



FINAL
DISTRIBUTION

www.finaldistribution.ro



FINAL
DISTRIBUTION

2

**Final Distribution
mizează pe creșterea
exporturilor în 2014**



De la 500 de dolari la o cifră de afaceri de aproape 20 de milioane de lei - Final Distribution

După șapte ani de activitate pe piața țiglelor metalice din România, ca acționar într-o altă firmă, Dan Mircescu a decis ca în 2006 să înființeze o nouă companie – Final Distribution, cu o viziune total diferită, axată pe promovarea brandurilor premium. Astfel, importul și distribuția



exclusivă a brandurilor Gerard și Delta au trecut în portofoliul Final Distribution. La fix șapte ani de la lansare, compania a ajuns la o distribuție națională, care are loc cu ajutorul unei rețele de 150 de parteneri, la care se adaugă în permanență noi colaboratori ce susțin buna dezvoltare a companiei. "Ca mai toate business-urile, totul a plecat de la o simplă idee aplicată în contextul unei piețe libere, specifice perioadei de după 1998. Aceasta a fost prima șansă – piața liberă. Așa că, la puțin timp după ce am terminat facultatea de Arhitectura <Ion Mincu> din București, la 24 de ani, am înființat o firmă axată pe import de țiglă metalică din Suedia. Începutul a fost greu, chiar dacă la acel moment piața avea o mare capacitate de absorbție, pentru orice tip de produs. Am început afacerea cu 500 de dolari, pe care i-am folosit pentru un spațiu de expoziție la un târg de materiale de construcții la Romexpo, fapt ce a atras și prima comandă", ne-a declarat Dan Mircescu, General Manager Final Distribution.

De la importator, la producător

Odată cu dezvoltarea Internetului și a noilor modalități de a interacționa cu posibii colaboratori și de a cuceri o nouă piață prin produse de top, Dan Mircescu a descoperit un nou produs revoluționar pentru piața internă. Este vorba despre țigla metalică cu acoperire de piatră naturală, produsă de o companie din Noua Zeelandă – AHI Roofing. În 2003, compania a devenit unic importator și distribuitor al acestui tip de țiglă metalică, cunoscută sub brandul GERAD, cu o garanție de 50 de ani. De altfel, acesta nu este singurul produs pentru care compania este unic importator. Membrana de protecție pen-

tru acoperișuri și fundații Delta, produse de compania germană Doerken, este de asemenea un produs distribuit de Final Distribution.

Odată cu succesul produselor aduse pe piața internă, compania a decis demararea producției. Investiția pentru dechiderea producției s-a ridicat la 500.000 de euro, sumă de bani destinată pentru achiziționarea de utilaje specifice. "După anul 2008, am luat o decizie strategică și anume să începem producția. A fost o decizie grea, mai ales având în vedere contextul economic, dar care cu fiecare zi ce trece se dovedește a fi extrem de inspirată. În februarie 2011, am deschis prima linie de producție în Băicoi-Prahova, devenind producători de jgheaburi



și burlane. Am considerat că este o nișă ce prezintă potențial de dezvoltare și am hotărât să ne reinventăm după cinci ani de activitate ca importator și distribuitor pe piața învelitorilor premium din România. Astfel, am intrat puternic pe segmentul de producție printr-un brand propriu de jgheaburi și burlane – Novatik, menit să ne completeze portofoliul de produse pentru acoperiș”, ne-a explicat Dan Mircescu.

Investițiile realizate de Final Distribution nu s-au rezumat însă doar la activitatea de producție pentru gama Novatik, pentru că între anii 2007 și 2010, cea mai dificilă din punct de vedere economic așa cum spun oficialii companiei, Final Distribution a realizat investiții de 1,3 milioane euro la Băicoi, Prahova. Acestea au vizat construcția unei clădiri de biro-

uri, construcția de spații închise de depozitare de peste 1.000 mp și realizarea de platforme betonate pentru manipulare marfă de peste 3.500 mp.

Asta nu este tot, în vara anului 2012, compania a deschis o nouă linie de producție, pentru țigla Novatik, prima țiglă metalică în panouri mici fabricată în România. “Produsul nostru s-a născut din dorința de a oferi clienților un acoperiș sigur pentru căminul lor, pentru că la momentul acela piața acoperișurilor era sufocată de țigla metalică în panouri mari al cărei preț era din ce în ce mai mic. Prețul mic înseamnă întotdeauna calitate inferioară, materie primă de proveniență incertă. Așa că ne-am decis să punem în piață un produs de o calitate superioară și cu performanțe deosebite, cu ajutorul căruia am intrat și pe alte segmente care



până atunci nu au fost în targetul nostru. Ca și în cazul altor produse din portofoliul nostru (Gerard și Delta) ne asumăm rolul de a educa, în speranța că în viitor vom crea un comportament de consum sănătos, în care decizia de cumpărare să aibă în vedere nu numai prețul ci și calitatea și siguranța. Astfel că începând cu iunie 2012 putem pune la dispoziția clientului un sistem performant de învelitori produs 100% în România”, ne-a declarat Dan Mircescu, General Manager Final Distribution.

Export

A doua jumătate a anului 2012 a reprezentat momentul în care brandul Novatik a început să fie exportat, în Slovenia, Franța și Spania. Acum, produsul Novatik se vinde atât pe piața internă cât și cea externă (Slovenia, Polonia și Republica Moldova) și a ajuns, prin intermediul unor proiecte inițiate de partenerii companiei și în Tanzania sau Liban.

“De asemenea, în ceea ce privește exportul, deși ne-am prognozat o ponde-

re de 10% a acestora în buget, deja după primul semestru am depășit 5% pondere a exporturilor în realizări, deoarece țigla produsă de noi reprezintă o soluție viabilă pe piețele externe. Mai ales că noi oferim un program complet de accesorii ce fac din acoperișul Novatik un sistem rezistent și sigur. Siguranța este pe primul plan în țările din Europa occidentală, iar faptul că noi oferim un sistem sigur reprezintă un avantaj competitiv pentru distribuitorii noștri. Pentru 2014 avem deja discuții avansate și pentru alte piețe”, spune Dan Mircescu.

Majorare a cifrei de afaceri de 16%

Cu toate că ultimii ani au fost o perioadă dificilă pentru toate companiile care activează în sectorul de construcții, Final Distribution se așteaptă la o cifră de afaceri în creștere cu 16 procente anul acesta. “În 2012 am atins o cifră de afaceri de peste 19,9 milioane de lei, în creștere cu 7% comparativ cu anul 2011. Pentru acest

Final Distribution, premiată la Gala Business Construct

Finalul lunii septembrie 2013, a adus pentru Final Distribution Premiul “Exportatorul anului 2013 în piața materialelor de construcții”. “Final Distribution se numără printre firmele de materiale de construcții care au intrat recent la export, pregătindu-se în prezent să atace și piețe considerate <exotice>, precum cele din Africa. Compania a demarat livrările anul trecut, după ce a finalizat o investiție de 0,5 milioane de euro într-o linie de producție de țiglă metalică în Băicoi, județul Prahova. După ce a livrat la export în țări precum Slovenia, Polonia, Republica Moldova sau Ucraina, Final Distribution se pregătește să intre în țări precum Nigeria, Tanzania și Kenya”, ne-a declarat Dan Mircescu, General Manager Final Distribution.

an avem bugetată o creștere de 16% și pentru moment rezultatele sunt în grafic. Când am bugetat această creștere ne-am bazat, în primul rând, pe potențialul vânzărilor de țiglă metalică și sisteme de jgheaburi și burlane Novatik, produse de Final Distribution la Băicoi. În al doilea rând, am mizat și pe creșterea vânzărilor țiglei Gerard și a foliilor anticondens Delta. Anul 2014 îl văd ca un an de consolidare atât pe piața internă, cât și la export”, ne-a explicat Dan Mircescu.

Creștere de 200% pentru Novatik

Țigla metalică Novatik, cel mai nou produs Final Distribution, a avut în 2013 un trend constant crescător, înregistrând o creștere de peste 200% față de 2012. În 2014, brandul Novatik, se va bucura de mai multe upgrade-uri, devenind astfel mai competitiv, ne-a explicat conducerea

companiei.

Creșteri au înregistrat însă și multe alte produse, precum cele din portofoliul brandurilor Gerard. “Pe lângă faptul că țigla Gerard este cel mai vândut produs din gamă, este și produsul cu <istorie>, cel mai vechi din portofoliul companiei. Prin introducerea brandului Gerard în toamna anului 2003, am adus pe piață un nou tip de învelitoare cu avantaje certe față de țigla metalică, cât și față de țigla ceramică / beton. Practic, pentru acest tip de produs, noi am fost cei care am creat piața și am dezvoltat cererea. Anul acesta a fost lansat pe data de 15 aprilie un nou profil de țiglă metalică cu acoperire de piatră naturală, și anume: Gerard Diamant. O țiglă pentru acoperiș care are toate beneficiile produselor Gerard, marcă recunoscută pe plan mondial de mai bine de 50 de ani pentru durabilitatea și calitățile sale estetice, însă care acoperă o suprafață cu 10% mai mare. Într-un

Responsabilitate socială

Compania vrea să fie un partener în comunitatea în care activează și să o susțină, tocmai de aceea activități precum premiarea performanțelor elevilor care învață la Școala Generală nr. 2 din Băicoi sau sponsorizarea Clubului Copiilor prin amenajarea primului spațiu de joacă organizat pentru copiii din același oraș sunt doar câteva dintre proiectele susținute de Final Distribution până în prezent.

“Am devenit partenerii Universității de Petrol - Gaze din Ploiești în proiectul <De la teorie la practică prin Întreprinderea simulată> în cadrul acestui proiect 25 de studenți ai universității au acces la procesele interne ale companiei noastre, pot învăța încă din perioada facultății, prin acțiuni simulate, cum funcționează diferite departamente dintr-o companie. Scopul acestui proiect este dezvoltarea aptitudinilor de muncă ale persoanelor aflate în tranziție de la școală la viață activă, folosind metoda inovatoare de învățare – întreprinderea simulată”, ne-a declarat Dan Mircescu, General Manager Final Distribution.

climat economic dificil, nu este de mirare faptul că firmele de construcție și distribuitorii caută produse mai eficiente ca și cost, însă fără a afecta nivelul de calitate. Noul produs a fost lansat ca urmare a solicitărilor din piață, a schimbării comportamentului de consum al cumpărătorului. Cu toate că vânzările pe segmentul premium nu au înregistrat scăderi semnificative în ultimii ani, clienții iau deciziile tot mai greu și doar după evaluarea unui număr semnificativ mai mare de oferte”, ne-a explicat Dan Mircescu, General Manager Final Distribution.

Românii aleg produse ieftine

Piața europeană este în prezent împărțită între vestici care înțeleg competitivitatea drept calitate a produselor și esticii care se îndreaptă mai ales spre preț, spun oficialii Final Distribution. Pe fondul acestor informații și mai ales al efectelor crizei economice, românii se uită în primul rând la preț și apoi la calitate atunci când vine vorba despre produsele destinate construcțiilor, spun oficialii Final Distribution. “Astăzi, românii aleg în funcție de preț, o parte dintre ei acceptând conștient o calitate inferioară, însă majoritatea neștiind ce cumpără. Asta se cauzează în primul rând unei foarte slabe calități a vânzătorilor din acest sector, care tributari unei mentalități balcanice și sub presiunea patronatelor dependente de vânzarea de mâine, vând fără a fi interesați să educe, să informeze, să consilieze. Pentru produsele de slabă calitate, o piață needucată și săracă este exact



cea ce au nevoie pentru a prolifera. Încet, încet, însă, am convingerea ca piața va evolua și se va educa, ceea ce va duce la o însănătoșire a pieței și o schimbare de mentalitate a cumpărătorului”, declară Dan Mircescu.

Așteptări de la 2014

Investițiile companiei nu se opresc aici, ne-a asigurat Dan Mircescu, General Manager Final Distribution, care spune că în 2014 se așteaptă la o creștere simțitoare a exporturilor: “În primul rând, ne dorim consolidarea poziției companiei noastre în piață, prin continuarea investițiilor în tehnologie, care ne vor da posibilitatea de a fi mai performanți, mai eficienți. Aceste lucruri se vor vedea inclusiv în oferta noastră către clienți. În același timp, vom continua să inovăm, păstrându-ne renumele de trend-setteri în domeniu. Creșterea ponderii exportului în cadrul cifrei de afaceri este un alt deziderat al nostru pentru anul 2014”.



FINAL
DISTRIBUTION