construcțiilor, atât la nivel local, cât și internațional. Momentan, ne concentrăm atenția pe proiectele B2B din zona privată. Rămânem principalul contractor al Skanska Property Romania, iar în plus vom continua să participăm și la licitațiile pentru alte proiecte pe care le considerăm potrivite pentru valorile și modul nostru de lucru. În ceea ce privește provocarea legată de forța de muncă, cu care se confruntă întregul sector de construcții, pe șantierele Skanska aceasta este rezolvată prin subcontractori. Avem o relație foarte bună cu subcontractorii noștri, consolidată în timp, și astfel reușim să acoperim necesarul de muncitori calificați pentru proiectele Skanska. Acolo unde este nevoie, deficitul forței de muncă din România este acoperit de colaboratorii noștri cu muncitori din alte țări, ținând însă cont de restricțiile actuale. Credem că, mai ales în contextul actual, digitalizarea va face acest sector al construcțiilor mai atractiv pentru tineri și, în același timp, va rezolva o parte din probleme cu forța de muncă”.



Victor Vasluiian, Managing Director al Terra România: "Terra România Utilaje de Construcții, distribuitorul mărcilor JCB, Sennebogen, Rubble Master, Arjes și Bell în România, a înregistrat o cifră de afaceri de 27 milioane de euro în primele nouă luni ale acestui an. Estimăm că vom încheia anul 2020 cu un rulaj de 35-37 milioane de euro, în scădere față de nivelul din 2019, care a reprezentat o perioadă de vârf pentru piața locală a utilajelor pentru construcții. Ținând cont de specificul acestui an, vânzările de utilaje noi au scăzut, ceea ce era de așteptat, dar s-au păstrat totuși la un nivel acceptabil. Constructorii nu și-au întrerupt activitatea, am avut cerere atât de echipamente, cât și

pentru servicii post-vânzare. De altfel, business-ul pe servicii și vânzările de piese au crescut față de anul trecut. Activitatea companiei a fost afectată, în primăvară, mai ales de închiderea temporară a fabricilor JCB, principalul producător pe care Terra îl reprezintă în România, situație care a generat întârzieri în livrarea comenzilor. Am reușit să trecem cu bine acea perioadă datorită stocurilor pe care le-am avut atât noi, cât și celelate firme operaționale ale grupului Terra prezente în piața din centrul și sud-estul Europei. Prin schimbul de echipamente dintre noi, am reușit să ne onorăm comenzile și să păstrăm un nivel ridicat al livrărilor. În continuare, planuri avem, dar așteptăm să vedem stabilizarea situației generate de pandemia de coronavirus pentru a le pune în practică. Sfârșitul de an este important și prin prisma alegerilor care urmează să aibă loc pe 6 decembrie. Este important ca Guvernul să aibă susținere parlamentară și să continue programul de investiții și relansare economică. Preocuparea noastră principală este asigurarea stării de sănătate a colegilor noștri și menținerea operaționalității punctelor de lucru”.



Gabi Voicu, director de vânzări la Topanel: "Topanel a înregistrat o cifră de afaceri de aproape 30 de milioane de euro în primele nouă luni ale acestui an. Revenirea comenzilor și creșterea capacității de producție cu 25%, coroborat cu vârful de sezon din ultimul trimestru, ne-au determinat să ne reconfirmăm prognozele de creștere a vânzărilor și a rulajului, care va ajunge la 43 milioane de euro. După jumătatea lunii martie, am fost afectați, ca majoritatea companiilor, de efectele restricțiilor din lockdown, iar oprirea activității timp de trei săptămâni din aprilie, menită să ne protejeze angajații, a făcut să avem o creștere de doar 10% în prima jumătate a anului. Însă, din luna iunie, piața a reintrat pe trendul firesc, iar noi am început să recuperăm rapid procentele din trimestrul al doilea. Astfel, după jumătatea anului, am reușit să recuperăm procentele estimate și suntem optimiști că atingem, până la finalul anului, creșterea prognozată de 15% a volumelor de vânzări față de 2019. Având în vedere, însă, scăderea prețului materiilor prime pe toate segmentele, care s-a reflectat și în prețurile de vânzare, estimăm că evoluția de 15% a volumului se va reflecta într-o creștere a cifrei de afaceri de doar 8-10% în 2020. În prezent, peste 45% din producția Topanel se exportă în țări precum: Ungaria, Slovacia, Cehia, Croația, Bosnia și Herțegovina, Austria, Bulgaria, Serbia, Republica Moldova. Unul dintre obiectivele noastre principale rămâne dezvoltarea continuă a piețelor pe care

ANALIZĂ

activăm, atât pe plan național, cât și la export. Ne vom concentra, în continuare, în jurul produselor care aduc cele mai mari volume acum: panouri sandwich, profile zincate și tablă cutată, fără a omite și cel mai inovator produs în materie de termoizolații, Thermotop. Panourile sandwich rămân produsul vedetă al companiei și în 2020, dar înregistrăm creșteri semnificative de volume și pentru profilele zincate și tabla cutată".



Sorin Pană, directorul comercial al Ursa România: "Vânzarile din 2020 au fost influențate de pandemie în perioada martie-mai 2020, dar apoi și-au revenit și chiar au crescut pe segmentul premium. De altfel, am prevăzut această creștere, ce a fost datorată conștientizării situației că sunt cheltuieli mult prea mari cu încălzirea, în contextul diminuării puternice a veniturilor. Cum spuneam, am prevăzut această schimbare de mentalitate și am avut, astfel, suficiente produse premium pe stoc, astfel încât să facem față cererii pieței. Am continuat să lansăm produse noi, un exemplu în acest sens fiind familia de produse Ursa Tech Lamella, pentru izolațiile industriale cu temperaturi de până la 260 °C, și mai pregătim, pentru începutul anului viitor, încă două soluții revoluționare pentru această piață, despre care vom discuta la momentul respectiv. Referitor la evoluția pieței izolațiilor, există o serie de programe de renovare a clădirilor, care evident vor avea o influență asupra cererii din domeniu. Este mult mai important, însă, cum se vor implementa acestea. Trebuie să ținem cont de faptul că funcționăm într-o piață în care bagajul de cunoștințe tehnice este la un nivel mediu spre scăzut, la toți cei implicați (începând cu arhitecții și terminând cu clienții finali, fie ei companii de stat sau private, sau un simplu cetățean). Acest lucru afectează, în primul rând, capacitatea de înțelegere a importanței unei renovări corecte și complete, și credem că vom avea multe situații în care anumite produse sau soluții vor fi împinse în față prin concurență neloyală și specularea lipsei de cunoștințe. Referitor la programul Casa Eficientă Energetică, cred că o mare parte a fondurilor vor fi accesate pe soluții «vizibile» și care lasă impresia de «casă eco», cum sunt panouri solare și altele de acest fel. După cum am spus, primul pas care trebuie făcut în izolarea corectă a unei case este o proiectare corectă, care să includă și o izolare corectă și completă a locuinței. În acest moment, suntem de părere că o proiectare corectă nu există la un nivel satisfăcător în toată țara, de aceea apreciem că eficientizarea energetică a locuințelor se va limita la soluții de imagine".



Nicolae Ivan, directorul general al UTI Grup: "Grupul de firme UTI a aniversat, pe 5 octombrie, 30 de ani de activitate, perioadă în care a creat un brand puternic intern și internațional. De la prima tranzacție comercială, care a constat în vânzarea unui laptop, pe 5 octombrie 1990, am ajuns, acum, la o prezență activă în mai toate etapele și segmentele vieții cetățenilor. Din octombrie 1990, momentul înființării primei asociații familiale cu scop lucrativ, grupul de firme UTI s-a dezvoltat constant și și-a diversificat permanent activitatea prin înființarea de noi linii de business: securitate fizică și IT&C, soluții inteligente de transport, eGovernment, IoT (Internet of Things), facility management, instalații aeroportuare și portuare, sisteme de apărare, soluții de instalații tehnice pentru infrastructuri critice și civile, soluții de securitate cibernetică și de protecție a datelor. Pentru a construi o organizație solidă și recunoscută în piață pentru competențele și expertiza sa, așa cum este UTI, de foarte multe ori ne-am asumat riscuri, am propus soluții inovatoare sau am ales să investim resurse proprii în proiecte vitale pentru comunități. Exemple în acest sens sunt: NETCITY - Infrastructura de fibră optică a municipiului București - concesiunea în care am investit 35 milioane de euro, construcția Aeroportului Internațional din Cluj-Napoca, în care am investit aproximativ 10 milioane de euro, realizarea sistemului de securitate perimetrală a Portului Constanța, care a implicat o investiție de 16 milioane de euro și multe altele. De asemenea, am realizat acțiuni de pionierat: am implementat primele sisteme inteligente de management al traficului din România, furnizăm soluții de securitate cibernetică și de semnare electronică a documentelor, am securizat porturi, dar și cele mai importante aeroporturi naționale, am realizat primele centre de management al situațiilor de urgență și multe altele. În 2020, în pofida pandemiei, companiile din grup au înregistrat creșteri semnificative și au semnat contracte în valoare de peste 93 milioane de euro. Aproape 60% dintre contractele semnate în acest an au ca obiect oferirea de servicii de facility management și livrarea de echipamente de scanare cu raze X pentru aeroporturi. Urmează, cu o pondere egală, de câte 15%, contracte în care societățile membre UTI realizează lucrări de construcții și implementează sisteme inteligente de management al traficului, pornind de la concepte software dezvoltate intern sau customizate de echipa noastră de specialiști, precum și sisteme complexe de securitate fizică și de supraveghere video. Lista este completată de proiecte în cadrul cărora grupul livrează servicii de încredere eIDAS, precum și servicii de arhivare

electronică, de securizare a datelor și de identitate digitală. În domeniul instalațiilor și construcțiilor, în anul în care aniversăm 30 de ani, am finalizat două dintre cele mai importante proiecte de infrastructură din România ultimilor 30 de ani: modernizarea ecluzelor de pe calea de navigație Canalul Dunăre - Marea Neagră și echiparea cu instalații de ultimă generație a magistralei Râul Doamnei - Eroilor a metroului bucureștean, am demarat alte proiecte importante, precum construcția spitalului municipal Sinaia și am continuat două lucrări importante în domeniul aeroportuar: reabilitarea Aeroportului Băneasa și construcția aeroportului Brașov-Ghimbav. Pentru următorii ani, avem planuri la fel de ambițioase, respectiv dezvoltarea de proiecte care să răspundă nevoilor oamenilor, corporațiilor și instituțiilor".



Vlad Iftime, Managing Partner Vestra Industry: "Primul cluster specializat în industria utilităților și echipamentelor de automatizare, Vestra Industry, a încheiat al treilea trimestru al anului 2020 cu o cifră de afaceri de 70 milioane de lei, înregistrând o creștere de 32% față de aceeași perioadă a anului trecut. Portofoliul de clienți a crescut și el cu 15% comparativ 2019. Rezultatele se bazează atât pe parteneriatele solide cu furnizorii, care aduc plus-valoare businessului, cât și pe calitatea bunurilor și serviciilor distribuite la nivelul pieței. La fel ca majoritatea sectoarelor economice și noi am fost afectați de pandemia generată de Covid-19. Fiind o companie de consultanță, trebuie să menținem constant legătura cu clienții și să ne deplasăm pe teren, astfel că starea de urgență și măsurile de distanțare socială reprezintă o provocare pentru noi. Cu toate acestea, am reușit să ne adaptăm noilor condiții și să ne continuăm activitatea și, la fel ca într-o mare familie, ne-am susținut reciproc și am luptat împreună pentru atingerea obiectivelor comune. Numai în trimestrul al treilea, rezultatele financiare arată o cifră de afaceri de 33 milioane de lei, înregistrând o creștere cu aproximativ 57% față de aceeași perioadă din anul precedent. Factorii care au generat această majorare într-un mod alert au fost apetența constructorilor pentru finalizarea proiectelor de pe piața din România, aflată încă în dezvoltare și dependentă de măsurile economice și financiare aplicate de Guvern, dar și vremea neobișnuit de frumoasă pentru această perioadă, care a fost de mare ajutor în implementarea proiectelor. Pe lângă gestionarea afacerii în contextul pandemic, cea mai mare provocare de business este dezvoltarea unei noi divizii IT. Pentru anul 2021 ne-am propus să creștem departamentul de IT care va realiza soluții pentru orașe inteligente (smart cities) și de cyber security. Astfel,

oferim posibilitatea orașelor și comunităților să devină competitive din punct de vedere economic, să își consolideze eforturile de durabilitate și să deschidă ușa către noi servicii și comunicații într-o societate mobilă în continuă creștere. Într-o lume din ce în ce mai dependentă de tehnologie, în care hub-urile urbane sunt interconectate, securitatea în mediul virtual devine și ea un «must have»".



Iulian Mangalagiu, directorul general al Wienerberger România: "Pentru 2021, avem în plan extinderea gamei de produse ceramice Terca, inclusă în portofoliu în acest an, precum și lansarea unei noi game de țiglă ceramică pentru acoperișuri, sub brandul Koramic. Vom continua să investim, de asemenea, în eficientizarea procesului de producție în vederea adaptării acestuia la cerințele actuale de sustenabilitate și reciclare. Suntem o companie foarte atentă cu mediul înconjurător, iar reducerea amprentei de dioxid de carbon este un obiectiv strategic al grupului, alături de reciclare și susținerea biodiversității. Atingerea obiectivelor anuale ale acestor parametri se bazează în primul rând pe soluțiile inovatoare pe care le propun produsele noastre. În 2019, mai mult de 30% din vânzările grupului Wienerberger au fost aduse de produse și soluții de construcție moderne, prietenoase cu mediul. Anul 2020 a reprezentat o perioadă favorabilă pentru piața locală de construcții, segmentul rezidențial menținându-se deosebit de dinamic. Pandemia și perioada de lockdown i-a determinat pe oameni să investească în îmbunătățirea mediului de locuit, în renovări și reamenajări, ceea ce a crescut cererea pentru materiale de construcții. Începând din mai - iunie a apărut, în mod natural, dorința populației de a-și îmbunătăți mediul de locuit - de a renova sau a reamenaja. Oamenii au avut nevoie de o cameră separată pentru a putea lucra, apoi au conștientizat și alte nevoi de schimbare în locuințele lor. Au investit în grădini, în redecorări și reparații exterioare și interioare. Pentru a ne adapta noii cereri de pe piața finisajelor, am lansat, în acest an, brandul Terca, cărămidă aparentă și placaj ceramic pentru amenajări interioare și exterioare. Aceste produse au fost foarte bine primite pe piață, dar și celelalte sortimente din portofoliul companiei a avut rezultate bune. O evoluție foarte bună au avut țigla ceramică Tondach, dar și produsele folosite pentru lucrări în jurul casei - pavajele Semmelrock. Totodată, materialul preferat de constructorii anul acesta a fost cărămida Porotherm Profi - un produs unic în România, care asigură semnificativ munca în șantier. Este vorba despre o cărămidă șlefuită care permite un rost de mortar sau de spumă de doar un milimetru - așadar se zidește

mult mai repede, mai curat și mai eficient, la un nivel foarte ridicat de calitate. Produsul este fabricat în România. Evoluția bună a sectorului de construcții a avut efecte favorabile și în planul vânzărilor Wienerberger. Am început anul cu dreptul și, în ciuda pandemiei, am obținut rezultate pozitive. În primele trei luni vânzările au fost conform așteptărilor, dar efectele pandemiei au început să se facă simțite în aprilie. Începând, însă, din luna mai, cererea a început să revină pe un trend ascendent. De altfel, piața materialelor de construcții este și acum într-un trend pozitiv, după cum arată statisticile și rapoarte INS. În contextul pandemiei, în 2020 Wienerberger a realizat investiții importante în digitalizare, prin dezvoltarea unei platforme pentru plasarea comenzilor cu rapiditate și acuratețe. În continuare, ne așteptăm la o încetinire a vânzărilor, având în vedere intrarea în extrasezon. Anul 2021 va sta, ca și 2020, sub semnul incertitudinii și nu este exclusă chiar o contracție a pieței. Sperăm ca mediul de afaceri să fie încurajat să investească în continuare în România, iar programele deja existente - cum este Noua Casă - să susțină creditarea pentru achiziția de locuințe. Cea mai mare provocare este să reușim să menținem toate fabricile deschise și la capacitate maximă fără să avem cazuri de îmbolnăviri, derulându-ne astfel business-ul în parametri normali".



Jonathan Diamantino, CEO al grupului Zaccaria: "În perioada următoare vom începe construcția celei de-a treia hale pe care o vom dezvolta în cadrul parcului industrial pe care îl deținem în Craiova - Southern Industrial Park. Noua unitate va avea o suprafață de 13.218 mp și se va adăuga celor două hale construite deja, cu o suprafață totală de aproape 40.000 mp și închiriate integral. La finalizare, suprafața totală a Southern Industrial Park va depăși 53.000 mp. La Craiova am cumpărat două clădiri, ruine, și le-am transformat în spații industriale de clasă A. Mai avem în plan dezvoltarea unei a treia clădiri, pe care o vom livra până la finalul anului viitor. Investiția totală în parcul industrial de la Craiova depășește 23 milioane de euro. Zaccaria și-a început activitatea în România în anul 2005, când a început dezvoltarea parcului industrial General Industrial Park, din Sibiu. În prezent, deținem opt ansambluri industriale la nivel național, localizate în Sibiu, Alba Iulia, Oradea, Arad, Cisnădie și Craiova, cu o suprafață totală închirială de 185.000 mp. Odată cu finalizarea noii hale din Craiova, portofoliul companiei în România se va apropia de pragul de 200.000 mp. De asemenea, mai avem două dezvoltări industriale în stadiul de proiect, în Pitești și Sibiu. Am mai dezvoltat, la nivel național, și șase

proiecte rezidențiale, în Sibiu și București, și avem alte două investiții în curs de lansare".

Ciprian Nuțu, fondator și director general al Trutzi România: "După ce am încheiat anul 2019 cu afaceri de 138 milioane de lei în 2019, estimăm o creștere a business-ului în 2020, traversând un an foarte bun, în pofida problemelor generate de criza sanitară în întreaga economie. Situația generată de pandemie a avut un impact direct asupra diviziei de producție produse finite, în perioada în care au existat restricții producția fiind diminuată, deși cererea s-a menținut la un nivel optim. Chiar dacă perspectivele de creștere a business-urilor au un caracter puțin mai conservator în această perioadă, în ceea ce ne privește, evoluția generală a fost una bună, fiind cont de premisele actuale ale pieței. Au existat câteva categorii de produse la care s-a resimțit o scădere în cifre, dar aceasta a fost cauzată mai curând de modificarea tendințelor din piață, decât de contextul actual. Ca o imagine de ansamblu, evoluția companiei s-a menținut constant pozitivă, iar rezultatele de anul acesta vor păstra aceeași linie ascendentă ca și până acum. Evoluția semnificativă a companiei în ultimele luni a fost favorizată de apetitul populației pentru reamenajări sau finalizări de proiecte începute în trecut. În topul produselor preferate de clienți în 2020 s-au aflat profilele metalice - țevile, cornierele, tabla, dar și produsele consumabile și accesoriile pentru porți și garduri. În prezent, deținem o unitate de producție în Suceava și nouă depozite proprii, situate în Suceava, București-Ilfov, Cluj-Napoca, Constanța, Pitești, Iași, Galați și Arad. În perioada următoare, vizăm dezvoltarea capacității de producție, prin noi investiții. Astfel, avem în plan o investiție în valoare de un milion de euro în construcția unei vopsitorii complet automate, în urma căreia atelierele de producție vor beneficia de o vopsitorie modernă pentru confecțiile metalice ușoare: porți, garduri, balustrade, mobilier metalic etc. De asemenea, vom dezvolta și o nouă linie dedicată confecțiilor metalice, unde vom continua fabricarea produselor finite precum: porți, garduri, mobilier cu structură metalică, procesare profile metalice etc. De asemenea, vom continua investițiile și în zona logistică, prin extinderea capacităților celor două depozite pe care le deținem. În pofida traiectoriei ascendente, ne confruntăm, însă, cu dificultăți legate de forța de muncă, dar și cu provocări specifice pieței oțelului. Ca și în anii trecuți, lipsa forței de muncă calificată și responsabilă continuă să fie o provocare pentru noi. De asemenea, întâmpinăm, cu recurență, o serie de blocaje logistice, cauzate de contingentele specifice importului de oțel. Astfel, resimțim în mod direct efecte, atât la nivel de prețuri, cât și la nivel de stocuri, ceea ce face mai dificilă achiziția materiilor prime din import. Compania Trutzi și-a început activitatea în domeniul comercializării elementelor din fier forjat în anul 2007 și deține, în prezent, o fabrică cu suprafața de 4.000 mp și două depozite, însumând peste 27.000 mp, de unde livrează, în toată țara, mai mult de 5.000 de sortimente de produse. Portofoliul include profile laminate, elemente și profile din fier forjat, accesorii, automatizări, lucrări din fier forjat, organe de asamblare și utilaje pentru prelucrarea fierului.".

Elena MITEA