

De la IT, la strălucirea aluminiului

CLAUDIA ARITON

A pornit de la o mică afacere proprie în domeniul IT, pentru ca astăzi, Michail Sotiriou, President & CEO, Alumil Rom Industry, să culegă laurii strategiilor implementate în industria produselor din aluminiu.

Declarându-se o persoană care nu se teme să-și asume riscuri, Sotiriou a contribuit la creșterea companiei de la un depozit și 6 angajați în 1997, la un lider pe piața profilelor din aluminiu, cu 23 de depozite în toată țara, 360 de angajați și importuri în valoare de 25 de milioane de euro anual.

Atractivitatea pieței a reprezentat motivul central care a stat la baza intrării Alumil Rom Industry, câștigătoare premiului "Most Admired Company", în cadrul evenimentului BBW Greek Awards for Excellence 2008, în România, ca parte integrată a grupului Alumil, cu sediul în nordul Greciei. Cu toate acestea, așa cum a explicat președintele companiei în cadrul unui interviu acordat în exclusivitate BBW, "în perioada

clienților într-un timp mult mai scurt, "său chiar pe loc, direct din camion". Depozitul pe care compania îl deținea la Slatina, "locația tradițională pentru producția aluminiului", avea 600 mp și acoperea o cerere tot mai mare venită din partea unei piețe interesate de domeniul construcțiilor.

Expansiunea companiei prin deschiderea de noi depozite și diversificarea portofoliului de produse, dar și de clienți, a continuat, și în 1997 Alumil Rom Industry achiziționează o clădire din fostul ansamblu Vulcan pentru suma de 2 milioane euro. "Planul nostru a fost acela de a acoperi nevoile clienților noștri pentru produsele Alumil, și în urma unor analize de piață am deschis câte un depozit la fiecare două luni de-a lungul activității companiei. Pentru acest an, dorim să mai inaugurăm încă două sau trei depozite, poate în orașele Oradea, Arad sau Piatra Neamț", a explicat Sotiriou, care este posesorul unei interesante colecții de

radio-uri vechi. Președintele a explicat apoi că din cele 23 de depozite pe care compania le coordonează în prezent, șase sunt construite de Alumil ca investiții greenfield, restul fiind închiriate. "Alumil a investit aproximativ 10 milioane de euro în România până acum", a

atins valoarea de 14,15 milioane lei.

Dintre produsele Alumil oferite clienților, profilele cu barieră termică și o parte a accesoriilor din aluminiu sunt fabricate în România, în timp ce procedura de vopsire a profilelor are loc tot aici, celelalte produse fiind importate; volumul importurilor companiei în România se situează la circa 4.500 de tone anual, iar în ceea ce privește vânzările de produse, Sotiriou a declarat că anticipează o creștere a acestora de 15% în acest an. "Până în urmă cu câțiva ani, pro-



fotografie: Nicu Dima

NUME: Michail Sotiriou

FUNCȚIE: President & CEO

COMPANIE: Alumil Rom Industry

1996-1997, am avut de luptat cu mentalitatea cu care consumatorii de pe această piață deja se obișnuiseră, potrivit căreia produsele cu cea mai înaltă calitate din domeniul pe care activăm erau cele italiene sau germane. Prin inovație, calitatea produselor și grija pe care compania o are față de client am reușit să schimbăm această mentalitate și să creștem pe piața din România".

Compania a debutat pe piață implicându-se în dezvoltarea unui proiect imobiliar în Constanta, format din spații de birouri și locuințe. Diferența pe care a adus-o pe piață însă a constat în stabilirea unei strategii favorabile clienților de a pune bazele unui depozit suficient de spațios pentru a găzdui majoritatea produselor pe care aceștia le-ar fi solicitat. Astfel, în timp ce multe alte companii își alocu o perioadă mai mare pentru livrarea comenzilor, Alumil Rom Industry livra produsele

"În perioada 1996-1997, am avut de luptat cu mentalitatea cu care consumatorii de pe această piață deja se obișnuiseră, potrivit căreia produsele cu cea mai înaltă calitate din domeniul pe care activăm erau cele italiene sau germane. Prin inovație, calitatea produselor și grija pe care compania o are față de client am reușit să schimbăm această mentalitate și să creștem pe piața din România".

arătat acesta.

În condițiile unei concurențe acerbe, în special după aderarea la UE, și explozia imobiliară de pe piața românească, compania și-a diversificat în timp portofoliul de produse, ajungând la circa 40 de serii de profile. "Produsele noastre se remarcă prin calitate, lucru demonstrat de faptul că sunt testate și certificate de către institutul IFT Rosenheim din Germania, conform unei politici stabilite de grupul Alumil din Grecia. Aceste operațiuni de testare și certificare fac parte constant din planurile noastre de investiție. Astfel, anual introducem în jur de două noi produse în oferta noastră", a declarat președintele, născut la Kastoria, în Grecia. Acesta a mai menționat că 66% din cifra de afaceri este reprezentată de profilele de aluminiu, restul reprezentând accesorii și alte produse auxiliare. Cifra de afaceri a companiei a ajuns la 110,38 milioane de lei în 2007, în timp ce profitul net a

filele de aluminiu erau în general folosite în construcția de clădiri de birouri. Însă dezvoltarea susținută a segmentului rezidențial, apariția unor jucători importanți pe piață în acest domeniu și dorința de a oferi clientului ce e mai bun, au condus la intensificarea cererii pentru profile de aluminiu și în sectorul construcției de locuințe. Aceste solicitări au stat la baza unor colaborări pe care le avem prin intermediul clienților noștri pentru dezvoltarea unor ansambluri rezidențiale de amploare, dintre care pot numi InCity și Green Lake", a explicat Sotiriou.

Portofoliul total de clienți ai companiei depășește în prezent 4.500, dintre care 300 reprezintă "clienți puternici, cu care dezvoltăm o colaborare durabilă". Cele mai importante instituții bancare din România, precum Alpha Bank, ING Bank, Banca Transilvania și BRD, au folosit profile Alumil la realizarea noilor agenții deschise în ultimii ani.

BBW Most
Admired
Businesswomen
2008

in partnership with



Carrefour



Monday, March 10, 2008

women mean business

BBW will recognize the leading business women and shine a light on their achievements in business. Category winners will be presented with awards at a special gala event.

Categories considered:

Lifetime Achievement Award - for providing a long-time model of excellence in business.

Best Entrepreneur - for creativity, organization and persistence in creating a successful company.

Leading Corporate Executive (non business owner) - for passionately supporting and mentoring employees within a company.

Most Admired Young Businesswoman Award - for achieving success and recognition with in the business environment.

The top women in each category above will be profiled in the commemorative special issue of BBW, which will be distributed to thousands of leading business owners and managers across the country.

For participation details contact BBW at events@bbw.ro

Cu toate că acoperă majoritatea orașelor importante ale României, și aprovizionează și subsidiara din Republica Moldova, Alumil Rom Industry și-a stabilit un plan solid de investiții ce acoperă perioada 2007-2008, în urma căruia va investi o sumă de 7 milioane de euro. "Vom construi

un centru logistic în Filipești ce va ocupa 14.000 mp. Deja am obținut terenul, a cărui suprafață totală ajunge la 50.000 mp. Țelul nostru principal este acela de a transforma România într-un hub al regiunii, care ar putea aproviziona chiar toate cele 24 de țări în care grupul are reprezentanțe", a

dezvăluit Sotiriou. În plus, compania va îmbogăți oferta cu noi linii de profile.

Ascensiunea companiei pe piața până la a ajunge lider în domeniul în care își desfășoară activitatea s-a datorat, conform declarației președintelui, "echipei puternice centrată către obținerea de rezultate deosebite. Am pornit cu 5-6 persoane care lucrau într-un birou mic din București pentru a ajunge la 360 de angajați, cu toții români. Sunt foarte mândru de echipa pe care am reușit să o creăm, îmi place să contribuie la îmbunătățirea capacităților acestei echipe iar scopul meu este acela de a implementa managementul performanței", a afirmat Sotiriou, care anterior poziției actuale a deținut propria companie, numită SMM, prin intermediul căreia, în 1994, vindea computere în România. "Am studiat matematică și dețin o specializare în calculatoare", a explicat acesta. "România mi-a plăcut de la bun început, prin faptul că este similară cu locul de unde provin - Grecia. Avem tradiții și atașament față de familie foarte asemănătoare". Nu doar românii l-au cucerit pe Sotiriou, ci și vinul roșu, preferând adesea în timpul liber un pahar de Fetească Neagră în compania prietenilor.



Un colecționar pasionat: radiourile cu o istorie în spate conferă originalitate biroului său din București

Favorite:

Țară: Thailanda

Mâncare: Peștele

Restaurant din București:

Casa di David

Mașină condusă: Toyota Land

Cruiser, însă marca sa preferată este Mercedes

Hobby: Colecționarea

radiourilor vechi, vinul bun băut în compania prietenilor

Muzică: Grecească

Băutură: Vinul de calitate

Zodie: Taur

Ultima vacanță: Iarna aceasta, în Thailanda

Data și locul nașterii: 24 aprilie 1958, Zouzouli, Kastoria