

DESCRIEREA PIETELOR RELEVANTE PENTRU EMITENT

I.6.2

1.1 Contextul macroeconomic

Cu o populație ce număra la sfârșitul anului 2006 aproximativ 21,56 milioane de locuitori și o suprafață de circa 238,4 mii de kilometri pătrați, România este cea mai populată și mai mare țară din Sud-Estul Europei. Deși a avut de depășit obstacole majore legate de tranziția de la sistemul centralizat, pe fondul volumelor importante de investiții directe realizate în ultimii 5 ani, economia națională a crescut în termeni reali cu rate situate între 4% și 8,5% pe an, superioare celor raportate de statele europene din regiune. De asemenea, în aceeași perioadă rata inflației a evoluat pe un trend descendent, iar salariile și veniturile disponibile ale populației s-au apreciat semnificativ în termeni reali.

Evoluția indicatorilor macroeconomici în România	2003	2004	2005	2006
Creșterea reală PIB (%)	5,2	8,5	4,1	7,7
Populația țării (mil. loc.)	21,73	21,67	21,62	21,56
Rata șomajului (%)	7,0	8,1	7,2	7,3
Rata inflației (medie anuală, %)	15,3	11,9	9,0	6,6
EUR/RON (medie anuală)	3,7556	4,0532	3,6234	3,5245
Salariu lunar mediu brut (EUR)	179,5	203,8	266,8	326,3
Creștere salariu lunar mediu brut (medie, %)	2,9	13,6	30,9	22,3
Creștere salariu mediu lunar net (%)	8,8	9,5	13,5	9,6

Sursa: Institutul Național de Statistică, Banca Națională a României, EUROSTAT

Aflata deja în centrul atenției investitorilor strategici și devenind, de la 1 ianuarie 2007, stat membru cu drepturi depline al Uniunii Europene, România este în prezent considerată o piață regională-cheie cu potențial însemnat de creștere. Acest potențial își are originea în decalajul încă important de dezvoltare al economiei românești comparativ cu celelalte state membre. Astfel, cu toate că populația României reprezintă aproximativ 4,4% din populația totală a Uniunii Europene, contribuția sa la Produsul Intern Brut total al acesteia din urmă era în anul 2006 de numai 0,85%. Mai mult, în timp ce Produsul Intern Brut pe locuitor a crescut în România în perioada 2003 – 2006 în medie cu 6,4% pe an în termeni reali, acesta a ajuns să reprezinte doar 19,4% din media UE-25 pentru anul 2006.

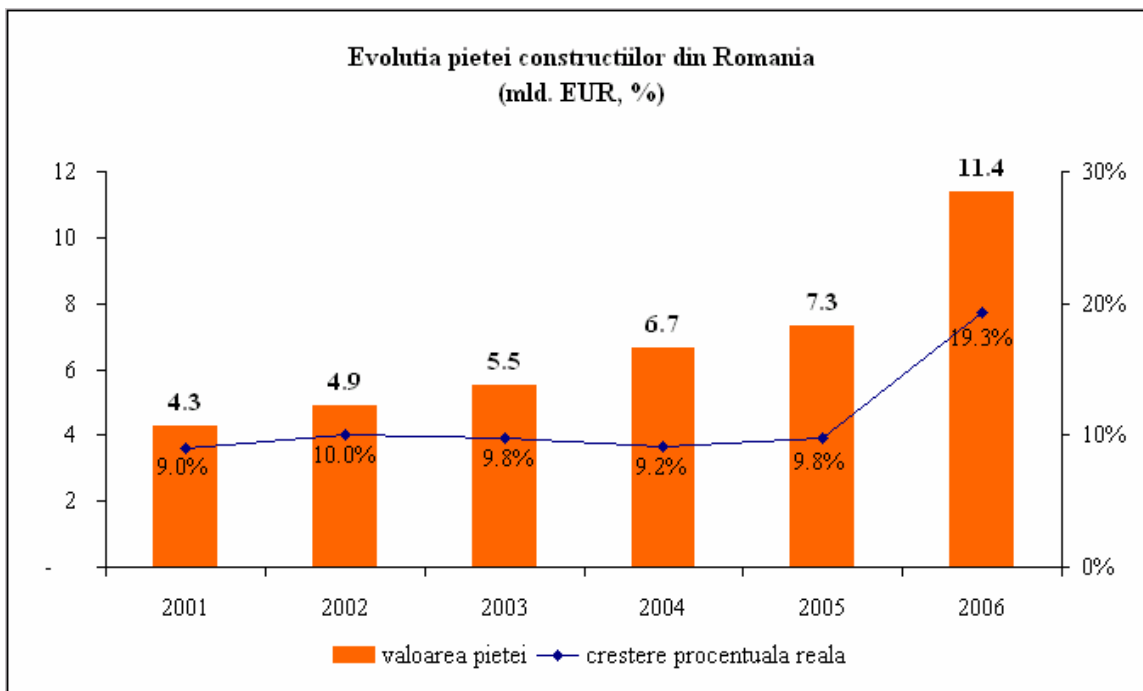
Comparatie Romania UE-25 (anul 2006)	PIB nominal (mil.EUR)	PIB / locuitor (EUR)	Populație
Uniunea Europeana	11.461.184,7	23.249,5	492.964.961
Romania	97.117,8	4.503,5	21.565.119
Pondere Romania (%)	0,85%	19,37%	4,37%

Sursa: Fondul Monetar Internațional, EUROSTAT

Pentru următorii ani, implementarea reformelor structurale în conformitate cu cerințele Uniunii Europene, menținerea sub control a presiunilor inflationiste și susținerea creșterii economice, constituie rețerele macroeconomice majore ale României.

1.2 Sectorul constructiilor

Sectorul constructiilor reprezinta o componenta-cheie ce reflecta indeaproape stadiul de dezvoltare al unei economii nationale. Parcursul ascendent inregistrat pana in prezent de economia romaneasca s-a regasit cu precadere in evolutia sectorului constructiilor care in intervalul 2001 – 2005 a evoluat cu rate anuale de crestere situate intre 9% si 10% in termeni reali, pentru ca in anul 2006, in perspectiva aderarii Romaniei la Uniunea Europeana acesta sa atinga o valoare totala de circa 11,4 mld. de euro, cu 19,3% mai mare decat cea inregistrata in 2005. De asemenea, pentru primul semestru al anului 2007, sectorul constructiilor si-a continuat trendul ascendent, atingand o rata anuala de crestere de circa 31,4%, in conditiile in care avansul Produsului Intern Brut pentru aceeasi perioada a fost de 5,8%.

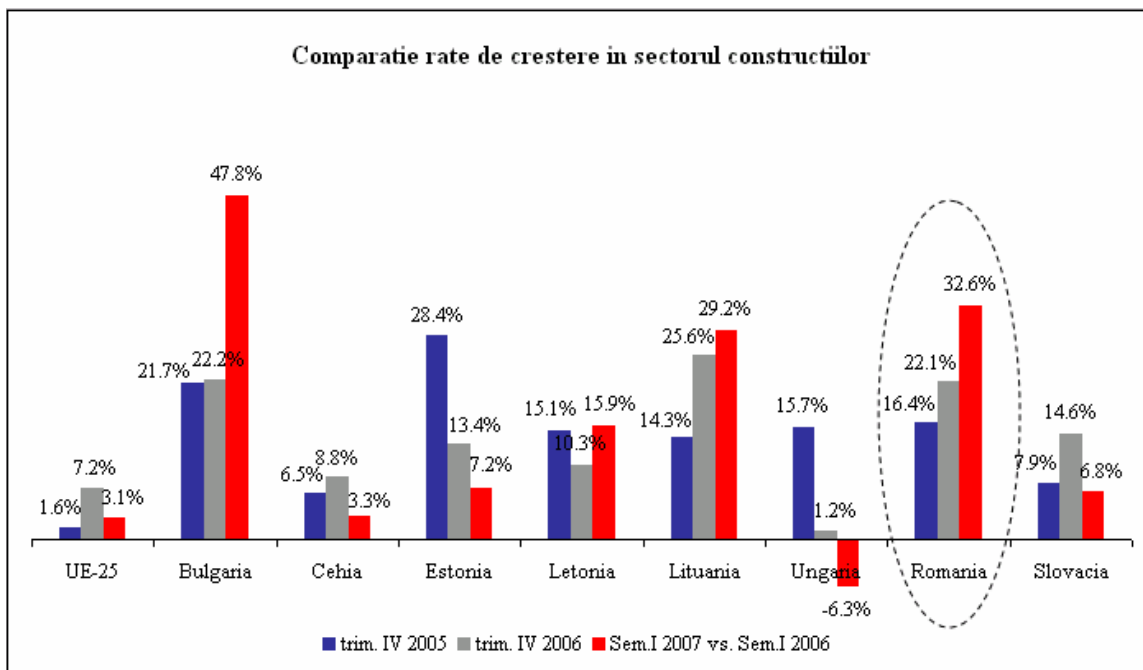


Sursa : Institutul National de Statistica, EUROSTAT

De altfel, in ultimii ani constructiile s-au remarcat ca avand dinamica cea mai accentuata din ansamblul economiei romanesti. In acest sens, in timp ce Produsul Intern Brut a crescut cu rate anuale ce depasesc semnificativ media europeana, contributia sectorului constructiilor la evolutia pozitiva a acestui indicator macroeconomic a fost una din ce in ce mai importanta. Astfel, pentru anul 2006, un procent de 15,6% din cresterea Produsului Intern Brut a fost sustinut de cresterea din constructii, comparativ cu ponderea de 14,6% inregistrata in anul 2005. Mai mult, pentru primul semestru al anului 2007, un procent de 25,4% din cresterea Produsului Intern Brut al Romaniei a fost asigurat de cresterea sectorului constructiilor.

SECTIUNE DESCRIERE AFACERE GRUP TERAPLAST

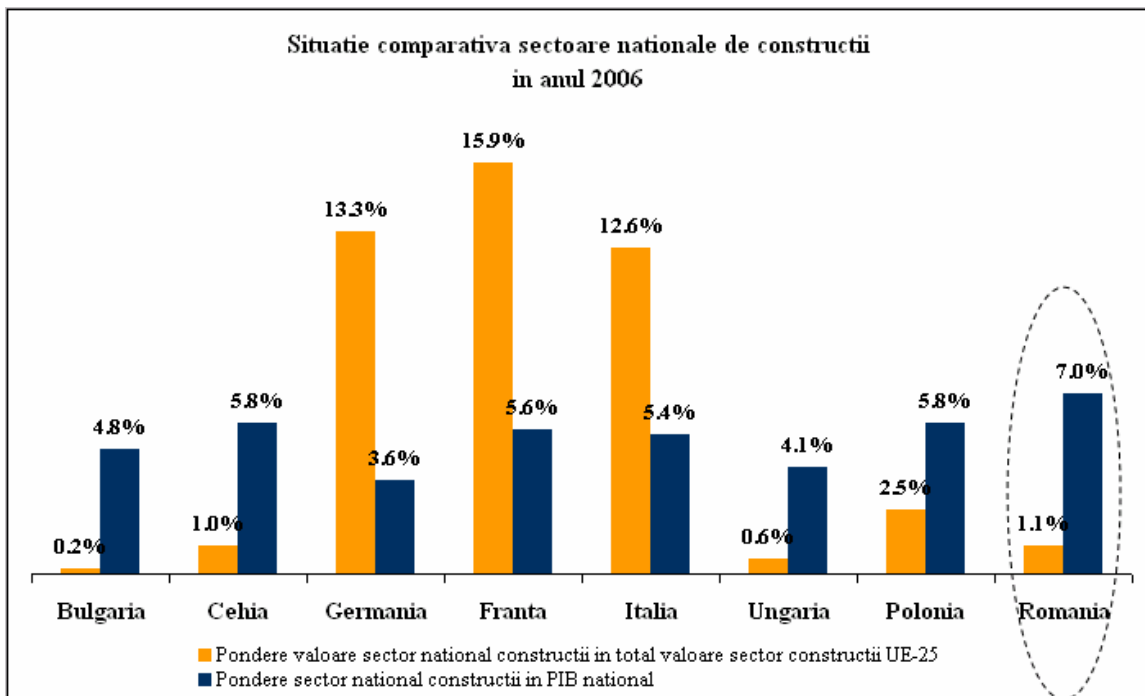
De asemenea, in contextul cresterii sustinute a volumelor investitiilor directe, a retrocedarii terenurilor nationalizate si a politicilor flexibile de creditare, majoritatea tarilor Europei Centrale si de Est au cunoscut pe parcursul ultimilor ani cresteri importante pe segmentul constructiilor, care a ajuns in cea mai mare parte din cazuri sa le influenteze decisiv evolutia Produsului Intern Brut. Totusi, sectorul constructiilor din Romania a inregistrat rate de crestere superioare atat mediei Uniunii Europene (22,1% pentru trimestrul IV 2006 in Romania fata de 7,2% in UE-25 pentru anul 2006) cat si celor raportate de majoritatea tarilor din regiune (8,8% in Cehia, 1,2% in Ungaria sau 14,6% in Slovacia).



Sursa: EUROSTAT

In ciuda evolutiilor pozitive inregistrate in ultimii ani, superioare chiar celor inregistrate de catre tarile din regiune, sectorul constructiilor din Romania pastreaza un decalaj important fata de performantele tarilor europene mai dezvoltate si a Uniunii Europene in ansamblul sau. Acest decalaj provine in primul rand din deficitul inca consistent al Romaniei in materie de spatii construite (rezidentiale si nerezidentiale) si de infrastructura moderna, si in al doilea rand, din ponderea foarte redusa a Produsului Intern Brut national in totalul Produsului Intern Brut al Uniunii Europene.

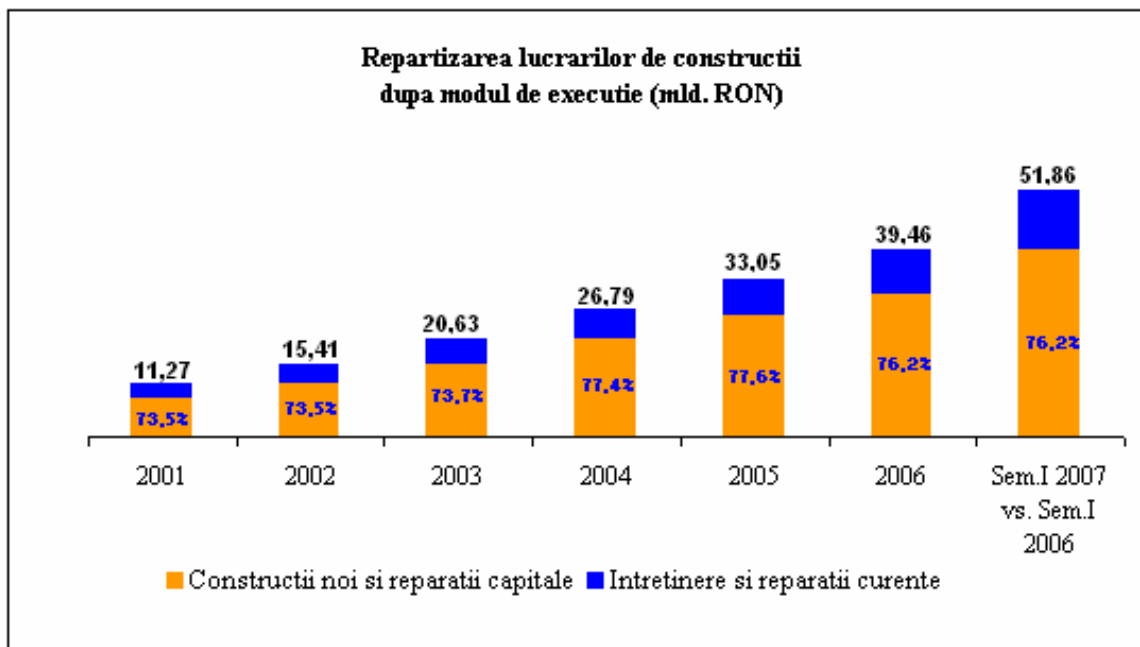
Astfel, desi Romania avea in anul 2006 o pondere a sectorului constructiilor in Produsul Intern Brut national semnificativ mai mare chiar decat cele ale tarilor din regiune (7% in Romania fata de 4,8% in Bulgaria, 4,1% in Ungaria sau 5,8% in Polonia), totusi ponderea acestuia in valoarea totala a sectorului constructiilor raportata la nivelul Uniunii Europene este una incomparabil mai mica decat cea a tarilor europene mai dezvoltate (1,08% in Romania fata de 13,26% in Germania, 15,92% in Franta sau 12,64% in Italia).



Sursa: EUROSTAT

Tarile din regiune precum Bulgaria, Cehia, Ungaria sau Polonia de asemenea intrate de curand in Uniunea Europeana, cunosc o situatie similara cu cea a Romaniei, prezentand o pondere importanta a sectorului national al constructiilor in Produsul Intern Brut national, dar o participare foarte redusa la valoarea totala a sectorului constructiilor din UE-25. Acest aspect releva decalaje majore intre nivelul de dezvoltare inregistrat in tarile din Europa Centrala si de Est printre care si Romania si statele membre mai dezvoltate din Uniunea Europeana.

In plus fata de situatia comparativa cu celelalte state membre si cu media Uniunii Europene, deficitul Romaniei in materie de spatii construite si infrastructura moderna este confirmat si de raportarile Institutului National de Statistica. Acestea arata ca, pe fondul unei cresteri in termeni nominali a valorii lucrarilor de constructii executate in perioada 2001 – sem.I 2007 de circa 3,6 ori, ponderea valorii constructiilor noi si a reparatiilor capitale s-a apreciat de la 73,5% in anul 2001 la 76,2% in semestrul I al anului 2007. In consecinta, sectorul constructiilor din Romania a continuat sa fie dominat de categoria lucrarilor de constructii noi si reparatii capitale in timp ce desi aflate in crestere, lucrarile de intretinere si reparatii curente pastreaza o pondere de sub 25% in valoarea totala a pietei.

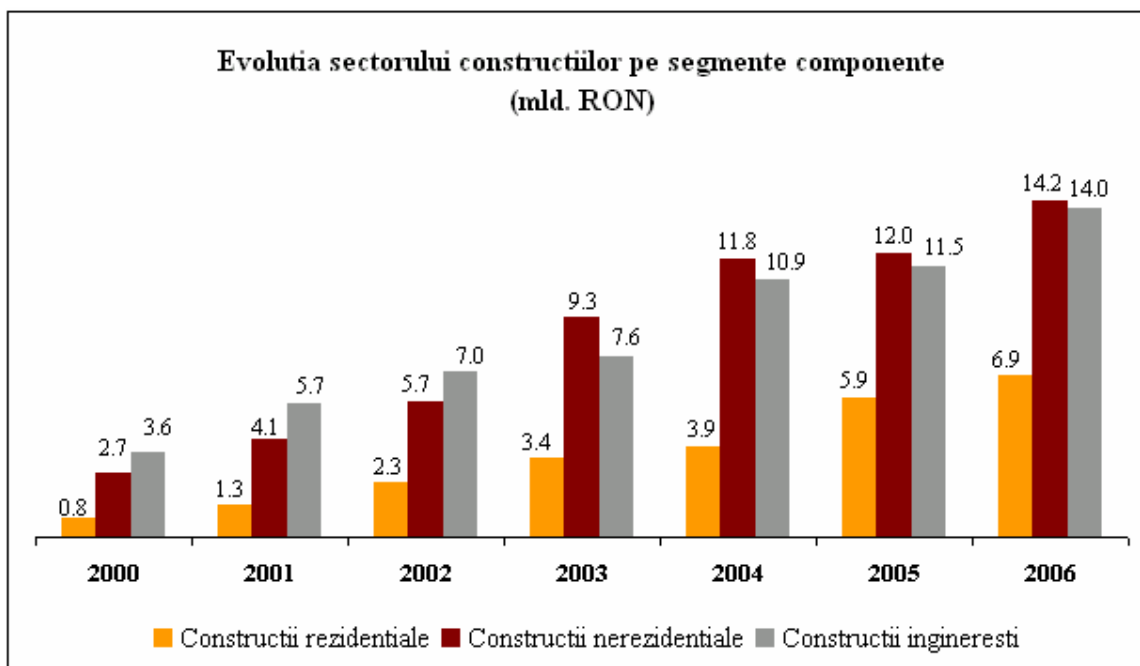


Sursa : Institutul Național de Statistică

Analizand in detaliu structura sectorului constructiilor, pot fi identificate trei segmente distincte din punct de vedere al destinatiei obiectivelor realizate:

- **Constructii rezidentiale**, ce includ cladiri individuale, cladiri colective (de tip bloc) si cladiri de rezidenta pentru comunitati. Remarcandu-se in ultimii 5 ani ca avand dinamica cea mai accentuata, acest segment detinea in anul 2006 o pondere de 19,7% in totalul valorii sectorului de constructii din Romania.
- **Constructii nerezidentiale**, ce includ spatii industriale (hale de productie si depozite), spatii comerciale (mari suprafete comerciale de retail si complexuri de tip mall) si cladiri administrative (hoteluri, spitale, scoli si spatii de birouri). Avand in anul 2006 o pondere de 40,6% in total valoare sector, acest segment continua sa reprezinte componenta cea mai importanta din ansamblul pietei constructiilor.
- **Constructii ingineresti**, ce includ lucrari de infrastructura de transport (drumuri si poduri). Desi pana in anul 2002 segmentul lucrarilor de constructii ingineresti detinea o pondere de peste 50% din sectorul romanesc de constructii, participarea sa la valoarea totala a sectorului s-a diminuat constant in favoarea segmentului de constructii rezidentiale, pana la nivelul de 39,7% in anul 2006.

In contextul cresterii sustinute a sectorului constructiilor din Romania, in perioada 2000 – 2006 cele trei segmente componente au inregistrat ritmuri de crestere diferite, functie de particularitatile fiecaruia si de conditiile pietei. Evolutiile pozitive ale acestora, trebuie privite atat prin prisma investitiilor pentru realizarea de constructii noi, cat si prin cea a executiei lucrarilor de reparatii capitale si intretinere curenta la constructiile existente.



Sursa : Institutul National de Statistica

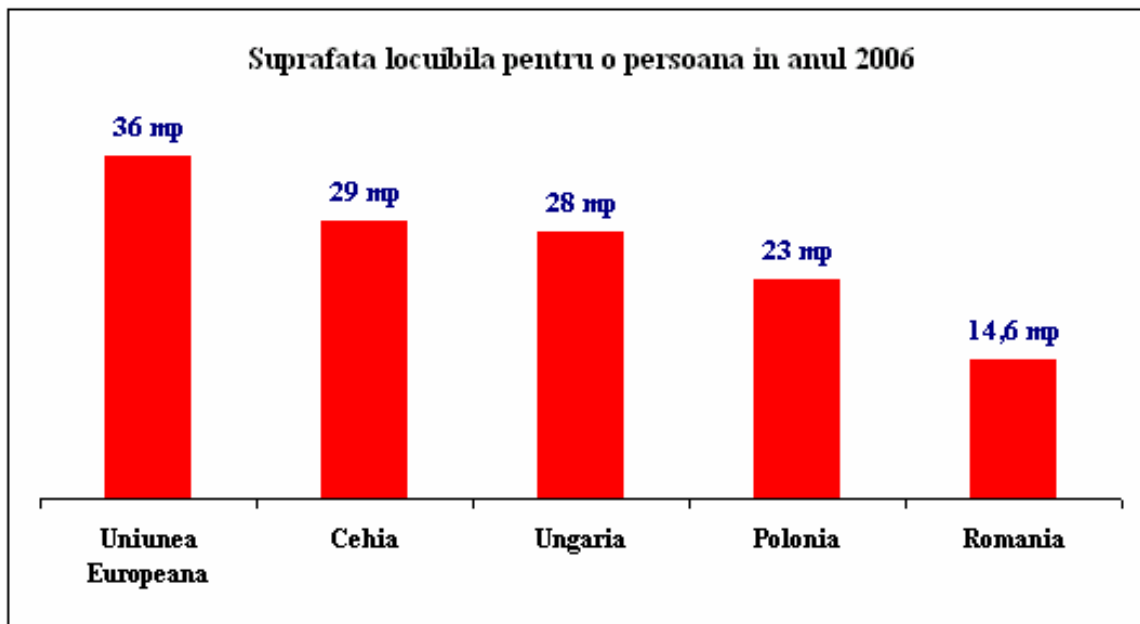
1.2.1 Segmentul constructiilor rezidentiale

Pe segmentul constructiilor rezidentiale din Romania, datele publicate de Institutul National de Statistica indica persistenta unui decalaj major intre oferta de suprafata locuibila (reprezentata de stocul de locuinte existente si de constructiile de locuinte noi) si nevoia crescanda de locuinte manifestata in special in zonele urbane. Astfel, la o populatie de 21,6 mil. locuitori, in perioada 2001 – 2006 stocul de locuinte in Romania a evoluat de la un nivel de 8,11 mil. locuinte (aferent unei suprafete locuibile de 304,45 mil. mp) pana la 8,23 mil. locuinte (aferent unei suprafete locuibile de 314,54 mil. mp).

Situatie locuinte in Romania (suprafetele sunt exprimate in mp)	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Numar total de locuinte	8.107.114	8.128.914	8.152.375	8.176.487	8.201.508	8.231.295
Suprafata locuibila totala	304.453.058	306.157.684	308.011.767	309.937.818	312.019.693	314.540.124
Suprafata medie / locuinta	37,55	37,66	37,78	37,91	38,05	38,21
Numar locuitori / locuinta	2,7	2,7	2,7	2,7	2,6	2,6
Suprafata locuibila / locuitor	13,92	14,02	14,15	14,28	14,41	14,56

Sursa : Institutul National de Statistica

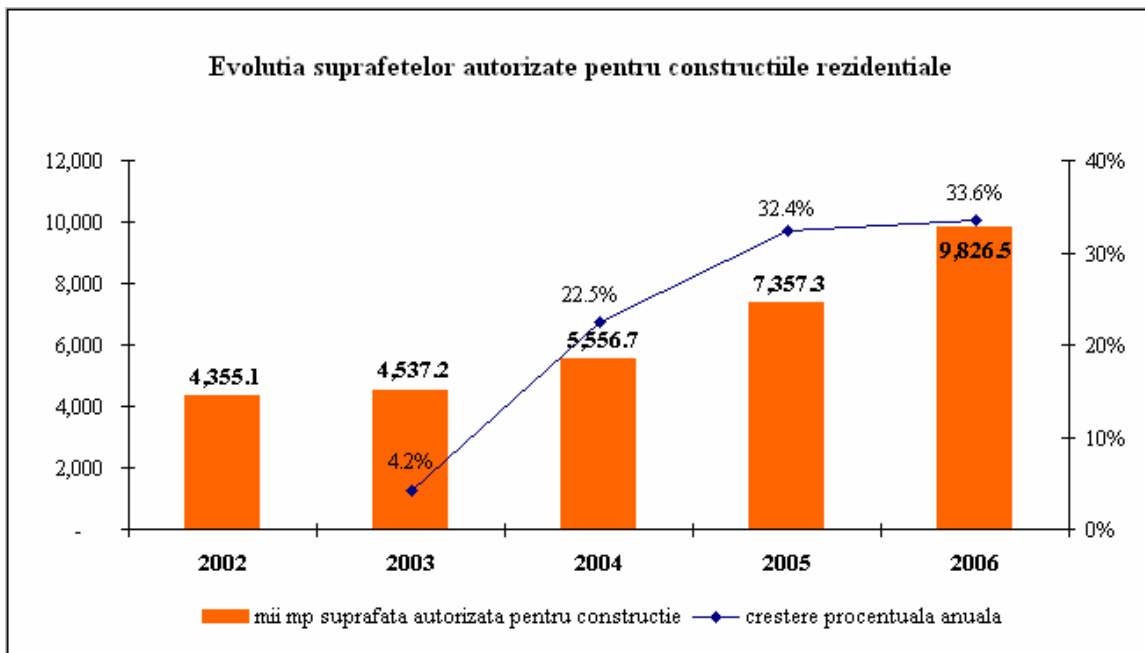
Cresterea cu 1,5% a numarului total de locuinte (sau cu 3,3% a suprafetei totale locuibile) inregistrata in intervalul 2001 – 2006, nu a fost suficienta pentru a ameliora semnificativ indicatorii de confort locativ ai populatiei Romaniei. In acest sens, in anul 2006 unei persoane ii reveneau in medie circa 14,6 mp de suprafata locuibila, in timp ce unui locuitor din Uniunea Europeana ii revenea in medie o suprafata locuibila de circa 36 mp. In plus, chiar tari din regiune precum Cehia sau Ungaria, inregistrau valori medii duble ale acestui indicator comparativ cu cele raportate de Romania.



Sursa : Institutul Național de Statistică, EUROSTAT

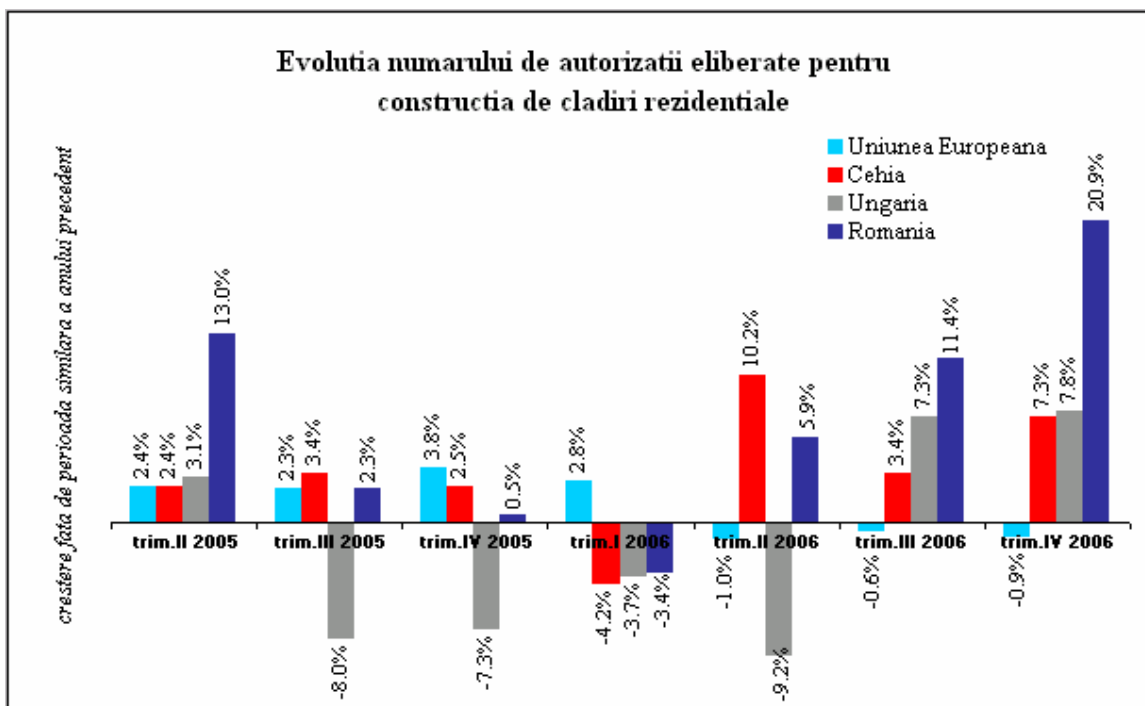
Pe fondul situației descrise mai sus, piața construcțiilor rezidențiale din România cunoaște în ultimii ani o tendință de creștere cu rate superioare celor înregistrate de segmentele de construcții nerezidențiale, respectiv ingineresti. Astfel, deși construcțiile rezidențiale detineau în anul 2000 o pondere de doar 11% din piața construcțiilor, valoarea acestora a crescut în termeni nominali de aproape 9 ori, ajungând la sfârșitul anului 2006 la un nivel de 6,87 mld. RON (echivalentul a circa 1,95 mld. euro), corespunzătoare unei ponderi de 19,6% în total valoare sector. Mai mult, pentru primul semestru al anului 2007 acest segment a înregistrat o rată de creștere de circa 33,4% față de perioada corespunzătoare a anului trecut.

În ce privește investițiile pentru realizarea de construcții rezidențiale noi, datele indică o tendință accentuată de creștere a suprafețelor pentru care au fost eliberate autorizații de construcție. În acest sens, în anul 2006 au fost eliberate 51.059 autorizații de construcție pentru clădiri rezidențiale noi, corespunzând unei suprafețe totale de 9,83 mil. mp, ceea ce reprezintă o creștere cu 17,3% a numărului de autorizații și cu 33,6% a suprafeței față de anul 2005. În plus, pentru primul semestru al anului 2007, au fost eliberate 26.039 autorizații de construcție pentru clădiri rezidențiale noi, în creștere cu 28,4% față de aceeași perioadă a anului 2006, ceea ce corespunde unei suprafețe totale autorizate de circa 5,36 mil. mp.



Sursa : Institutul National de Statistica, EUROSTAT

Decalajul existent intre segmentul constructiilor rezidentiale din Romania si sectoarele rezidentiale ale tarilor din regiune este vizibil si in situatia comparativa privind ritmul de crestere al numarului autorizatiilor eliberate pentru constructia de cladiri rezidentiale. Astfel, pentru anul 2006, ratele de crestere a numarului de autorizatii eliberate in Romania au fost cu mult superioare celor inregistrate in Uniunea Europeana si in alte tari din regiune.



Sursa : EUROSTAT

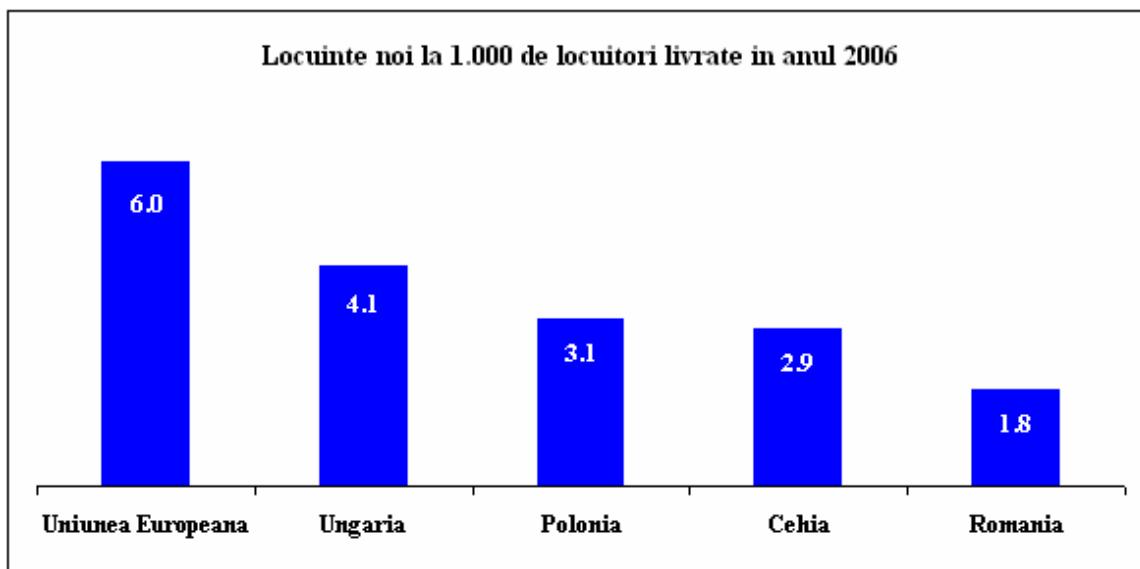
SECTIUNE DESCRIERE AFACERE GRUP TERAPLAST

Evolutia prezentata anterior s-a concretizat pentru Romania in livrarea, in intervalul 2001 – 2006 in medie a 31,1 mii locuinte noi anual, avand o suprafata medie construita de circa 140 mp. Accelerarea trendului de crestere a sectorului constructiilor rezidentiale este demonstrat de numarul de locuinte finalizate, respectiv de suprafetele construite livrate anual. Astfel, daca intre anii 2001 – 2004, stocul de locuinte noi livrate pe piata a evoluat cu rate de crestere situate in intervalul 2,5% – 5%, in anul 2005 rata de crestere a fost de 9,1%, pentru ca in anul 2006 sa ajunga la nivelul de 20,6%, aferent unui stoc de 39.638 locuinte noi livrate. In plus, suprafata totala construita a locuintelor noi finalizate si-a dublat rata de crestere in anul 2006, atingand un nivel de 21,6% fata de anul 2005, corespunzator unui total de aproximativ 5,9 mil. mp livrati.

Constructii rezidentiale noi in Romania	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Numar de locuinte terminate in cursul anului	27.041	27.722	29.125	30.127	32.868	39.638
Suprafata construita a locuintelor terminate (mp)	3.617.286	3.792.979	4.018.356	3.688.787	4.826.921	5.870.462
Suprafata medie / locuinta noua (mp)	133,8	136,8	138,0	145	146,9	148,1

Sursa : Institutul National de Statistica

Volumul de 39.638 de locuinte noi livrate in anul 2006 in Romania corespunde unui indice anual de 1,8 locuinte noi la 1.000 de locuitori. Acest nivel este unul mult inferior atat mediei Uniunii Europene (unde in 2006 au fost livrate in medie 6 locuinte noi la 1.000 de locuitori), cat si valorilor indicilor raportati de tarile din regiune precum Polonia, Cehia sau Ungaria. Aceasta situatie confirma o data in plus ecartul major dintre stadiul de dezvoltare al Romaniei in materie de spatii rezidentiale, si cel existent in alte tari din Uniunea Europeana.



Sursa : Institutul National de Statistica, EUROSTAT

SECTIUNE DESCRIERE AFACERE GRUP TERAPLAST

Potentialul de recuperare a acestui decalaj se regaseste in diferenta crescanda dintre numarul de metri patrati pentru care s-a primit autorizatie pentru construirea de cladiri rezidentiale (9,83 mil. mp in anul 2006, cu 33,6% mai mare fata de anul 2005) si numarul de metri patrati de constructii rezidentiale finalizate si livrate in fiecare an (5,87 mil. mp in 2006, cu 21,6% mai mare fata de anul 2005). Aceasta diferenta s-a ridicat in anul 2006 la circa 3,96 mil.mp, in crestere cu 56,3% fata de valoarea inregistrata in anul 2005. Mai mult, pentru primul semestru al anului 2007 au continuat sa fie emise autorizatii pentru construirea unei suprafete de cladiri rezidentiale de circa 5,36 mil. mp, ceea ce reprezinta un nivel foarte apropiat de volumul total livrat in tot anul 2006. Aceste evolutii indica faptul ca piata constructiilor rezidentiale din Romania se afla in plin proces de crestere accelerata.

Decalajul dintre suprafata autorizata si cea construita si livrata (in mp)	2002	2003	2004	2005	2006	Sem. I 2007
Suprafata autorizata pentru constructie	4.355.116	4.537.223	5.556.707	7.357.257	9.826.547	5.362.46
Suprafata construita a locuintelor terminate	3.792.979	4.018.356	4.368.787	4.826.921	5.870.462	n/a
Diferenta	562.137	518.867	1.187.920	2.530.336	3.956.085	n/a

Sursa : Institutul National de Statistica

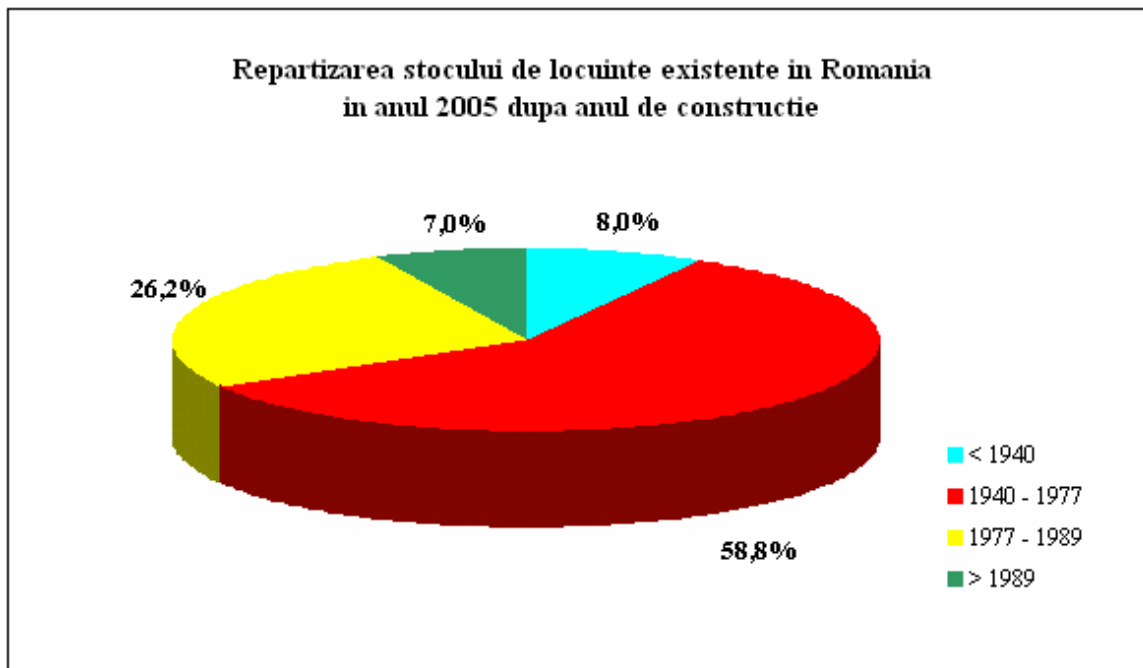
Pe de alta parte, evolutia pozitiva a sectorului constructiilor s-a manifestat nu doar la nivel cantitativ, ci si la nivel calitativ. Astfel, in ce priveste segmentul constructiilor noi, imbunatatirea standardelor de calitate poate fi observata in schimbarea structurii privind dotarea cu instalatii a locuintelor noi. Astfel, daca in anul 2001 dintr-un total de 27.041 de constructii rezidentiale finalizate, doar 9.907 locuinte (reprezentand un procent de 36,6% din total) aveau prevazut sistem de canalizare si 12.611 locuinte (reprezentand un procent de 46,6% din total) beneficiau de sistem de alimentare cu apa potabila, in anul 2006 circa 53,9% din locuintele noi aveau acces direct canalizare si 64,1% beneficiau de alimentare cu apa potabila.

Dotarea cu instalatii a locuintelor finalizate si livrate in cursul anului	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Locuinte finalizate in cursul anului, din care:	27.041	27.722	29.125	30.127	32.868	39.638
- locuinte prevazute cu sistem de incalzire	27.041	27.722	29.125	30.127	32.868	39.638
- locuinte prevazute cu instalatie electrica	25.833	26.963	28.501	29.403	32.258	39.268
- locuinte prevazute cu alimentare cu apa potabila	12.611	15.259	18.014	19.599	21.374	25.394
- locuinte prevazute cu sistem de canalizare	9.907	12.831	16.046	16.275	17.438	21.351

Sursa : Institutul National de Statistica

In aceasta maniera, alaturi de consolidarea bazei de locuinte din Romania prin cresterea suprafetelor de cladiri rezidentiale finalizate si livrate catre beneficiari, imbunatatirea standardelor de confort locativ se constituie intr-o componenta importanta a cresterii sectorului constructiilor rezidentiale. Cum la nivelul anului 2006 inca se mentineau deficite importante in ce priveste dotarea cu instalatii a locuintelor noi, acest fapt ofera o indicatie asupra potentialului de dezvoltare pe termen mediu al acestui segment.

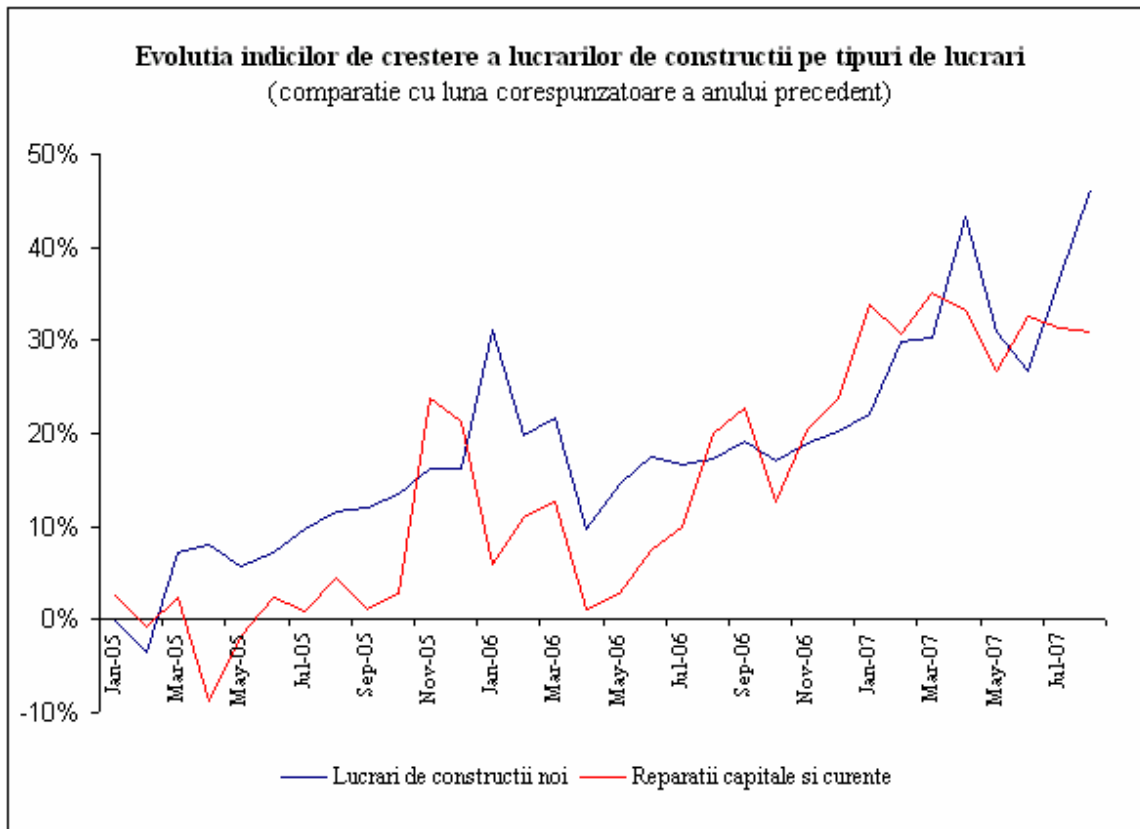
In al doilea rand, stocul important de locuinte vechi si ponderea redusa a lucrarilor de intretinere si reparatii curente inregistrata in totalul valorii segmentului de constructii rezidentiale reprezinta doi factori care aduc in atentie necesitatea reabilitarii stocului de locuinte existente. In acest sens, in timp ce ponderea lucrarilor de reparatii si intretinere curente reprezinta in anul 2006 doar 23,8% din total valoare sector constructii, aproximativ 67% din stocul de circa 8,20 mil. locuinte existente la nivelul anului 2005, reprezentand aproximativ 312,02 mil. mp suprafata construita, aveau o vechime de cel putin 30 de ani.



Sursa : Institutul Național de Statistică

În acest sens, ca parte a acquis-ului comunitar, Guvernul României a lansat Programul Național de Reabilitare Termică a Clădirilor de Locuit, program care obligă proprietarii locuințelor construite înainte de 1989 (în special cele colective de tip bloc din zonele urbane) să facă investiții pentru limitarea pierderilor termice prin izolarea termică a peretilor exteriori, înlocuirea ferestrelor și intervenții la conductele cu pierderi. Mai mult, în urma aplicării acestui program, aceștia vor primi un certificat energetic, document ce va deveni, începând cu anul 2009, obligatoriu în orice tranzacție de vânzare sau concesiune a unei locuințe.

Astfel, simultan cu evoluția pozitivă a lucrărilor de construcții noi, și segmentul lucrărilor de reparații capitale și reabilitare a construcțiilor existente capătă dimensiune și impuls. Dacă prima componentă se remarcă prin dinamism și creștere accelerată pentru a recupera decalajele față de Uniunea Europeană, aceasta a doua componentă se impune prin dimensiune (peste 300 mil. mp de construcții rezidențiale existente). Totodată, se remarcă faptul că evoluția lucrărilor de reparații capitale și întreținere curentă urmează parcursul înregistrat de lucrările de construcții noi. Începând cu anul 2005, ambele categorii au cunoscut rate de creștere față de perioada similară a anului precedent situate în intervalul 20 – 50%.



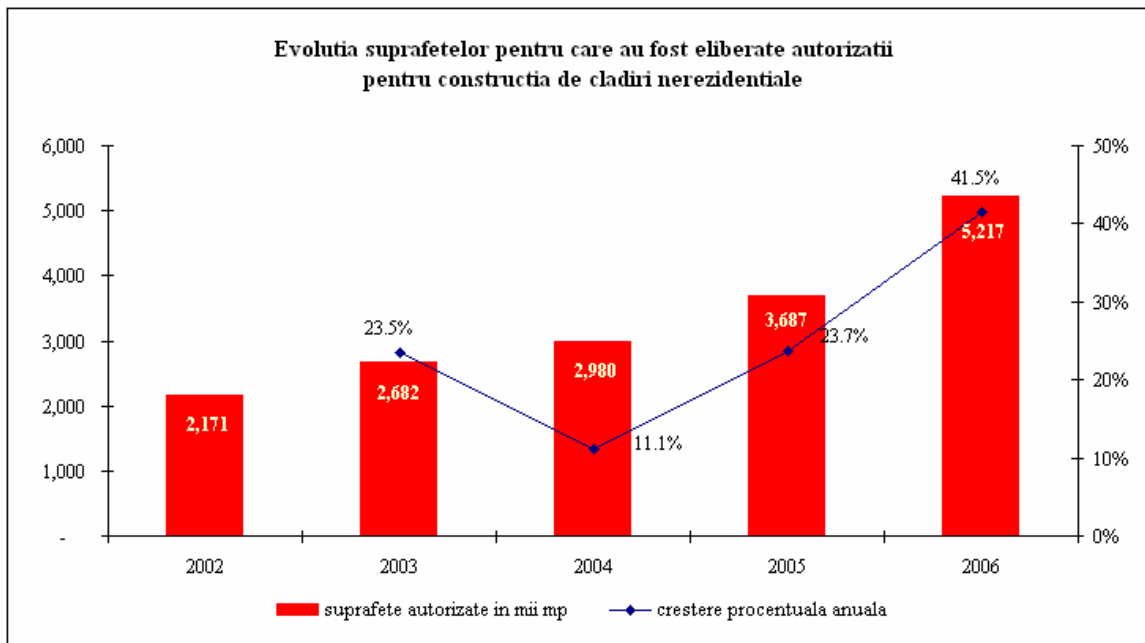
Sursa : Institutul Național de Statistică, EUROSTAT

1.2.2 Segmentul construcțiilor nerezidențiale

Prin varietatea tipurilor de construcții din componenta sa, sectorul nerezidențial reprezintă elementul cel mai important din ansamblul pieței construcțiilor, în care detinea în semestrul I al anului 2007 o pondere de aproape 42%. Valoarea acestui segment a crescut din anul 2001 până în semestrul I al anului 2007 de aproximativ 4,7 ori în termeni nominali, ajungând la o valoare anuală de circa 19,27 mld. RON (echivalentul a 5,51 mld. euro).

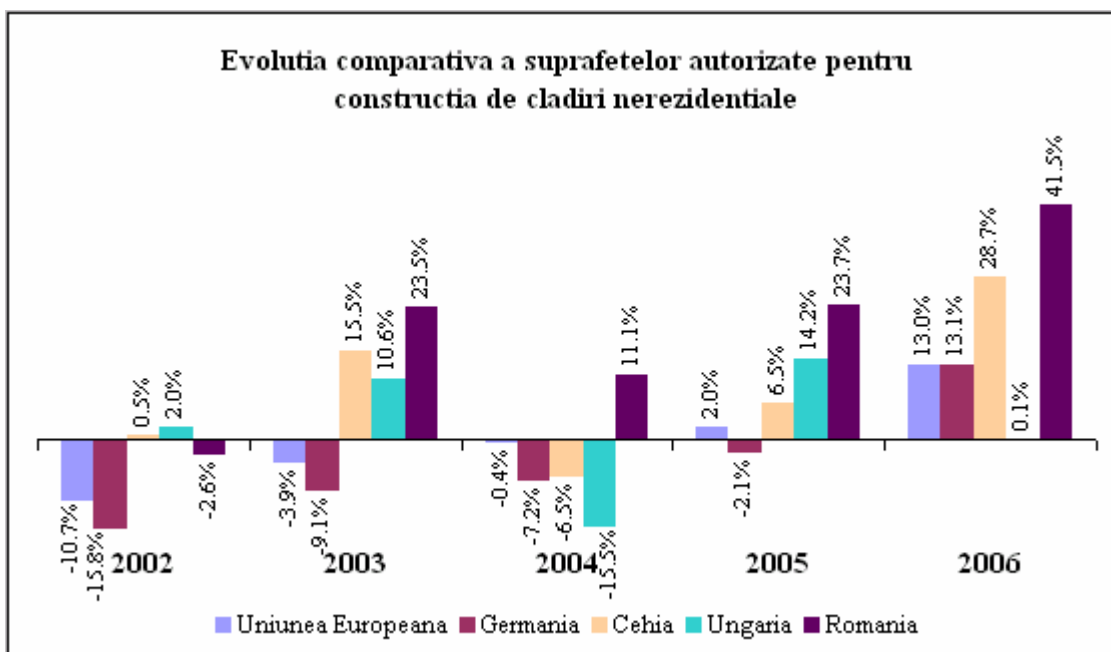
Situația pe care o cunoaște acest segment este, în linii mari, una similară cu cea a segmentului construcțiilor rezidențiale. Astfel, în timp ce creșterea economică accelerată și volumul investițiilor străine directe intrate în România au adus în prim plan nevoia de spații de birouri, industriale sau comerciale construite la standarde de calitate comparabile cu cele întâlnite în Uniunea Europeană, stocul de astfel de spații nerezidențiale era unul scăzut la nivelul anului 2000. Dezvoltatorii au sesizat această oportunitate și, începând cu anul 2001, oferta pe acest segment s-a largit considerabil.

Această evoluție poate fi observată în raportările Institutului Național de Statistică privind creșterile anuale înregistrate de suprafețele pentru care au fost eliberate autorizații de construcție pentru clădiri nerezidențiale. Astfel, din anul 2002 când se ridică la circa 2 mil. mp, suprafața totală autorizată pentru construcția de clădiri nerezidențiale a crescut în anul 2006 la peste 5 mil. mp, înregistrând pentru acel an o rată de creștere de peste 40%.



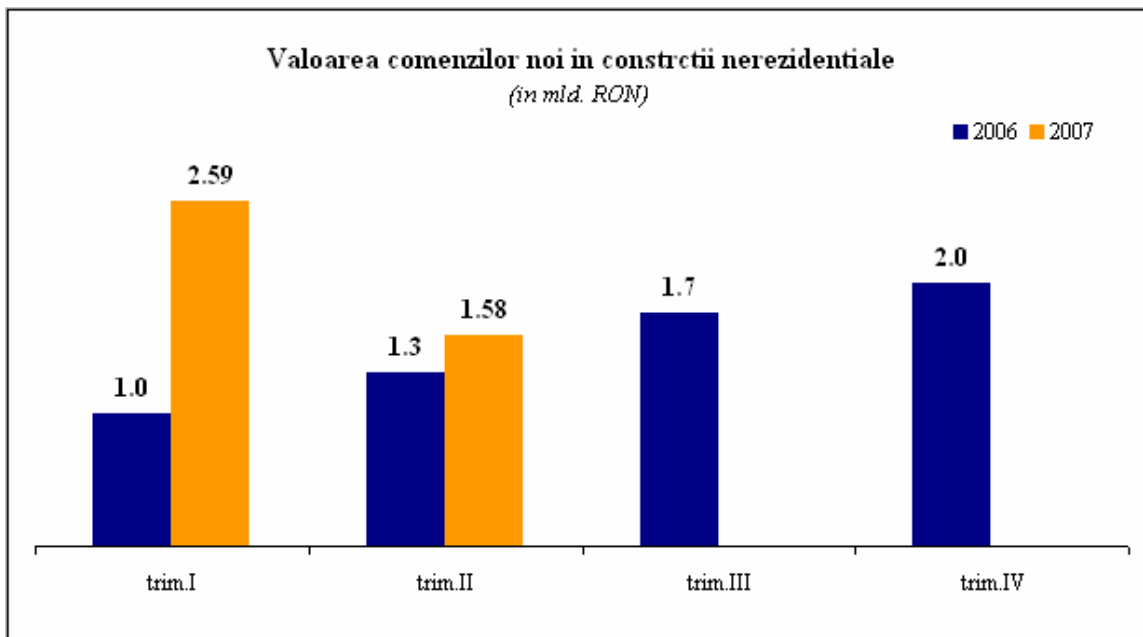
Sursa: Institutul National de Statistică

In plus, performantele prezentate anterior se pastreaza la nivele remarcabile si atunci cand sunt comparate cu media inregistrata de Uniunea Europeana sau cu evolutiile individuale ale unora dintre statele membre. In mod evident, fata de acestea din urma Romania are inca de recuperat ecarturi importante pe acest segment.



Sursa: EUROSTAT

Cresterile anuale ale suprafetelor autorizate pentru constructia de cladiri nerezidentiale s-au concretizat ulterior in evolutii pozitive consistente ale valorii comenzilor noi. In acest mod, corespunzator cresterii in anul 2006 cu 41,5 % a suprafetelor autorizate, valoarea comenzilor noi a crescut cu 5 mld. RON. Mai mult, in primele doua semestre ale anului 2007 se acumulasera deja comenzi in valoare de circa 4,2 mld RON, suma apropiata de cifra inregistrata in anul 2006.



Sursa: Institutul National de Statistica

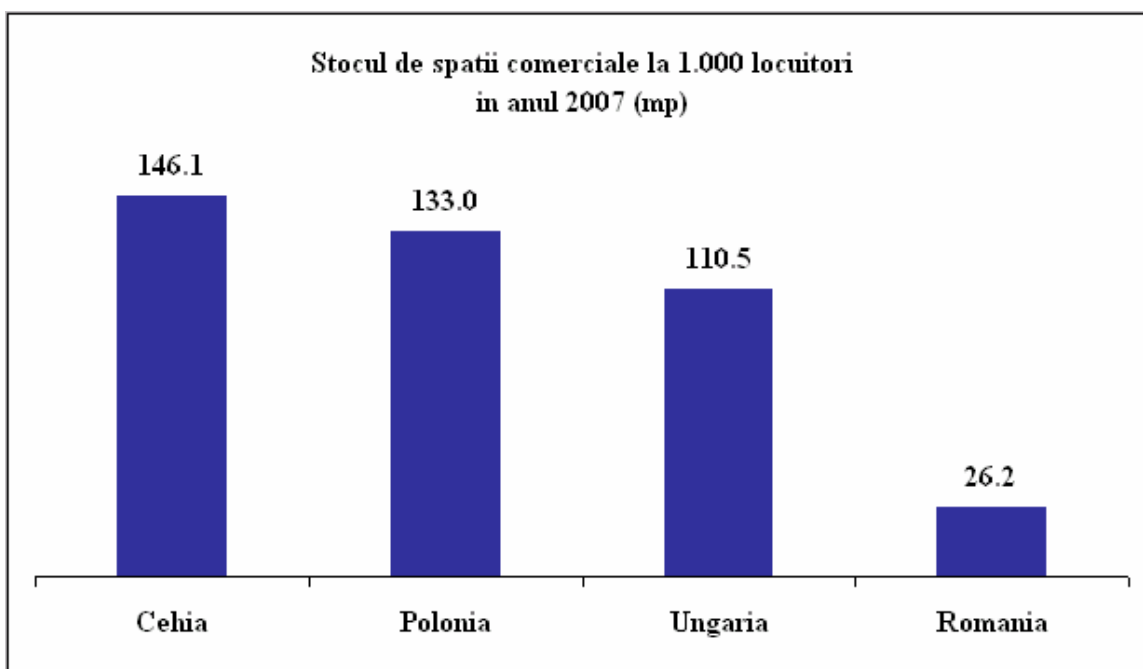
Categoriile pe care poate fi urmarita evolutia segmentului constructiilor nerezidentiale sunt reprezentate de cele ale spatiilor de birouri, spatiilor comerciale, spatiilor industriale, hotelurilor, scolilor si spitalelor. In timp ce primele trei categorii mentionate prezinta relevanta doar analizate prin prisma lucrarilor de constructii noi, stocul important de scoli si spitale avand vechimi de peste 30 de ani reclama luarea in considerare a lucrarilor de reabilitare si reparatii capitale.

In ceea ce priveste **categoria spatiilor de birouri**, ritmul de dezvoltare inregistrat in ultimii ani este unul remarcabil. Se construiesc cu preponderenta la nivel de clasa A, iar spatiile sunt in general contractate pentru inchiriere cu cel putin un an inainte de finalizarea lucrarilor de constructie. In aceasta maniera, in timp ce stocul de spatii de birouri de calitate a ajuns in anul 2007 numai in Bucuresti la circa 430,000 mp (concretizati in 49 cladiri), rata de neocupare a coborat in aceeasi perioada la sub 1,5%, ceea ce reprezinta un nivel record pentru Europa.

Piata spatiilor de birouri este dominata de zona Bucuresti, unde numai in anul 2006 au fost finalizati si livrati circa 130,000 mp. Mai mult, in timp ce nu mai departe de anul 2004 erau livrate spatii de birouri in suprafata de 78,000 mp, la sfarsitul anului 2008 sunt asteptati sa fie finalizati circa 400,000 mp, ceea ce va dubla stocul existent la momentul actual. In ciuda acestor evolutii, ecartul fata de capitalele tarilor din regiune se mentine la un nivel foarte important, cu atat mai mult atunci cand comparatia este facuta cu orase precum Varsovia unde stocul de spatii de birouri se ridica la sfarsitul semestrului I al anului 2007 la circa 1,8 mil. mp sau Praga pentru aceeaasi perioada avea un stoc de spatii de birouri de 1,1 mil. mp.

Segmentul **spatiilor comerciale** este caracterizat de expansiunea marilor lanturi catre noi locatii in conditiile in care in prezent, spatiile sunt pre-inchiriate in totalitate inainte de finalizare si livrare iar rata de neocupare a scazut la aproximativ 3%. Spre deosebire de evolutia segmentului spatiilor de birouri care ramane in continuare centrata pe zona Bucuresti, cresterea segmentului spatiilor comerciale s-a extins puternic catre provincie. Astfel, in 2007 la sfarsitul semestrului al doilea, au fost livrate 3 proiecte totalizand 34,500 mp din care unul in Bucuresti si doua in provincie. Mai mult, pentru sfarsitul anului 2007 sunt asteptate sa fie finalizate si livrate inca sase proiecte totalizand 161,200 mp, si acestea exclusiv in provincie.

In ciuda acestor evolutii, Romania detine inca un stoc de spatii comerciale inchiriabile foarte mic in comparatie cu cele ale altor tari din Uniunea Europeana. Astfel, detinand la sfarsitul semestrului I al anului 2007 la circa 584.000 mp de spatii comerciale inchiriabile, echivalentul unei medii de 26,2 mp la 1.000 de locuitori, Romania se situeaza pe locul 19 in Europa la acest capitol. Prin contrast, chiar tarile din regiune inregistreaza niveluri ale spatiilor comerciale la 1.000 de locuitori de cel putin 5 ori mai mari decat Romania. Pentru sfarsitul anului 2008, sunt asteptate sa fie livrate 10 proiecte in Bucuresti si provincie, totalizand 430,000 mp. In acest mod, stocul de spatii comerciale al Romaniei se va apropia de nivelul de 1 mil. mp.



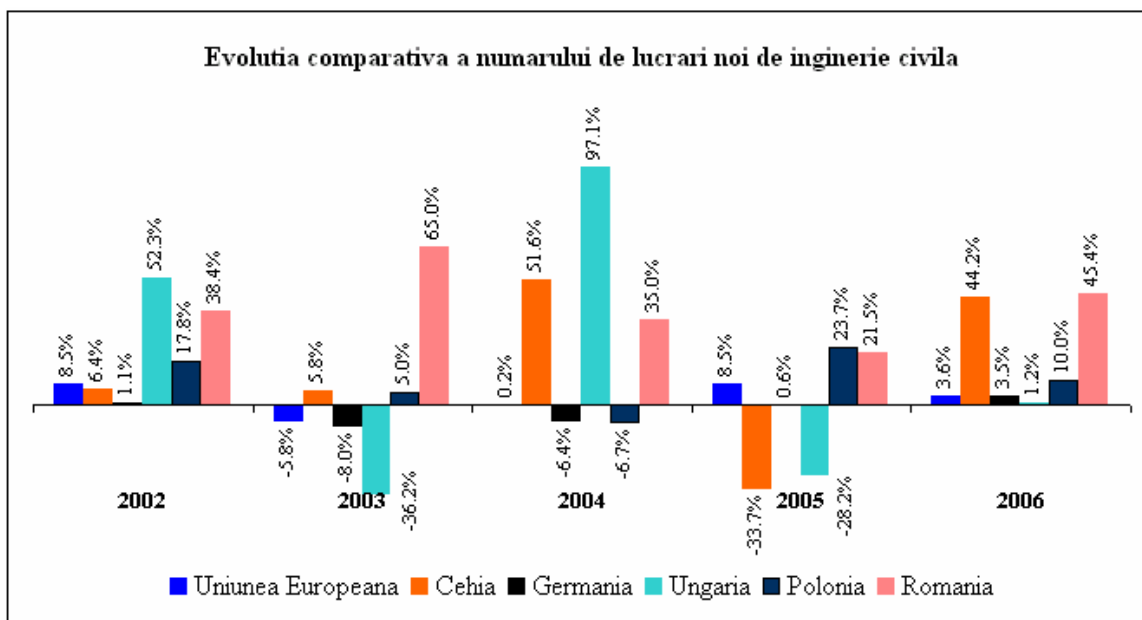
Sursa: Cushman&Wakefield (C&W)

In ce priveste **segmentul spatiilor industriale**, dinamica acestuia isi are originea in expansiunea sectorului de logistica/distributie si in procesul de relocare a facilitatilor industriale din ariile intravilane. Se construiesc depozite cu suprafete flexibile, usor de compartimentat, avand inaltime de pana la 9 metri si suprafete utile medii de circa 3.000 mp. Daca in anul 2003 erau livrate circa 10.000 mp de spatii industriale, in anul 2006 se livrau deja circa 61,300 mp, ajungandu-se astfel la un stoc total de 260,100 mp de spatii industriale noi. In plus, pe parcursul anului 2007 au mai fost livrate, pe transe, inca 434.000 mp, reprezentand o rata de crestere de 100% a stocului existent de spatii industriale. Cu toate acestea, Romania inca prezinta un important potential de crestere pe acest segment, dat fiind faptul ca Polonia, tara membra a Uniunii Europene si avand o suprafata de circa 312,7 mii de km patrati, detine un stoc de spatii industriale de circa 3,52 mil. mp, de patru ori mai mare decat cel al Romaniei.

Incepand cu anul 2005, **segmentul hotelier** inregistreaza un trend ascendent in principal datorita turismului de afaceri. Piata este dominata de Bucuresti, unde in anul 2006 era raportat un stoc total de circa 5.400 camere de hotel. Pentru urmasorii trei ani sunt asteptate sa fie finalizate si livrate inca aproximativ 4.000 de camere, majoritatea in orasele din provincie avand peste 100.000 de locuitori. Pe **segmentul scolilor si spitalelor** componenta de lucrari de reabilitare si reparatii capitale este una importanta. In acest caz, Guvernul Romaniei a aprobat pentru anul 2007 fonduri totale in valoare de circa 1,1 mld. euro avand ca destinatie constructia si reabilitarea a 84 de unitati de invatamant precum campusuri universitare, scoli si gradinite. Aceste lucrari vizeaza in special imbunatarirea parametrilor de izolare termica prin montarea de ferestre termoizolante, precum si inlocuirea sau reparatia sistemelor de instalatii sanitare.

1.2.3 Segmentul constructiilor ingineresti

In timp ce in anul 2001 segmentul constructiilor ingineresti reprezenta un procent de 51% in totalul valorii sectorului constructiilor, in decurs de 5 ani acesta si-a triplat valoarea in termeni nominali, atingand in semestrul I al anului 2007 un nivel de 18,03 mld. RON (echivalentul a 5,23 mld. euro). Deficitul Romaniei in materie de infrastructura moderna (drumuri, poduri, retea de apa si canalizare) este vizibil si in ratele de crestere a numarului lucrarilor noi de inginerie civila, mult superioare celor inregistrate in Uniunea Europeana.



Sursa: Institutul National de Statistica, EUROSTAT

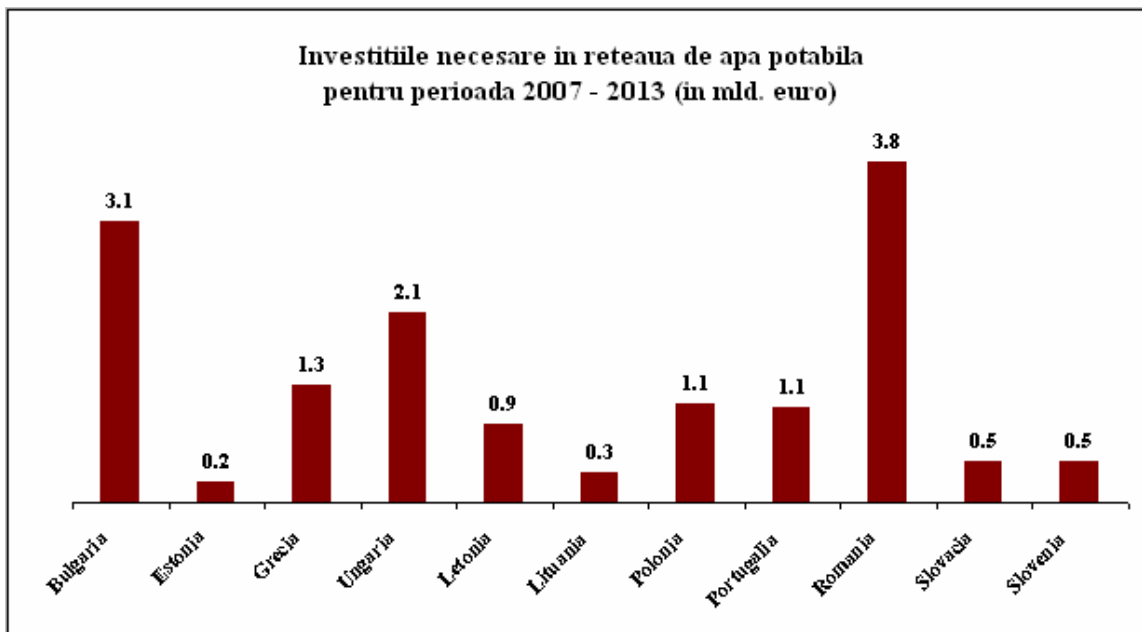
SECTIUNE DESCRIERE AFACERE GRUP TERAPLAST

Reteaua de distributie a apei potabile din Romania are o lungime de 47.778 km, reprezentand circa 71% din lungimea totala a strazilor in mediul urban, in timp ce aproximativ 67% din populatia din zonele rurale nu avea acces la alimentarea cu apa potabila in anul 2005. Reteaua de canalizare are in schimb o lungime de 18.381 km, din care mediul urban detine o lungime totala de 16.397 km, ceea ce reprezinta un procent de peste 89% din total. Aceasta face ca, in timp ce 92,3% din populatia urbana (sau 10,3 mil. loc.) beneficia de acces la serviciile de canalizare, doar 7,7% din populatia rurala (sau 1,15 mil. loc.) avea acces la aceasta retea.

Pe ansamblu, in anul 2006 numai un procent de 52% din populatia Romaniei beneficia atat de servicii de alimentare cu apa cat si de canalizare, in timp ce 65,2% din populatie beneficia de apa potabila asigurata din reseaua publica. Prin comparatie, in Europa populatia este conectata la sistemele publice de alimentare cu apa in proportie de 96 – 100%. Concluzia este aceea ca retelele de utilitati publice din Romania raman la nivelul anului 2007 subdimensionate, avand in vedere faptul ca nu toate gospodariile dintr-o localitate beneficiaza de astfel de facilitati.

In plus fata de cele prezentate mai sus, conductele din sistemul de furnizare si distributie a apei potabile sunt in general realizate din beton armat, azbociment sau plumb, materiale considerate in Uniunea Europeana ca fiind daunatoare sanatatii publice. De asemenea, circa 30% din conducte sunt confectionate din otel si nu beneficiaza de un sistem functional de curatare si intretinere. In conditiile in care studiile institutelor de specialitate arata ca apa potabila din Romania este contaminata cu produse de coroziune si impuritati, aproximativ 70 – 75% din actuala retea de alimentare cu apa potabila necesita inlocuire. In aceasta maniera, daca reseaua de canalizare este subdimensionata, reseaua de alimentare cu apa potabila este neconforma cu normele de sanatate publica promovate de Uniunea Europeana intr-un procent de peste 70%.

In ciuda starii precare a retelei de apa potabila si canalizare din Romania, numai 32 de localitati avand o populatie de peste 100.000 locuitori au beneficiat de investitii pentru reabilitarea infrastructurii de apa si apa uzata dupa anul 1990. In acest sens, Guvernul Romaniei a lansat in anul 2007, Programul Operational Sectorial de Mediu care are printre alte obiective, si imbunatarirea calitatii si accesului la infrastructura de apa si apa uzata. Conform datelor furnizate in raportul privind acest program, investitiile necesare pentru perioada 2007 – 2013 in vederea reabilitarii si extinderii retelei de alimentare cu apa potabila din Romania sunt cele mai mari dintre toate noile state membre ale Uniunii Europene, ridicandu-se la circa 3,8 mld. de euro. Aceste fonduri vor fi asigurate de la bugetul de stat, bugetele locale, credite si fonduri europene. Decalajul de dezvoltare fata de celelalte noi state membre ale Uniunii Europene, coroborat cu lansarea Programului Operational Sectorial de Mediu se constituie intr-o oportunitate considerabila pentru cresterea pietei instalatiilor de camine, tubulatura si fittinguri, destinate sistemelor de canalizare si distributie a apei potabile.



Sursa : Programul Operational Sectorial de Mediu al Romaniei, EUROSTAT

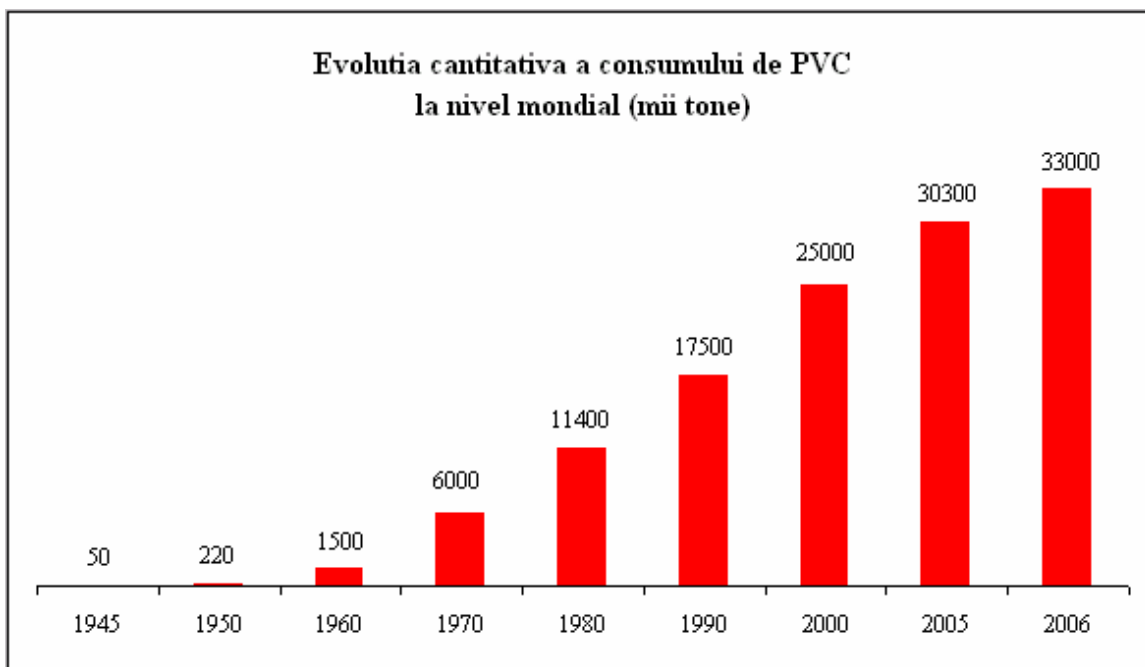
1.3 Piata materialelor plastice polimerizate

In mod evident, dezvoltarea accelerata a sectorului constructiilor din Romania a gasit raspuns direct si imediat in expansiunea pietei materialelor de constructii, care a devenit astfel tot mai dinamica si mai diversificata. Alaturi de materialele de constructii clasice, cum ar fi cimentul, mortarul uscat, caramida sau prefabricatele, in piata au aparut solutii noi, mai economice si mai eficiente, create pe baza materialelor plastice polimerizate precum policlorura de vinil, polipropilena sau polietilena:

- **Policlorura de vinil** (prescurtat PVC) este un produs macromolecular obtinut prin polimerizarea clorurii de vinil. PVC-ul se prezinta sub forma de pulbere alba, inodora si insipida, si are o larga utilizare in industria materialelor constructii, a ambalajelor, automobilistica si in agricultura;
- **Polipropilena** (cunoscuta drept PP) este un produs macromolecular obtinut prin polimerizarea propilenei la presiune scazuta. Aceasta se prezinta in principal sub forma de granule si prezinta o larga aplicabilitate in productia de materiale de constructii, in special sisteme de tubulatura;
- **Polietilena** (denumita si PE) este un produs macromolecular obtinut prin polimerizarea etilenei la presiune ridicata, medie sau joasa, obtinandu-se astfel varietati ce difera prin proprietati si destinatii. Astfel, polietilena de desitate joasa este flexibila si rezistenta la rupere si este utilizata la fabricarea foliilor pentru ambalaje, a articolelor vestimentare sau a izolatiilor pentru cablurile electrice. Pe de alta parte, polietilena de inalta densitate are o rezistenta la socuri deosebita si este folosita pentru fabricarea recipientilor sub presiune sau a tubulaturii de aductiune.

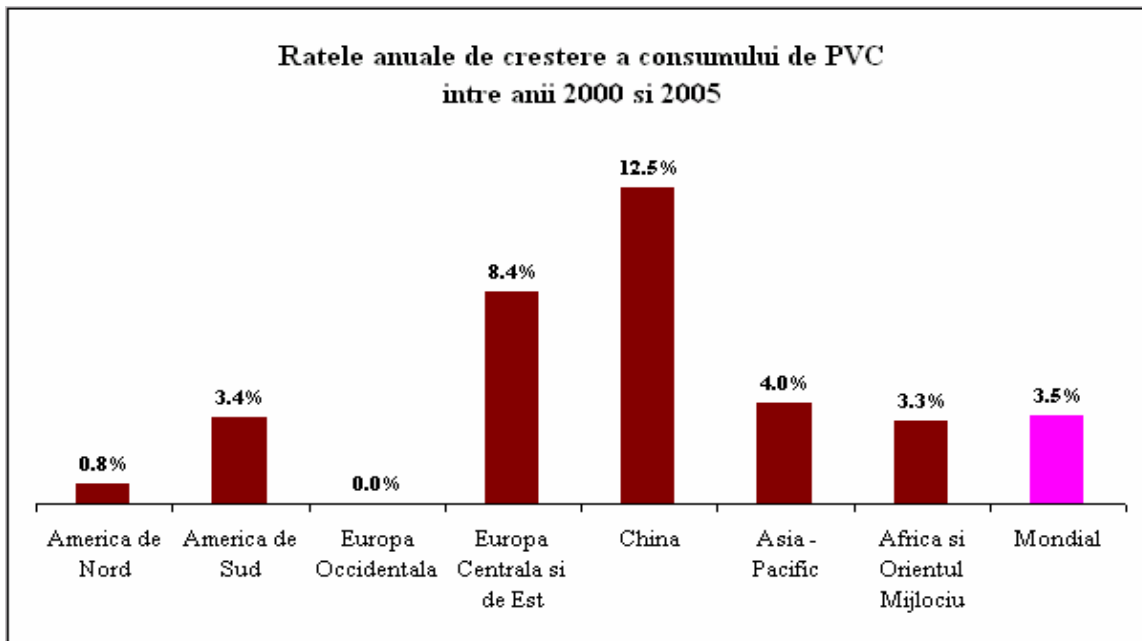
1.3.1 Piata policlorurii de vinil

Reflectand gradul sporit de aplicabilitate in industria materialelor de constructii precum si cresterea importanta a cererii inregistrate pe aceasta piata, consumul mondial de policlorura de vinil a urmat in ultima jumatate de secol un trend exponential de crestere. Astfel, daca in anul 1950 acesta se ridica la circa 0,22 mil. tone, la nivelul anului 2000 consumul de PVC pe plan mondial ajunsese la circa 25 mil. tone. Din anul 2000, consumul de PVC la nivel mondial a evoluat cu o rata medie anuala de crestere de circa 3,5%, ajungand in anul 2005 la un nivel de aproximativ 30,3 mil. tone. Mai mult, in anul 2006 cererea mondiala de PVC se ridica la circa 33 mil. tone, in crestere cu 9,4% fata de anul precedent.



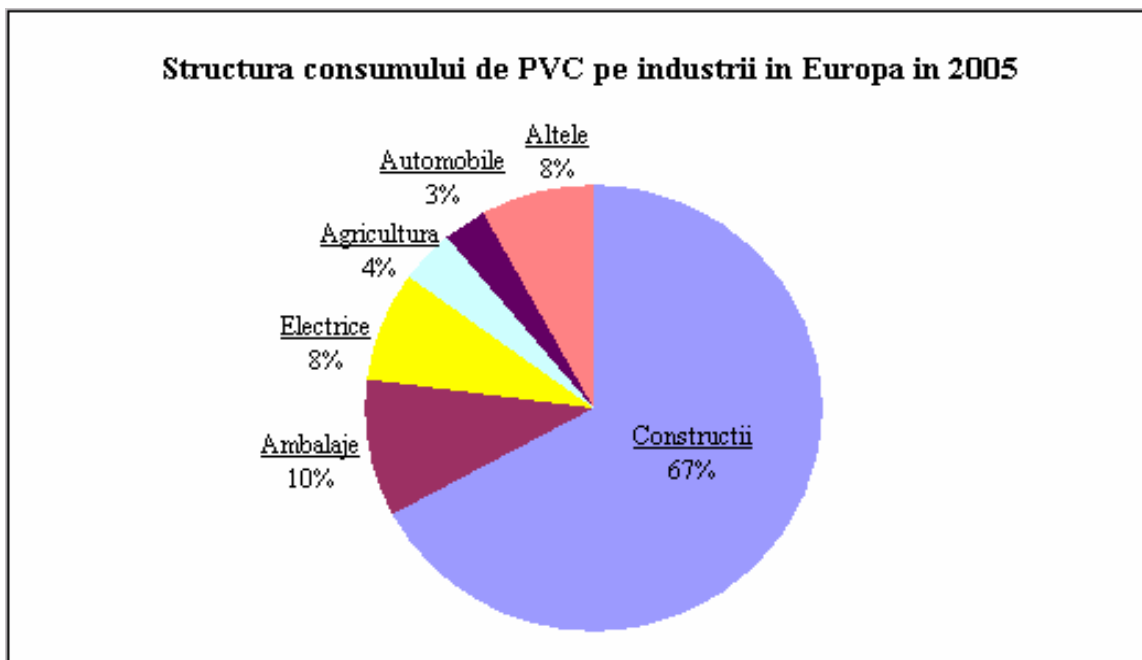
Sursa: Studiu realizat de CMAI & Solvay

Traversand o perioada de crestere economica sustinuta, vizibila mai ales in evolutia sectoarelor constructiilor, China si zona Europei Centrale si de Est se remarca cu cele mai importante contributii la cresterea mondiala a consumului de PVC. Astfel, intre anii 2000 si 2005, China a inregistrat o crestere medie anuala de 12,5%, ajungand la un consum de circa 7,7 mil. tone PVC in anul 2005, ceea ce reprezinta 25,5% din consumul total mondial. Pentru acelasi interval, tarile din zona Europei Centrale si de Est au raportat o rata medie anuala de crestere a consumului de PVC de 8,4%, atingand in anul 2005 un consum total de aproximativ 1,1 mil. tone PVC.



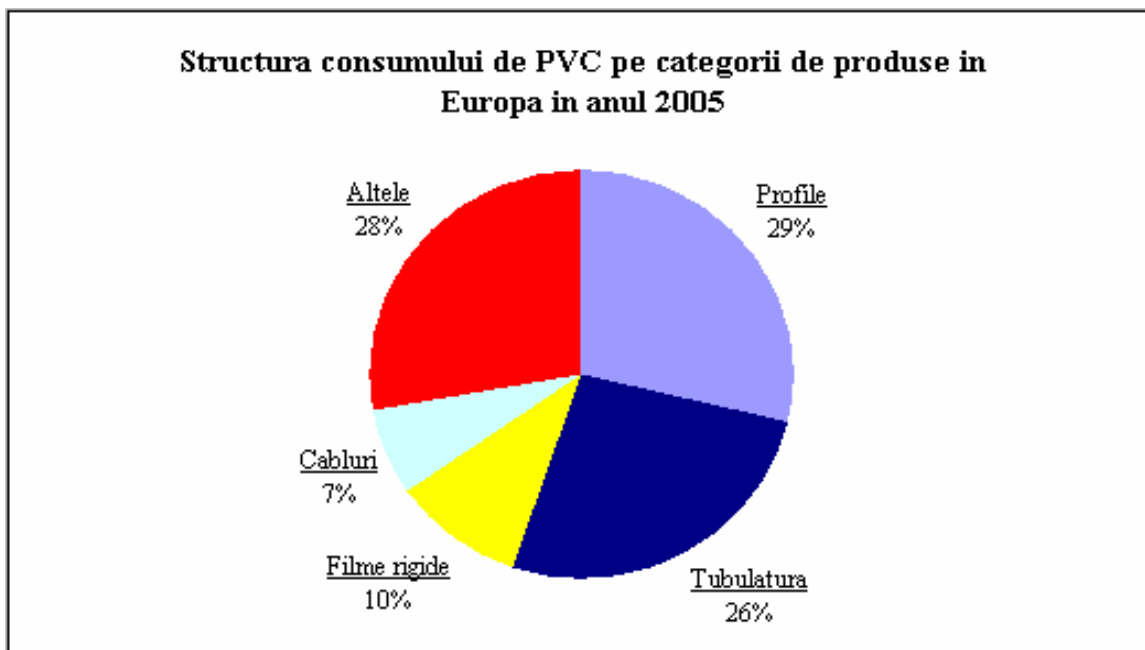
Sursa: Studiu realizat de CMAI & Solvay

In ceea ce priveste regiunea Europei Centrale si de Est, cresterea consumului de PVC este in stransa corelatie cu dezvoltarea rapida a sectorului constructiilor din aceasta zona. Astfel, pentru anul 2005 se observa ca sectorul constructiilor detinea o pondere de circa 67% in total consum de PVC, in timp ce sectoarele ambalajelor, agricol sau automobilistic inregistrau fiecare ponderi situate in intervalul 3-10%.



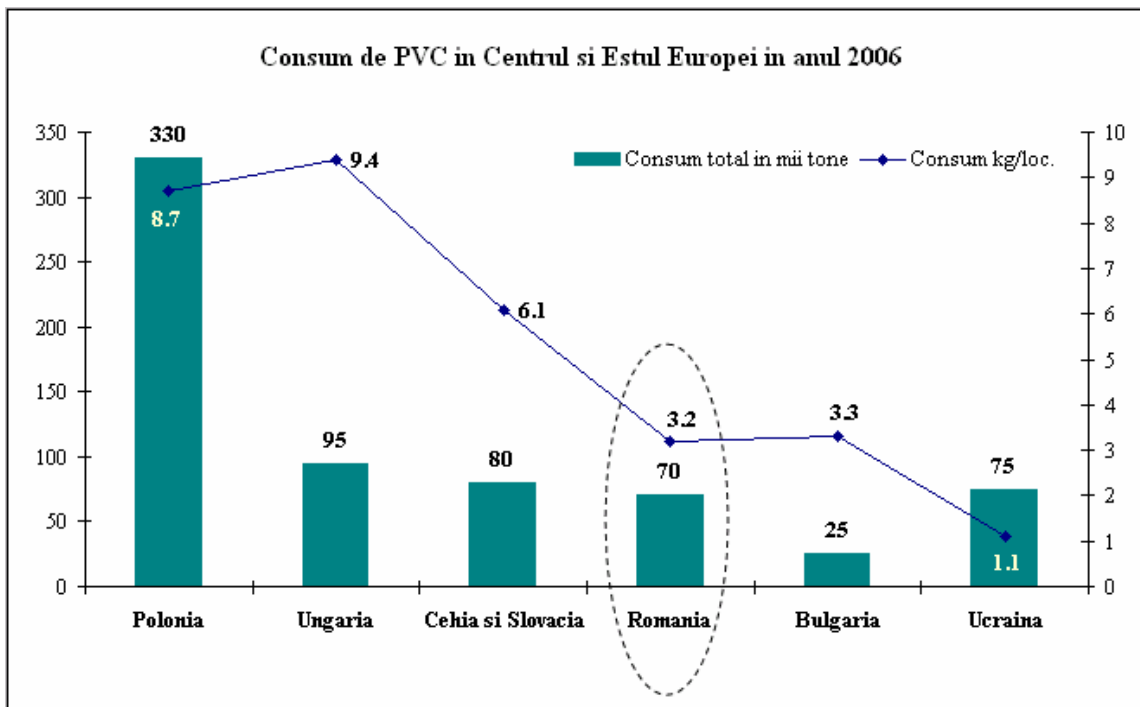
Sursa: Studiu realizat de CMAI & Solvay

Mai mult, analizat prin prisma categoriilor de produse pentru care PVC-ul reprezinta materia prima principala, se remarca faptul ca aproximativ 55% din consumul de PVC se distribuie intre productia de profile si cea de tubulatura, ambele fiind considerate tipuri moderne si eficiente de materiale de constructii, ce sunt folosite cu preponderenta in ultimii ani. In primul rand, acest fapt reconfirma corelatia stransa dintre evolutia sectorului constructiilor si cea a consumului de PVC. In acelasi timp, faptul ca cele doua categorii de produse nu numai ca retin ponderile cele mai mari in totalul consumului (si anume, 29% din consum total PVC catre profile, respectiv 26% catre tubulatura), dar inregistreaza si cele mai mari rate de crestere pe piata din Europa Centrala si de Est in anul 2006 (circa 24% pentru profile, respectiv 22% pentru tubulatura), ofera o indicatie asupra potentialului de crestere al consumului de PVC.



Sursa: Studiu realizat de CMAI & Solvay

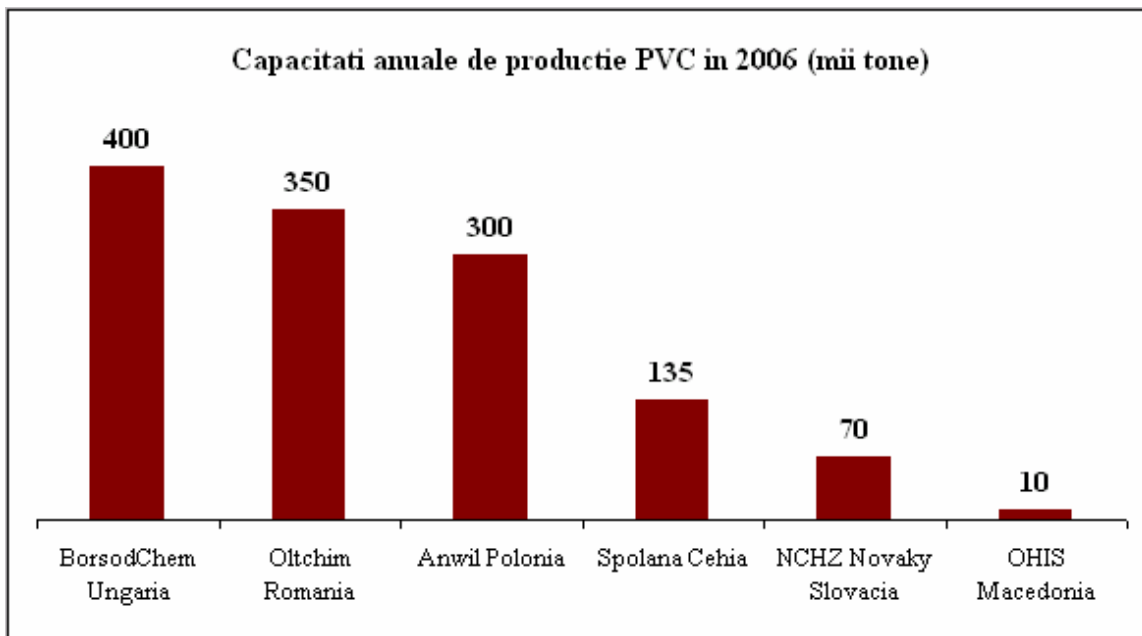
Avand in vedere datele prezentate mai sus, devine evident faptul ca in ce priveste Romania, ascensiunea sectorului constructiilor pe toate segmentele (rezidential, nerezidential si ingineresc) are o influenta directa asupra consumului de PVC. Potentialul de crestere al consumului de PVC este cu atat mai mare cu cat nivelul de 70 de mii de tone consum PVC inregistrat in anul 2006 este inca unul mult inferior atat in valoare absoluta cat si relativa consumului total inregistrat in alte tari din regiune.



Sursa: Studiu realizat de CMAI & Solvay

Potentialul pietei romanesti a materialelor de constructii realizate din PVC este ilustrat si in decalajul important inregistrat in consumul anual de PVC pe locuitor inregistrat in Romania fata de alte tari din regiune. Astfel, in timp ce in anul 2006 consumul de PVC pe locuitor se situa in Romania in jurul valorii de 3,2 kg, in Polonia acesta era de 8,7 kg, un nivel de 2,7 ori mai mare fata de cel raportat de tara noastra.

In contextul prezentat mai sus, Ungaria si Polonia detineau in anul 2006 unele din cele mai mari capacitati de productie de PVC din regiunea Europei Centrale si de Est. Astfel, avand un consum total anual de 95 mii tone PVC in 2006, Ungaria beneficia de o capacitate de productie de PVC ce se ridica la 400 mii tone anual. In acelasi timp, raportand un consum total anual de 330 mii de tone PVC, Polonia detinea o capacitate de 300 mii tone. Pe de alta parte, Romania beneficia de o capacitate anuala de productie de 350 mii tone, de cinci ori mai mare decat consumul anual raportat pentru anul 2006. In conditiile cresterii sustinute a sectorului constructiilor din Romania, proximitatea bazei de materii prime pentru producatorii locali de materiale de constructii din PVC, reprezinta un avantaj competitiv major fata de concurentii din tarile din regiune si se constituie intr-un element important pentru cresterea pietei de PVC si de materiale de constructii realizate din PVC.



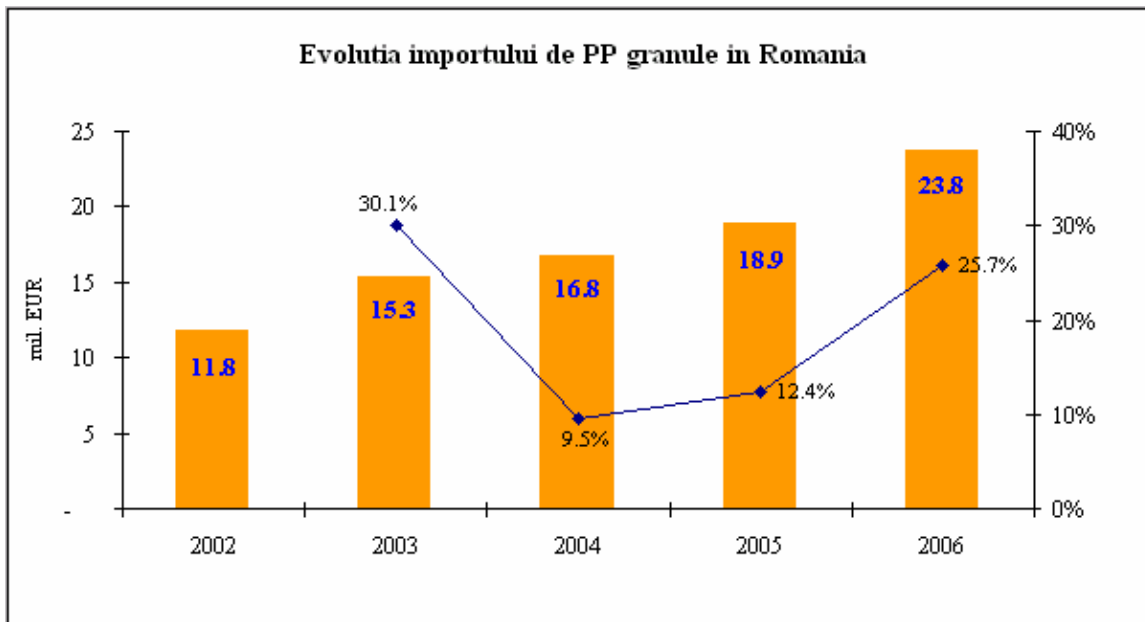
Sursa: Studiu realizat de CMAI & Solvay

1.3.2 Piata polipropilenei

In ce priveste piata polipropilenei, consumul mondial a crescut constant in ultimii ani, evoluand de la 30,6 mil. tone in anul 2000 la 43,7 mil. tone in anul 2006, ceea ce reprezinta o rata de crestere de 6,4% fata de anul 2005. Si in acest caz, Asia ramane cel mai mare consumator pe plan mondial, retinand un procent de 37,7% in anul 2006. Totodata, zona Europei Centrale si de Est s-a remarcat cu cresteri ale consumului peste media inregistrata la nivel mondial, raportand o rata de crestere de circa 10,8% pentru anul 2006.

In acelasi timp, capacitatea anuala de productie, disponibila in aceasta regiune aflata in plin proces de recuperare a ecartului fata de performantele statelor Europei de Vest, era in anul 2005 de 1,66 mil. tone, in crestere cu 26% fata de anul 2002. Mai mult, in timp ce in tarile Europei de Vest consumul mediu anual de polipropilena pe cap de locuitor era in anul 2005 de 20,6 kg, doar in Cehia acesta se ridica in aceeasi perioada la o valoare mai mare cu 50%, pana la nivelul de 30,5 kg. Aceasta comparatie arata potentialul insemnat al pietei de polipropilena pentru tarile Europei Centrale si de Est.

In linie cu evolutia pozitiva a sectorului constructiilor, consumul de polipropilena din Romania a crescut mai ales datorita utilizarii acesteia ca materie prima pentru fabricarea de materiale de constructii (in special tubulatura). Acest fapt este vizibil in evolutia valorii importurilor de granule PP, intre anii 2002 si 2006.



Sursa: Institutul National de Statistica

In concluzie, materialele plastice polimerizate (cum sunt PVC-ul, PP-ul si PE-ul) reprezinta materii prime moderne si eficiente avand o larga aplicabilitate in domeniul materialelor de constructii. De aceea, consumul acestora evolueaza in stransa legatura cu sectorul constructiilor in general si cu piata materialelor de constructii in particular, iar evolutiile din tarile emergente sustin aceasta observatie.

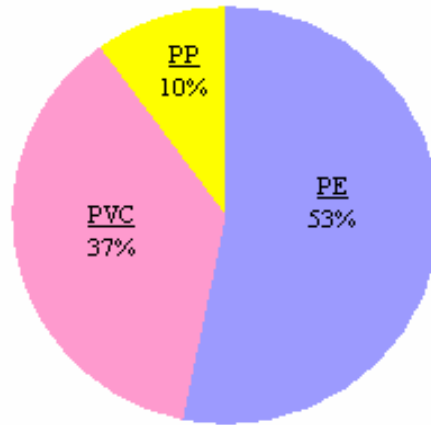
1.4 Piata tubulaturii din materiale plastice

Datorita proprietatilor fizico-chimice superioare si a costurilor de productie reduse, tubulatura realizata din materiale plastice polimerizate cunoaste in ultimii ani un real succes pe piata materialelor de constructii, tinzand astfel sa inlocuiasca in utilizare tubulatura confectionata din materiale clasice precum azbocimentul, cuprul sau plumbul. In functie de materia prima folosita in procesul de fabricatie, precum si de destinatia in utilizare, tubulatura din materiale plastice se imparte in trei categorii distincte:

- Tubulatura realizata din policlorura de vinil (PVC), utilizata in sistemele de canalizare interioara si exterioara, foraj, drenaj si izolatii ale cablurilor electrice si de telecomunicatii;
- Tubulatura realizata din polipropilena (PP), utilizata in sistemele de transport si distributie a apei potabile si calde, precum si a fluidelor industriale;
- Tubulatura realizata din polietilena (PE), utilizata in sistemele de transport si distributie a agentului termic si a gazelor, precum si pentru protectia cablurilor de telecomunicatii.

Dintre acestea, in anul 2006 polietilena era materia prima dominanta in productia de tubulatura din materiale plastice, aceasta detinand la nivelul tarilor din Europa Centrala si de Est un procent mai mare de jumatate din total.

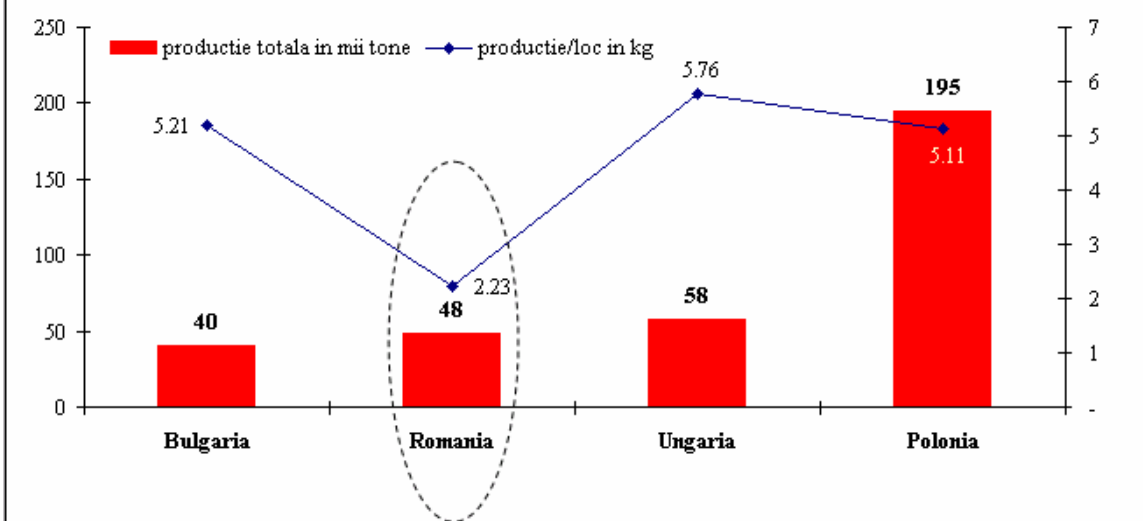
Structura consumului de materiale plastice polimerizate in fabricarea tubulaturii in Europa Centrala si de Est in 2006



Sursa: Studiu realizat de CMAI & Solvay

La nivelul anului 2005, Romania raporta o productie totala de tubulatura din materiale plastice termoizolante de circa 48 mii de tone, de patru ori mai mica decat cea a Poloniei. In acelasi timp, decalajul Romaniei pe acest segment de produs reiese si din nivelul productiei de tubulatura din materiale plastice raportate la numarul de locuitori. Astfel, in timp ce in Romania se produceau in anul 2005 circa 2,23 kg de tubulatura din materiale plastice pe locuitor, alte tari din regiune de asemenea membre ale Uniunii Europene, raportau pentru acelasi indicator, un nivel cel putin dublu.

Productia comparativa de tubulatura din materiale plastice in anul 2005



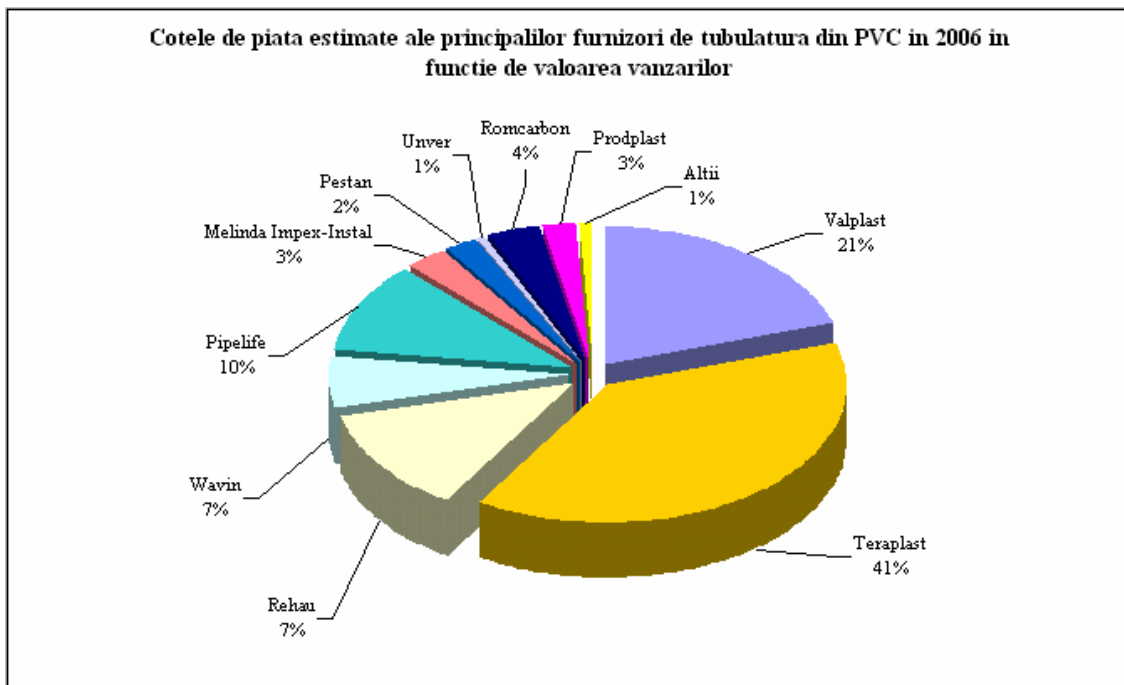
Sursa: Studiu realizat de CMAI & Solvay

In ce priveste corelatia dintre piata de tubulatura din materiale plastice polimerizate si sectorul constructiilor din Romania, Emitentul apreciaza ca pentru constructia a 100 mp de spatiu rezidential (apartament), necesarul de tubulatura din materiale plastice pentru sistemul de canalizare si aductiune apa este de 81 ml (echivalentul a 46,17 kg teava). In acelasi timp, pentru constructia unei suprafete de 1.000 mp de hala industriala, necesarul de tubulatura din materiale plastice pentru realizarea sistemului de canalizare si aductiune apa este de 202 ml (echivalentul a 183,09 kg teava). Pe de alta parte, pentru o cladire de birouri, necesarul de tubulatura din materiale plastice pentru sistemul de canalizare si aductiune apa estimat pentru construirea unei suprafete medii de 1.000 mp, este de 405 ml (echivalentul a 330,84 kg teava).

Piata tubulaturii din PVC

In conditiile in care sectorul constructiilor din Romania inregistreaza rate de crestere superioare chiar celor raportate de catre tarile din regiune, dimensiunea pietei de tubulatura din PVC la nivelul anului 2006 era, conform unui studiu realizat de firma de consultanta in marketing Neomar Consulting, de circa 27,9 mil. euro, corespunzatoare unei cantitati anuale vandute de aproximativ 23 mii tone. Segmentarea pietei tubulaturii din PVC pe tipuri de aplicatii releva, conform Neomar Consulting, ca la nivelul anului 2007 retelele de canalizare reprezentau, cu un procent de 84% din totalul pietei, destinatia principala a acestui tip de produs. Astfel, tubulatura din PVC vanduta in Romania este folosita in cea mai mare masura la reabilitarea retelelor de canalizare, celelalte utilizari precum sistemele de drenaj sau sistemele de alimentare cu apa rece, inregistrand cote marginale de pana la 3%. Conform aceluasi studiu, segmentarea pietei de tubulatura din PVC pe canale de distributie evidentiaza faptul ca cele doua canale dominante sunt reprezentate de companiile de constructii care prefera sa cumpere direct de la furnizori (in procent de 32%) si firmele de distributie a materialelor de constructii, in procent de 44% din total piata.

La nivelul anului 2006, piata tubulaturii din PVC era dominata de patru jucatori importanti, care impreuna detineau circa 76% din totalul vanzarilor de tubulatura din PVC din Romania. Dintre acestia, conform aceluasi studiu, societatea Teraplast S.A. Bistrita detinea o cota de piata de aproximativ 41%, urmata de societatea Valplast cu circa 21% din piata. Astfel, conform Neomar Consulting, Teraplast S.A. Bistrita este liderul incontestabil al pietei tubulaturii din PVC, aceasta inregistrand in anul 2006 o valoare a vanzarilor pe acest segment aproape dubla fata de cea inregistrata de urmatoarea clasata, compania Valplast Industrie S.R.L.



Sursa: Studiu Neomar Consulting

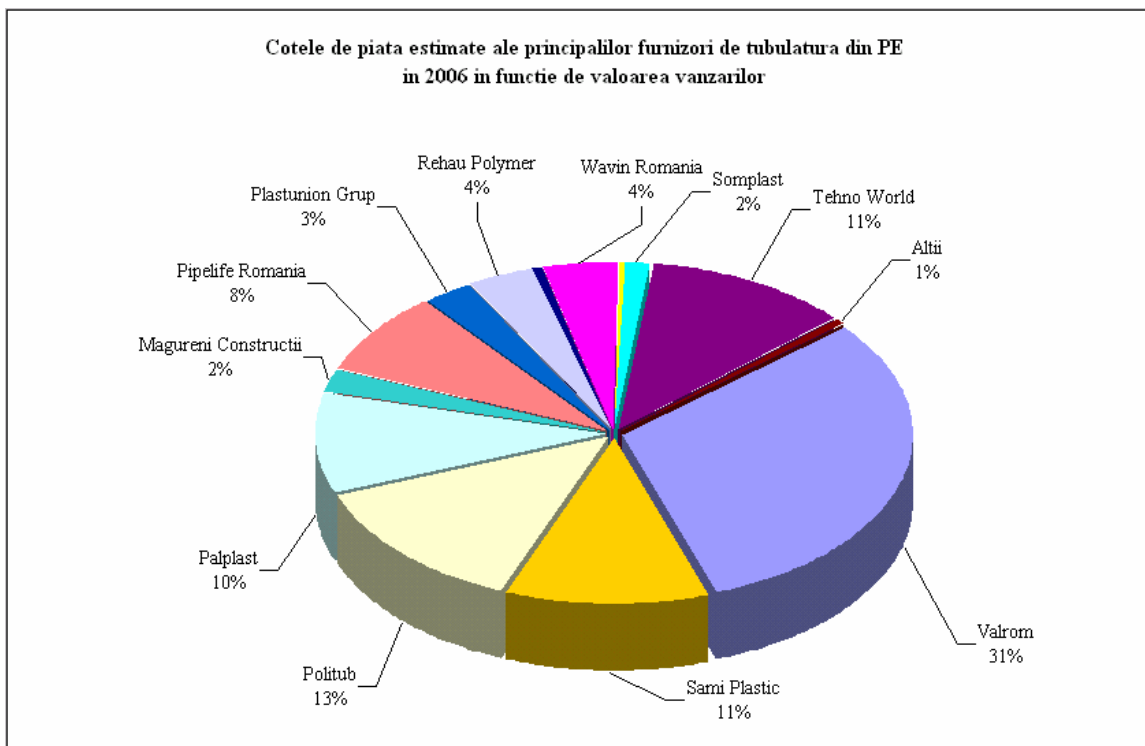
Din cauza faptului ca tubulatura reprezinta un tip de produs caracterizat de o valoare mica pe unitatea de volum, ponderea costului cu transportul in pretul final creste rapid odata cu distanta de livrare, aceasta facand ca baza de productie locala sa se constituie intr-un avantaj competitiv major pentru jucatorii din aceasta piata. In aceasta maniera, importurile de tubulatura in Romania sunt neeconomice si in consecinta, se mentin la un nivel marginal. Astfel, in anul 2006, importurile de tubulatura din PVC au reprezentat doar 1.500 de tone, reprezentand circa 6% din dimensiunea totala a pietei, un nivel comparabil cu cel inregistrat in anul 2005.

Piata tubulaturii din PE

In ce priveste segmentul tubulaturii din polietilena din Romania, valoarea acestuia se ridica in anul 2006 la aproximativ 69,3 mil. euro, in crestere cu 38,1% fata de anul 2005. Conform aceluiasi studiu realizat de Neomar Consulting, acest nivel corespunde unei cantitati de circa 45 mii de tone, mai mare cu 37,2% fata de cea raportata pentru anul 2005. Evolutia prezentata mai sus este strans legata de derularea programelor de finantare a lucrarilor de refacere si modernizare a infrastructurii de apa, canal si gaz. Astfel, pentru anul 2007 Neomar estimeaza ca 69% din piata tubulaturii din PE a fost destinata construirii retelelor de alimentare cu apa rece, in timp ce un procent de 24% din valoarea pietei a provenit din dezvoltarea retelelor de alimentare cu gaz. Avand in vedere segmentarea pietei tubulaturii din PE pe destinatii prezentata mai sus, vanzarea directa catre constructorii acestor tipuri de retele apare ca prima alegere in procesul de distributie. Astfel, un procent de 65% din valoarea pietei de tubulatura din PE inregistrata la nivelul anului 2007 a fost reprezentat de vanzarile directe de la producator catre constructori.

SECTIUNE DESCRIERE AFACERE GRUP TERAPLAST

La nivelul anului 2006, acest segment era dominat de cinci jucatori, care impreuna detineau circa 77% din valoarea pietei tubulaturii din polietilena din Romania. Dintre acestia, avand capacitati locale de productie, se remarca compania Valrom aflata pe primul loc cu o cota de piata de 31%, urmata de societatea Politub S.R.L. (parte din Grupul Teraplast) cu o cota de piata de 13%. Astfel, conform Neomar Consulting, societatea Valrom este liderul incontestabil al pietei tubulaturii din PE din Romania, aceasta inregistrand la nivelul anului 2006 o valoare a vanzarilor pe acest segment de aproape 2,4 ori mai mare decat cea inregistrata de urmatoarea clasata, compania Politub S.R.L. (parte a Grupului Teraplast).



Sursa: Studiu Neomar Consulting

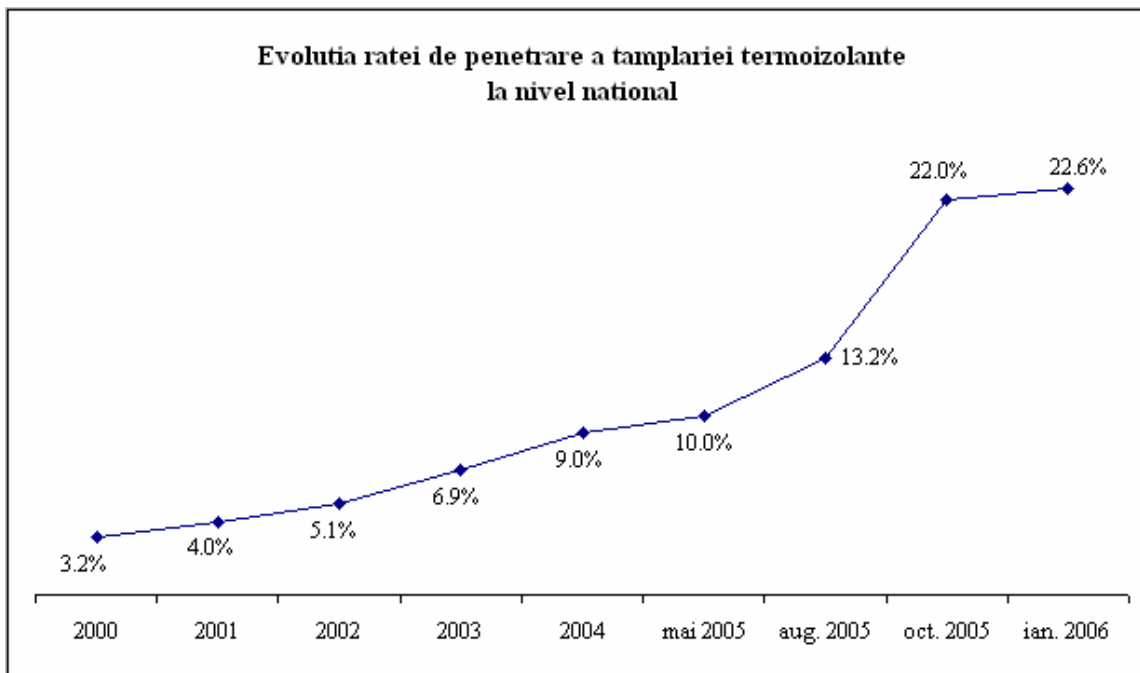
Si in acest caz, caracteristica principala a acestui produs, si anume valoarea redusa pe unitatea de volum, face ca transportul sa se constituie intr-o componenta importanta odata cu cresterea distantei de livrare. De aceea, jucatorii avand capacitati locale de productie domina piata tubulaturii din PE din Romania, in timp ce componenta importurilor ramane la un nivel marginal, acestea reprezentand in anul 2006 un procent de sub 5% din valoarea totala a pietei. In consecinta, avandu-si originea in deficitele majore de inzestrare, evolutia pozitiva a consumului de tubulatura in Romania (atat din PVC cat si din PE) este asteptata sa stimuleze in cea mai mare masura productia interna, aceasta constituindu-se intr-o oportunitate importanta pentru jucatorii care detin capacitati locale de productie.

1.5 Piata sistemelor de tamplarie termoizolanta

Necesitatea limitarii pierderilor termice ale cladirilor (ce se produc in proportie de 9% prin podea, 24% prin acoperis, 26% prin pereti si 41% prin ferestre), simultan cu cresterea gradului de sofisticare a consumatorilor, au determinat orientarea pietei materialelor de constructii catre sistemele de tamplarie termoizolanta, considerate mai fiabile si mai economice decat cele folosite pana in prezent. Astfel, intr-o tara ce inregistreaza variatii mari de temperatura asa cum este Romania, optiunea pentru sistemele de tamplarie termoizolanta a devenit una din ce in ce mai presanta.

Conform estimarilor Patronatului Producatorilor de Tamplarie Termoizolanta (PPTT), in contextul unei evolutii in ultimii ani cu rate medii de crestere de circa 30%, piata de tamplarie termoizolanta din Romania a atins in anul 2006 o valoare totala de aproximativ 700 mil. de euro. Cresterea accentuata a pietei s-a produs pe fondul volumului lucrarilor de reabilitare termica a constructiilor existente (in special a locuintelor rezidentiale colective de tip bloc din zonele urbane), dar si al evolutiei pozitive spectaculoase a lucrarilor de constructii noi, atat rezidentiale cat si nerezidentiale. In acelasi timp, incepand cu anul 2005 cheltuielile facute pentru achizitionarea si instalarea sistemelor de tamplarie termoizolanta au devenit deductibile din impozitul pe venitul global.

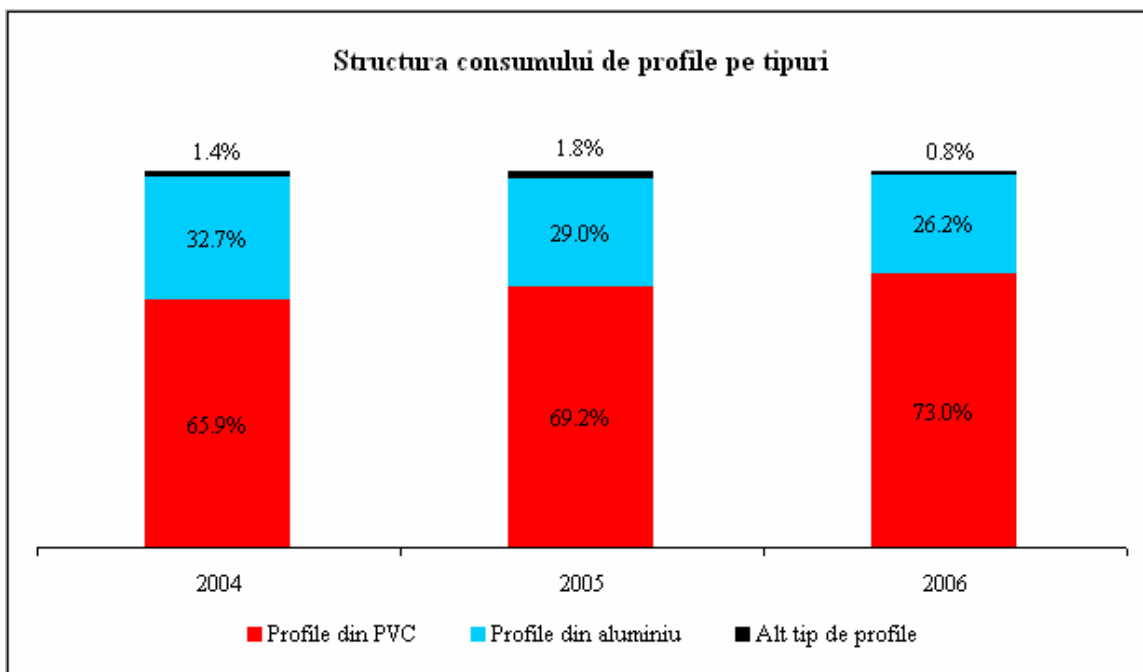
In acest sens, conform unui studiu realizat de firma de consultanta in marketing Neomar Consulting, rata de penetrare a tamplariei termoizolante la nivel national a cunoscut in ultimii ani o evolutie remarcabila. Astfel, daca intre anii 2000 si 2004, rata de penetrare si-a triplat nivelul de la circa 3,2% in anul 2000 la peste 9% in anul 2005, incepand cu anul 2005 acest indicator si-a accelerat puternic cresterea si intr-un interval de numai un an si-a dublat valoarea pana la nivelul de 22,6%. Mai mult, in ultima perioada, rata de crestere a penetrarii tamplariei termoizolante la nivel national a depasit rata de crestere a sectorului constructiilor, fenomen explicat prin aceea ca tamplaria termoizolanta este folosita nu numai pentru utilarea constructiilor noi, dar si pentru inzestrarea celor existente.



Sursa: Studiu NEOMAR Consulting

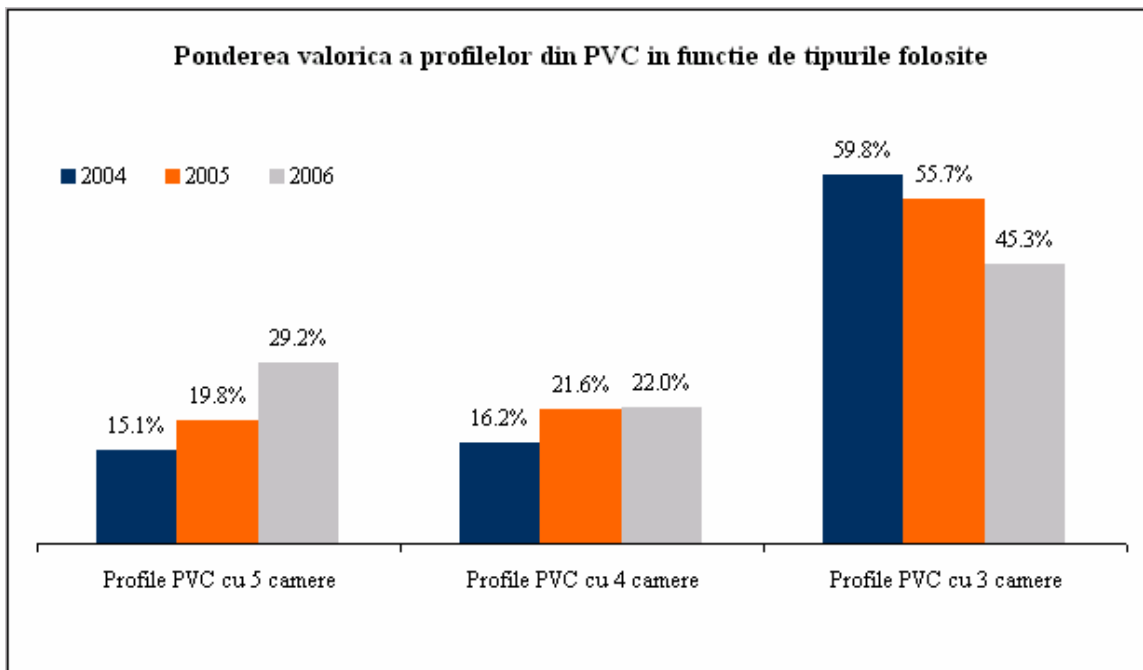
Sistemele de tamplarie termoizolanta folosesc profile realizate din diverse tipuri de materiale, cum ar fi policlorura de vinil, aluminiul, oțelul, lemnul stratificat sau aluminiul placat cu lemn. Dintre acestea, datorita costului mai redus de fabricatie si izolarii termice superioare, profilele din PVC prezentau in anul 2006 un grad de utilizare superior celui aferent profilelor din aluminiu. Astfel, in timp ce 70,1% din producatorii de profile termoizolante foloseau in anul 2006 profile din aluminiu, un procent de 93,4% din producatori folosisera profilele din PVC, cu 5% mai mult fata de nivelul inregistrat in anul 2005.

La nivelul anului 2006, profilele realizate din PVC detineau ponderea cea mai importanta in consumul total de profile, aceasta ridicandu-se la nivelul de circa 73%, in crestere cu 7,1% fata de anul 2004. In principal, cresterea ponderii consumului de profile de PVC s-a produs in defavoarea profilelor din aluminiu, care si-au diminuat substantial cota in consumul total de profile de la 32,7% in 2004 la 26,2% in 2006.



Sursa: Studiu NEOMAR Consulting

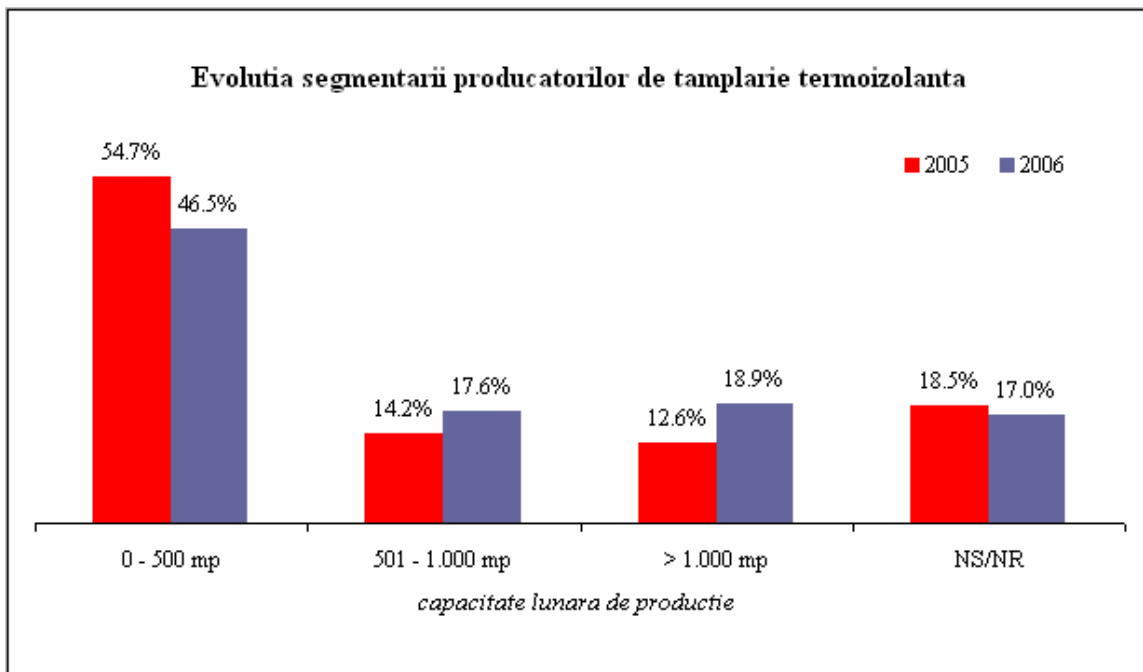
In acelasi timp, optiunea consumatorilor pentru tamplarie termoizolanta de calitate incepe sa fie foarte clar conturata. Astfel, la nivelul anului 2006, un procent de 85,2% din profilele din PVC folosite erau incadrate in clasa A de calitate dupa grosimea peretilor, in timp ce doar 13,7% din profile erau din clasa B sau economic. In plus, ponderea valorica a profilelor cu 5 camere (reprezentand clasa premium) a crescut de la 15,1% in anul 2004 la 29,2% in anul 2006, simultan cu reducerea ponderii valorice a profilelor cu 3 camere (considerate ca facand parte din clasa economic) de la 59,8% in 2004 la 45,3% in 2006. Cu alte cuvinte, gradul de utilizare al profilelor tricamerale este in declin, diferenta migrand catre profilele pentacamerele. In acest fel, optiunea consumatorilor pentru calitate adauga o alta dimensiune potentialului de crestere al pietei de tamplarie termoizolanta.



Sursa: Studiu NEOMAR Consulting

Factorul calitate predomina nu doar in ce priveste tipul de profil utilizat in procesul de fabricatie, dar si in cazul tipului de geam folosit. Astfel, in fabricarea tamplariei termoizolante, tipul de geam termoizolant cu emisivitate redusa (cunoscut sub denumirea de geam low-E) era folosit in anul 2006 intr-un procent de 60,3%, cu 11,1% mai mult decat in 2005. In aceeași perioada, doar 4,9% din consumul total era reprezentat de geamul simplu, iar ponderea era in scadere.

In prezent, piata de tamplarie termoizolanta din Romania este inca puternic fragmentata. Astfel, la nivelul anului 2006 in piata existau circa 300 de producatori de tamplarie termoizolanta, din care doar 17,7% aveau in medie pe an mai mult de 50 angajati, in timp ce 29,3% din producatori aveau in medie pe an intre 1 si 9 angajati. In aceeași nota, in anul 2006 piata era dominata in proportie de 46,5% de producatorii mici, avand o capacitate lunara de productie de mai puțin de 500 mp. Totusi se remarca faptul ca in anul 2006 ponderea acestora a scazut in favoarea producatorilor avand capacitati lunare de productie mai mari de 500 mp.

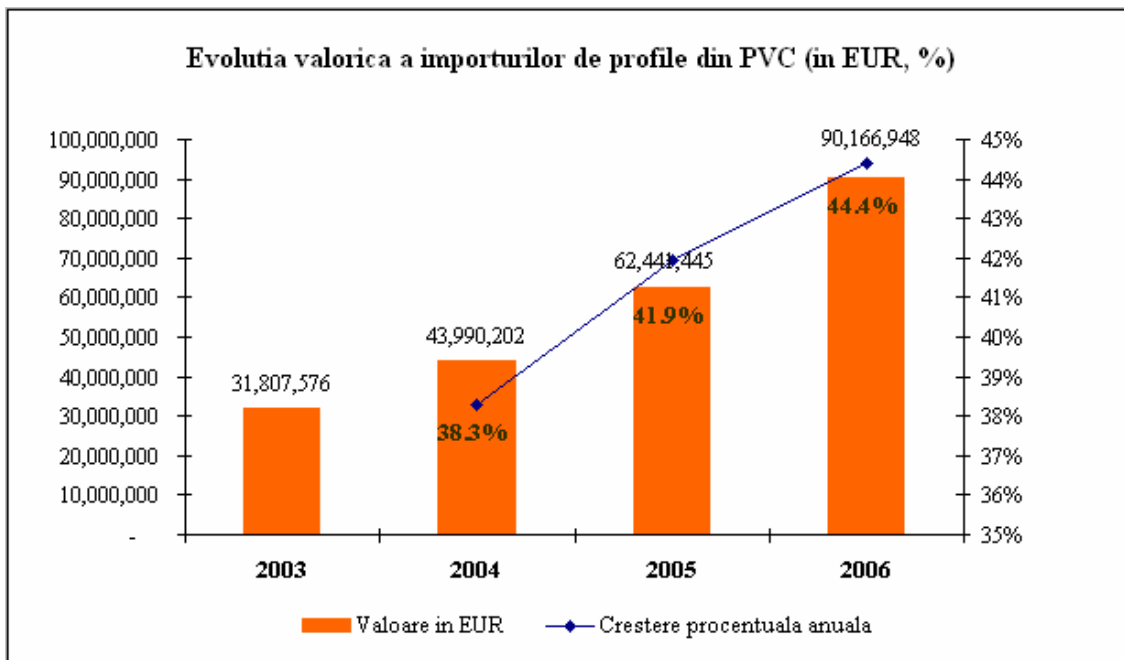


Sursa: Studiu NEOMAR Consulting

Pe cale de consecinta, se poate afirma ca in perioada actuala piata de tamplarie termoizolanta este dominata de jucatorii mici si mijlocii, dealeri-montatori care activeaza in special pe segmentul reabilitarilor termice a locuintelor existente. Majoritatea acestora nu detine insa baze proprii de productie, ci procura elementele de profil, geam si feronerie de la producatorii specializati. Astfel, in 2006 doar 26,9% dintre producatorii de tamplarie termoizolanta foloseau geam termoizolant din productia proprie, restul practicand achizitii de la producatorii specializati. Desi fata de anul 2005 acest procent era in usoara crestere, el ramane totusi redus in productia totala.

Mai mult, majoritatea profilelor (atat din PVC cat si din aluminiu) provin din import. Astfel, conform studiului realizat de firma de consultanta in marketing Neomar Consulting, in anul 2006 dimensiunea totala a pietei de profile din PVC din Romania era de circa 133,3 mil. euro, din care importurile se ridicau la valoarea de 90,2 mil. euro, dubla fata de dimensiunea productiei interne de profile PVC. Pe de alta parte, productia interna de profile din PVC retinea in anul 2006 doar un procent de 32,3%, ridicandu-se pana la valoarea de 43,1 mil. euro.

Evolutia valorica si cantitativa a importurilor ofera o imagine fidela asupra cresterii pietei. Daca in anul 2003 se importa o cantitate de circa 16 mii tone profile PVC, in anul 2006 aceasta ajunsese la aproape 45 mii de tone, reprezentand o crestere de 45% fata de anul 2005. De aceeaasi maniera, ratele de crestere ale importurilor valorice de profile PVC se situeaza pentru ultimii 4 ani in intervalul 38 - 45%.

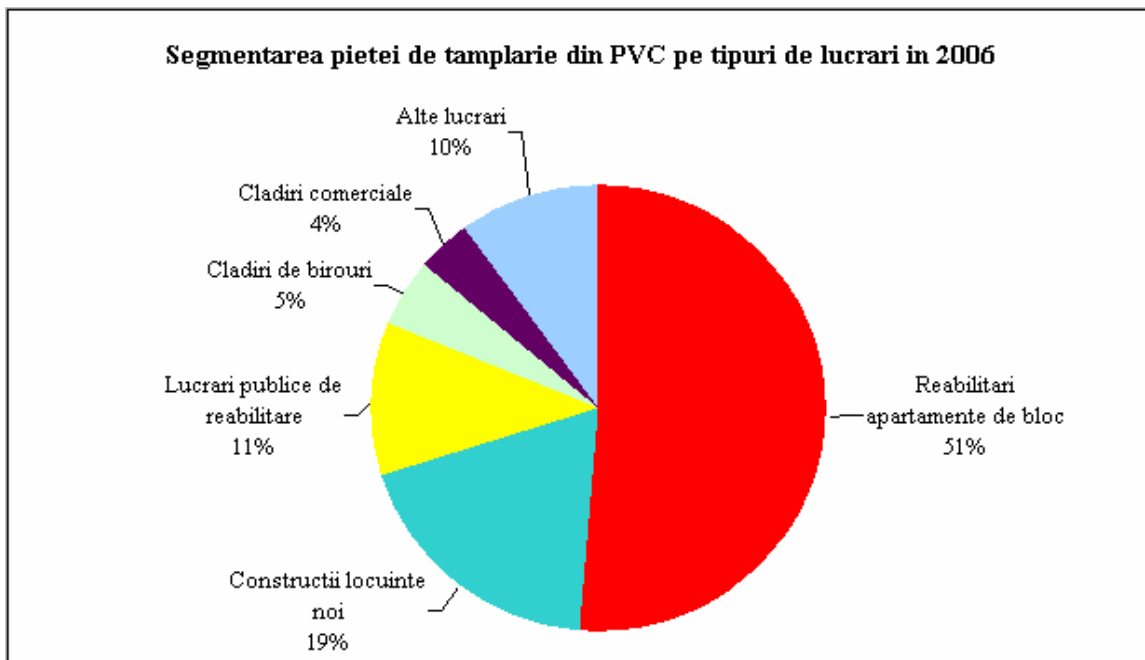


Sursa: Studiu NEOMAR Consulting

In al doilea rand, stadiul incipient de dezvoltare a pietei este pus in evidenta de potentialul insemnat al acesteia. In acest sens, conform Neomar Consulting, chiar in urma unor rate de crestere considerabile ale pietei, inestrarea locuintelor cu tamplarie termoizolanta ramane in continuare una deficitara. Astfel, la nivelul anului 2006, un procent de 77,4% din locuintele existente in Romania erau neutilate cu tamplarie termoizolanta. Potentialul pietei nu se opreste aici, caci din procentul de 22,6% locuinte utilizate cu tamplarie termoizolanta, doar 46% erau complet utilizate, restul fiind doar partial utilizate. Concluzia imediata este aceea ca, din totalul locuintelor existente la nivelul anului 2006, doar un procent de 10,4% erau complet utilizate cu tamplarie termoizolanta.

Pentru anul 2006, piata de tamplarie termoizolanta realizata cu profile din PVC era in procent de 51% dominata de reabilitarile termice ale apartamentelor existente, urmate de constructiile de cladiri rezidentiale individuale de tip vila, in procent de 19%. In timp ce numarul mediu de ferestre pentru o locuinta este de 4,87, Emitentul estimeaza ca necesarul de tamplarie termoizolanta pentru un apartament de 100 mp se ridica la 19,5 mp.

De asemenea, in contextul alocarii de fonduri guvernamentale si structurale, lucrarile publice de reabilitare a cladirilor nerezidentiale (cum ar fi scolile si spitalele) au contat cu un procent de 11% in anul 2006. In acelasi timp, pe segmentul cladirilor de birouri sau al celor comerciale, tamplaria termoizolanta din PVC detine procente de maxim 5% din totalul lucrarilor, in aceste cazuri predominand tamplaria realizata din profile de aluminiu.



Sursa: Studiu NEOMAR Consulting

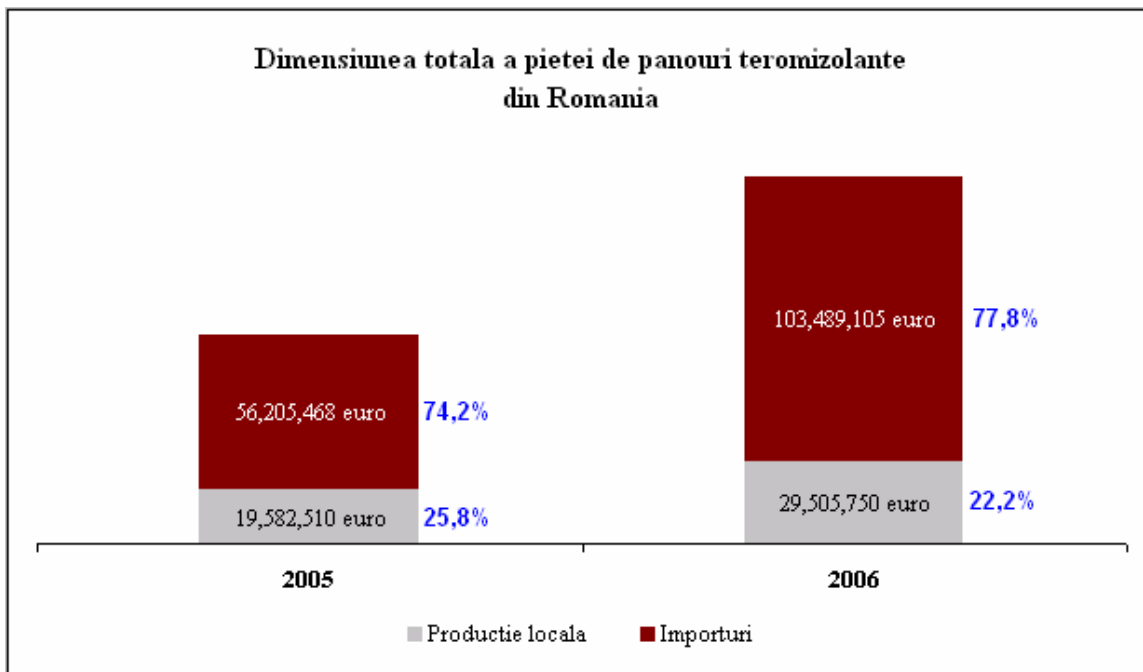
Totodata, la nivelul anului 2006, distributia tamplariei termoizolante se facea in proportie de circa 59,3% prin reseaua proprie de show-room-uri, canal adresat in principal tipului de lucrari de reabilitare a apartamentelor de locuinte. Acestea sunt urmate de canalul licitatiilor publice (cu un procent de 18,2%), canal adresat in principal lucrarilor publice de reabilitare.

1.6 Piata panourilor termoizolante

In contextul dezvoltarii accelerate a sectorului constructiilor nerezidentiale de tip industrial si comercial, necesitatea construirii intr-un interval de timp redus si la un nivel calitativ superior a unor suprafete mari, a adus atat in atentia constructorilor cat si a beneficiarilor, solutia panourilor termoizolante de tip sandwich.

Panourile termoizolante de tip sandwich reprezinta elemente constructive cu coeficient redus de transfer termic, utilizate in realizarea inchiderilor exterioare pentru incintele de mare suprafata precum halele de productie, spatiile de depozitare, centrele comerciale, constructiile sociale provizorii, centrele zootehnice sau organizariile de santier. Aceste elemente constructive sunt realizate din doua fete de tabla cutata intre care este introdus un miez de spuma poliuretanică, polistiren sau vata minerala, de grosime variabila. In functie de caracteristici tehnice precum dimensiunile, incarcarea, sau sistemul de prindere, destinatia panourilor termoizolante poate fi realizarea de pereti sau de acoperisuri.

Daca pana in ultima perioada, in construirea marilor suprafete predominau sistemele de inchidere simple, realizate din panouri de tabla cutata, odata cu extinderea agresiva a marilor suprafete comerciale si industriale, solutia panourilor termoizolante s-a extins cu rapiditate in Romania. In acest sens, desi aflata intr-o faza preliminara a evolutiei sale, piata panourilor termoizolante evolueaza cu rate semnificative de crestere. Astfel, potrivit unui studiu realizat de firma de consultanta in marketing Neomar Consulting, in timp ce in anul 2005 dimensiunea totala a pietei in termeni cantitativi era de 4.275.526 mp, pentru anul 2006 aceasta se ridica deja la 7.094.319 mp, inregistrand un procent de crestere de aproape 66%. Totodata, in termeni valorici dimensiunea pietei a atins in anul 2006 un nivel de circa 133 mil. euro, in crestere cu 75,5% fata de anul anterior.

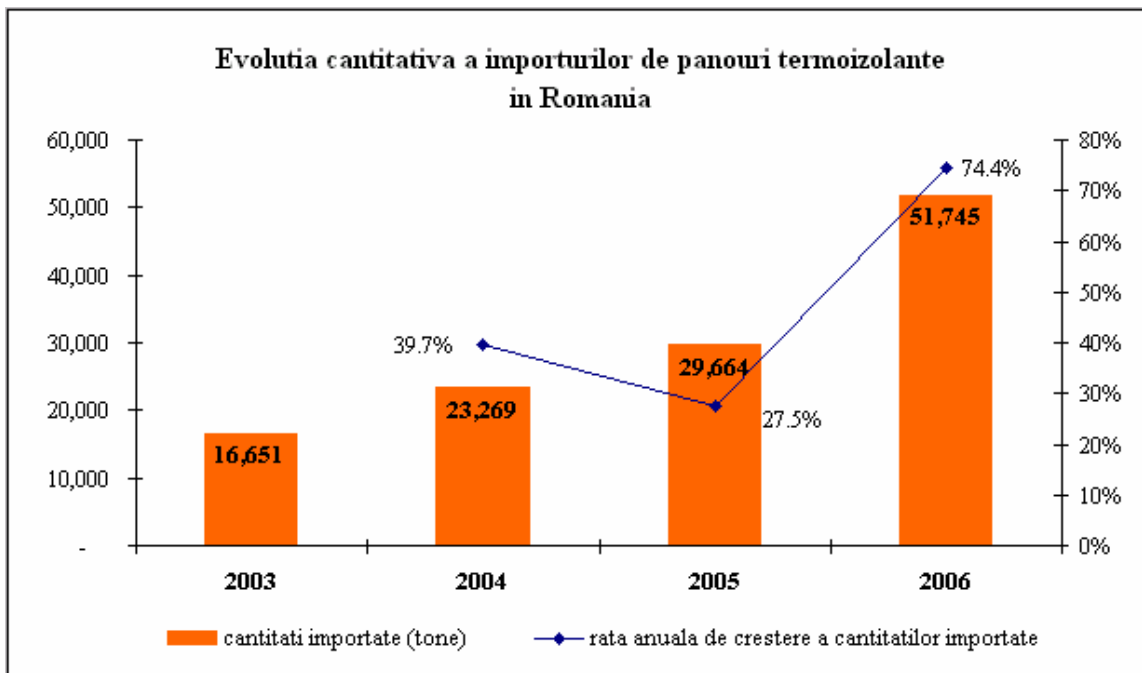


Sursa: Studiu NEOMAR Consulting

Expansiunea fara precedent a segmentului constructiilor nerezidentiale si ponderea dominanta a importurilor, releva faptul ca piata panourilor termoizolante din Romania se gaseste in aceasta perioada in faza de crestere accelerata. In acest sens, la nivelul anului 2005 valoarea importurilor de panouri termoizolante s-a ridicat la circa 56,2 mil. euro, reprezentand o pondere de 74,2% din totalul pietei. Mai mult, in 2006 importurile de panouri termoizolante au continuat sa domine piata, ponderea acestora in totalul pietei crescand pana la nivelul de 77,8%. Aceasta pondere corespunde unui nivel valoric al importurilor de aproximativ 103,49 mil. euro, ceea ce reprezenta o rata de crestere de peste 84% fata de anul precedent.

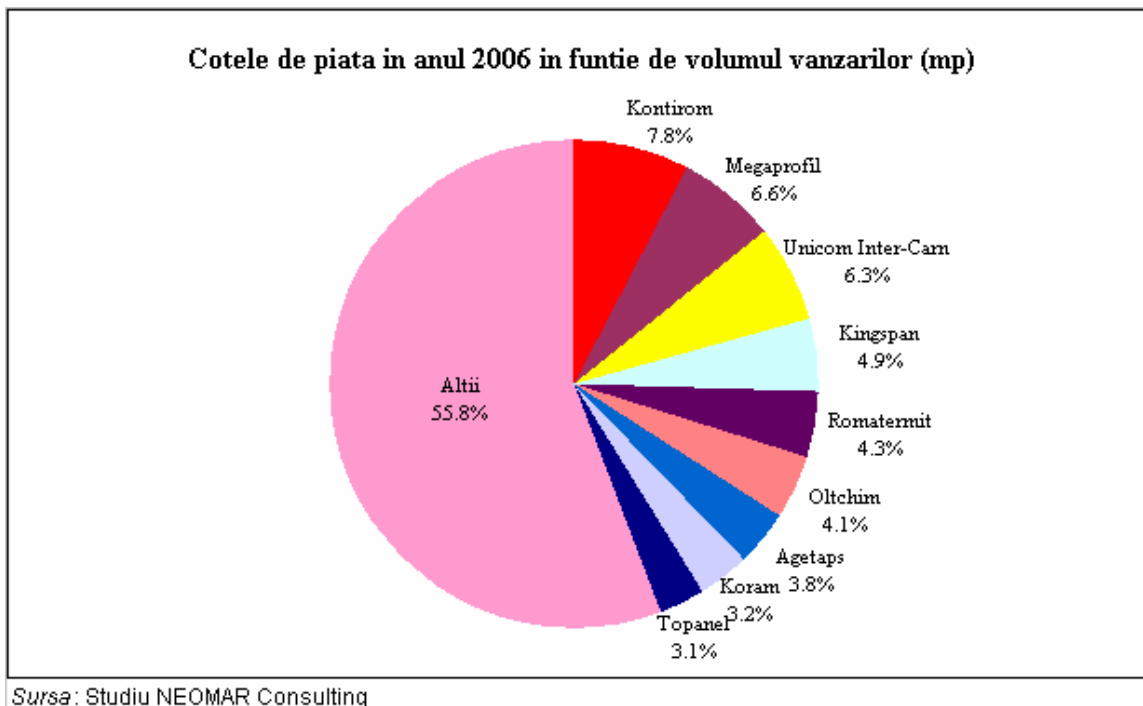
Pe de alta parte, pentru anul 2006 dimensiunea valorica a productiei locale de panouri termoizolante era de aproximativ 29,5 mil. euro, aferenta unei ponderi in totalul pietei de numai 22,2%, in scadere cu 3,6% fata de nivelul inregistrat in anul anterior. Aceasta dimensiune valorica corespunde unui nivel cantitativ de 1.657.524 mp de panouri termoizolante, ceea ce reprezenta un procent de doar 23,4% din cantitatea totala vanduta in anul 2006 in Romania.

In concluzie, cresterea sustinuta a consumului de panouri termoizolante din Romania s-a realizat in principal pe seama importurilor, iar evolutia cantitativa a acestora reflecta cresterea pietei totale. Avand o pondere de 41,1% in anul 2006, Italia reprezinta principalul furnizor de panouri termoizolante pentru piata romaneasca, urmata la mare distanta de Grecia (15,4%), Ungaria (13,1%) si Germania (8,3%).



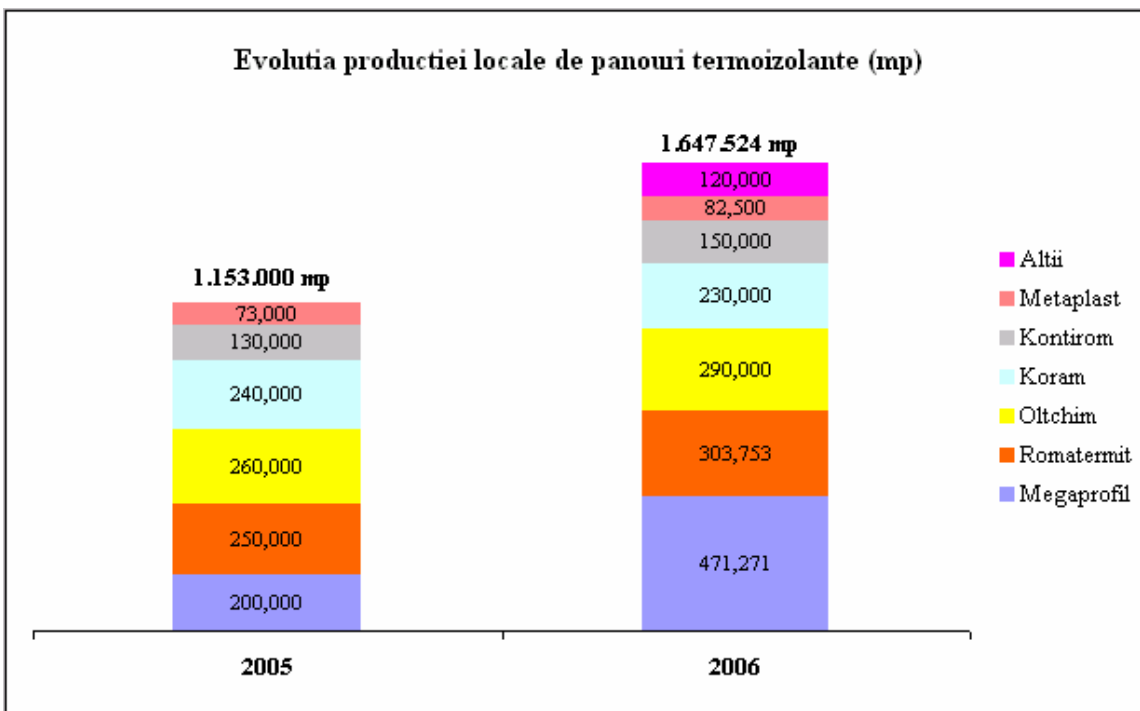
Sursa: Studiu NEOMAR Consulting

In al doilea rand, structura concurentei reflecta faptul ca piata panourilor termoizolante din Romania contine inca un considerabil spatiu pentru consolidare. In acest sens, conform studiului realizat de firma Neomar Consulting, la nivelul anului 2006 primii cinci jucatori detineau circa 30% din totalul vanzarilor exprimate in metri patrati, in timp ce segmentul micilor furnizori care au livrat in cursul aceluiasi an cantitati intre 50.000 mp si 200.000 mp pastra un important procent de 55,8%. In plus, aceasta ultima categorie include si o importanta componenta de importuri pentru autoconsum (estimata pana la nivelul de 35%), realizata de beneficiarii unor lucrari de mari dimensiuni care au preferat aprovizionarea direct de la producatorii din strainatate, in detrimentul furnizorilor locali.



Segmentarea productiei locale in functie de destinatia panourilor termoizolante releva existenta unui echilibru intre categoria panourilor pentru pereti si a celor pentru acoperis. Astfel, in anul 2006 un procent de 44% din productia locala era reprezentat de panourile termoizolante destinate pentru pereti, in timp ce restul de 56% erau panouri pentru acoperis.

Totodata, la volumul total al productiei locale de circa 1,65 mil. mp inregistrat in anul 2006, primii cinci producatori locali au contribuit in proportie de circa 88%. Este de remarcat faptul ca desi capacitatile de productie locale au crescut substantial fata de anul 2005, volumul productiei locale nu a reusit sa atinga ritmul total de crestere al pietei panourilor termoizolante, deficitul in crestere fiind acoperit din importuri, care astfel si-au crescut ponderea in total valoare piata.

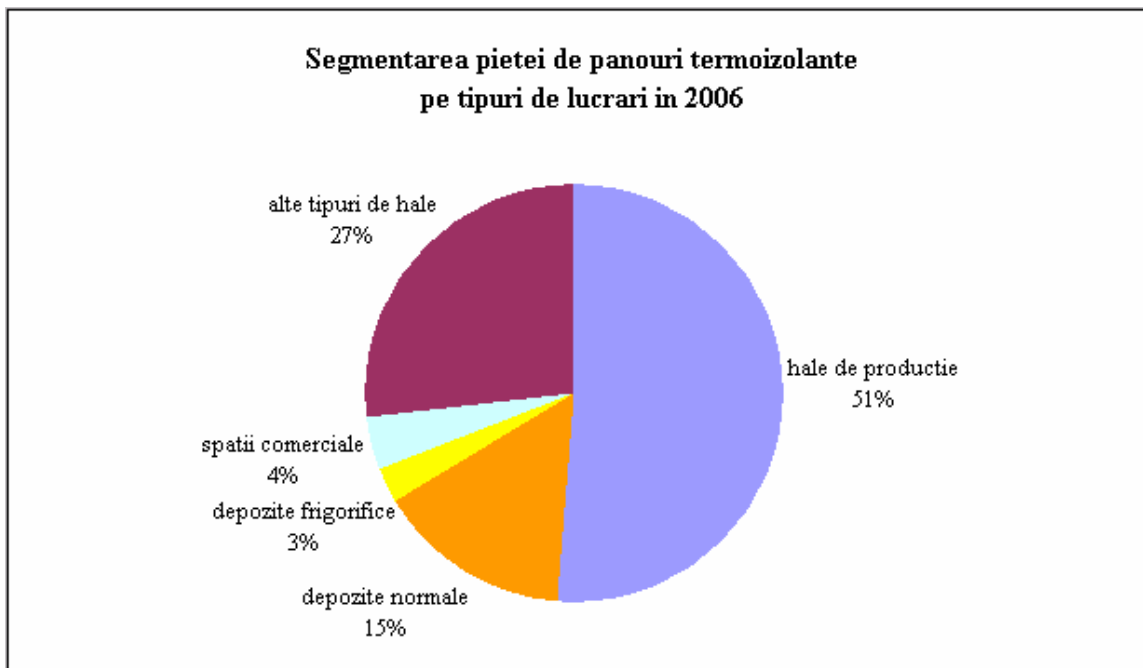


Sursa: Studiu NEOMAR Consulting

In anul 2006 productia locala era dominata in proportie de 60% de panourile termoizolante realizate cu miez de poliuretan, in timp ce panourile cu miez din polistiren detineau circa 38% din total. Doar 2% din volumul productiei locale era reprezentat de panourile termoizolante cu miez de vata minerala. Mai mult decat atat, in consumul total al pietei, panourile cu miez de poliuretan au fost folosite in procent de circa 67% din lucrarile de constructie a halelor si depozitelor, in timp ce panourile cu miez din vata minerala si cele simple din tabla cutata au contat fiecare cu procente de 9%, respectiv 14%.

In timp ce numarul mediu de lucrari pe firma de constructii a fost in anul 2006 de 10,95 consumul mediu anual de panouri termoizolante pe lucrare a fost de 10.161 mp. In acelasi timp, necesarul de panouri termoizolante estimat de constructori pentru construirea unei suprafete de 1.000 mp de hala este de 615 mp panouri pentru pereti si 1.020 mp panouri pentru acoperis, in conditiile in care greutatea unui panou pe metrul patrat este de circa 11 kg.

Totodata, conform studiului realizat de Neomar Consulting, segmentarea pietei panourilor termoizolante in functie de tipul de lucrari a relevat faptul ca in anul 2006 destinatia principala a acestei solutii constructive a fost reprezentata de tipuri diferite de hale (de productie, depozitare sau alte tipuri) acestea detinand circa 93% din consumul total.



Sursa: Studiu NEOMAR Consulting

In concluzie, in contextul in care in piata romaneasca s-a conturat tot mai clar optiunea pentru solutia constructiva a panourilor termoizolante, insuficienta capacitatilor locale de productie a condus la cresteri spectaculoase ale importurilor pentru acest tip de material de constructie. Totusi, panourile termoizolante reprezinta produse caracterizate de o valoare mica pe unitatea de volum, fapt pentru care componenta de cheltuiala de transport in pretul final escaladeaza rapid pe masura cresterii distantelor de transport. Acest fapt permite producatorilor locali obtinerea unor marje superioare celor realizate de producatorii straini, in conditiile unor preturi finale mai mici decat cele ale produselor importate.

DESCRIEREA ACTIVITATII EMITENTULUI

2.1 Scurt istoric

Societatea comerciala Teraplast S.A. Bistrita a fost creata in anul 1990 prin preluarea activitatilor desfasurate de Intreprinderea de Materiale de Constructii Bistrita, o intreprindere de stat infiintata in anul 1977 ce producea profile si tubulatura din PVC. In plus, aceasta fabrica includea si o unitate de productie de cabluri din teracota, succesoarea legala a unui atelier privat infiintat la Bistrita in anul 1896 si avand ca obiect de activitate fabricarea manuala a produselor ceramice.

Astfel, Teraplast S.A. Bistrita beneficiaza in prezent de o experienta de trei decenii in domeniul prelucrarii maselor plastice si 110 ani in fabricarea produselor din teracota. In anul 1992, in vederea asigurarii accesului la pietele externe prin adoptarea unor tehnologii de productie avansate, Teraplast S.A. a incheiat un parteneriat strategic cu compania maghiara cu profil de activitate similar, Gemenc Plast Rt, rezultand astfel societatea mixta romano-maghiara Teraplast GP. In anul 1995, compania Teraplast GP si-a privatizat integral capitalul.

In asociere cu compania Rompetrol S.A. precum si cu societatile franceze Gaz de France si Socomo-Socotub, Teraplast GP a infiintat in anul 1994 societatea mixta Politub S.R.L., avand ca profil de activitate producerea si distribuirea de tubulatura din polietilena destinata instalatiilor de distribuire a apei potabile si a gazelor naturale. Fiecare asociat avea o participatie de 25% in companie. In acelasi an, Teraplast GP in calitate de actionar principal avand o participatie de 17,9% pe de o parte, impreuna cu alte persoane fizice pe de alta parte, infiinteaza societatea Plastsistem S.A. avand ca obiect principal de activitate fabricarea de produse injectate si tamplarie PVC si comercializarea de produse complementare portofoliului de produse al societatii Teraplast GP.

In anul 1995, partenerul maghiar Gemenc Plast Rt a fost preluat de firma britanica Marley, care la randul ei a fost preluata in anul 1999 de grupul multinational Etex. In urmatoorii ani, grupul Etex s-a divizat in doua companii – Etex si Aliaxis, aferente celor doua linii de activitate principale – acoperisuri si panouri, respectiv tubulatura si cabluri. Astfel, Aliaxis lider mondial in productia si distributia de tevi si tubulatura, cu prezenta in 88 de tari si un portofoliu de peste 250.000 de produse, este prezent in actionariatul Teraplast S.A. Bistrita, oferind Emitentului avantajul apartenentei la un grup international, cu o vasta experienta in domeniu.

In anul 2006 Gaz de France a cesionat actiunile firmei Socotub, astfel ca firma Socomo-Socotub si-a transformat numele in Socotub. In anul 1999, Teraplast GP a preluat participatia companiei Rompetrol S.A. in societatea Politub S.R.L., devenind astfel actionar principal cu o participatie de 50% alaturi de partenerii francezi de la Socotub. La sfarsitul anului 2006, Teraplast S.A. a devenit actionar majoritar cu o participatie de circa 67% in compania Plastsistem S.A., care ulterior a fost reorganizata pentru a desfasura activitati de productie de panouri termoizolante cu miez de spuma poliuretana.

In aceasta maniera, societatea Teraplast S.A. impreuna cu Politub S.R.L. si Plastsistem S.A. au creat bazele Grupului Teraplast, cel mai mare procesator de PVC din Romania conform estimarilor Emitentului. Astfel, Grupul Teraplast detine in prezent capacitatea de a furniza pe piata materialelor de constructii solutii constructive moderne, eficiente si inovatoare, precum sisteme de scurgere, canalizare si aductiune, sisteme de amenajari interioare, sisteme de tamplarie termoizolanta, sau sisteme de inchidere exterioara cu panouri termoizolante.

2.2 Portofoliul de produse

Mostenind o impresionanta traditie de trei decenii in procesarea maselor plastice si de peste o suta de ani in fabricarea cahlelor din teracota, Grupul Teraplast proiecteaza, produce si comercializeaza in prezent o gama diversificata de produse, structurata pe categorii functionale precum:

1. sisteme de tubulatura din mase plastice;
2. profile extrudate din PVC;
3. sisteme de tamplarie termoizolanta;
4. panouri termoizolante de tip sandwich;
5. sisteme de incalzire din teracota;
6. produse semifabricate din PVC;
7. alte produse complementare.

1. Sisteme de tubulatura din mase plastice

In ce priveste produsele din categoria sistemelor de tubulatura din mase plastice, Emitentul urmareste sa ofere un nivel ridicat de calitate si fiabilitate clientilor sai. In acest scop, acesta promoveaza conceptul de solutie integrata teava-fiting, prin care clientilor le este recomandat un produs de tubulatura deja mufat, numai impreuna cu piesa de legatura (denumita si fitting), care poate fi cot, ramificatie, reductie, dop, mufa sau racord. In plus, pentru a oferi o gama cat mai larga de produse din aceasta categorie, Grupul Teraplast isi completeaza portofoliul cu tipurile de tevi si fittinguri pentru care productia proprie ar fi neeficienta economic. In acest fel, categoria sistemelor de tubulatura include urmatoarele tipuri de produse:

- Tevi si fittinguri din PVC, destinate sistemelor de scurgere si canalizare, foraj, drenaj si izolarii retelelor de cabluri electrice si telecomunicatii;
- Tevi si fittinguri de presiune din PP, PP-H si PP-R, destinate transportului si distributiei de apa potabila, fluide industriale si apa calda;
- Tevi si fittinguri din PP si destinate sistemelor de canalizare interioara;
- Tuburi multistrat din PEX-AL si fittinguri cu compresiune si sertizare, destinate distributiei de apa rece, calda si sistemelor de incalzire;
- Tevi de presiune din PE, destinate transportului si distributiei de apa potabila si gaz si protectiei cablurilor de telecomunicatii;
- Camine, capace de camine si alte accesorii destinate sistemelor de canalizare exterioara;
- Tuburi de protectie din PVC destinate sistemelor de instalatii electrice de interior si ingropate in pamant, precum si tuburi flexibile gofrate.

2. Profile extrudate din PVC

Categoria profilelor extrudate din PVC cuprinde atat profile destinate realizarii de tamplarie termoizolanta, cat si profile industriale, destinate amenajarilor interioare sau exterioare. In cazul profilelor pentru sisteme de tamplarie termoizolanta, Emitentul a anticipat corect tendinta de sofisticare a clientelei, si a optat inca din start pentru productia de profile pentacamerele (prevazute cu 5 camere de izolare) considerate ca facand parte din segmentul de produse premium. In ce priveste segmentul profilelor pentru amenajari interioare sau exterioare, acesta include urmatoarele tipuri de produse:

- Lambriuri;
- Usi pliante;
- Pereti despartitori;
- Profile pentru jaluzele;
- Membrane pentru izolatii;
- Profile cutate pentru acoperis;
- Jgheaburi pentru protectia cablurilor;
- Profile extrudate speciale (baghete si coltare).

3. Sisteme de tamplarie termoizolanta

Categoria sistemelor de tamplarie termoizolanta include in principal produse realizate din profilele pentacamerele de PVC. Totodata, Grupul beneficiaza de dotarile necesare producerii geamului termoizolant, astfel incat pentru realizarea ferestrelor cu tamplarie termoizolanta din PVC, doar sistemele de feronerie sunt achizitionate de la producatorii specializati. Mai mult, pentru a raspunde solicitarilor speciale, Emitentul realizeaza si sisteme de tamplarie din profile de aluminiu, ca produse complementare. Astfel, aceasta categorie include urmatoarele tipuri de produse:

- Sisteme de ferestre termoizolante Orizont 5000 din profile PVC pentacamerele;
- Sisteme de ferestre termoizolante realizate din profile de aluminiu;
- Sisteme de usi de interior si exterior cu geam termoizolant;
- Geam termoizolant.

4. Panouri termoizolante de tip sandwich

Categoria panourilor termoizolante de tip sandwich cuprinde panouri cu miez de spuma poliuretanică utilizate in realizarea inchiderilor exterioare pentru constructiile de mare suprafata, precum:

- Panouri destinate peretilor, avand grosimi intre 30 si 100 mm, latimi de 1.000 mm si lungimi la cerere;
- Panouri destinate acoperisurilor, avand grosimi intre 40 si 100 mm, latimi de 1.000 mm si lungimi la cerere.

5. Sisteme de incalzire din teracota

Categoria sistemelor de incalzire din teracota este reprezentata de produse precum cahlele de teracota, sobele si semineele. In plus, Grupul comercializeaza si accesorii pentru montajul sobelor din teracota.

6. Produse semifabricate din PVC

In aceasta categorie sunt incluse granulele din PVC destinate companiilor prelucratoare din domeniul productiei de tuburi electroizolante, cabluri electrice si accesorii. In functie de produsul finit, granulele din PVC pot fi rigide, semiplastificate sau plastificate si pot avea o gama variata de culori.

7. Alte produse complementare

In categoria altor produse complementare sunt incluse confectionii metalice sub forma structurilor destinate halelor, sisteme electrice, fittinguri, cabluri, jgheaburi, lambriuri, izolatii electrice, sau talpi pentru incaltaminte.

2.3 Investitii realizate in ultimii 3 ani

In contextul evolutiei pozitive spectaculoase inregistrate de sectorul constructiilor din Romania, Emitentul a recunoscut si valorificat oportunitatea creata de cresterea cererii pe piata materialelor de constructii, prin derularea in intervalul 2004 – 2006 a unui program de investitii in suma totala de peste 8 mil. euro pentru extinderea capacitatilor de productie, diversificarea portofoliului de produse si optimizarea proceselor interne.

Astfel, sumele totale investite de catre Emitent in anul 2004 au fost de 2.562.733 euro, din care cea mai importanta investitie avand o valoare de 1.589.043 euro, inceputa in 2003 si finalizata in 2006, este reprezentata de punerea in functiune a Fabricii de ferestre Orizont Bistrita. Alte investitii importante, in valoare de 90.000 euro au fost realizate in capacitatile de productie a granulelor PVC si ale fittingurilor. In acelasi an, in vederea optimizarii proceselor interne si dezvoltarii activitatii de cercetare – dezvoltare, a fost inaugurat Centrul de cercetare in care a fost investita suma de 136.000 euro, din care 20.000 euro a reprezentat o subventie acordata de Guvernul Romaniei. Mai mult, anul 2004 a constituit si momentul achizitiei primelor licente pentru programul infomatic integrat SAP, suma totala investita fiind de 300.000 euro.

In anul 2005, valoarea totala a investitiilor realizate a fost de 2.532.804 euro. In vederea satisfacerii cererii in crestere a pietei, Emitentul a alocat investitii importante atat pentru instalarea de noi capacitati de productie de produse din PVC si PP, precum si pentru extinderea spatiilor de depozitare existente. In acest sens, capacitatea de productie a profilelor PVC a fost extinsa prin achizitionarea a 3 noi linii tehnologice in valoare totala de 1.256.990 euro. In productia de tevi PP au fost investiti 359.100 euro pentru punerea in functiune a unei noi hale, achizitionarea unei linii de extrudare si amenajarea spatiului de depozitare aferent. In vederea asigurarii conformitatii produselor cu standardele de calitate si certificările existente, laboratorul si centrul de cercetare al companiei sunt acreditate RENAR si au beneficiat de o investitie totala

de 40.000 euro, realizata printr-un proiect guvernamental, prin care au fost achizitionate noi echipamente de masurare si testare.

Investitiile realizate in anul 2006 au fost in suma totala de 2.975.579 euro. Pentru a-si consolida pozitia in pietele relevante, compania a decis integrarea in aval a distributiei. Astfel, in anul 2006 au fost preluate de la compania Plastsistem patru depozite situate in Constanta, Galati, Iasi si Oradea, valoarea acestora fiind de aproximativ 1.292.500 euro. Au fost realizate investitii suplimentare de aproximativ 459.215 euro in dotari tehnice pentru productia de tevi si fittinguri din PVC si PP, profile si tamplarie in fabricile situate in Bistrita. Intrucat volumul de productie a crescut semnificativ fata de anii anteriori, compania a amenajat un nou depozit pentru fittinguri, pentru care suma investita a fost de circa 309.978 euro si a extins sistemul informatic SAP, prin achizitia de noi licente si un server in valoare de aproximativ 82.793 euro.

2.4 Dotari si echipamente

Filosofia de investitii a Grupului Teraplast are in vedere imbunatatirea continua a productivitatii si calitatii produselor prin asigurarea unei baze eficiente de productie. Astfel, in urma investitiilor realizate in ultimii trei ani, majoritatea dotarilor si echipamentelor de care dispune Emitentul in prezent sunt noi si inglobeaza tehnologie de ultima ora, in timp ce pentru cele instalate anterior au fost efectuate lucrari de modernizare si retehnologizare. Aceasta abordare permite productia la standardele de calitate ale Uniunii Europene, in conditiile unor costuri reduse cu personalul si intretinerea. Gradul ridicat de automatizare al liniilor tehnologice de productie permite monitorizarea permanenta a parametrilor de functionare, astfel incat in cazul aparitiei unor probleme tehnice, operatorii sunt avertizati in timp real prin intermediul computerelor de sistem. Activitatea de revizie generala este planificata in perioadele de activitate mai redusa (lunile decembrie-februarie), cand liniile de productie sunt oprite pentru circa doua saptamani. Reparatiile curente ale echipamentelor de productie sunt realizate intern, in timp ce piesele de schimb si consumabilele sunt livrate in baza contractelor de garantie si post-garantie. In asemenea situatii, stocurile de produse asigura continuitatea fluxului de livrari catre clienti.

Productia de mase plastice a demarat in cadrul Intreprinderii de Materiale de Constructii Bistrita inca din anul 1977, astfel ca fabrica de profile si granule din PVC reprezinta una din primele entitati productive functionale preluate si modernizate de societatea Teraplast S.A. In anii urmasori, activitatea de productie s-a dezvoltat in mod constant atat din punct de vedere al volumelor cat si al gamei de produse. Astfel, in anul 2000 a fost inaugurata fabrica de tubulatura din PVC, in anul 2004 a fost dat startul fabricii de tamplarie cu geam termoizolant Orizont Bistrita, iar in anul 2006 a fost demarata productia de tevi PP si fittinguri. In prezent, Grupul Teraplast isi desfasoara principalele activitati de productie in entitati productive relativ distincte ca amplasament, cum sunt:

- Fabrica de tevi din PVC;
- Fabrica de tevi si fittinguri din PP;
- Fabrica de profile si granule din PVC;
- Fabricile de geam si tamplarie termoizolanta;
- Fabrica de teracota;
- Fabrica de tevi din PE;
- Fabrica de panouri termoizolante de tip sandwich.

Fabrica de tevi din PVC

Fabrica de tevi din PVC este o entitate productiva apartinand societatii Teraplast S.A. si include doua linii de dozare-malaxare cu o capacitate anuala de productie de 21.054 tone de suspensie PVC si patru linii de extrudare tubulatura cu o capacitate anuala de productie de 11.322 tone tevi PVC, avand o gama dimensionala intre 12 – 400 mm diametru. Majoritatea dotarilor si echipamentelor de productie sunt de provenienta austriaca si au fost achizitionate si instalate in intervalul 1996 – 2006. Gradul de utilizare dat de productia efectiva de tevi PVC realizata in anul 2006 a fost de 82%, in conditiile in care plafonul maxim indicat de specificatiile tehnice ale echipamentelor de extrudare a tevilor din mase plastice este in general de 70 – 80%. Gradul inalt de adaptabilitate al capacitatilor de productie in functie de factorul de sezonalitate permite ca in perioada de varf de activitate (intervalul mai-octombrie) productia sa creasca cu pana la 41%, lucrandu-se 7 zile pe saptamana, in cicluri de 3 schimburi de 8 ore pe zi.

Prin intermediul unui sistem automatizat asistat de computer, principala materie prima – policlorura de vinil, este amestecata cu stabilizatori, lubrifianti, materiale auxiliare, modificatori, si colorant, in diverse proportii in functie de tipo-dimensiunea produsului finit. Amestecul final este depozitat in silozuri care alimenteaza linia de dozare-malaxare, urmand ca acesta sa fie omogenizat si plastifiat cu ajutorul extruderului si a coextruderului. Materialul astfel obtinut este preluat si turnat in matrita care modeleaza produsul finit. Dupa fixarea si calibrarea graduala prin racire si vidare, produsul final primeste ultimele elemente de identificare prin inscriptiune. Ultima etapa a procesului de productie este reprezentata taiere, atasarea unei mufe si bascularea produselor finite in zona terminala, de unde sunt preluate de catre operatori pentru a fi ambalate manual.

Fabrica de tevi si fittinguri din PP

Fabrica de tevi si fittinguri din PP este o entitate productiva a societatii Teraplast S.A. ce cuprinde doua linii de extrudare cu o capacitate anuala de productie de 1.224 tone tevi PP. Productia de teava din polipropilena completeaza domeniul de utilizare a tevilor din PVC, pentru regimuri de utilizare la temperaturi de maxim 95°C si presiuni de cel mult 25 de bari. Echipamentele de productie sunt de provenienta germana si au fost puse in functiune in anii 1999 si 2005. Gradul de utilizare dat de productia efectiva de tevi PP realizata in anul 2006 a fost de 71%, situandu-se in intervalul maxim recomandat de specificatiile tehnice ale echipamentelor.

Sistemul de productie automatizat este utilizat si in fabricarea acestui tip de produse. Granulele de polipropilena si colorantul sunt dozate si amestecate pentru a fi plastificate, prin topire, si transformate in tubulatura prin intermediul liniilor de extrudare. Produsul finit, in forma si dimensiunea dorita, este obtinut prin racirea amestecului topit, in prealabil modelat cu ajutorul matritei. Etapele de finalizare a produsului constau in marcaj prin inscriptiune, taiere si atasarea mufei. Interventia operatorului uman apare, ca si la celelalte produse, doar in faza finala de ambalare. Procesul de productie al fittingurilor este similar cu cel al tevilor cu observatia ca, datorita numarului mare de repere fabricate, amestecul plastifiat este introdus intr-o diversitate de matrite ce inglobeaza si elementele de marcaj.

Fabrica de profile si granule din PVC

Fabrica de profile si granule din PVC este o entitate productiva a societatii Teraplast S.A. ce include douasprezece linii de extrudare cu o capacitate anuala de productie de 7.864 tone profile PVC si cinci granuloare cu o capacitate anuala maxima de productie de 14.688 tone granule PVC. Echipamentele sunt de provenienta italiana, germana si poloneza si au fost achizitionate si instalate intre anii 1996 si 2006. Gradul de utilizare dat de productia efectiva de profile PVC realizata in anul 2006 a fost de 59%, in conditiile in care plafonul maxim indicat de specificatiile tehnice ale echipamentelor de extrudare a tevilor din mase plastice este situat in intervalul 50 – 60%. Pe de alta parte, pentru un plafon maxim de 100% indicat de specificatiile tehnice pentru granuloare, gradul de utilizare al acestora pentru anul 2006 a fost de 79%.

In vederea confectionarii sistemelor de tamplarie termoizolanta, Grupul Teraplast produce exclusiv profile PVC de tip pentacameral. In ce priveste productia de profile avand ca destinatie amenajarile interioare si exterioare, gama de dotari si matrite permite obtinerea unei diversitati de produse, de la baghete decorative si profile pentru lambriuri, pana la profile cutate pentru acoperisuri. Profilele PVC sunt obtinute ca rezultat al unui proces de productie similar celui de fabricare al tubulaturii PVC, materia prima fiind extrudata prin intermediul sistemului automatizat in profile a caror calibrare este realizata prin vidare si racire graduala. Ulterior, pentru obtinerea dimensiunilor finale, operatorul manual masoara si stabileste lungimea de taiere. Cu ajutorul unui dispozitiv basculant, profilele astfel dimensionate sunt aduse in zona terminala a ambalarii manuale.

In functie de compozitia retetei, se pot obtine granule PVC plastificate (utilizate in izolarea cablurilor), semi-plastificate (pentru fabricarea talpilor de pantofi) sau rigide (destinate fabricarii tubulaturii). Materia prima principala este amestecata cu stabilizatori, carbonat de calciu, lubrifianti si coloranti, dozate prin intermediul liniei automatizate de dozare-malaxare. Amestecul astfel obtinut este omogenizat, preluat in buncare etanse si transferat in granuloare. In interiorul acestora, amestecul malaxat este plastifiat, omogenizat si extrudat sub forma de fire, pentru ca apoi instalatia de taiere sa furnizeze produsul finit – granulele, care sunt ambalate in saci de diverse capacitati.

Fabricile de geam si tamplarie termoizolanta

Fabrica de confectii a sistemelor de tamplarie termoizolanta este o entitate productiva ce apartine societatii Teraplast S.A. si este dotata cu o linie de productie de geam termoizolant avand o capacitate anuala de productie de 122.400 mp, precum si cu o linie de confectii de tamplarie termoizolanta cu o capacitate anuala de productie de 103.428 mp. Echipamentele de productie sunt de provenienta germana si au fost puse in functiune in anii 2004 si 2006. Activitatea de productie ferestre termoizolante se desfasoara in cicluri de 2 schimburi de 8 ore pe zi, timp de 255 zile pe an. Pentru producerea tamplariei termoizolante sunt utilizate profile pentacamerele din PVC, geam termoizolant si feronerie. Dintre acestea, componenta principala achizitionata de la producatorii specializati este sistemul de armatura si feronerie, profilele pentacamerele din PVC si geamul termoizolant fiind produse de catre Teraplast S.A.

In cazul productiei geamului termoizolant, foaia de sticla laminata este preluata automat pe linia de fabricatie si taiata in dimensiunile dorite, in timp ce pe o linie paralela se formeaza automat cadrele distantier din bagheta de aluminiu. Ulterior, in interiorul cadrului din aluminiu este introdusa o substanta absorbanta, iar pe foaia de sticla este aplicat un strat de butil pentru etansare si lipire. Asamblarea geamului termoizolant se face prin transportarea foilor de geam automat pe statia de montare a cadrului distantier. Acesta intra in masina de asamblare-presare unde este introdus gazul inert, este aplicat materialul de etansare pe intreg conturul geamului, dupa care geamul termoizolator este depozitat in stelaje.

Procesul de confectionare al sistemelor de tamplarie termoizolanta cu profile PVC pentacamere este semiautomat. Acesta consta in alimentarea manuala a liniilor de productie cu profile din PVC, armaturi si feronerie, echipamentele realizand imbinarea lor corespunzatoare. In functie de destinatia finala, cadrele sunt stocate ca produs finit si li se monteaza manual, cu ajutorul barelor de fixare, geamul termoizolant, astfel fiind livrabile ca produse finite de tamplarie termoizolanta (usi si ferestre).

Fabrica de teracota

Fabrica de cahle, sobe si seminee din teracota este una din primele entitati productive ale societatii Teraplast S.A. si este dotata cu o linie de preparare – presare – finisare – uscare cu o capacitate anuala de productie de 3.250 mii unitati echivalente si doua cuptoare de ardere puse in functiune in anii 1983 si 2000 si avand o capacitate de ardere totala anuala de 2.668 mii unitati echivalente. Productia efectiva de teracota la nivelul anului 2006 indica un grad de utilizare al cuptoarelor de ardere de 97%. In functie de nivelul comenzilor primite, cuptoarele de ardere a cahlelor de teracota functioneaza atat intermitent, intr-un ciclu de schimb de 8 ore pe zi, cat si continuu, in cicluri de 3 schimburi de 8 ore pe zi, timp de 255 zile pe an.

Procesul de productie al cahlelor de teracota este unul preponderent traditional. Cahlele de teracota sunt rezultatul unui proces tehnologic care presupune prepararea prin macinare a masei de baza constand intr-un amestec de argila refractara, nisip, caolin, frite ceramice, coloranti si pigmenti. Acest amestec formeaza prin umidifiere o pasta care prin uscare este transformata in calupuri. Dupa uscare, calupurile sunt fasonate si li se aplica un strat de glazura. Cea mai importanta faza a procesului de productie consta in arderea cahlelor in cele doua cuptoare (un cuptor microtunel cu functionare continua si un cuptor cu functionare intermitenta). Produsele finite astfel rezultate sunt sortate dupa aspect in categorii distincte de calitate.

Fabrica de tevi din PE

Fabrica de tevi din PE este entitatea productiva a societatii Politub S.R.L., ce dispune de trei linii de fabricatie de provenienta germana cu o capacitate anuala de productie de 8.000 tone. Linia de fabricatie este asistata de calculator pe intreg parcursul procesului de productie si este dotata cu aparatura ultrasonica ce masoara permanent, pe toata lungimea tevii, grosimea peretelui. Liniile de extrudare sunt deservite de instalatii auxiliare automate de uscare a granulelor si de racire a apei tehnologice. In plus, exista si un laborator de probe si incercari, dotat cu utilaje si aparatura informatizate, asigurand un control permanent asupra calitatii materiilor prime si produselor finite.

Procesul de productie este asemanator cu cel descris in cazul productiei de tevi din PVC si PP. Astfel, materia prima sub forma de granule de polietilena este absorbita din silozuri prin vacuumul creat de pompele de alimentare automate si transportata catre pâlniile de alimentare ale extruderelor. Materialul topit ajunge din matrița în calibror care are rolul de a da forma țevii. Aceasta trece prin baile de calibrare unde este racita treptat prin stropire si ajunge sub marcator care imprima datele specifice de identificare. Ulterior, teava intra în dispozitivul de taiere circulara care conform programarii facute anterior sectioneaza țeava la lungimea dorite. In final, tevilor sunt preluate si ambalate cu dopuri de protecție la capete și etichetate corespunzator pentru livrare.

Fabrica de panouri termoizolante de tip sandwich

Activitatea de productie a panourilor termoizolante cu miez de spuma poliuretanică a demarat in luna august a anului 2007 in cadrul societatii Plastsistem S.A. prin punerea in functiune unei linii automatizate de provenienta italiana, avand o capacitate anuala de productie situata in intervalul 1 – 1,5 mil. metri patrati in functie de tipo-dimensiunea produsului finit. Desi inceputa de curand, activitatea de productie de panouri termoizolante cu miez de spuma poliuretanică se desfasoara in prezent in 2 schimburi de 8 ore pe zi.

Pentru producerea panourilor termoizolante, materiile prime folosite sunt tabla zincata din otel destinata fetelor panoului, precum si o suma de cinci compusi chimici (izocianat, polioliol, aditiv, catalizator si pentan) ce intra in reteta miezului de spuma poliuretanică. Linia de productie este complet automatizata si este formata din instalatii de prelucrare a tablei (ce asigura desfasurarea si prelucrarea tablei pana la obtinerea a doua benzi profilate in forma dorita pentru panou), instalatii pentru obtinerea spumei poliuretanică si producerea panourilor termoizolante. In plus, linia este dotata cu instalatii de manipulare, stivuire si ambalare a produselor finite. Instalatiile pentru obtinerea spumei poliuretanică au rolul de a preincalzi foile de tabla si de a doza si omogeniza amestecul de compusi chimici. Acesta este uniform distribuit pe suprafata interioara a uneia dintre foile de tabla, sub influenta caldurii acesta expandandu-se intre cele doua fete ale panoului, formand miezul de spuma poliuretanică. In final, panoul termoizolant este debitat la lungimea stabilita si este transportat la dispozitivele de stivuire.

2.5 Sursele de materii prime

Principalele materii prime utilizate de Grupul Teraplast in activitatea de productie sunt reprezentate de suspensia de PVC, granulele de polipropilena, granulele de polietilena, tabla zincata si compusii chimici pentru spuma poliuretanică. Politica Emitentului in ce priveste aprovizionarea cu materii prime vizeaza incheierea de parteneriate strategice cu furnizori locali sau regionali de talie, avand capacitatea de a livra in termen si la standarde internationale de calitate, cantitatile solicitate. Mai mult, prin politica sa Grupul urmareste obtinerea raportului optim intre diversificarea portofoliului de furnizori si controlul costurilor cu materiile prime.

Suspensia de PVC reprezinta materia prima principala pentru producerea de tubulatura si profile, in prezent circa 97% din necesarul de productie al Grupului Teraplast fiind asigurat de producatorul local Olchim S.A. In acelasi timp, Emitentul isi completeaza necesarul de PVC prin achizitii de la o sursa alternativa, respectiv furnizorul regional BorsodChem Rt Ungaria. Astfel, facand parte dintr-un consortiu de cumparatori alaturi de Aliaxis si alte companii afiliate din

Europa, in anul 2007 Emitentul a incheiat cu BorsodChem Rt Ungaria un contract de furnizare de PVC cu livrare lunara.

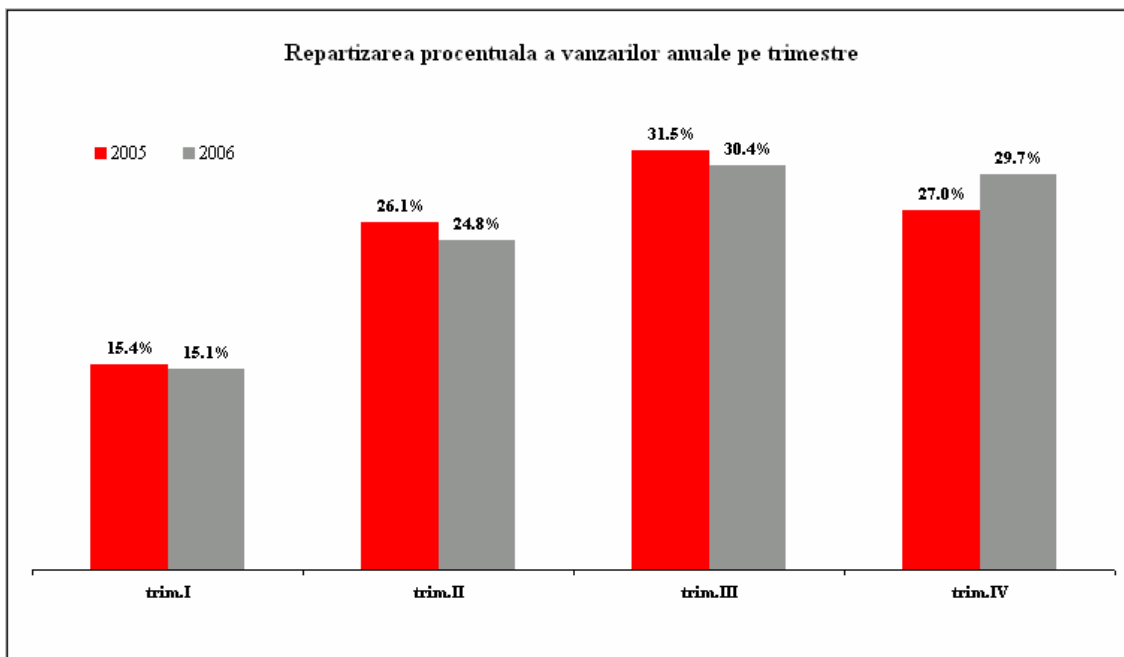
Polipropilena sub forma de granule reprezinta materia prima principala pentru producerea de tubulatura si este furnizata de catre Rompetrol Petrochemicals Constanta, partener strategic al Emitentului in decursul ultimilor ani. Totodata, Grupul Teraplast dispune de surse alternative de productie precum producatorii Borealis AG si Tisza Chemical Group Public Limited Company (TVK). Polietilena sub forma de granule este importata in principal din Ungaria, Austria, Belgia si Olanda, principalii furnizori fiind Plastrans Petrochemicals GmbH, Belucon N.V., Ineos Group si Sabc Europe B.V. care asigura peste 70% din necesarul de productie al societatii Politub S.R.L.

Pentru confectionarea tamplariei termoizolante, sistemele de armatura si feronerie sunt achizitionate integral de la producatorul german specializat ROTOX. Tabla zincata si compusii chimici utilizati in obtinerea spumei poliuretanic reprezinta materiile prime principale pentru fabricarea panourilor termoizolante de tip sandwich. Dintre acestea, tabla zincata este achizitionata in proportie de peste 80% de la producatorii Mittal Steel Polonia si Ferrum International Taiwan, in timp ce compusii chimici sunt furnizati de producatorul Huntsman Polyurethanes Olanda si de catre Mol Ungaria.

2.6 Distributia si vanzarea

Grupul Teraplast a creat un sistem de vanzari bazat pe o retea de depozite proprii deschise in orasele-cheie ale tarii, in timp ce capilaritatea distributiei este asigurata de partenerii din toata tara. In plus fata de acoperirea pietei interne, Grupul Teraplast realizeaza activitati de export atat pe piata Europei Centrale si de Est cat si pe piata Europei de Vest.

Avand in vedere faptul ca Grupul Teraplast activeaza pe piata materialelor de constructii, sezonabilitatea este un factor esential in evolutia lunara a vanzarilor. In plus, nivelul acestora evolueaza in legatura directa cu nivelul activitatii generale din sectorul constructiilor. Analiza vanzarilor lunare la nivelul anului 2006 releva faptul ca perioada cu varf de activitate este de aproximativ 6 luni si include lunile de vara si toamna, in special august, septembrie si octombrie. La polul opus iarna se inregistreaza activitatea cea mai redusa, in principal in lunile ianuarie si februarie.



Sursa: Teraplast S.A.

La nivelul anului 2006, structura vânzătorilor pe regiuni a relevat faptul ca principala piață a Grupului Teraplast este regiunea Ardealului care reprezinta o pondere de 47% in total vanzari, urmata de regiunile Bucuresti si Oltenia–Banat cu cate 12%. In acelasi timp, regiunea Moldova conteaza cu o pondere de 11% in totalul vanzarilor. Pentru a asigura o acoperire eficienta a acestor regiuni, Grupul Teraplast dispune de o flota de 64 de autoturisme si a dezvoltat un sistem de vanzari bazat pe centre logistice proprii de suprafata medie si mare, precum:

- Bistrita – centru logistic cu suprafata de 20.000 mp;
- Brasov – centru logistic cu suprafata de 11.400 mp;
- Bucuresti – centru logistic cu suprafata de 5.300 mp;
- Galati – centru logistic cu suprafata de 5.000 mp;
- Oradea – centru logistic cu suprafata de 3.000 mp;
- Constanta – centru logistic cu suprafata de 2.000 mp;
- Iasi – centru logistic cu suprafata de 1.800 mp.

Politica de distributie a Grupului Teraplast vizeaza in principal clientii specializati din domeniul instalatiilor si constructiilor, iar canalele de distributie specifice reflecta acest fapt:

- Vanzarile prin parteneri;
- Vanzarile prin contracte standard;
- Vanzarile catre clienti prelucratori;
- Vanzarile prin contracte – licitatii;
- Vanzarile prin contracte de export;
- Vanzari directe catre clienti ocazionali.

Vanzarile prin parteneri

Avand o pondere de 31% in total vanzari la nivelul primului semestru al anului 2007, acest canal continua sa reprezinte o componenta-cheie in strategia de distributie a Emitentului. In viziunea acestuia, partenerii sunt definiti drept clientii de talie mare cu care exista incheiate contracte de distributie pentru vanzari lunare de minim 50.000 de lei. In functie de specificul activitatii desfasurate, acestia pot fi impartiti in doua categorii:

- Lanturi de retail specializate cu acoperire nationala si depozite proprii precum Practiker, Dedeman, Ambient, Arabesque sau Baumax, care au rolul de a asigura disponibilitatea permanenta si in timp real a produselor Grupului Teraplast. La nivelul anului 2006, vanzarile prin intermediul lanturilor de retail specializate reprezentau aproximativ 11 % din totalul vanzarilor Grupului Teraplast. In acelasi timp, cel mai important lant de retail avea o pondere de circa 2% in cifra de afaceri a Grupului;
- Societati specializate din domeniul constructiilor si al materialelor de constructii, care au rol de distribuitori autorizati si ofera acoperire regionala sau nationala. In plus, acest canal de distributie prezinta avantajul important de a creste vizibilitatea Grupului prin adresarea directa catre clientul final. In prima jumatate a anului 2007, cel mai important client specializat din domeniul constructiilor detinea o pondere de 4% din vanzarile Grupului.

Parteneriatul cu distribuitorii are ca principale obiective, asigurarea unui volum minim lunar de achizitii, promovarea produselor si a marcii Teraplast, precum si contactul permanent cu piata, prin monitorizarea duratei de stationare a produselor in depozit sau pe raft. In acest fel, partenerul ofera Grupului Teraplast informatii esentiale despre evolutia pietei si a produselor, ce sunt utilizate mai departe in ajustarea corespunzatoare a productiei. In functie de grupele de produse distribuite, Emitentul aplica o politica unitara de discount-uri pentru partenerii sai, acestea fiind acordate in functie de volumele vandute anual sau trimestrial, publicitate si reclama comuna sau plata la termen a facturilor.

Vanzarile prin contracte standard

Prin politica actuala de distributie si vanzare, Emitentul urmareste constant echilibrarea portofoliului de clienti si limitarea riscului de dependenta fata de un numar redus de clienti mari. In acest sens, ponderea contractelor standard in totalul vanzarilor Grupului a crescut constant catre un nivel comparabil cu cel inregistrat de ponderea contractelor de distributie prin parteneri. Astfel, la nivelul primului semestru al anului 2007 vanzarile prin contracte standard detineau o pondere de 28% in totalul vanzarilor realizate de Emitent. Aceasta pondere corespunde unui numar de peste 2.600 contracte standard incheiate in primele 6 luni ale anului 2007.

Contractele standard sunt incheiate cu clientii care realizeaza lunar achizitii de minim 5.000 lei si contin o anexa speciala de preturi care se refera la o anumita lucrare si sunt valabile pe o perioada determinata. Acesti clienti sunt in principal reprezentati de firmele locale de instalatii si constructii.

Vanzarile prin contracte cu clienti prelucratori

Acest segment detinea la nivelul semestrului I al anului 2007 o pondere de 15% in totalul vanzarilor Emitentului, fiind reprezentat de companiile producatoare care folosesc in procesul de fabricatie granulele din PVC produse de societatea Teraplast S.A. ca materie prima. Printre cei mai importanti clienti prelucratori ai Grupului Teraplast se afla societati de prim rang precum Iproeb S.A. Bistrita, Electroplast S.A., Romcab S.A. Targu Mures, sau RCB 97 S.A. Bistrita. La sfarsitul anului 2006, numarul contractelor cu clientii prelucratori se ridica la aproximativ 50, cel mai important client detinand o cota de pana la 6% din vanzarile Grupului Teraplast.

Vanzarile prin contracte – licitatii

Emitentul incheie contracte de furnizare cu antreprenorii care participa la licitatiile pentru lucrari de constructii si in functie de specificul activitatii acestor clienti, pretul si conditiile de livrare sunt adaptate la lucrarea licitata. Fiecare contract este incheiat pe o perioada determinata si contine o anexa de preturi negociata in functie de volumul produselor livrate. La nivelul primului semestru al anului 2007, ponderea acestui canal in totalul vanzarilor Emitentului era de 16%. In contextul cresterii sumelor alocate de la bugetul de stat si prin fondurile structurale pentru finantarea lucrarilor de imbunatatire a infrastructurii de apa potabila si canalizare, ponderea contractelor de licitatii se constituie intr-o importanta componenta a afacerilor Grupului Teraplast.

Printre clientii incadrati in aceasta categorie se regasesc furnizorii de utilitati – regii autonome de apa-canal si gaz, precum si numeroase firme de constructii. Grupul Teraplast a avut pana in prezent contracte de licitatie incheiate cu ApaNova Bucuresti (canalizarea municipiului Bucuresti), Hidroconstructia S.A. Bucuresti (canalizarea municipiului Craiova), Sade France C.G.T.H. (canalizarea municipiului Cluj-Napoca), Distrigaz Sud S.A., R.A.J.A. AquaBis (Regia Autonoma de distributie a apei Bistrita), Grup 4 Instalatii S.A. Cluj (canalizarea orasului Turnu Rosu), Scamoter S.A. Italia (canalizarea orasului Focsani). La nivelul primului semestru al anului 2007, numarul contractelor de licitatie se ridica la 212, pentru aceeasi perioada ponderea celui mai important client in totalul vanzarilor Grupului ridicandu-se la aproximativ 1%.

Vanzarile prin contracte de export

Vanzarile prin contracte la export reprezentau la nivelul semestrului I al anului 2007 o pondere de 7% in totalul vanzarilor Emitentului. Acesta realizeaza cea mai mare parte a activitatii de export in tarile din regiune cum sunt Ungaria, Republica Moldova, Bulgaria si Serbia. De asemenea Grupul exporta si in alte tari europene precum Italia, Franta, Austria, Germania, Slovenia, Cehia si Slovacia.

Vanzari directe catre clienti ocazionali

Vanzarile directe catre clientii ocazionali sunt reprezentate de contractele spot, care in primul semestru al anului 2007 detineau o pondere de 3% din totalul vanzarilor Emitentului. Ponderea acestora este in scadere, intrucat politica de distributie si vanzare a Grupului Teraplast este centrata pe segmentele clientilor parteneri si a contractelor standard. La sfarsitul anului 2006, Grupul Teraplast incheiasa un numar de 86 de contracte de export, in crestere cu aproape 32% fata de anul precedent.

2.7 Relocarea facilitatilor de productie

Urmare a dezvoltarii graduale a afacerilor realizata pe parcursul a aproape 18 ani de activitate, facilitatile productive si de depozitare ale Grupului Teraplast functioneaza in prezent in locatii relativ distincte, situate in zona intravilana a orasului Bistrita. Acest fapt atrage dupa sine atat dificultati de natura operationala, legate de activitatile curente de aprovizionare, distributie si administrare, cat si probleme majore de ordin strategic, privind conformitatea cu normele de mediu sau limitarea unor dezvoltari ulterioare ale activitatilor Emitentului in functie de evolutia pietelor relevante.

Analizand toate aceste aspecte, Grupul Teraplast a conceput si demarat in anul 2007 un amplu proces de relocare a facilitatilor sale intr-un amplasament situat in afara orasului Bistrita. Astfel, cu exceptia fabricii de teracota si a celei de tamplarie cu geam termoizolant Orizont Bistrita, toate celelalte entitati productive, inclusiv cea detinuta de societatea Politub S.R.L. urmeaza a fi relocalate si integrate intr-un parc industrial. Avand o suprafata totala proiectata de aproape 20 de hectare, acest parc industrial este dezvoltat in localitatea Saratel, situata la circa 10 km distanta de orasul Bistrita. In prezent, in aceasta locatie isi desfasoara deja activitatea producatorul de panouri termoizolante cu miez de spuma poliuretunica Plastsistem S.A.

Preconizat sa se incheie pana la sfarsitul anului 2008, procesul de relocare al facilitatilor Grupului Teraplast prezinta cateva avantaje operationale si strategice majore, cum sunt:

- realizarea unor economii de scala semnificative prin concentrarea activitatilor intr-o locatie unica, avand ca efect imediat reducerea costurilor administrative si logistice;
- obtinerea unor castiguri de eficienta importante prin optimizarea fluxurilor de productie si integrarea activitatilor de aprovizionare si distributie;
- marirea capacitatilor de productie prin achizitionarea de utilaje si echipamente de ultima generatie precum si crearea premiselor pentru dezvoltarea viitoare a unor linii de activitate in functie de evolutiile pietelor relevante;
- eliberarea unui teren intravilan avand o suprafata de circa 5,5 hectare, amplasat la circa 1,2 km de zona centrala a orasului Bistrita si beneficiind de acces la drum european si drum de centura si de racorduri la sistemele de apa, canalizare, gaz si electricitate. Cum pozitia geografica face dificila extinderea acestui oras, acest activ incorporeaza in prezent un insemnat potential de valorificare pe segmentul rezidential.

Tinand cont de particularitatile proceselor de productie descrise mai devreme ce presupun linii automatizate si autonome necesitand minima interventie din partea operatorilor, rezulta ca procesul de relocare a facilitatilor nu implica riscuri operationale majore.

2.8 Avantajele competitive ale Emitentului

In urmarirea obiectivului strategic, Grupul Teraplast beneficiaza de un număr de avantaje competitive, cum sunt:

- **Dimensiunea afacerii**, tradusa in volumele importante de produse distribuite catre clienti. Acest avantaj conduce la realizarea de economii de scala si asigura puterea de negociere a Emitentului în relația cu clientii si furnizorii;
- **Diversitatea portofoliului de produse** oferite clientilor, reprezentate printr-o gama larga de tevi, fittinguri si tubulatura pentru canalizare interioara si exterioara, transport si distributie apa potabila, fluide industriale si apa calda, transport si distributie apa, gaz, sau protectie cabluri de telecomunicatii;
- **Acoperirea nationala** reprezentata de rețeaua de distributie prin centrele logistice amplasate in Bistrita, Bucuresti, Constanta, Brasov, Galati, Iasi si Oradea. Acesta reprezinta un avantaj competitiv major fata de concurenti, data fiind importanta componentei cost de transport in costul final al produselor;
- **Facilitatile moderne de productie** ce includ tehnologie de ultima ora si care, datorita proceselor automatizate de productie contribuie la mentinerea constanta a standardelor de calitate si obtinerea cantitatilor programate, cu costuri reduse de operare, consum, intretinere si reparatii. Acest fapt permite Emitentului cresterea volumelor in conditiile conservarii marjelor;
- **Calitatea premium** a produselor oferite de Emitent, certificata in conformitate cu SR EN ISO 9001:2000 de catre TUV CERT Suddeutchnland pentru usi, ferestre si profile PVC. In plus, compania urmareste obiectivele Managementului Calitatii Totale TQM. Grupul Teraplast dispune de doua laboratoare autorizate si certificate RENAR dotate cu aparatura moderna in cadrul carora sunt efectuate toate testele de laborator impuse de standardele europene. Mai mult, incepand cu anul 2003 a fost creat in cadrul Grupului un Centru de Cercetare care are in program proiectarea produselor noi si pregatirea documentatiei pentru introducerea in fabricatie a produselor de concepie proprie sau sub licenta.
- **Sistemul de management** al informatiei SAP, implementat de Emitent in urma cu aproximativ 4 ani si care permite monitorizarea fluxurilor in timp real si gestiunea eficienta a resurselor companiei;
- **Personalul** redus numeric si bine instruit, avand intr-o proportie de circa 30% studii superioare si rata redusa de fluctuatie.

2.9 Strategia Emitentului

Avand in prezent o pozitie competitiva consolidata in domeniul sau de activitate, Grupul Teraplast urmareste sa devina **cel mai mare furnizor de solutii si sisteme integrate in domeniul instalatiilor si constructiilor din Romania**. Extinderea ariei de distributie, imbunatatirea continua a calitatii si imbogatirea portofoliului prin lansarea de produse inovatoare, reprezinta mijloacele considerate de Emitent pentru realizarea strategiei propuse. In acelasi timp, infrastructura de apa si canalizare mai putin dezvoltata in Romania decat in alte tari din regiune si expansiunea fara precedent a pietei locale a constructiilor, constituie in prezent un context favorabil atingerii acestui obiectiv strategic. Analizand situatia acestuia la momentul de fata, se poate observa ca din punct de vedere geografic, Emitentul activeaza pe doua tipuri de piete:

- O piata de proximitate, situata pe o raza de cateva sute de km in jurul centrului de productie. Acest tip de piata corespunde produselor de tip tubulatura din materiale plastice si panourilor termoizolante cu spuma poliuretanică, pentru care indicele de valoare pe volumul transportat este unul redus. In consecinta, pentru aceste categorii de produse, costul de transport pe kg escaladeaza rapid odata cu distanta, facand ineficienta distributia produselor respective dincolo de o anumita distanta in jurul punctului de productie;
- O piata regionala, situata pe o raza mult mai mare in jurul centrului de productie. Acest tip de piata este aplicabil profilelor PVC pentru ferestre, in cazul carora indicele de valoare pe volumul transportat este unul ridicat. In consecinta, costul de transport pe kg creste lent odata cu distanta, ceea ce permite distributia eficienta a acestor produse chiar la distante mari de centrul de productie.

In cazul produselor care tintesc piata de proximitate, strategia Emitentului este sa isi mareasca sau consolideze cota de piata astfel incat sa fructifice economiile de scala ale unei productii de mari volum si, in acest mod, sa isi poata conserva marjele de profit pe termen lung. O prezenta puternica pe piata relevanta are de asemenea avantajul strategic de a descuraja intrarea unor noi jucatori, datorita faptului ca devine dificila construirea unor volume de vanzari care sa justifice amplasarea unor capacitati de productie in cuprinsul pietei relevante.

Piata tubulaturii din materiale plastice este o piata in mare masura consolidata, iar Emitentul este unul din liderii de piata. Din acest motiv, obiectivele strategice in domeniul tubulaturii sunt **dezvoltarea capacitatii de productie** pentru a tine pasul cu cresterea pietei, **cresterea cotei de piata** in anumite segmente de produs si **diversificarea gamei de productie**. Pe de alta parte, piata panourilor termoizolante cu spuma poliuretanică este puternic dominata de produsele importate, care au un dezavantaj competitiv substantial datorita distantei fata de punctul de productie. In acest caz, obiectivul strategic al Emitentului este **sa ajunga unul din primii cinci jucatori pe piata panourilor termoizolante**, capitalizand avantajul de cost al productiei locale.

In cazul profilelor de tamplarie din PVC, strategia Emitentului este sa integreze productia proprie de profile cu prelucrarea acestora in ferestre. In consecinta, vanzarile de profile de tamplarie catre procesatori reprezinta o mica parte din productia de profile de tamplarie, restul fiind prelucrat si vandut sub forma de tamplarie PVC, cu o valoare adaugata mult mai mare.

Ritmul de crestere a pietei constructiilor si materialelor de constructii inregistrat in ultimii ani, reprezinta pentru Grupul Teraplast factorul–cheie pentru dezvoltarea propriului sistem de distributie care, prin cele sapte depozite teritoriale asigura aprovizionarea in timp real a tuturor clientilor si partenerilor. Pentru urmatorii ani, Emitentul isi propune sa continue programul de extindere a ariei de distributie catre acele zone din tara unde au fost identificate oportunitati semnificative de crestere economica. De asemenea, avand in vedere ponderea importanta a afacerilor realizate cu lanturile de retail cu acoperire nationala si firmele specializate in domeniul instalatiilor, constructiilor si al materialelor de constructii, Grupul Teraplast urmareste consolidarea si dezvoltarea pozitiei actuale pe acest segment de clientela.

Aceasta strategie poate fi realizata doar in conditiile **mentinerii permanente a paritatii de productivitate** cu ceilalti jucatori din industrie, atat din tara cat si din strainatate. Din acest motiv, Emitentul isi propune sa investeasca in permanenta in echipamentele moderne, care permit o productivitate comparabila cu cei mai avansati jucatori din domeniu. Astfel, alaturi de prezenta teritoriala omogena, care in segmentul instalatiilor si al materialelor de constructii se constituie intr–un avantaj competitiv major, experienta si masa critica sunt factori care contribuie decisiv la prezervarea pozitiei in piata fata de concurenta manifestata din partea altor producatori interni si internationali. In acest sens, Grupul Teraplast vizeaza dezvoltarea activitatii de productie concomitent cu imbunatatirea eficientei operationale si reducerea costurilor de productie prin programul de relocare a actualelor facilitati de productie aflate in orasul Bistrita, in complexul de la Saratel. Demarat in anul 2007, acest program prevede si investitii in extinderea si modernizarea capacitatilor de productie.

Nu in ultimul rand, vanzarea unei game de produse atat de diversificata depinde de crearea unei baze diversificate de clienti. Emitentul isi propune intarirea relatiilor cu clientii actuali (distribuitori, mari lanturi de magazine si firme de constructii) si cresterea numarului acestora, in conditiile gestionarii atente a expunerii maxime pe un client. In acelasi timp, pentru a veni in intampinarea nevoilor clientilor sai, Grupul Teraplast isi completeaza portofoliul de produse cu componente de sistem apartinand altor producatori.

Astfel, concentrandu–se in principal pe parteneriatul cu marii clienti specializati in domeniul instalatiilor, constructiilor si al materialelor de constructii, Emitentul a lansat si va dezvolta in viitor conceptul de “sistem”. Acesta reprezinta reorganizarea portofoliului pe game de produse complementare cu specializare si destinatie unica (scurgere, canalizare, aductiune, instalatie electrica, sisteme de incalzire si ferestre), oferind astfel solutii complete si sisteme integrate clientilor sai. In plus, Grupul Teraplast are in vedere ridicarea standardelor pentru produsele din domeniul instalatiilor, constructiilor si al materialelor de constructii, prin lansarea de solutii si sisteme de instalatii si constructie inovatoare. Mai mult, pentru a beneficia de anumite discounturi de volum la principalele materii prime achizitionate, Emitentul isi propune mentinerea in continuare a unui furnizor principal pentru fiecare din materiile prime principale, cultivand insa in permanenta surse de aprovizionare alternative.