

Utilaje de construcții

Boom-ul vânzărilor de utilaje, incert pentru distribuitorii de profil

Nevoia de investiții în infrastructură, precum și promisiunile făcute la nivel guvernamental au creat premisele unei perioade în care să apară un boom al vânzărilor de utilaje de construcții.

Însă, managerii firmelor de profil sunt sceptici în ceea ce privește acest viitor optimist. Constantin Mincu Pătrașcu Brâncuși, CEO Costa Utilaje SRL, ne-a spus: "În cei 22 de ani de când activez pe piața utilajelor de construcții am învățat că România este o țară cu totul specială și foarte greu de estimat dacă se va întâmpla un scenariu sau altul. Multe promisiuni sunt încălcate iar modul de lucru în ceea ce privește fondurile primite pentru infrastructură și nu numai este extrem de greoi și birocratic, de multe ori chiar creând întârzieri sau pierderi ale finanțărilor, România fiind renumită pentru faptul că nu este în stare să absoarbă fondurile alocate."

Boom-ul de vânzări a fost în primul semestru al anului, ca urmare a lichidității financiare foarte mari existentă în piață, este de părere Codrin Mihăilă, director general Ret Utilaje SRL.

"Începând cu semestrul al doilea al anului, accesul la finanțări va fi mult limitat, astfel că și piața credem că se va contracta. Acest

lucru este din cauza creșterii dobânzilor de către băncile centrale și din cauza numeroaselor riscuri generate de evenimentele globale pe care le vedem de câteva luni - război (războaie), criză energetică, etc.", mai spune domnul Mihăilă.

În același timp, Răzvan Tudor, director general Lorencic Bauservice SRL consideră că, din cauza impactului post-Corona, al războiului din Ucraina și a tergiversării implementării Start-up Nation, vânzările de echipamente au scăzut semnificativ anul acesta. Domnul Tudor crede că nu va fi un boom, ci mai degrabă o creștere moderată față de nivelul minim actual.

Se "vor bate în oferte" distribuitorii de utilaje?

"Bătăia în oferte" va exista deoarece piața a trecut foarte rapid de la un boom la o contracție economică (ca să nu zicem criză), generată de acești factori externi (război, criză energetică) și care nu puteau fi prevăzuți cu ușurință, spune Codrin Mihăilă.

Așadar, există multe stocuri atât la producători (generate și de anulări de comenzi din toată lumea), cât și la distribuitori, și pentru a asigura un cash flow corespunzător toți actorii

din piață vor dori să „miște” aceste produse, chiar și la prețuri mai mici.

La fel și Constantin Mincu Pătrașcu Brâncuși spune că în acest moment în care vânzările sunt foarte slabe apar și sunt oferte în piață cu prețuri scăzute pentru anumite game de produse (în special pentru utilaje care stau pe stoc).

"Dar, în rest, nu cred că prețurile vor scădea pentru că anul acesta a fost primul în care după atâția ani avem furnizori care ne dau preț doar punctual, ofertă valabilă 72 de ore. Așa că nu va exista o reală bătălie a ofertelor, orice importator va da prețul pe care îl poate susține. Din punctul meu de vedere în condițiile în care vânzările scad nici marjele de adaos nu pot scădea ci doar crește", subliniază directorul general al Costa Utilaje SRL.

Pe piață sunt probleme mari cu termenele de livrare de la producători.

"Observăm ușor cel puțin o dublare a acestora, cauzată de problemele de livrare pe lanțul de aprovizionare cu subansamble (motoare, transmisii, axe, pompe, valve, etc). În ultimii ani termenul de producător nu mai este chiar unul foarte corect, acum producătorii fiind mai mult asamblatori, care comandă subansamble la o multitudine de firme și ei doar, ca la lego, assemblează utilajul în forma finală ca urmare a propriului proiect. Dacă urmărim specificațiile tehnice ale majorității producătorilor putem observa ușor că sunt doar câteva mărci de transmisii sau motoare folosite de toți", mai spune Constantin Mincu Pătrașcu Brâncuși. Dacă începe acel așteptat boom al vânzărilor, atunci probabil că se va sesiza o scădere a prețurilor, pentru că atunci și producătorii și vânzătorii ar putea scădea marjele de câștig.

Răzvan Tudor spune că are concurenți (în mod special la categoria de mică mecanizare) care pentru solicitări mai mari de trei echipamente au făcut oferte cu 5% GM (fiind importator al aceluiași brand a putut calcula, plecând de la aceleași prețuri de intrare).



Notorietatea mărcii contează foarte mult

Mai ales în România notorietatea mărcii contează foarte mult pentru că nu sunt reperi în a face diferențierea între diversele produse. Puțini clienți știu să facă o comparație tehnică/economică și să aleagă după ce fac această analiză. Constantin Mincu Pătrașcu Brâncuși crede că un alt aspect care ajută foarte mult mărcile cu notorietate este finanțarea prin fonduri europene cu care clienții pot achiziționa utilaje plătit doar între 0% și 30% din prețul acestora, iar ei nu își mai bat capul să gândească sau să facă calcule de cost/beneficiu și cumpără mărcile cu cea mai mare notorietate. De aceea în acest moment pe piața din țara noastră există o diferență foarte mare între cifra de afaceri a primului brand vândut în România și cel de al doilea ca să nu vorbim de celelalte care sunt și mai jos.

”Așa că nivelul de preț nu are impact asupra vânzărilor tocmai datorită acestor fonduri europene care din păcate distorsionează piața, procentul de vânzări de utilaje pe cash sau leasing fiind mult inferior celui pe fonduri”, este de părere directorul general al Costa Utilaje SRL. Ca să poată vinde brandurile cu mai puțină notorietate distribuitorii trebuie să acorde facilități superioare mărcilor cu notorietate. ”Spre exemplu, noi promovăm foarte mult vânzarea utilajelor împreună cu pachete de

garanție extinsă, precum și înglobarea costurilor de întreținere în prețul de vânzare pe perioade de la 1 an (500 ore) până la 5 ani (8000 ore) costuri zero de întreținere. Practic în acest fel clientul știe care este costul exact pe ora de funcționare a utilajului, nemaivând stresul unor costuri suplimentare necunoscute”, menționează Constantin Mincu Pătrașcu Brâncuși. De aceeași părere este și Codrin Mihăilă director general Ret Utilaje SRL care spune că, din păcate, în România este în continuare importantă notorietatea brandului și a firmei în detrimentul raportului calitate - preț al produsului respectiv. Mulți clienți sunt mult mai încântați de produsele pe care le încearcă și de care se conving că au un raport calitate - preț mult mai bun față de branduri renumite care ”se vând singure”. Pe o scală de la 1 la 10, în care 1 înseamnă deloc iar 10 foarte mult, Răzvan Tudor, director general Lorencic Bauservice SRL, este de părere că în alegerea unui utilaj pentru clienți contează ”nivelul prețului” la nivelul 5, ”brandul” la 8 iar ”serviciile suplimentare oferite de distribuitor și calitatea serviciilor” la 9.



Prețurile de vânzare s-au majorat și cresc în permanență la toate gamele de utilaje și produse. Creșterile au fost undeva între 10% și 40% și par să continue.

O medie de creștere ar fi în jur de 18% în ultimul an.

Prețurile furnizorilor externi de echipamente s-au majorat între 5 și 8%.

Distribuitorii spun că se observă și o creștere a preferinței clienților pentru achiziția de echipamente low-cost.

Piața imobiliară

Dinspre achiziții spre închirieri?

Schimbările economico-financiare din acest an ar putea duce la o intensificare a închirierilor de locuințe și descurajarea achizițiilor. Mai ales familiile nou întemeiate și tinerii la început de carieră profesională ar putea contribui mai mult la mărirea cererii de închiriere. Aceasta pe măsură ce rata la creditele ipotecare depășește nivelul chiriei lunare.

Situația este relativ nouă pe piața imobiliară, pentru că până acum oamenii preferau să cumpere locuințe decât să le închirieze. Achitau ratele unui credit ipotecar și deveneau proprietari ai unui activ real a cărui valoare creștea în timp, după cum au arătat ultimele două decenii.

De altfel, prețul de achiziție a unei locuințe a început să crească mult mai repede decât costul închirierii încă din 2015, la nivelul întregii Europe, potrivit unui studiu al tendințelor imobiliare pe termen lung din blocul comunitar .

Această tendință a continuat de atunci, iar decalajul s-a mărit semnificativ în ultimii patru ani.

Piața achizițiilor de locuințe din țara noastră, la fel ca în celelalte țări europene, s-a menținut activă chiar și în timpul pandemiei de coronavirus. A fost favorizată de dobânzile scăzute ale creditelor ipotecare, precum și de creșterea cererii pentru locuințe mai mari, deoarece mulți oameni au fost nevoiți să petreacă mai mult timp acasă.

Chiar și după ce au început să se reducă efectele negative ale pandemiei asupra economiilor europene, chiriile și prețurile locuințelor au continuat să crească. Iar, potrivit datelor Comisiei Europene, prețurile de vânzare a locuințelor au crescut mult mai accelerat decât chiriile.

Însă, boom-ul imobiliar al Europei ar putea lua sfârșit. Unii experți sunt de părere că este posibilă o încetinire a achizițiilor de locuințe pe

măsură ce ne confruntăm cu creșterea ratelor dobânzilor și cu cea mai gravă criză a costului vieții dintr-o generație.

Banca Centrală Europeană (BCE) a avertizat că prețurile locuințelor ar putea începe să scadă dacă ratele creditelor ipotecare cresc mai repede decât inflația.

Dacă ratele scăzute ale dobânzilor au stimulat cererea de cumpărare de locuințe, conducând la creșterea prețurilor, dobânzile scumpe o pot descuraja.

Creșterile recente ale prețurilor de vânzare au făcut ca locuința medie din zona euro să fie supraevaluată cu aproape 15% și cu până la 60% în unele țări europene, potrivit estimărilor BCE bazate pe relația dintre prețul caselor și câștiguri. De asemenea, cei mai mulți dintre analiștii financiari din cadrul Asociației CFA România sunt de părere că prețurile locuințelor din țara noastră sunt supraevaluate și că vor scădea.