

In plina criza, unii investesc milioane de euro in industria alimentara. Care e secretul lor?

Data publicarii: 01 februarie 2010 | Autor: [Ioana Mihai](#)



- [2](#)

Intr-o perioada in care falimentele, insolventele, scaderea vanzarilor si evitarea riscurilor tin capul de afis al presei economice, in industria alimentara exista companii ce deruleaza investitii de multe milioane de euro. Ce le determina sa mearga contra curentului?

Vremurile cand constructorii jonglau cu termenele de predare pentru cate o cladire si amanau livrarea de la o luna la alta au trecut. "2009 a fost pentru noi un an bun, pentru ca nu numai ca nu au fost intarzieri in constructie, ci dimpotriva, antreprenorul si constructorul au devansat mult termenul de finalizare", spune Vasile Bordea, coproprietar al afacerii Aurora Com din Vrancea. Cu activitati in domeniul abatorizarii si al productiei de preparate de carne, Aurora Com are in faza finala o investitie de peste 2,4 milioane de euro pentru modernizarea si extinderea unui abator de porci si ovine si instalarea unei statii de epurare in judetul Vrancea.

Bordea spune ca "este mult mai greu sa dezvolti o afacere in aceasta perioada", dar a sesizat ca sunt si avantaje. Proiectul, lansat cu circa un an in urma si care avea ca termen de finalizare sfarsitul anului viitor, este aproape gata. "Am inceput probele inca din decembrie si in cel mult o luna vom putea incepe productia efectiva", afirma Bordea. Tot el estimeaza ca rezultatele financiare ale anului trecut au fost in crestere fata de 2008, cand conform datelor de la Ministerul de Finante, firma a avut o cifra de afaceri de 25,5 milioane de lei (6 milioane de euro) si un profit de 1,5 milioane de lei (400.000 de euro). Aurora Com este o afacere de familie dezvoltata in ultimii 15 ani de Mihaela si Vasile Bordea, iar decizia investitiei a venit in urma necesitatii, "pentru ca abatorul pe care il aveam nu putea obtine acreditariile de functionare conform normelor europene", conform lui Vasile Bordea.

[Click aici](#) pentru a vedea avantajele si dezavantajele [investitiilor pe timp de criza](#).

Aurora este doar un exemplu pentru investitiile ce se pregatesc in piata, la inceput de an fiind in desfasurare, in stadiu de proiect sau de santier nu mai putin de 52 de investitii in domeniul alimentar, declara Andreea Sut, director de marketing la compania de cercetare de piata IBC Focus. Dintre acestea, 24 se afla in stadiul de constructie si amenajare. "In functie de destinatia constructiei, 12 sunt depozite de produse alimentare, 11 ferme si 29 de abatoare, fabrici si unitati de procesare", mai spune Sut.

Inceputul de an denota, asadar, interes pentru investitii; un motiv este ca o capacitate de productie finalizata acum "presupune implicit cresterea segmentului de piata in detrimentul competitorilor, cu toate implicatiile de rigoare, cum sunt cele la nivel de produs, pret, clienti, target, marketing, eficienta operationala", comenteaza Bogdan Belciu, manager al companiei de consultanta de management A.T. Kearney.

Cota de piata si obtinerea unui avantaj competitiv reprezinta principala oportunitate pe care o vede George Safir, director executiv al companiei Safir, producator de oua si carne de pui. El spune ca firma pe care o conduce va finaliza in curand o investitie de 4 milioane de euro pentru o fabrica de fainuri proteice in Vaslui. "In urma cu trei ani ne-a venit ideea de a face aceasta investitie pentru a reduce costurile cu deseurile", explica Safir. Resturile din abator sunt duse acum la Protan pentru a fi arse, la fel ca in cazul majoritatii producatorilor de carne de pui.

Proiectul de investitie, realizat cu fonduri structurale, a fost depus pentru aprobare in august 2008, dar constructia a inceput abia un an mai tarziu, cu o intarziere de cateva luni, din motive legate de finantarea acordata de banca: "Este prima fabrica de fainuri proteice din Romania, ca unitate de sine statatoare, iar bancile erau putin circumspecte in privinta proiectului". Alti producatori sau procesatori din industria alimentara au astfel de fabrici atasate de abator sau fabrica, iar unitatea de fainuri proteice este vazuta ca o extensie a activitatilor. Vasluienii insa au abatorul in oras, unde nu puteau dezvolta si fabrica de procesare a deseurilor. Fainurile proteice sunt folosite in Uniunea Europeana doar pentru fabricarea alimentelor pentru animale de companie, dar in alte tari ale lumii sunt folosite si pentru nutretul porcilor.

Investitia derulata de Safir reprezinta fructificarea unei oportunitati intr-o nisa neacoperita, propice investitiilor. Radu Stoicoviciu, partener senior in cadrul PricewaterhouseCoopers(PwC), remarca insa ca lansarea unor noi investitii este mai dificila decat in anii anteriori, din motive

legate de perceptia asupra raportului risc-beneficii si de disponibilitatea redusa a resurselor financiare. "Cu toate ca exista anumite particularitati, productia in industria alimentara se supune acelorasi restrictii", adauga Stoicoviciu. Pe de alta parte insa, acest domeniu este mai putin supus ciclicitatii economice generale, astfel incat exista posibilitatea ca anumite companii - chiar si impotriva piedicilor actuale - sa fie dispuse sa deruleze investitii noi in domeniu. Ba chiar "exista subdomenii in care este posibil ca investitiile sa fie oportune chiar si in aceasta perioada", spune reprezentantul PwC. De exemplu, industria alimentara bazata pe produse bio ar putea sa reprezinte o zona ce ar putea atrage investitii in Romania.

"Cladirea este deja finalizata si asteptam sa vina utilajele", declara reprezentantul firmei Safir, estimand ca la inceputul lunii martie vor incepe probele de functionare, iar productia propriu-zisa va demara in aprilie. In 2010, unitatea ar urma sa realizeze o cifra de afaceri de 1,5 milioane de euro, in conditiile in care firma poate furniza fainurile ca materie prima pentru fabrici din Austria, Rusia sau China, cu care are deja semnate precontracte. "Asteapta mostre de la noi pentru a putea negocia termeni de contract", afirma Safir. Compania lui reuneste acum o ferma de pasari, un abator si trei magazine de mici dimensiuni, plasate in pietele din Vaslui, si a inregistrat anul trecut o cifra de afaceri de 22 de milioane de euro, in crestere cu 5% fata de 2008. Profitul abia s-a mentinut inasa la nivelul anului anterior, iar pentru 2010 previziunile sunt mai pesimiste. "Vanzarile din ianuarie si februarie sunt deja cu pierderi, pentru ca nu putem creste preturile in timp ce puterea de cumparare scade", spune Safir, care argumenteaza ca impactul cel mai mare asupra afacerii il are suspendarea subventiei agricole, care reprezenta 20% din pretul produselor.

In opinia lui Safir, oportunitatea momentului este obtinerea un avantaj competitiv fata de alte companii care vor sa faca acelasi lucru si asteapta vremuri mai sigure. In doi-trei ani, o companie ce reuseste sa puna acum la punct o investitie poate dobandi o cota de piata avantajoasa si o pozitie sigura in piata, daca isi fructifica eficient atuurile.

La capitolul investitii se inscrie, de asemenea, un proiect in valoare de 120 de milioane de lei (30 mil. euro) si o suprafata construita de 25.000 mp, spune Andreea Sut de la IBC Focus. Santierul este destinat unei fabrici de prelucrare a produselor lactate in judetul Brasov, beneficiarul fiind Olympus Dairy Industry. Afacerea tine de compania Tyras, o afacere de familie detinuta de fratii Dimitrios si Michail Sarantis, prezenta in industria locala a lactatelor de mai multi ani. Grecii sunt actionari majoritari ai companiilor Tyrom din localitatea Baraolt (Covasna) si Olympus Dairy Industry (Brasov). Proiectul dezvoltat la Brasov, in localitatea Halchiu, este cea de-a doua fabrica pe care o fac grecii in Romania, dupa cea de la Baraolt. In fabrica de la Halchiu ar urma sa lucreze aproximativ 350 de brasoveni, conform reprezentantilor companiei, unitatea fiind dezvoltata in cadrul unui parc industrial de 225 de hectare, ce ar urma sa fie cel mai mare din Transilvania. Alaturi de fabrica grecilor se afla si unitati de productie detinute de Reinert Romania (o fabrica de mezeluri), compania nemteasca Miele Tehnica si austrieicii de la Log Center. Si Reinert, care a investit deja 17 mil. euro, anunta anterior ca doreste sa extinda capacitatea de productie, bugetul total cheltuit pentru dezvoltare urmand sa ajunga la 25 mil. euro.

In afara de cele doua fabrici din Covasna si Brasov, elenii de la Tyras si-au anuntat de mai bine de un an intentia de a prelua procesatorul de lactate Prodlacta, companie evaluata in prezent la

bursa la circa 10,5 mil. euro. In domeniul lactatelor insa, dezvoltarea de noi investitii poate fi riscanta, atata vreme cat zeci de producatori mici si medii s-au confruntat pe parcursul ultimului an cu dificultati si o parte din ei au intrat chiar in insolventa. "Exista zone ale industriei alimentare unde s-au derulat investitii masive, care au condus la supracapacitate de productie", declara Radu Stoicoviciu. Astfel, "avantajoasa este achizitia unor active productive, in loc de investitia intr-o noua capacitate", spune consultantul de la PwC.

In randul noilor proiecte, spune reprezentanta IBC Focus, se inscriu si cele ale firmelor CBA (un spatiu de depozitare pentru produse agroalimentare la Satu Mare, in valoare de 14,5 mil. lei) si Rianbo Com (un centru de procesare primara a produselor agricole, la Tulcea). Pentru un nou centru de distributie la Cluj, compania Macromex, cel mai mare distribuitor de alimente congelate, si-a bugetat nu mai putin de 80 de milioane de lei (20 de milioane de euro). Dan Minulescu, omul de afaceri care a dezvoltat Macromex, spunea anterior ca noul centru de distributie din Transilvania va fi inaugurat in 2011. Compania sa a inregistrat in 2008 o cifra de afaceri de 120 mil. euro, avand 500 de angajati in Romania si inca 30 in Cehia. Macromex a incheiat la inceputul anului trecut un parteneriat cu Unilever, fiind principalul distribuitor al marcii de inghetata Algida pe piata autohtona. Anul acesta, distribuitorul ar putea prelua si contractul pentru marcile Napoca, achizitionate anul trecut de Unilever de la Friesland Foods Romania.

Bogdan Belciu de la A. T. Kearney spune ca inceperea unei noi investitii ar putea fi o optiune viabila din mai multe puncte de vedere. Pe de o parte, e vorba de perspectiva reluarii cresterii in viitorul apropiat intr-o industrie "in care in continuare importam mai mult decat poate ar trebui", considera Belciu. Pe de alta parte, acum se poate vorbi de costuri relativ bune pentru terenuri, constructii, forta de munca. Reprezentantul A. T. Kearney puncteaza insa ca finantarea continua sa fie o problema si bancile sunt in continuare extrem de selective in a aproba un credit, "insa oricum perspectivele sunt mai bune ca anul trecut".

Chiar investitorii care si-au facut bine temele sunt constienti ca pericolele pandesc la tot pasul. Cel mai vizibil risc pentru investitiile din aceasta perioada este ca o firma sa nu reuseasca sa-si finalizeze proiectele si sa intre in insolventa, considera George Safir. De aceea, atentioneaza Bogdan Belciu, "ceea ce criza ar trebui sa-i fi invatat pe toti este ca o investitie trebuie facuta pe baza unei analize riguroase a pietei si a concurentei, cu plan de afaceri bine gandit si fundamentat". Perioada cand orice investitie putea deveni rentabila in principiu, in lipsa unor greseli majore, a trecut si nu va mai reveni curand - daca va mai reveni vreodata. Acest lucru ramane valabil si in industria alimentara, care desi este printre cele mai atractive domenii, prezinta in continuare riscuri semnificative pentru cei cu un model de business ce functioneaza corect, de la dezvoltarea de produse la aprovizionare, productie, vanzare si distributie.

Cu tinta clara a inceput anul United Romanian Breweries Bereprod (URBB), producatorul Tuborg, Carlsberg si Granini in Romania. Pentru 2010, compania a bugetat sase milioane de euro pentru dezvoltarea si modernizarea liniilor de imbuteliere si a sistemului logistic. Ca urmare, vanzarile ar trebui sa fie mai mari cu 8% in segmentul de bere, tinta pentru cifra de afaceri fiind de 400 de milioane de lei (96 de milioane de euro). Compania a inregistrat in 2009 o stagnare a volumului de bere vandut, ceea ce i-a permis o majorare a cotei de piata la 9,5% in volum, in conditiile in care industria in ansamblu a scazut cu 15%. "Desi a fost poate cel mai dificil an

pentru majoritatea sectoarelor, eforturile noastre de eficientizare a businessului au dat roade", a declarat Shachar Shaine, presedintele companiei. URBB este singura companie de profil care a anuntat investitii pentru anul 2010, in timp ce competitorii (Heineken si InBev) au inceput sa opreasca productia in fabricile lor.

Exista un cvasi-consens ca 2010 va continua sa fie un an dificil pentru economia romaneasca, cel putin in prima jumatate. Din anumite puncte de vedere ar putea fi chiar mai dificil decat 2009, spune Bogdan Belciu, intrucat criza persista, ceea ce impune prudenta, costuri reduse si o foarte mare proactivitate. Dar pe de alta parte incepe sa se vorbeasca din ce in ce mai mult despre iesirea la liman, "iar companiile care nu vor fi pregatite vor avea de suferit cel putin pe termen mediu", adauga Belciu. El conchide ca firmele vor trebui sa gaseasca acel punct de echilibru intre abordarea pe termen scurt, de criza, si cea pe termen mediu si lung, de dezvoltare, pe care economia romaneasca o va permite in continuare din plin