

S.C. ECOFIRE S.R.L.
(fabricarea de brichete de rumegus)

1. Prezentarea societății

Ecofire este o companie care-si propune exploatarea unei piete libere in acest moment in Romania. Tipul de activitate ce si-l propune compania are pe langa componenta economica si un dublu caracter ecologic. Produsul ce va fi fabricat de Ecofire inlocuieste cu mare succes lemnul de foc utilizat pe scara larga in Romania, avand o putere calorica sporita si posibilitati sporite de stocare pe de o parte, iar pe de alta parte rezolva problema deseurilor de rumegus rezultate din activitățile de prelucrare a lemnului (gateri, fabrici de mobila, ateliere de tâmplărie etc.) deseuri deosebit de periculoase pentru mediul înconjurător.

Succesul acestui tip de activitate este asigurat de mai multi factori: premiera pe piata romaneasca, cantitatea foarte mare de materie prima, cererea de combustibil solid utilizat atat in consumul casnic cat și în cel industrial.

2. Produsul

Brichetele de rumegus sunt realizate prin presarea rumegusului rezidual utilizat in procesul tehnologic de prelucrare a lemnului cu adaos de liant anorganic. Acestea pot inlocui cu succes lemnul de foc dar si alti combustibili datorita puterii calorice superioare si a costului mult mai scazut. Acest produs se adreseaza atat consumatorului casnic cat si celui industrial, in aceasta din urma grupa incadrându-se fabricile de caramida, microtermocentrale, fabricile de var, etc.

Pe termen scurt se vizeaza deschiderea primei capacitati de producție dotata cu 2 masini de brichetare cu o capacitate de 20 mc pe zi, ceea ce ar asigura venituri lunare de aproximativ 60.000 Euro, iar in viitor deschiderea de capacitati similare in alte zone.

Secretul acestei activitati este lipsa costurilor cu materia prima, producătorii de astfel de deseuri inregistrand costuri mari cu stocare lor si distrugerea, fiind dispusi sa suporte si costurile de transport de la locul de productie al deseurilor pana la capacitatea de productie a societății noastre.

Totusi este indicata construirea mai multor capacitati de productie de dimensiunile celei initiale si amplasarea acestora in zonele in care se afla concentrate exploatari de prelucrare a lemnului.

Piața acestui produs se compune din consumatori casnici si consumatori industriali.

In mediul rural, in Romania, dintr-un total de 12.751 sate numai 43% beneficiaza de retele de gaz metan. Un numar de aproximativ 7.268 de localitati folosesc drept combustibil pentru prepararea hranei si incalzire menajera lemnul. Spre deosebire de lemnul de foc, brichetele de rumegus au o putere calorica sporita si un pret mai mic cu aproximativ 12%. Aceste 7.268 de sate constituie segmentul de piata de atacat cu noul produs.

A doua categorie de consumatori carora li se adreseaza produsul companiei este formata din consumatori industriali. Sunt vizate acele tipuri de activitati care folosesc drept combustibil lemnul de foc dar si alte tipuri de combustibil lichizi sau solizi. Performantele produsului si raportul calitate pret fac posibila acapararea si acestui segment de piata.

Asfel prin dispersia in teritoriu a capacitatilor de productie va fi mult mai bine acoperita piata.

3.Pretul

Spre deosebire de lemnul de foc brichetele de rumegus au un preț mai mic cu aproximativ 12 % ceea ce asigura un avantaj net superior față de potențialii concurenți.

Principalii consumatori fiind persoane fizice din mediul rural, care au un venit mediu scazut, diferenta de pret constituie un argument hotarator in favoarea acestui produs fata de potentialii sai concurenti.

Diferenta intre brichetele de rumegus si alti combustibili lichizi sau solizi poate fi privita si din alt punct de vedere si anume pretul plătit de un consumator pentru obtinerea puterii calorice necesare in activitatile casnice sau industriale. Datorita randamentului superior, un consumator casnic sau industrial va utiliza un volum mai redus din acest combustibil astfel incat din punctul de vedere al acestuia cheltuiala cu brichetele de rumegus va fi mai mica cu mult mai mult de 12% vis a vis de alti combustibili.

Din punct de vedere al pretului brichetele de rumegus domina net alti combustibili.

4. Plasamentul (Distributia)

Pentru distributia acestui produs se poate opta pentru doua variante: un sistem de distributie propriu sau lansarea ofertei catre distribuitorii de combustibili lichizi sau solizi pentru consumatorii casnici si industriali.

Datorita dispersiei mari in teritoriu a consumatorilor, crearea unui sistem de distributie ar presupune costuri foarte mari, astfel incat obtinerea pentru cea de-a doua varianta este mult mai eficienta, costurile cu discount-urile acordate distribuitorilor fiind incomparabil mai mici decat cele ale unei distributii proprii. Totusi se poate face distributie proprie pentru marii consumatori industriali.

5. Promovarea – Strategia de promovare a brichetelor de rumegus

Promovarea produsului brichete de rumegus se poate face prin doua tipuri de campanii adaptate tipului de consumatori carora li se adreseaza: consumatorii casnici si consumatorii industriali.

Pentru consumatorii industriali se va opta pentru o campanie directa si la distribuitori prin oferte dedicate si campanii P.R.. Acest sistem va fi dublat de un ciclu de seminarii desfasurate la Camerele de Comert si Industrie Judetene unde vor fi invitati principalii potentiali consumatori din judetul respectiv unde li se vor prezenta avantajele achizitionarii produsului.

Promovarea produsului catre target-ul reprezentat de consumatorii casnici se va face printr-o campanie cu mai multe componente. In cazul acestui tip de consumatori se poate apela la publicitate mass-media materializata prin difuzarea de materiale publicitare prin TVR 1 si Radio Romania Actualitati. Au fost alesi numai acesti doi vectori deoarece potentialii clienti fiind localizati in mediul rural, numai aceste doua posturi asigura acoperirea dorita.

Pentru difuzarea materialelor publicitare vor fi selectate slot-urile orare care ating target-ul format din persoane cu venituri medii si peste medie, cu varste cuprinse intre 25 si 60 ani.

O alta componenta a campaniei dedicate consumatorilor casnici este sampling-ul cu produsul companiei realizat de caravane care străbat localitățile rurale, oferirea spre utilizare a produsului constituind principalul argument de promovare si vanzare.

Calitatile superioare ale brichetelor de rumegus comparativ cu produsele similare sunt principalul atu al vanzarii, combinat cu diferenta semnificativa de pret. Datorita acestui fapt sampling-ul este esential, produsul trebuind sa ajunga la indemana potentialilor cumparatori spre a fi testat, acest lucru fiind indeplinit va fi garantat si succesul vânzării.

Si aceste sampling-uri vor fi dublate de un ciclu de seminarii organizate la consiliile locale ale comunelor, seminarii in care vor fi prezentate avantajele utilizarii brichetelor de rumegus.

Toata campania de promovare, atat cea pentru consumatorii casnici, cat si cea dedicata consumatorilor industriali vor fi sustinute prin conferințe de presa la care vor fi invitati atat jurnalistii din presa centrală cât și cei din presa locala.

Ideea centrala a promovarii acestui produs va fi o analiza comparativă între produsul nostru si alti combustibili solizi sau lichizi, insistându-se pe superioritatea brichetelor de rumegus atat din punct de vedere al pretului cat si a calitatilor.

Persoanele ce formează target-ul vizat pentru vanzaera produsului nostru aloca o mare parte din venituri pentru combustibilul utilizat pentru încălzire si prepararea hranei. Aprovizionarea cu diversii combustibili constituie o problema si datorita sincopelor în distribuție. Datorită acestui fapt trebuie elaborat un mesaj comparativ, brichetele de rumegus castigand detasat batalia pretului cu orice alti combustibili iar sincopetele in distributie se pot elimina datorita organizarii judici-oase a canalelor de distributie.

6. Patrunderea pe piata internationala

O piata tinta pentru brichetele de rumegus o constituie piata tarilor foste socialiste unde utilizarea de cumbustibil solid se face inca pe scara larga. Pentru acest studiu de caz am luat ca exemplu patrunderea pe piata Slovaciei.

Pentru patrunderea pe piata Slovaciei nu este de dorit intrarea in regim de reprezentanta, existand inconveniente in ceea ce priveste regimul fiscal al reprezentantelor. Forma cea mai avantajoasa este un joint-venture cu un partener slovac si crearea unei societati comerciale, persoana juridica slovaca. Prin acest sistem se beneficiaza de facilitățile acordate investitiilor straine, pe de o parte dar societatea va intra si sub incidenta facilitatilor acordate IMM-urilor autohtone nou infiintate.

Din punct de vedere comercial se va incerca un joint-venture tocmai cu un mare distribuitor de combustibili, acesta avand pusa la punct distributia si informatii mereu proaspete despre piata.

Personalul societatii va fi constituit din forta de munca locala pentru a elimina in acest fel riscuri legate de mediul politic si legislativ. Vor fi incadrati de preferinta someri pentru munca bruta pentru a putea beneficia de facilitati legate de integrarea profesionala a somerilor. În echipa de management vor fi incadrati tot localnici, mai putin președintele companiei care va reprezenta partea romana si va avea drept de veto.

În etapa a doua după lansarea produsului și castigarea unei poziții importante în piața genului se va trece la construirea unei capacități de producție în țara respectivă, astfel eliminându-se cheltuielile legate de transport și taxe vamale. Fiind vorba de un proces de producție cu dublu caracter ecologic, implementarea unei capacități de producție și extinderea sa la nevoie nu va întâmpina obstacole deosebite, dimpotrivă ar putea fi chiar sprijinită de către autoritățile statului slovac.