



Joi, 9 iulie 2020, nr. 128 (6662),

4 pagini



■ Piatraonline în cifre
PAGINA 2

■ Mariana Constantinescu-Brădescu - femeia care face
carieră din piatră
PAGINA 3

PIATRAONLINE

◆ SUPPLEMENT BURSA ◆

BURSA
ZIARUL OAMENILOR DE AFACERI

”Un proiect cu piatră naturală se consideră de lux”

(Interviu cu Mariana Constantinescu-Brădescu, Managing Partner Piatraonline)



Mariana Constantinescu-Brădescu:
"80 milioane euro -
piața pietrei naturale, în 2018"

Reporter: Cum a evoluat piața pietrei naturale de la noi din țară?

Mariana Constantinescu-Brădescu: Este încă un domeniu destul de exotic și de nișat. Nu ne putem compara cu țări precum Italia, Grecia, Spania, Franța - ce au o predicție aparte pentru piatră naturală, țări în care simpla existență a pietrei naturale într-un proiect este un plus de valoare sau chiar o dovadă de educație. În România am învățat, în ultimii zece ani, că există o piață largă de pietre naturale, nu doar granit, ceea ce a

deschis „ușile” către amenajări spectaculoase și mixuri senzaționale de materiale naturale. Încă învățăm, este nevoie de foarte multă informație în piață, este nevoie ca fiecare furnizor din piață să educe piața în care activează, să dăm informații relevante și inspiraționale consumatorilor noștri.

Totuși, am observat din ce în ce mai mult o separare a proiectelor din acest punct de vedere: un proiect cu piatră naturală se consideră un proiect de lux, iar un proiect în care piatră naturală lip-

sește pierde din valoarea de piață.

Reporter: Care sunt tendințele din domeniu?

Mariana Constantinescu-Brădescu: Tendințele se dau, cumva, la nivel internațional și, în primul rând, ne ghidăm totuși cei din segmentul design/arhitectură după ceea ce anunță Pantone la început de an, iar în plan secundar ne ghidăm după ceea ce se anunță la târgurile de profil ce au un cuvânt de spus la nivel internațional. Acolo de obicei se simt produsele noi pentru următorul an,

mixajele de materiale pe care le propun furnizorii și pe ce se pune accent. Totuși, fiecare țară are un specific și România nu este diferită din acest punct de vedere: avem o tendință clar spre stilul mediteranean (ne plac culorile deschise, mixaje de nuanțe de crem și maro, spații cât mai aerisite).

Reporter: Care este valoarea pieței de piatră naturală?

Mariana Constantinescu-Brădescu: La nivelul anului 2018, rapoartele noastre de piață indică faptul că în România

pieța pietrei naturale ajungea la 80 de milioane de euro.

Reporter: Cum a evoluat activitatea companiei, în ultimul an?

Mariana Constantinescu-Brădescu: Anul 2019 a fost un an plin de activitate, de proiecte noi lansate și de provocări. Ne-am atins obiectivele setate pentru 2019 și am pregătit terenul pentru un 2020 cu provocări mai mari, însă nu știm cât de mari vor fi acele provocări odată cu pandemia de Covid 19. În 2019 am lansat un nou departament, cel

de B2B, un departament dedicat profesionistilor din domeniu, care are ca obiectiv să aducă un plus de valoare în piața de construcții din România și în maxim un an de zile să devină un reper de profesionalism și transparență într-o piață care încă nu este complet fiscalizată, din informațiile deținute de către compania noastră.

A CONSEMNAT
EMILIA OLESCU
(continuare în pagina 3)

Piatraonline - de la momentul zero până în prezent

Afacerea Piatraonline a fost demarată în urmă cu 13 ani, „în momentul în care oamenii și-au doborât barierele, deci graniții și lucrări publice”, așa cum povestește Mariana Constantinescu-Brădescu, managing partner al companiei, citată de New Money. Domnia sa spune că, în condițiile în care, în acea perioadă, piatră mergea în mare parte către zona de lucrări publice, misiunea pe care o avea era să educe oamenii să apeleze la acest tip de produs și în cazul investițiilor private.

La momentul respectiv, prețurile din sector erau nejustificate, conform aprecierilor doamnei Brădescu. În domeniul imobiliar, de exemplu, terenul care se vindea cu peste 1.000 de euro/mp, după spargerea bulei. Se creșea, practic, un mediu speculativ care a caracterizat businessul românesc de

după 1990. Soții Constantinescu și-au adaptat afacerea la cerințele pieței. Ei spun că nu au intrat pe un teren chiar neatinț de nimeni până atunci, întrucât exista un istoric al pieței, în sensul că erau destule clădiri publice decorate cu marmură de Rușchița sau cu travertin române.

Nevoia de a educa publicul a generat o campanie susținută de marketing, diferențiată făcând-o travertinul, care, anul trecut, reprezenta aproximativ 55-60% din vânzările companiei. Piatraonline s-a orientat, inițial, în special pe sistemul business to customer (B2C), lucrând direct cu persoane fizice, treptat orientându-se și către business to business (B2B), livrând astfel produse către proiecte inițiate de dezvoltatori. În perioada 2012-2013, oamenii au început să simtă valoarea pietrei, iar din 2017 unii dintre clienți au trecut la un alt nivel și au apelat la arhitecți pentru

zona de amenajări.

Piatraonline a început din zona de online, dar și cu un magazin de circa 200 de metri pătrați. În 2013, suprafața a crescut la 1.000 de metri pătrați, după o investiție de 300.000 de euro, investițiile crescând, ulterior, cu încă 700.000 de euro, potrivit presei. Piatraonline a început să adauge valoare afacerilor sale după deschiderea unei linii de producție în 2014, la sediul din București.

În ultimii ani, franciza Piatraonline a fost cel mai mare proiect al companiei. Doamna Constantinescu-Brădescu ne-a precizat, anul trecut: „A fost un proiect foarte interesant, dar istovitor, pentru că trebuie să analizezi fiecare acțiune pe care o faci și să înțelegi de ce o faci, în ce interval, cum transformi afacerea într-o regulă.

E.O.

(continuare în pagina 2)

DEȘI, PER ANSAMBLU, SECTORUL PARE DESTUL DE AGLOMERAT

Piața pietrei naturale se rezumă la circa 15 jucători mari

Sectorul construcțiilor nu a scăpat neatinț de criza produsă de Coronavirus, după cum susțin specialiștii din domeniu. Activitatea din aceste segmente a încetinit și urmează să frâneze și mai mult, chiar după terminarea crizei, apreciază experții consultați de noi.

Implicațiile sociale și efectele pandemiei asupra pieței construcțiilor ar putea fi resimțite și în anii următori, deoarece vor avea loc schimbări semnificative asupra modului de a trăi și de a lucra, apreciază sursele citate.

În opinia lui Cristian Erbașu, președintele Federației Patronatelor Societăților din Construcții, problema forței de muncă nu se va soluționa în

perioada care urmează.

Domnia sa ne-a explicat: „Totuși spun că se va soluționa în parte sau total problema forței de muncă, pentru că au venit foarte mulți români care lucrează în afara țării. Nu este adevărat că ar fi venit foarte mulți muncitori din construcții, în această perioadă. Cei mai buni nu au venit, iar cei care au venit este posibil să vrea să plece înapoi, dacă nu vor găsi de lucru în România, dar vor primi de lucru în afară. Este o problemă de supraviețuire. Au venit cei care lucrează zilieri, la negru, care nu sunt cei mai calificați dintre lucrătorii români plecați în vestul Europei. Trebuie subliniat că privatul, în perioada următoare, probabil că va fi extrem de reticent și prudent

în a investi în orice fel de lucrări, inclusiv în imobiliare”.

În acest context, perspectivele sunt destul de sumbre, preconizează domnia sa, adăugând: „Epidemiologii spun că în toamnă vom mai avea un val de virus, nu la fel de important ca acesta. Este foarte important cum va reporni, ulterior, economia. Perspectivele sunt destul de negre, mai ales în contextul în care o parte din proiectele imobiliare s-au oprit. Criza din 2008 a schimbat comportamente. Și această criză va schimba comportamente, dar tabloul va fi altul, după terminarea ei”.

E.O.

(continuare în pagina 2)