

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ  
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ  
ΤΜΗΜΑ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ  
ΤΗΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑΣ  
ΣΥΜΕΛΛΑΣ ΦΡΑΝΚΟΠΟΥΛΟΥ**

**ΘΕΜΑ:**

**Η ALUMIL Α.Ε.  
ΚΑΙ ΤΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ  
ΣΤΗΝ ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ**

**ΕΠΟΠΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ : ΣΑΒΒΑΣ ΜΑΥΡΙΔΗΣ**

**Θεσσαλονίκη 2010**

# Περιεχόμενα

ΠΡΟΛΟΓΟΣ-----	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ-----	6
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 <sup>ο</sup>	
1.1 ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΕΛΑΣΗΣ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ-----	11
1.2 Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ-----	12
1.3 Η ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΙΟΝΤΩΝ ΔΙΕΛΑΣΗΣ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ-----	15
1.4 ΟΙ ΑΛΟΥΜΙΝΟΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΕΣ ΣΕ ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ & ΙΘΑΚΗ-----	19
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 <sup>ο</sup>	
ΓΕΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ-----	23
2.1 ΤΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ-----	24
2.2 ΤΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ-----	28
2.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ-----	39
2.4 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ-----	42
2.5 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ-----	43
2.6 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ-----	44
2.7 ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ, ΔΟΚΙΜΕΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ-----	45
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 <sup>ο</sup> ΤΑ ΔΙΑΦΟΡΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ-----	47
3.2 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ-----	52
3.3. Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΜΙΑ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ-----	54
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 <sup>ο</sup> ALUMIL ΜΥΛΩΝΑΣ Α.Ε.-----	60
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 <sup>ο</sup> ΣΥΝΝΕΤΕΥΞΕΙΣ	
5.1 ALUMIL ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΒΑΛΚΑΝΙΚΗ ΜΕ ΗΓΕΤΙΔΑ ΤΗ ΡΟΥΜΑΝΙΑ-----	70
5.2 ΒΙΜΕΞ ΠΑΝΤΑ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ ΜΕ ΣΥΝΕΠΕΙΑ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ-----	74
5.3 ROTO EYROTECHNICA 26 ΧΡΟΝΙΑ ΜΕ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΑΡΟΝ ΚΟΡΥΦΑΙΑ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΜΗΧΑΝΙΣΜΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ-----	77
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 <sup>ο</sup> ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ-----	83
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-----	90

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

*Η εργασία αυτή εκπονήθηκε στα πλαίσια που ορίζει το πρόγραμμα σπουδών του τμήματος Εμπορίας και Διαφήμισης της σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του Ανώτατου Τεχνολογικού Εκπαιδευτικού Ιδρύματος Θεσσαλονίκης και αφορά τα κουφώματα αλουμινίου στην Βόρεια Ελλάδα καθώς επίσης και στην διεθνή-ευρωπαϊκή αγορά, τις προοπτικές ανάπτυξης του κλάδου, τις ευκαιρίες, τους κινδύνους που αντιμετωπίζει ο κλάδος, την σύγκριση ανάμεσα στα διάφορα κουφώματα, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του κουφώματος αλουμινίου, του ξύλινου, του συνθετικού και του σύνθετου, γίνεται επίσης μια πρώτη γνωριμία με την εταιρεία της ALUMIL A.E. καθώς επίσης και με τις εταιρείες BIMEΞ και ROTO EYROTECHNICA μέσω των συνεντεύξεων.*

*Η οικονομική κρίση που εδώ και δύο χρόνια περίπου ταλανίζει την παγκόσμια οικονομία και ιδιαίτερα την ελληνική, και επειδή ο κλάδος των οικοδομών στην Ελλάδα συμβάλλει κατά ένα μεγάλο ποσοστό στην διαμόρφωση του Ακαθάριστου Εθνικού Προϊόντος, οι κινήσεις σ' αυτό τον τομέα της οικονομίας και στους κλάδους που εξαρτώνται από αυτόν όπως τα κουφώματα αλουμινίου πρέπει να χειρίζονται με ιδιαίτερη προσοχή στο παρόν και στο μέλλον.*

*Η εργασία αυτή επιδιώκει να φωτίσει πτυχές αυτού του θέματος.*

## **ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ**

*Θα ήθελα να απευθύνω τις θερμότερες ευχαριστίες μου στον επιβλέποντα καθηγητή μου, κ. Μαυρίδη Σάββα για την αμέριστη συμπαράστασή του, την καθοδήγησή του, τις οδηγίες και τις πολύτιμες συμβουλές του, χωρίς τις οποίες δεν θα είχε ολοκληρωθεί επιτυχώς η συγκεκριμένη εργασία. Επίσης θα ήθελα να ευχαριστήσω τους κ. Απόστολο Παπαδόπουλο-Αμείδα, Νικόλαο Γ. Χατζηαγγελίδη και τον κ. Βασίλη Κλεόβουλο για τον χρόνο που μου διέθεσαν για την πιο σωστή παρουσίαση της πτυχιακής μου εργασίας.*

## **ΣΤΟΧΟΙ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ**

Όπως αναφέραμε και στον πρόλογο σχετικά με την θεματολογία της πτυχιακής εργασίας καλό είναι να επισημάνουμε και τους στόχους αυτής. Παρακάτω αναφέρονται οι στόχοι της εργασίας που είναι οι εξής:

- Να παρουσιαστεί ο κλάδος της βιομηχανίας αλουμινίου στην Ελλάδα και στην Ευρώπη.
- Να αναλυθεί η ζήτηση και η προσφορά για το συγκεκριμένο κλάδο.
- Να παρουσιαστεί μια εικόνα για το κλάδο σε διεθνή επίπεδο.
- Να γίνει μια μικρή είδους σύγκριση ανάμεσα στα διάφορα εξωτερικά κουφώματα.
- Να παρουσιαστεί η εταιρεία ALUMIL και η δράση της παγκοσμίως.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Προτού αναλύσουμε και δούμε τον κλάδο του αλουμινίου γενικά και συγκεκριμένα τα κουφώματα αλουμινίου, καλό θα ήταν να εξετάσουμε και να πούμε λίγα πράγματα για το αλουμίνιο. Τι είναι το αλουμίνιο; Από τι παράγεται; Ποιες είναι οι ιδιότητες του; Πού εφαρμόζεται ή χρησιμοποιείται; Ποια τα πλεονεκτήματα και ποια τα μειονεκτήματα από την εφαρμογή του;

Καταρχάς να πούμε ότι το αλουμίνιο αποτελεί ένα ιδιαίτερα διαδεδομένο υλικό με ευρύτατες εφαρμογές σε σημαντικούς κλάδους της παγκόσμιας βιομηχανίας (όπως στις κατασκευές, στις μηχανολογικές εφαρμογές, στη συσκευασία κλπ.). Αυτή του η ιδιαίτερη θέση οφείλεται στις φυσικές και μηχανικές του ιδιότητες που καλύπτουν τις υψηλές απαιτήσεις της βιομηχανίας και γενικώς της παγκόσμιας αγοράς. (ICAP, 2006, σελ. i) Οι φυσικές ιδιότητες του αλουμινίου που χρήζουν αναφοράς είναι η υψηλή μηχανική αντοχή του αναλογικά με το βάρος, δίνοντας έτσι την δυνατότητα ευρύτατης χρήσης του στην κατασκευή μεταφορικών μέσων, επιτυγχάνοντας έτσι εξοικονόμηση ενέργειας και υψηλές αντοχές. (ICAP, 2006, σελ.1)

Η ιδιότητα της περιορισμένης του τοξικότητας αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα για τη χρήση του ως συσκευαστικό υλικό στη βιομηχανία τροφίμων και ποτών, καθώς επίσης το ότι έχει υψηλή αντοχή στη διάβρωση από καιρικούς παράγοντες το καθιστά ιδιαίτερα χρήσιμο στον κατασκευαστικό τομέα. (ICAP, 2006, σελ.1) Με την διαδικασία της βαφής, προσδίδονται σημαντικές ιδιότητες στο αλουμίνιο όπως υψηλή αντοχή στην διάβρωση, εύκολη μορφοποίηση σε διάφορα σχήματα, εύκολος καθαρισμός και ποικιλία χρωματικών επικαλύψεων. Επιπλέον το αλουμίνιο συνδυαζόμενο με άλλα υλικά (όπως την πολυουρεθάνη) το κάνει κατάλληλο για τη δημιουργία υλικών με αυξημένες θερμομονωτικές ιδιότητες. (ICAP, 2006, σελ. 3)

Το αλουμίνιο παρουσιάζει επίσης σημαντικά πλεονεκτήματα στην ανακύκλωση του. Συγκεκριμένα, επειδή μπορεί να διαχωριστεί εύκολα από τα άλλα υλικά, η διαλογή του δεν απαιτεί υψηλό κόστος, ενώ υπάρχει και η δυνατότητα της επαναλαμβανόμενης ανακύκλωσης του διότι διαθέτει αυτήν την ιδιότητα. Βασικά για την παραγωγή του μετάλλου που προέρχεται από την επαναχύτευση μεταχειρισμένων

προϊόντων και απορριμμάτων από αλουμίνιο (scrap) απαιτείται μόνον το 5% της ενέργειας που απαιτείται για την παραγωγή πρωτόχυτου μετάλλου. Το γεγονός ότι το αλουμίνιο ανακυκλώνεται σε μεγαλύτερο ποσοστό από άλλα υλικά το κάνει άκρως ανταγωνιστικό έναντι άλλων μετάλλων και υλικών συσκευασίας. (ICAP, 2006, σελ.8)

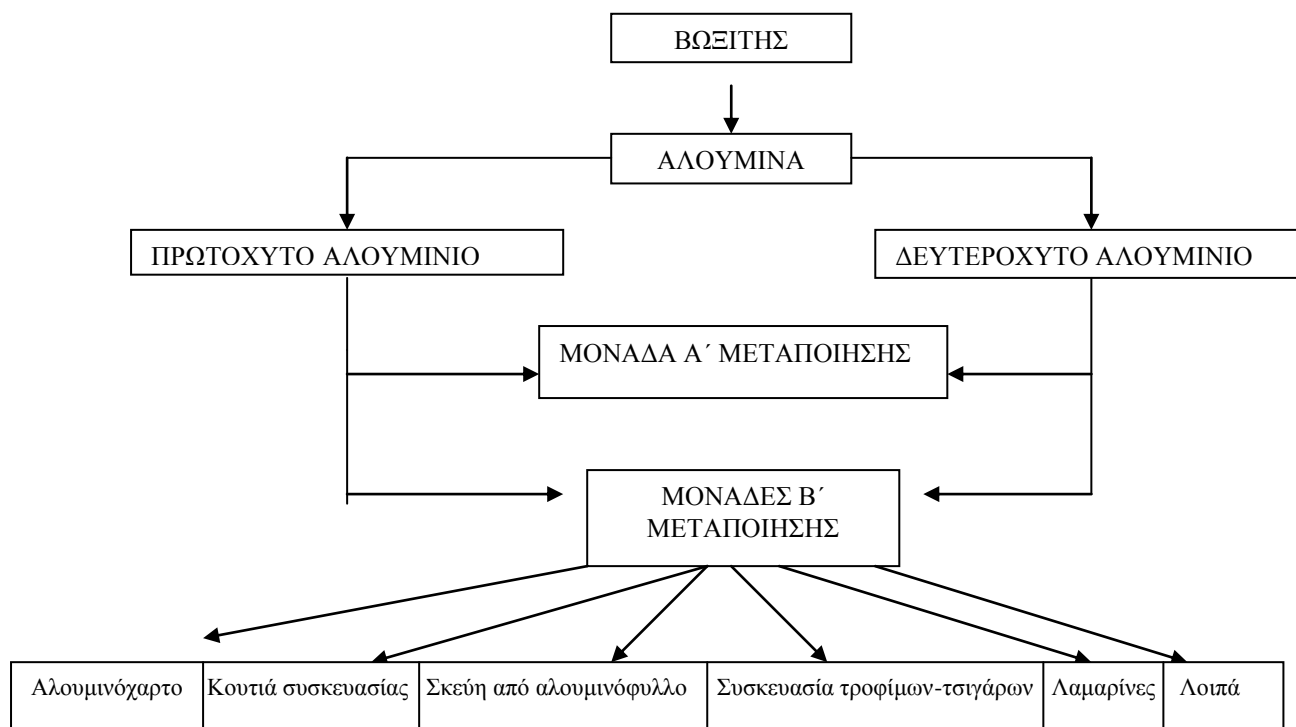
Το αλουμίνιο είναι διαδεδομένο στη φύση (είναι το 3<sup>ο</sup> περισσότερο συνηθισμένο στη φύση μετά από το οξυγόνο και το πυρίτιο). Το αλουμίνιο ως αλουμίνιο δεν υπάρχει αυτούσιο στην φύση αλλά προέρχεται από τον βωξίτη, ένα ορυκτό που υπάρχει άφθονο στην Ελλάδα, αλλά για να είναι οικονομικά εκμεταλλεύσιμος ο βωξίτης πρέπει να έχει περιεκτικότητα σε αλουμίνα μεγαλύτερη από 55%. (ICAP, 2006, σελ. 1)

Η παραγωγική διαδικασία του αλουμινίου χωρίζεται σε δύο μεθόδους, έχουμε την παραγωγική διαδικασία προϊόντων έλασης και την παραγωγική διαδικασία προϊόντων διέλασης αλουμινίου, οι δύο αυτές μέθοδοι παράγουν διαφορετικά είδη προϊόντων που έχουν διαφορετικές χρήσεις. Επειδή όμως είναι πολύ εξειδικευμένο το θέμα της παραγωγής του αλουμινίου δεν θα το αναπτύξουμε αλλά θα παρουσιάσουμε απλά τα στάδια της κάθε μεθόδου με διάγραμμα. Προτού όμως δούμε τα διαγράμματα θα πρέπει να εξηγήσουμε τι είναι το πρωτόχυτο αλουμίνιο και τι το δευτερόχυτο; Και τα δύο πάντως μπορούν να χρησιμοποιηθούν σαν πρώτη ύλη για την παραγωγή του αλουμινίου.

Το πρωτόχυτο αλουμίνιο παράγεται με την διαδικασία της εξόρυξης του βωξίτη, της παραγωγής αλουμίνας και στη συνέχεια αλουμινίου, ενώ το δευτερόχυτο αλουμίνιο προέρχεται από την ανακύκλωση χρησιμοποιημένων προϊόντων αλουμινίου ή υπολειμμάτων της παραγωγικής διαδικασίας. (ICAP, 2006, σελ. 8)

Παρακάτω φαίνεται η διαδικασία της παραγωγής σε διαγράμματα.

Διάγραμμα 1. Στάδια της παραγωγικής διαδικασίας προϊόντων έλασης αλουμινίου<sup>1</sup>



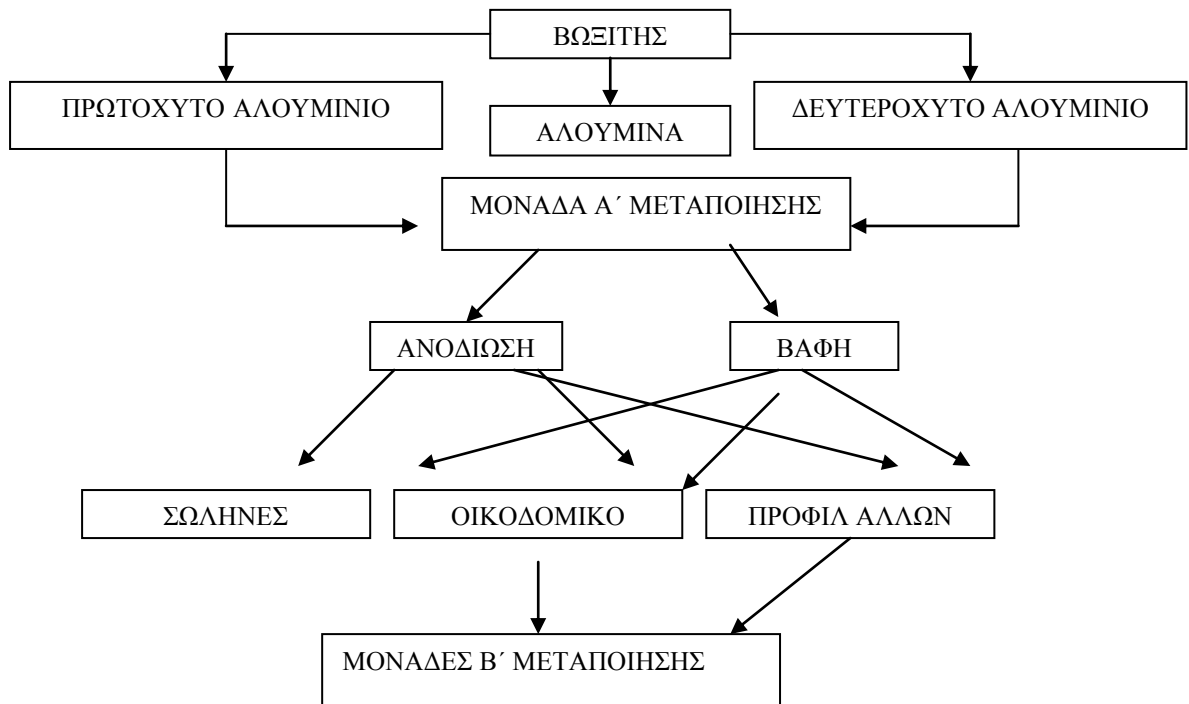
Με την παραγωγική διαδικασία της έλασης προκύπτουν κυρίως τα παρακάτω προϊόντα: φύλλα, ταινίες, λεπτά φύλλα (foil). Τα κυριότερα τελικά προϊόντα τα οποία παράγονται από τον κλάδο της έλασης είναι: (ICAP, 2006, σελ. 4)

- Αλουμινόχαρτο
- Κουτιά μύρας και αναψυκτικών
- Κουτιά για είδη διατροφής
- Συσκευασία τροφίμων και τσιγάρων
- Σκεύη από αλουμινόφυλλα
- Φύλλα (λαμαρίνες) για διάφορες χρήσεις
- Ταινίες για ψευδοροφές
- Φύλλα για κουφώματα

<sup>1</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp>



Διάγραμμα 2. Στάδια της παραγωγικής διαδικασίας προϊόντων διέλασης αλουμινίου (ICAP, 2006, σελ. 6)



Με την παραγωγική διαδικασία της διέλασης προκύπτουν επιμήκη προϊόντα αλουμινίου όπως:

- Ράβδος (bar)
- Μορφόραβδοι (προφίλ) πλήρους διατομής
- Μορφόραβδοι (προφίλ) σωληνωτής διατομής
- Σύρματα (ICAP, 2006, σελ. 3)

## ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ

Το αλουμίνιο είναι ελαφρύ αλλά ακριβό υλικό μεταλλοτύπων. Για απ' ευθείας επαφή με το σκυρόδεμα πρέπει να βάφεται, λόγω των χημικών επιδράσεων που προκαλεί το σκυρόδεμα. Επειδή κολλάει με το σκυρόδεμα, πρέπει προηγουμένως να αλείφεται με διευκολυντική ουσία αποκόλλησης (release agent).

Το αλουμίνιο (αργίλιο) εισήλθε στην τεχνολογία, υπό μορφή διαφόρων κραμάτων, εδώ και ογδόντα περίπου χρόνια, χρησιμοποιείται δε, με αυξανόμενο ρυθμό στην οικοδομική για την κατασκευή στεγών, πλαισίων παραθύρων, θυρών, διαχωριστικών παραπετασμάτων και διακοσμητικών εσωτερικών και εξωτερικών επιφανειών. Το κυριότερο πλεονέκτημα του αλουμινίου (κράματα αλουμινίου) είναι το χαμηλό ειδικό βάρος ( $2,7-2,85 \text{ g/cm}^3$ ) και η υψηλή αντοχή του στη διάβρωση, σε συνθήκες συνήθους περιβάλλοντος.

Το αργίλιο βρίσκεται στη φύση υπό μορφή ενώσεων και αποτελεί το 7,3% του στερεού φλοιού της γης. Οι περισσότερες διαδεδομένες ενώσεις, είναι υπό μορφή πυριτικών ορυκτών, οι κυριότερες των οποίων είναι η άργιλος ( $\text{Al}_2\text{O}_3 \cdot \text{SiO}_2 \cdot 2\text{H}_2\text{O}$ ), η μίκα ή μαρμαρυγία ( $\text{KHMg}_2\text{Al}_2(\text{SiO}_4)_3$ ), η βήρυλλος ( $\text{Be}_3\text{Al}_2\text{Si}_6\text{O}_{18}$ ), ο ανορθίτης ( $\text{CaAl}_2\text{Si}_2\text{O}_8$  ή  $\text{CaO} \cdot \text{Al}_2\text{O}_3 \cdot 2\text{SiO}_2$ ) κ.λ.π.

Το αργίλιο βρίσκεται επίσης, ως οξείδιο  $\text{Al}_2\text{O}_3$  στο βωξίτη, το κορούνδιο ( $\alpha\text{-Al}_2\text{O}_3$ ), τη σμύριδα (με προσμίξεις σιδήρου και  $\text{SiO}_2$  υπό μορφή μαγνητίτη, αιματίτη και χαλαζία), το σπινέλιο ( $\text{MgO} \cdot \text{Al}_2\text{O}_3$ ) κ.λ.π.

Το σπουδαιότερο ορυκτό του Al είναι ο βωξίτης, ο οποίος είναι πολύ διαδεδομένος στην Ελλάδα. Ο βωξίτης αποτελείται από διάσπορο ( $\text{Al}_2\text{O}_3 \cdot \text{H}_2\text{O}$ ) και υδραργιλίτη ( $\text{Al}_2\text{O}_3 \cdot 3\text{H}_2\text{O}$ ), με προσμίξεις  $\text{Fe}_2\text{O}_3$ ,  $\text{TiO}_2$  και  $\text{SiO}_2$ , η δε περιεκτικότητα του σε  $\text{Al}_2\text{O}_3$  κυμαίνεται από 55-65%.

Η μεταλλουργία του αλουμινίου, γίνεται σήμερα σε βιομηχανική κλίμακα από βωξίτη σε δύο στάδια:

- Παρασκευή αλουμίνης ( $\text{Al}_2\text{O}_3$ ) από βωξίτη, με τη μέθοδο Bayer.
- Παρασκευή Al από την αλουμίνα, με ηλεκτρολυτική μέθοδο. Αναλυτικά, η παρασκευή της αλουμίνης και το Al γίνονται ως ακολούθως:

Ο βωξίτης αναμειγνύεται με πυκνό διάλυμα NaOH και θερμαίνεται σε αυτόκλειστο (Autoclave) υπό πίεση 5-6 Atm και θερμοκρασία  $160^\circ\text{C}$ , όπου το  $\text{Al}_2\text{O}_3$  μετατρέπεται σε διαλυτό αργλικό άλας, κατά την εξίσωση:  $\text{Al}_2\text{O}_3 + 2\text{NaOH}$ .

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>

### **1.1 ΖΗΤΗΣΗ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΕΛΑΣΗΣ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ<sup>2</sup>**

Το αλουμίνιο έχει κάποια πλεονεκτήματα έναντι άλλων υλικών (όπως ξύλο, πλαστικό, μέταλλο), και αυτό γιατί παρουσιάζει σημαντικό πλήθος τεχνικών και φυσικών ιδιοτήτων (όπως υψηλός βαθμός αντοχής στη διάβρωση, υψηλή μηχανική αντοχή στις πιέσεις, χαμηλή τοξικότητα κ.λ.π.), ιδανικών για την ευρεία χρήση του σε συγκεκριμένους κλάδους όπως οικοδομή, συσκευασία και δεν σταματάει μόνο εκεί αλλά χρησιμοποιείται και στην αυτοκινητοβιομηχανία, στις μεταφορές και στην μηχανική.

Τα πλεονεκτήματα λοιπόν του αλουμινίου έναντι άλλων υλικών αποτελούν έναν από τους παράγοντες που επηρεάζουν την ζήτηση των προϊόντων έλασης και διέλασης αλουμινίου. Οι υπόλοιποι παράγοντες είναι φυσικά η τιμή διάθεσης του αλουμινίου και των προϊόντων του και τέλος η πορεία (θετική ή αρνητική) των κλάδων που χρησιμοποιούν τα προϊόντα αυτά (της έλασης και διέλασης). Πρέπει να πούμε βέβαια ότι η τιμή του αλουμινίου επηρεάζεται και από την παγκόσμια προσφορά και ζήτηση μιας και αποτελεί χρηματιστηριακό αγαθό.

Αντίστοιχα για την παραγωγή του αλουμινίου απαιτούνται μεγάλες ποσότητες ενέργειας, με αποτέλεσμα να επιβαρύνεται η τιμή πώλησης του. Τα τελευταία χρόνια υπήρξε σημαντική άνοδος της τιμής του αλουμινίου και αυτό βέβαια αποτέλεσε ένδειξη της ιδιαίτερης σημασίας που κατέχει το αλουμίνιο στην παγκόσμια οικονομία και γενικά η άνοδος της τιμής του οφειλόταν στην αυξημένη ζήτηση που είχε διεθνώς και εγχώρια (γενικά υπήρχε αλματώδη ανάπτυξη σε συγκεκριμένες χώρες όπως Κίνα, ΝΑ Ασία που οδήγησαν στην αύξηση της τιμής των προϊόντων αλουμινίου).

---

<sup>2</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 37ο Ιούλιος 2009

## **1.2 Η ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΓΟΡΑ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ<sup>3</sup>**

Στην διάρκεια του 2005, η κίνηση της τιμής έπειτα από συσσώρευση στα επίπεδα των 1.800 δολαρίων ανά μετρικό τόνο στους 2 πρώτους μήνες του έτους, επανήλθε δυναμικά διασπώντας το κρίσιμο τεχνικό και ψυχολογικό όριο των 2.000 δολαρίων ανά μετρικό τόνο. Η πορεία εκείνη προήλθε περισσότερο από τις τεχνικές δυνάμεις της αγοράς του μετάλλου και λιγότερο από τις θεμελιώδεις. Κατά το 2006, η τιμή του αλουμινίου πραγματοποίησε υψηλό επίπεδο στα 3.220 δολάρια.

Στη διάρκεια του 2007, η πορεία της τιμής του μετάλλου είχε αλλάξει σημαντικά, αφού από τα μέσα Ιουλίου εισήλθε σε ένα έντονο πτωτικό κανάλι, διασπώντας τα «ψυχολογικά» και τεχνικά όρια, με τις απώλειες να διαμορφώνονται κοντά στα 400 δολάρια ανά τόνο. Η μεσοπρόθεσμη πορεία του μετάλλου πλέον είχε αλλοιωθεί, αφού οι δυνάμεις της αγοράς «έστελναν» ανάμικτα σήματα. Η τιμή του αλουμινίου επηρεάζεται από τις διακυμάνσεις του αμερικάνικου νομίσματος και την πορεία των επιτοκίων της εν λόγω οικονομίας, με αποτέλεσμα να εισέλθει σε φάση υψηλής μεταβλητότητας.

Το αλουμίνιο στην αγορά μετάλλων του Λονδίνου (London Metal Exchange) στη διάρκεια του όγδοου μήνα του 2007 κινήθηκε με έντονη μεταβλητότητα στην αγορά μετρητοίς, με το εύρος τιμών να διαμορφώνεται από τα 2.400 σε 2.450 δολάρια ανά μετρικό τόνο. Πιο συγκεκριμένα, την Τετάρτη 23 Αυγούστου του 2007, η τιμή μετρητοίς του βιομηχανικού και κατασκευαστικού μετάλλου έπειτα από διακύμανση της τάξεως των 50 δολαρίων περίπου, έκλεισε στα 2.441 δολάρια ανά μετρικό τόνο, με άνοδο κατά 0,56% σε σχέση με το προηγούμενο κλείσιμο.

Η τιμή του μετάλλου στο τρίμηνο συμβόλαιο είχε διαπραγματευτεί σε ελαφρώς υψηλότερα επίπεδα σε σχέση με την τιμή μετρητοίς, καθώς έκλεισε στα 2.506 δολάρια ανά τόνο, ανοδικά κατά 0,51%. Το προθεσμιακό συμβόλαιο λήξης 15 μηνών είχε διαπραγματευτεί σε επίπεδα της τάξεως των 2.575 δολαρίων ανά μετρικό τόνο, ενώ το μακροπρόθεσμο συμβόλαιο 27μηνιαίας διάρκειας είχε κλείσει στα 2.533 δολάρια ανά μετρικό τόνο, με ισχυρό premium σε σχέση με την τιμή μετρητοίς και τα

---

<sup>3</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 40 Φεβρουάριος 2010

συμβόλαια λήξης τριμήνου. Η πορεία της τιμής του μετάλλου, όπως είχε εκτιμηθεί από τα προθεσμιακά συμβόλαια αιώτερης λήξης, διάνυε μία περίοδο αναμονής, με θετική ωστόσο «αύρα», καθώς τα μακροπρόθεσμα συμβόλαια διαπραγματεύονταν με premium σε σχέση με την τιμή που επικρατούσε στην αγορά μετρητοίς, γεγονός που καταδείκνυε το μέγεθος της πτώσης.

Την χρονική εκείνη στιγμή επικρατούσε μία κατάσταση αναμονής στην αγορά του εμπορεύματος, αναφορικά με την εξέλιξη των στεγαστικών δανείων μειωμένης εξασφάλισης στην οικονομία των Η.Π.Α. και τη συνολική επίπτωση που θα είχαν στην πραγματική ζήτηση, καθώς και την επίδραση από τη μείωση των επιτοκίων στην αμερικάνικη οικονομία και την πτωτική πορεία του δολαρίου στις διεθνείς αγορές.

### **1.2.1 ΤΑΣΕΙΣ & ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ<sup>4</sup>**

Σε τεχνικούς όρους η τιμή του εμπορεύματος στην αγορά μετάλλων του Λονδίνου διαπραγματεύεται κάτω από τους βραχυχρόνιους κινητούς μέσους όρους των 20 και των 30 ημερών, ενώ εξακολουθεί να βρίσκεται πάνω από τον κινητό μέσο όρο των 120 ημερών.

Επισημαίνεται ότι σε επίπεδο τιμής τοις μετρητοίς, βραχυχρόνια σημαντική στήριξη αποτελεί το επίπεδο των 2.400 δολαρίων ανά μετρικό τόνο, ενώ άμεσα η τιμή του μετάλλου θα προσπαθήσει να διατηρήσει τη σημαντική στήριξη των 2.350 δολαρίων ανά μετρικό τόνο. Η μέση τιμή μετρητοίς διαπραγμάτευσης για το μέταλλο κατά το μήνα Ιούλιο του 2009 διαμορφώθηκε σε 2.731,98 δολάρια, έναντι 2.676,40 δολαρίων ανά μετρικό τόνο για το μήνα Ιούνιο του ίδιου έτους (2009).

Σύμφωνα με το International Aluminium Institute και το ABARE, η πρωτογενής παραγωγή αλουμινίου για το 2008 ήταν 36,583 εκατ. μετρικούς τόνους, αυξημένη σε σχέση με την εκτίμηση για το 2007, όπου η παραγωγή είχε διαμορφωθεί σε 31,758 εκατ. μετρικούς τόνους, ήτοι αύξηση της τάξεως του 8,20% σε ετήσια βάση.

---

<sup>4</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 39ο Δεκέμβριος 2009

Οι εκτιμήσεις του European Aluminium Association και του ABARE για το σύνολο του 2007, αναφέρονταν σε μία παραγωγή της τάξεως των 33.818.000 μετρικών τόνων, επίδοση η οποία αποτελούσε μία αύξηση της τάξεως του 5,61% σε σχέση με το 2006, όπου η παραγωγή είχε διαμορφωθεί σε 32,021 εκατ. μετρικούς τόνους.

Τα τελικά αποθέματα αλουμινίου για το έτος 2007 είχαν διαμορφωθεί σε 3,369 εκατ. μετρικούς τόνους, σημαντικά αυξημένα σε σύγκριση με το 2006, όπου το αντίστοιχο μέγεθος εκτιμήθηκε σε 2,933 εκατ. τόνους.

Για το 2008, η συνολική ζήτηση στην αγορά διαμορφώθηκε σε επίπεδα της τάξεως των 33,895 εκατ. μετρικών τόνων, έναντι 31,703 εκατ. μετρικών τόνων του 2005.

### ***1.2.2 ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΛΑΔΟΥ 2009***<sup>5</sup>

Κατά το 2009, οι πωλήσεις των προϊόντων πρώτης μεταποίησης ξεπέρασαν τους 320.000 τόνους και παρουσίασαν μείωση κατά 10% σε σχέση με το 2008. Ειδικότερα:

- ❖ οι εξαγωγές που ξεπέρασαν το 65% των πωλήσεων σημείωσαν πτώση κατά 5% περίπου σε σχέση με το 2008 και
- ❖ οι πωλήσεις στην εγχώρια αγορά σημείωσαν και αυτές σημαντική μείωση κατά 18% περίπου σε σχέση με το 2008. Οι πωλήσεις του κλάδου της πρώτης μεταποίησης αλουμινίου στο εσωτερικό απευθύνονται σε ποσοστό 60% περίπου στην οικοδομή, 19% στην συσκευασία και στο foil, με τις υπόλοιπες χρήσεις (εξοπλισμός γραφείων, μεταφορές, μηχανολογικές και ηλεκτρολογικές εφαρμογές και άλλες χρήσεις) να καλύπτουν το υπόλοιπο 20% περίπου.

Στον κλάδο της έλασης, οι πωλήσεις προϊόντων κατά το 2009 που ξεπέρασαν τους 190.000 τόνους, παρέμειναν στα επίπεδα του 2008.

- ❖ Οι εξαγωγές που ξεπέρασαν τους 157.000 τόνους σημείωσαν οριακή ετήσια αύξηση κατά 1% περίπου ενώ

---

<sup>5</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 39ο Δεκέμβριος 2009

- ❖ η εγχώρια αγορά σημείωσε ετήσια μείωση κατά 6% περίπου, με τις εφαρμογές σε συσκευασία και foil να απορροφούν το 54% και την οικοδομή και τις κατασκευές το 20% περίπου των πωλήσεων.

Στον κλάδο της διέλασης οι πωλήσεις προϊόντων κατά το 2009 πλησίασαν τους 120.000 τόνους σημειώνοντας ετήσια μείωση κατά 21,5%.

- ❖ Οι εξαγωγές που έφθασαν στους 48.000 τόνους σημείωσαν ετήσια μείωση κατά 21% περίπου και
- ❖ η εγχώρια αγορά που ξεπέρασε τους 70.000 τόνους σημείωσε ετήσια μείωση κατά 21,5% περίπου, με την αγορά της οικοδομής και των κατασκευών να απορροφά πάνω από το 80% των πωλήσεων.

### ***1.3 Η ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΔΙΕΛΑΣΗΣ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ<sup>6</sup>***

Το αλουμίνιο παράγεται όπως είπαμε από τον βωξίτη. Από τον βωξίτη προκύπτει η αλουμίνα και από την αλουμίνα (με ηλεκτρόλυση) το πρωτόχυτο αλουμίνιο. Με την επανατήξη και επαναχύτευση αλουμινίου που έχει ήδη χρησιμοποιηθεί παράγεται το δευτερόχυτο αλουμίνιο (SCRAP). Εάν ακολουθηθεί ο σωστός τρόπος παραγωγικής διαδικασίας τότε το δευτερόχυτο δεν υστερεί σε ποιότητα. Στο σημείο αυτό οφείλουμε να πούμε ότι η παραγωγή αλουμινίου είναι εξαιρετικά ενεργοβόρος.

Το παραγόμενο αλουμίνιο υφίσταται χύτευση, έλαση και διέλαση. Με την έλαση παράγονται τα λεπτά φύλλα αλουμινίου, ενώ με την διέλαση έχουμε την μορφοποίησή του στο επιθυμητό σχήμα. Κατά την διέλαση οι ομογενοποιημένες μιγέτες (κολόνες) διέρχονται από τις μήτρες (των οποίων η ποιότητα έχει ιδιαίτερη σημασία για την ποιότητα των παραγομένων) και τελικώς δημιουργούνται τα ΠΡΟΦΙΛ αλουμινίου τα οποία υφίστανται και πρόσθετη επεξεργασία (π.χ. βαφή) και συσκευάζονται κατάλληλα. Όσον αφορά την βαφή ακολουθούνται δυο μέθοδοι η ανοδίωση (με επιθυμητή πιστοποίηση κατά QUALANOD) και η ηλεκτροστατική

---

<sup>6</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp>

βαφή (με επιθυμητή πιστοποίηση QYALICOAT) χωρίς να μπορούμε να αποφανθούμε σήμερα επί του ποια είναι καλύτερη μέθοδος.

Τα εργοστάσια διέλασης στην Ελλάδα, όσον αφορά την ακαθάριστη αξία του κλάδου αποδίδουν το 37%, παρήγαγαν 134.000 τόνους το 2008. Ο κλάδος που σήμερα αριθμεί 17 επιχειρήσεις δείχνει ότι μπορεί να ξεπεράσει την κάμψη που εμφανίστηκε το β' εξάμηνο του 2004 καθώς κατά το πρώτο εξάμηνο του 2006 παρουσίασε μια αύξηση των πωλήσεων της τάξεως του 20-25%. Οι εταιρείες χρησιμοποιούν πρωτόχυτο αλουμίνιο, η υψηλή τιμή του οποίου τις είχε «προβληματίσει» ιδιαίτερα. Οι κύριες εφαρμογές αποτελούν τα εξωτερικά κουφώματα αλουμινίου που κατέχουν ποσοστό πάνω από το 75% της εγχώριας αγοράς.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που συνέταξε η Ελληνική Ένωση Αλουμινίου (ΕΕΑ) από την αποστολή ερωτηματολογίων στις εταιρείες του κλάδου και την επεξεργασία τους, το 2008 οι τομείς της πρώτης μεταποίησης αλουμινίου εμφάνισαν αυξητικά μεγέθη τόσο σε επίπεδο παραγωγής όσο και σε επίπεδο πωλήσεων.

Συγκεκριμένα η παραγωγή και οι πωλήσεις πρωτόχυτου αλουμινίου ξεπέρασαν τους 165.000 τόνους. Οι πωλήσεις πρωτόχυτου αλουμινίου απευθύνονταν σε ποσοστό 56% στην εγχώρια αγορά και κατά 44% στις εξαγωγές, με το 92% να κατευθύνεται προς την Ευρωπαϊκή Ένωση. Η παραγωγή της πρώτης μεταποίησης έφθασε στους 286.000 τόνους παρουσιάζοντας αύξηση κατά 12%. Οι πωλήσεις αντίστοιχα έφθασαν στους 277.000 τόνους, με ετήσια αύξηση 8% περίπου.

Οι εξαγωγές έφθασαν στους 151.000 τόνους, αυξανόμενες κατά 7%, με σημαντικότερο αποδέκτη την Ευρωπαϊκή Ένωση προς την οποία οι εξαγωγές έφθασαν στους 81.900 τόνους περίπου ή ποσοστό 54%. Η εγχώρια αγορά αυξήθηκε κατά 9% φθάνοντας στους 126.000 τόνους, με την οικοδομή να απορροφά 75.700 τόνους περίπου ή ποσοστό 60%. Στους δύο σημαντικότερους υποκλάδους, στην έλαση και στη διέλαση, η μεγαλύτερη αύξηση σημειώθηκε στη διέλαση.



Αναλυτικότερα:

- Η έλαση παρουσίασε αύξηση στην παραγωγή (137.000 τ.), πωλήσεις (135.000 τ.), εξαγωγές και εγχώρια αγορά κατά 5%, 2%, 2% και 4% αντίστοιχα. Η εγχώρια αγορά κυριαρχείται από τη βιομηχανία συσκευασίας η οποία, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις της Ελληνικής Ένωσης Αλουμινίου (ΕΕΑ), απορρόφησε πάνω από 26.000 τόνους ή ποσοστό 70%, ακολουθούμενη από τις εφαρμογές στην οικοδομή με 7.500 τόνους ή 20%. Οι εξαγωγές κατευθύνθηκαν σε ποσοστό 52% περίπου προς την αγορά της Ευρωπαϊκής Ένωσης.
- Η διέλαση παρουσίασε αύξηση στην παραγωγή (130.000 τ.), πωλήσεις (123.000 τ.), εξαγωγές και εγχώρια αγορά κατά 18%, 14%, 22% και 9% αντίστοιχα. Οι κατασκευές για την οικοδομή, που αποτελούν πάντα τη σημαντικότερη αγορά των πωλήσεων στην εγχώρια αγορά, έφθασαν στους 65.700 τόνους ή 87% της αγοράς, αυξανόμενες κατά 17% περίπου το 2008.

Το μέλλον των επιχειρήσεων διέλασης εξαρτάται κατά βάση από τρεις παράγοντες:

- ✓ Από την ανάπτυξη του κατασκευαστικού κλάδου.
- ✓ Από την απεξάρτησή τους από τον εν λόγω κλάδο και
- ✓ από την «εξωστρεφή»-εξαγωγική τους δραστηριότητα που θα δώσει διέξοδο στην αργούσα παραγωγική τους δυναμικότητα.

Σήμερα, οι σειρές (τα προϊόντα) που οι επιχειρήσεις του κλάδου παράγουν δεν εμφανίζουν ιδιαίτερες διαφορές, είναι εφοδιασμένες με πιστοποιητικά και παρόλο που υπάρχει αρκετά έντονη έρευνα και ανάπτυξη τεχνογνωσίας δεν έχουμε ορατές ποιοτικές διαφορές, το προϊόν είναι σχετικώς ομοιογενές. Στα λεγόμενα εξαρτήματα αλουμινίου υπάρχει μεγάλη «γκάμα» ποιοτήτων και τιμών.

Ο κλάδος του αλουμινίου είναι από τους πέντε παραγωγικότερους στην χώρα μας με τζίρο περίπου 3 δις. ευρώ το 2008 (850 εκατ. από εξαγωγές). Παράγονται στην Ελλάδα σχεδόν 2 εκατ. τόνοι βωξίτη (ο μισός εξάγεται), 800.000 τόνοι αλουμίνας (εξάγεται το 60%), 170.000 τόνοι πρωτόχυτο αλουμίνιο (το 40% εξάγεται)

και 60.000 τόνοι δευτερόχυτο (ολόκληρο απορροφάται από την ελληνική αγορά). Οι κατασκευαστικές μονάδες (που κυρίως ασχολούνται με κουφώματα) επεξεργάζονται περίπου 200 χιλ. τόνους αλουμινίου. Οι τόνοι αυτοί προέρχονται κυρίως από την ελληνική βιομηχανία πρώτης μεταποίησης και σχεδόν 40.000 τόνοι εισάγονται.

Σύμφωνα με την ΕΣΥΕ στα κουφώματα της Ελληνικής αγοράς κυριαρχεί το αλουμίνιο (στην Ευρώπη το αλουμίνιο κυριαρχεί στα μεγάλα κτίρια επαγγελματικής χρήσης και στην κατοικία το PVC .Στην Ελλάδα το υλικό του αλουμινίου είναι αυτό που κυριαρχεί στην ιδιωτική κατοικία). Έρευνα σχετικά πρόσφατη έχει δείξει ότι σε ποσοστό 68% προτιμώνται τα αλουμινένια κουφώματα και ακολουθούν τα ξύλινα με ποσοστό 27%.

Θα πρέπει, επίσης, να ληφθεί υπόψη το υψηλό ποσοστό ιδιοκατοίκησης στην χώρα μας. Κατά συνέπεια ο πελάτης είναι κατά κανόνα ο ιδιοκτήτης μιας μικρής κατοικίας των δυο-τριών δωματίων και αναζητά μια καλή-οικονομική λύση. Δεν είναι σπάνιο, όμως, το σπίτι να είναι σημαντικά μεγαλύτερο και ο ιδιοκτήτης να νοιάζεται να προσδώσει «αξία» στο ακίνητό του και να μην απασχολείται τόσο με την οικονομικότερη λύση. Εκτιμάται ότι ο καταναλωτής χρειάζεται τον κατασκευαστή κάθε 8 χρόνια, ενώ για μεγάλες αντικαταστάσεις θα χρειαστεί να περάσουν 20 χρόνια!

Έχει μεγάλο ενδιαφέρον να γνωρίζουμε τα κριτήρια με βάση τα οποία κάνει την επιλογή του ο καταναλωτής και την διαδικασία επιλογής που ακολουθεί:

Στα κριτήρια αυτά ο καταναλωτής:

- α) Πιστεύει ότι το προϊόν «αξίζει τα λεφτά του»
- β) Του το πρότεινε ο αρχιτέκτονας
- γ) Είναι υψηλής αισθητικής
- δ) Η κατασκευάστρια Εταιρεία είναι πολλά χρόνια στην αγορά και αναπτύσσεται
- ε) «απαντά» σε ειδικά προβλήματα, αποτελεί ειδική λύση.

Όσον αφορά την διαδικασία επιλογής «πειθεται» κυρίως από την προσωπική επίσκεψη στον αλουμινά (33%), από φίλο που είχε πρόσφατη εμπειρία (19%), από συστάσεις ειδικού (μηχανικού/αρχιτέκτονα) σε ποσοστό, επίσης, 19%. Ένα

σημαντικό ποσοστό δεν ασχολείται προσωπικά αλλά το αναθέτει σε ειδικό (17%) και ένα 7% «πείθεται» από επίσκεψη σε έκθεση μεγάλης Εταιρείας.

Ο καταναλωτής συχνά, δεν ξέρει τι ακριβώς θέλει, δεν γνωρίζει λεπτομέρειες, η πιστοποίηση, βεβαίως, παίζει σημαντικό ρόλο στην τελική του απόφαση, έχει αρχίσει να καταλαβαίνει ότι άλλο πράγμα ο κατασκευαστής κι άλλο πράγμα η εταιρεία διέλασης και θέλει να ξέρει ποιος είναι ο υπεύθυνος τελικά για «το παράθυρο και την πόρτα του», από τα στοιχεία που έχουμε δώσει είναι κάτι παραπάνω από κατανοητό ότι ο κατασκευαστής παίζει τον κύριο ρόλο, είναι επίσης κατανοητό ότι ο ρόλος του αρχιτέκτονα-μηχανικού είναι σημαντικός για την λήψη της τελικής απόφασης. Αυτό το τελευταίο υποχρεώνει τους κατασκευαστές να διατηρούν καλές σχέσεις με τους μηχανικούς-αρχιτέκτονες.

#### ***1.4 ΟΙ ΑΛΟΥΜΙΝΟΚΑΤΑΣΚΕΥΑΣΤΙΚΕΣ ΣΕ ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ & ΙΘΑΚΗ***<sup>7</sup>

Στην Ελλάδα έχουμε περίπου 8000 επιχειρήσεις κουφωμάτων, μικρού και μεσαίου μεγέθους οι οποίες συνηθέστατα έχουν προβλήματα τεχνολογικού εξοπλισμού, χαμηλή παραγωγική δυναμικότητα και περιορισμένα σχέδια κουφωμάτων. Οι εξειδικευμένες απαιτήσεις των πελατών αλλά και το γεγονός ότι στην πλειοψηφία τους είναι ιδιοκτήτες ιδιωτικών κατοικιών αποτρέπουν την τυποποίηση και μαζική παραγωγή των κουφωμάτων.

Στην Κεφαλονιά, το χρονικό διάστημα 1990-1995 είχαμε 16 επιχειρήσεις. Στις 31.12.2000 οι επιχειρήσεις αλουμινοκατασκευών έγιναν 30. Μέχρι 13.11.2007 οι σχετικές επιχειρήσεις έγιναν 46.

Από αυτές δραστηριοποιούνται σε Αργοστόλι και Λειβαθώ 23, στην Παλική 10, στα όρια του Δήμου Σάμης 4, του Δήμου Ελειού-Πρόνων 4, σε Ιθάκη 2 στον Δήμο Πυλαρέων 2 και στα Βαλσαμάτα 1. Η έντονη οικοδομική δραστηριότητα και η ανάδειξη γενικώς του αλουμινίου σε κυρίαρχο υλικό όσον αφορά τα κουφώματα προκάλεσε στην Κεφαλονιά κατά την τελευταία δεκαετία έναν τριπλασιασμό του αριθμού των αλουμινοκατασκευών. Εκτιμάται, όμως, ότι το «προϊόν» βρίσκεται σε φάση ωριμότητας, δεν αναμένεται περαιτέρω αύξηση του αριθμού. Θα πρέπει, εδώ,

---

<sup>7</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 38ο Οκτώβριος 2009

να σημειωθεί ότι στην Κεφαλονιά δραστηριοποιούνται και αρκετές επιχειρήσεις που εδράζονται στην Αθήνα, την Πάτρα και αλλού.

Υποχωρεί<sup>8</sup> ο ρυθμός ανόδου της αγοράς εξωτερικών κουφωμάτων. Ο ρυθμός μεταβολής της αγοράς εξωτερικών κουφωμάτων υποχώρησε σημαντικά την τριετία 2005-2007, όπως προκύπτει από τη σχετική κλαδική μελέτη που εκπόνησε η Διεύθυνση Οικονομικών Μελετών της ICAP Group.

Τα τελευταία χρόνια, η ζήτηση εξωτερικών κουφωμάτων παρουσίασε σχετικά υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, γεγονός που οφείλεται στην άνοδο της οικοδομικής δραστηριότητας και των ανακαινίσεων, τόσο σε ιδιωτικά όσο και σε δημόσια κτίρια. Σημαντικό μέρος της συγκεκριμένης δραστηριότητας προήλθε από τον ξενοδοχειακό κλάδο (ανέγερση νέων μονάδων και ανακαινίσεις παλαιότερων), κυρίως λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας.

Ωστόσο, όπως είπαμε στον κλάδο των κουφωμάτων δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός παραγωγικών επιχειρήσεων, η πλειονότητα των οποίων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους. Στο γεγονός του κατακερματισμού της προσφοράς του κλάδου συμβάλλει και η φύση του προϊόντος και οι εξειδικευμένες απαιτήσεις των πελατών, που δεν επιτρέπουν την πλήρη τυποποίηση του προϊόντος και κατά συνέπεια τη μαζική παραγωγή του. Άλλωστε τα χαρακτηριστικά της αγοράς, όσον αφορά την ιδιοκτησία ακινήτων στην Ελλάδα (κυριαρχούν οι μικροϊδιοκτήτες) και το ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό ιδιοκατοίκησης, διαμορφώνουν συνθήκες ζήτησης που ευνοούν τον κατακερματισμό. (ICAP, 2007, σελ. 130)

Οι περισσότερες επιχειρήσεις του κλάδου δραστηριοποιούνται στον τομέα της παραγωγής εξωτερικών κουφωμάτων, ενώ οι εισαγωγές των εν λόγω προϊόντων είναι περιορισμένες. Οι περισσότερες επιχειρήσεις που ασχολούνται με την κατασκευή συνθετικών κουφωμάτων βρίσκονται συγκεντρωμένες στη Βόρεια Ελλάδα, καθώς στη συγκεκριμένη περιοχή η ζήτηση για τα εν λόγω προϊόντα είναι μεγαλύτερη, εξαιτίας των κλιματικών συνθηκών.

Το πλέον δυνατό σημείο των εξεταζόμενων επιχειρήσεων (δηλαδή των επιχειρήσεων κατασκευής εξωτερικών κουφωμάτων) είναι ότι διαθέτουν προϊόντα τα οποία ουσιαστικά δεν έχουν υποκατάστατα. Στον τομέα των αλουμινένιων κουφωμάτων, δυνατό σημείο επίσης θεωρείται το γεγονός της ύπαρξης οργανωμένης

---

<sup>8</sup> <http://www.express.gr/news/business>

και εκτεταμένης εγχώριας βιομηχανίας παραγωγής και μεταποίησης αλουμινίου, που εφοδιάζει τις απαραίτητες πρώτες ύλες (προφίλ αλουμινίου).

Η εξεταζόμενη αγορά συνδέεται άμεσα με το γενικότερο οικονομικό κλίμα, καθώς η ζήτηση για εξωτερικά κουφώματα εξαρτάται από την πορεία της δημόσιας και ιδιωτικής οικοδομικής δραστηριότητας. Επίσης, η εξέλιξη των χορηγήσεων στεγαστικών δανείων, η οποία με τη σειρά της εξαρτάται από τη διαμόρφωση των επιτοκίων και τη σχετική πολιτική των τραπεζών (όροι δανειοδότησης κ.λ.π.), συνιστά σημαντικό παράγοντα διαμόρφωσης της ζήτησης. (ICAP, 2007, σελ. 130)

Σύμφωνα με τα αποτελέσματα της κλαδικής μελέτης, η συνολική εγχώρια αγορά εξωτερικών κουφωμάτων παρουσίασε σε γενικές γραμμές ανοδική πορεία την περίοδο 1996-2007, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 4,4%. Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, η εν λόγω αγορά το 2008 παρουσίασε μείωση της τάξης του 3% σε σχέση με το 2007. Το 2008, τα εξωτερικά κουφώματα αλουμινίου εκτιμάται ότι κάλυψαν το 72,3% της εγχώριας αγοράς, ενώ πιο περιορισμένη ήταν η συμμετοχή των ξύλινων και συνθετικών κουφωμάτων, που κυμάνθηκαν στο 15,6% και 12% αντιστοίχως.

Όσον αφορά την εξέλιξη της εγχώριας αγοράς στο άμεσο μέλλον, παράγοντες του κλάδου εκτιμούν, ότι σύμφωνα με τις ισχύουσες συνθήκες και τάσεις, ο κλάδος των εξωτερικών κουφωμάτων αναμένεται να παρουσιάσει μείωση σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, λόγω της τρέχουσας οικονομικής συγκυρίας και της μείωσης της οικοδομικής δραστηριότητας. Συγκεκριμένα, όπως εκτιμούν παράγοντες της αγοράς, ο κλάδος των κουφωμάτων από ξύλο και αλουμίνιο αναμένεται να αντιμετωπίσει μειώσεις της τάξεως του 10% την περίοδο 2009-2010, ενώ η αγορά των συνθετικών κουφωμάτων εκτιμάται ότι θα κινηθεί μεταξύ στασιμότητας και οριακής αύξησης της ζήτησης.

Στο πλαίσιο της μελέτης έγινε και χρηματοοικονομική ανάλυση των επιχειρήσεων του κλάδου βάσει επιλεγμένων αριθμοδεικτών. Επίσης, συντάχθηκαν ομαδοποιημένοι ισολογισμοί βάσει αντιπροσωπευτικού δείγματος 49 παραγωγικών επιχειρήσεων κουφωμάτων αλουμινίου, 12 παραγωγικών επιχειρήσεων ξύλινων κουφωμάτων και 23 επιχειρήσεων παραγωγής συνθετικών κουφωμάτων, για τις οποίες υπήρχαν διαθέσιμα στοιχεία ισολογισμών των χρήσεων 2006 και 2007. Όπως

προκύπτει από τα δεδομένα αυτά, το σύνολο του ενεργητικού των επιχειρήσεων κουφωμάτων αλουμινίου σημείωσε αύξηση 7,34%, ενώ στα ξύλινα και συνθετικά κουφώματα αυξήθηκε κατά 10,53% και 12,46% αντίστοιχα το 2007 σε σχέση με το 2006.

Τα ίδια κεφάλαια των παραγωγικών επιχειρήσεων κουφωμάτων αλουμινίου αυξήθηκαν το ίδιο έτος κατά 9,27%, ενώ θετική εξέλιξη είχαν και τα ίδια κεφάλαια των επιχειρήσεων παραγωγής ξύλινων και συνθετικών κουφωμάτων, τα οποία σημείωσαν αύξηση 12,61% και 12,33% αντίστοιχα το 2007. Οι συνολικές πωλήσεις των παραγωγικών εταιρειών κουφωμάτων αλουμινίου, ξύλινων και συνθετικών κουφωμάτων αυξήθηκαν, το 2007, σε ποσοστό 4,32%, 22,51% και 10,62% αντιστοίχως. Τέλος, αναφορικά με την κερδοφορία, για τις παραγωγικές επιχειρήσεις κουφωμάτων αλουμινίου και συνθετικών κουφωμάτων τα κέρδη (προ φόρου) εμφάνισαν μείωση 32,86% και 76,48% αντιστοίχως, ενώ αύξηση (174,6%) είχαν τα κέρδη (προ φόρου) των επιχειρήσεων ξύλινων κουφωμάτων το 2007<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> <http://www.express.gr/news/business>

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### *ΓΕΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ ΤΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ<sup>10</sup>*

Η εξεταζόμενη αγορά συνδέεται άμεσα με το γενικότερο οικονομικό κλίμα, καθώς η ζήτηση για εξωτερικά κουφώματα εξαρτάται από την πορεία της δημόσιας και ιδιωτικής οικοδομικής δραστηριότητας. Επίσης, η εξέλιξη των χορηγήσεων στεγαστικών δανείων και δανείων για ανακαινίσεις (κατοικιών, κτιρίων κ.λ.π.), η οποία με τη σειρά της εξαρτάται από τη διαμόρφωση των επιτοκίων και τη σχετική πολιτική των τραπεζών (όροι δανειοδότησης κλπ.), συνιστά σημαντικό παράγοντα διαμόρφωσης της ζήτησης.

Η συνολική εγχώρια αγορά εξωτερικών κουφωμάτων παρουσίασε σε γενικές γραμμές ανοδική πορεία την περίοδο 1996-2006, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 4,6%. Το 2006, τα εξωτερικά κουφώματα αλουμινίου εκτιμάται ότι κάλυψαν το 74% της εγχώριας αγοράς, ενώ πιο περιορισμένη ήταν η συμμετοχή των ξύλινων και συνθετικών κουφωμάτων, που κυμάνθηκε στο 15% και 11% αντιστοίχως.

Τα εξωτερικά κουφώματα αλουμινίου χρησιμοποιούνται ευρέως στις οικοδομές, καθώς το αλουμίνιο είναι ένα υλικό, που λόγω της αντοχής του δε χρειάζεται συχνή αντικατάσταση. Τα συνθετικά κουφώματα λόγω της θερμοπλαστικής τους ιδιότητας προσφέρουν ευελιξία εφαρμογών και στεγανότητα από το νερό και τον αέρα. Το βασικότερο πλεονέκτημα των ξύλινων κουφωμάτων είναι το αισθητικό αποτέλεσμα που προσφέρουν, καθώς και η δυνατότητα παραγωγής τους γίνεται με σχετικά περιορισμένα μέσα και τεχνογνωσία.

Όσον αφορούσε την εγχώρια αγορά το 2007, παράγοντες του κλάδου είχαν εκτιμήσει ότι με τις τότε ισχύουσες συνθήκες και τάσεις, η αγορά αλουμινένιων κουφωμάτων θα παρουσίαζε μικρή αύξηση κατά το έτος εκείνο, ετήσια αύξηση 3%-4% παρουσίασαν τα συνθετικά κουφώματα την περίοδο 2007-2008.

Στα πλαίσια της μελέτης εκείνης έγινε και χρηματοοικονομική ανάλυση των επιχειρήσεων του κλάδου βάσει επιλεγμένων αριθμοδεικτών. Επίσης, συνετάχθη ο ομαδοποιημένος ισολογισμός βάσει αντιπροσωπευτικού δείγματος 48 παραγωγικών επιχειρήσεων κουφωμάτων αλουμινίου, 12 παραγωγικών επιχειρήσεων ξύλινων κουφωμάτων και 21 επιχειρήσεων παραγωγής συνθετικών κουφωμάτων, για τις οποίες υπήρχαν διαθέσιμα στοιχεία ισολογισμών των χρήσεων 2004 και 2005. Όπως

---

<sup>10</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 40 Φεβρουάριος 2009

προέκυπτε από τα δεδομένα εκείνα, το σύνολο του ενεργητικού των επιχειρήσεων είχε σημειώσει αύξηση 7,4%, 6,6% και 17,1% αντίστοιχα το 2005 σε σχέση με το 2004.

Τα ίδια κεφάλαια των παραγωγικών επιχειρήσεων κουφωμάτων αλουμινίου αυξήθηκαν το ίδιο έτος κατά 1,5%, ενώ θετική εξέλιξη είχαν και τα ίδια κεφάλαια των επιχειρήσεων παραγωγής ξύλινων και συνθετικών κουφωμάτων, τα οποία σημείωσαν αύξηση 2,9% και 15,8% αντίστοιχα το 2005. Οι συνολικές πωλήσεις των παραγωγικών εταιρειών κουφωμάτων αλουμινίου και ξύλινων κουφωμάτων μειώθηκαν το 2005, σε ποσοστό 1,8% και 4,4% αντιστοίχως, ενώ αυξημένες κατά 9,5% οι πωλήσεις των επιχειρήσεων παραγωγής συνθετικών κουφωμάτων το ίδιο έτος.

Τέλος, αναφορικά με την κερδοφορία, για τις παραγωγικές επιχειρήσεις κουφωμάτων αλουμινίου τα κέρδη (προ φόρου) εμφάνισαν μείωση 29,8%, ενώ μείωση (16,6%) είχαν και τα κέρδη (προ φόρου) των επιχειρήσεων ξύλινων κουφωμάτων. Αντίθετα, αύξηση 14,7% εμφάνισε το κέρδος (προ φόρου) των παραγωγικών επιχειρήσεων συνθετικών κουφωμάτων το 2005.

## **2.1 ΤΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**

### ***2.1.1 Ιωάννινα: Σταθερά πρώτη επιλογή το αλουμίνιο στα κουφώματα<sup>11</sup>***

Σε αντίθεση με την κοινή πεποίθηση όσον αφορά στα υλικά κουφωμάτων στις περιοχές της Β. Ελλάδας, στα Ιωάννινα, παρά την ορεινή μορφολογία και την γεωγραφική θέση του λεκανοπεδίου, η διείσδυση του αλουμινίου είναι εντυπωσιακή.

Τα Ιωάννινα είναι η πρωτεύουσα και μεγαλύτερη πόλη του νομού Ιωαννίνων και της Ηπείρου με πληθυσμό 100 χιλ. περίπου κατοίκους. Βρίσκονται στο βορειοδυτικό κομμάτι της ηπειρωτικής Ελλάδας και είναι μία από τις μεγαλύτερες πόλεις της χώρας με πλούσια πολιτιστική παράδοση και σύγχρονες αναπτυξιακές επιχειρήσεις. Ένα από τα χαρακτηριστικά της ευρύτερης περιοχής των Ιωαννίνων είναι το γεγονός ότι ο κόσμος συγκεντρώνεται επί το πλείστον στην πόλη των Ιωαννίνων και δεν είναι διασπαρμένος στα γύρω χωριά.

---

<sup>11</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 39ο Δεκέμβριος 2009



Σε αντίθεση με την αντίληψη που έχει σχηματιστεί για το βόρειο αυτό τμήμα της χώρας, το αλουμίνιο είναι ο αδιαμφισβήτητος «βασιλιάς» της αγοράς κουφωμάτων της περιοχής, καθώς οι τοπικοί κατασκευαστές έχουν «αγκαλιάσει» το υλικό και το χρησιμοποιούν εκτενώς στις κατασκευές τους. Σύμφωνα με στοιχεία που συγκέντρωσε το «Aluminium Magazine» κατά την διάρκεια επιτόπιου ρεπορτάζ, η χρήση του αλουμινίου φτάνει το 73%, με το PVC να ακολουθεί δεύτερο με αρκετά χαμηλότερο ποσοστό που ανέρχεται σε 15%. Τρίτο στις προτιμήσεις της αγοράς έρχεται το ξύλο με 12%.

Η αγορά αλουμινίου των Ιωαννίνων είναι μία σχετικά αυτόνομη και αυτάρκης αγορά, καθώς δραστηριοποιούνται σε αυτή αρκετοί μεγάλοι κατασκευαστές αλλά και ιδιαίτερα δυναμικές εμπορικές εταιρείες με πολλαπλά πεδία δράσης. Όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων που αφορούν στις κατασκευές αλουμινίου καλύπτεται, καθώς η αγορά διαθέτει τόσο σύγχρονα βαφεία όσο και μονάδες παραγωγής έτοιμου κουφώματος, ρολών, σιτών, πάνελ κ.λ.π. Όπως κάθε αγορά έχει και αυτή τις δικές της ιδιαιτερότητες, καθώς επίσης θα τη χαρακτηρίσαμε σχετικά κλειστή με την έννοια ότι δύσκολα μπορεί κάποιος να διεισδύσει σε αυτή.

Το χρώμα δείχνει να έχει κερδίσει την τοπική αγορά όσον αφορά στις κατασκευές αλουμινίου. Οι προτιμήσεις των κατασκευαστών και των ιδιωτών έχουν ξεφύγει από το κλασσικό λευκό και κινούνται πλέον σε περισσότερο ζωντανές και μοντέρνες λύσεις, ενώ σε άνθηση είναι και τα χρώματα ξύλου. Πιο συγκεκριμένα και με την γλώσσα των αριθμών, τα χρώματα ξύλου φτάνουν το 30% στις προτιμήσεις της αγοράς, το λευκό χρησιμοποιείται σε ποσοστό 30%, ενώ το σύνολο των υπόλοιπων χρωμάτων αγγίζει το 40%.

Σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ, την περίοδο Ιανουαρίου - Μαΐου 2008, η οικοδομική δραστηριότητα (ιδιωτική-δημόσια) στην περιφέρεια της Ηπείρου συνοψίζεται στην έκδοση 933 οικοδομικών αδειών, που αντιστοιχούν σε 257,3 χιλ. τ.μ. επιφάνειας και 908,5 χιλιάδες κ.β. όγκου, έναντι 978 οικοδομικών αδειών που εκδόθηκαν κατά την αντίστοιχη περίοδο του 2007 και αντιστοιχούσαν σε 282,0 χιλιάδες τ.μ. επιφάνειας και 908,5 χιλιάδες κ.β. όγκου. Παρατηρήθηκε, δηλαδή, μείωση κατά 4,6% στον αριθμό των οικοδομικών αδειών, κατά 8,8% στην επιφάνεια και κατά 11,4% στον όγκο. Αν συγκρίνουμε τα αποτελέσματα αυτά με τις άλλες

περιφέρειες, θα δούμε ότι ειδικά στον αριθμό των αδειών και της επιφάνειας η Ήπειρος βρίσκεται στο γκρουπ των περιφερειών με τις μικρότερες απώλειες. Δεν πρέπει να παραληφθεί το γεγονός ότι τα Ιωάννινα αναμένεται να γίνουν σε χρονικό ορίζοντα πενταετίας, διεθνής οδικός κόμβος, καθώς στην περιοχή θα διασταυρώνονται η Εγνατία και η Ιόνια Οδός, με ότι αυτό συνεπάγεται σε επίπεδο ανάπτυξης και επενδύσεων. Η Εγνατία Οδός είναι ένας σύγχρονος κλειστός αυτοκινητόδρομος μήκους 670 χλμ. με συνολικό πλάτος οδοστρώματος 24,5 μ. στο μεγαλύτερο τμήμα του, που ξεκινά από την Ηγουμενίτσα, διασχίζει την Ήπειρο, τη βόρεια Ελλάδα και καταλήγει στον Έβρο, στα Ελληνοτουρκικά σύνορα.

### ***2.1.2 Η ΑΓΟΡΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ ΣΗΜΕΡΑ-ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΧΡΗΣΗ ΤΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΤΙΣ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ<sup>12</sup>***

Ενδιαφέρουσα στοιχεία παρουσιάζει η έρευνα της Metron Analysis για την αγορά κουφωμάτων στην ελληνική αγορά και την χρήση του αλουμινίου, η οποία παρουσιάστηκε στο πρόσφατο συνέδριο της Ελληνικής Ένωσης Αλουμινίου. Η έρευνα, που έγινε για λογαριασμό της Ε.Ε.Α., βασίστηκε σε προσωπικές συνεντεύξεις σε νοικοκυριά και έγινε μεταξύ 18 Ιουνίου έως 18 Ιουλίου 2009 στην περιοχή της Αττικής και στο πολεοδομικό συγκρότημα Θεσσαλονίκης. Το μέγεθος του δείγματος ήταν 1.541 Άνδρες και Γυναίκες ηλικίας 25-65 ετών.

Ανάμεσα στα ενδιαφέροντα συμπεράσματα της έρευνας είναι ότι τα κουφώματα αλουμινίου συνεχίζουν να υπερτερούν στις νέες κατασκευές έναντι των κουφωμάτων από PVC, ενώ τα κουφώματα από ξύλο μειώνονται συνεχώς και έχουν φτάσει σε ποσοστά γύρω στο 3%. Επίσης, ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό που αποδεικνύεται από την έρευνα, είναι ότι οι καταναλωτές έχουν επαρκή γνώση του τι ζητάνε και είναι αρκετά ενημερωμένοι. Προτιμούν τα κουφώματα αλουμινίου κυρίως λόγω της λειτουργικότητάς τους εν αντίθεση με τα κουφώματα PVC που ο πρώτος λόγος προτίμησης τους είναι η χαμηλή τους τιμή.

Άλλο ένα σημαντικό στοιχείο που κατέδειξε η έρευνα, είναι ότι δημιουργείται σήμερα μία τάση, η τιμή να κυριαρχεί έναντι των άλλων χαρακτηριστικών για

---

<sup>12</sup> [www.metronanalysis.gr](http://www.metronanalysis.gr)

κριτήριο αγοράς, ενώ παλιότερα το πρώτο κριτήριο ήταν η ποιότητα, που έχει πλέον υποχωρήσει στη δεύτερη ή τρίτη θέση, ενώ τα θερμομονωτικά κουφώματα κερδίζουν συνεχώς έδαφος. Τέλος, για το ενδεχόμενο αντικατάστασης κουφωμάτων, μόλις το 20% των ερωτηθέντων απάντησε ότι το σκέφτεται, ενώ το υπόλοιπο 80% εκδήλωσε αρνητικότητα.

Εταιρείες	Πωλήσεις		Μετ. %	Καθ. Κέρδη προ φόρων		
	2007	2008		2007	2008	2007
<b>ΑΛΟΥΜΥΛ</b>	204	238,064	-14,31%	2,2	6,776	-67,53%
<b>ΕΤΕΜ</b>	101,183	114,407	-11,56%	-20	357	-105,60%
<b>ΕΞΑΛΚΟ</b>	94,4	98,54	-4,20%	2,15	8,9	-75,84%
<b>ΕΥΡΟΠΑ</b>	78,865	86,193	-8,50%	14,659	14,83	-1,15%
<b>ΕΛΒΙΑΛ</b>	50,324	50,438	-0,23%	2,22	2,427	-8,53%
<b>ΑΛΥΝΕΦ</b>	37,148	33,82	9,84%	1,689	1,824	-7,40%
<b>ΑΛΥΜΙΝΚΟ</b>	35,946	34,216	5,06%	4,034	3,475	16,09%
<b>ΑΛΜΑΚΟ</b>	35,588	37,803	-5,86%	678	839	-19,19%
<b>ΠΡΟΦΙΛΚΟ</b>	31,172	29,664	5,08%	204	1,243	-83,59%
<b>ΑΛΚΟ ΕΛΛΑΣ</b>	28,397	38,244	-25,75%	2,601	1,955	33,04%
<b>ΑΛΥΚΟΜ</b>	26,189	32,542	-19,52%	1,68	2,583	-34,96%
<b>ΑΛΥΣΕΤ</b>	19,968	19,019	4,99%	173	101	71,29%
<b>ΒΛΚ</b>	12,083	2,221	444,03%	107	210	-49,05%
<b>ΜΕΤΑΛΛΟΥΜΙΝ ΑΕ</b>	8,406	10,51	-20,02%	-151	-257	-41,25%
<b>ΜΕΤΑΛ</b>	7,603	8,829	-13,89%	501	650	-22,92%
<b>GROUPAL</b>	7,081	9,787	-27,65%	-1,52	-2,445	-37,83%
<b>ΣΑΝΛΕΒ</b>	5,918	7,616	-22,30%	105	361	-70,91%
<b>ΚΑΤΑΛ</b>	3,475	3,729	-6,81%	278	288	-3,47%
<b>ΒΙΜΑΛ</b>	2,114	2,731	-22,59%	-19	403	-104,71%
<b>ΣΥΝΟΛΟ</b>	789,86	858,373	-7,98%	31,569	44,52	-29,09%

Πινάκας 1: Οι μεταβολές στις πωλήσεις κουφωμάτων 2007-2008 <sup>13</sup>

Αισθητή υποχώρηση κατέγραψε, κατά την τριετία 2005-2007, ο ρυθμός ανάπτυξης της εγχώριας αγοράς εξωτερικών κουφωμάτων μετά την πρωτόγνωρη και έντονη αναπτυξιακή πορεία που είχε σημειώσει την προηγούμενη δεκαετία, ενώ δυσοίωνες είναι οι προβλέψεις για τα επόμενα έτη, καθώς η οικονομική κρίση και η συρρίκνωση της δημόσιας και ιδιωτικής οικοδομικής δραστηριότητας, εκτιμάται ότι θα επηρεάσουν περαιτέρω τον κλάδο.

Όσον αφορά στην εξέλιξη της εγχώριας αγοράς στο άμεσο μέλλον, παράγοντες του κλάδου εκτιμούν ότι σύμφωνα με τις ισχύουσες συνθήκες και τάσεις, ο κλάδος των εξωτερικών κουφωμάτων αναμένεται να παρουσιάσει μείωση σε σχέση

<sup>13</sup> [www.alunet.gr](http://www.alunet.gr)

με τα προηγούμενα χρόνια, λόγω της τρέχουσας οικονομικής συγκυρίας και της μείωσης της οικοδομικής δραστηριότητας. Συγκεκριμένα, όπως εκτιμούν παράγοντες της αγοράς ο κλάδος των κουφωμάτων από ξύλο και αλουμίνιο αναμένεται να αντιμετωπίσει μειώσεις της τάξεως του 10% την περίοδο 2009-2010, ενώ η αγορά των συνθετικών κουφωμάτων εκτιμάται ότι θα κινηθεί μεταξύ στασιμότητας και οριακής αύξησης της ζήτησης.

## **2.2 ΤΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ<sup>14</sup>**

Άνοδο παρουσιάζουν τα κουφώματα αλουμινίου στην γαλλική αγορά, που το 2009 έφθασαν σε πωλήσεις τα 2.360.000 τεμάχια, 30% περισσότερα από ότι πουλήθηκαν το 2008. Σε μια αγορά που βελτιώνεται συνεχώς χάρις στην ανέγερση νέων κτιρίων, τα κουφώματα αλουμινίου σημείωσαν ανοδική πορεία, περνώντας στο 18,9% της αγοράς το 2009, από το 17,7% που ήταν το 2008.

Η αγορά κουφωμάτων γενικά, γνώρισε μια μεγάλη ανάπτυξη μεταξύ του 2004 και του 2006, με πρόοδο που φθάνει το 15,1% και είναι η πιο δυνατή ανάπτυξη στο σύνολο της αγοράς της δόμησης, που η ανάπτυξή της έφθασε το 12,5%. Μέσα σε δύο χρόνια η συνολική αξία της αγοράς κουφωμάτων όλων των υλικών αυξήθηκε περίπου 30%. Μεγάλη ώθηση στο σύνολο της αγοράς έδωσαν οι αντικαταστάσεις, που απορρόφησαν το 70% των πωλήσεων, έναντι του 30% που απορροφήθηκε από τα νέα κτίρια. Από το 2000 και μετά, το αλουμίνιο έχει ταχείς αυξητικές τάσεις και ως δείγμα αυτού του δυναμισμού είναι το γεγονός ότι σε 4 χρόνια τα κουφώματα αλουμινίου αυξήθηκαν κατά 570.000 μονάδες.

Τα κουφώματα αλουμινίου που τοποθετήθηκαν στα νέα κτίρια, πέρασαν από το 21% το 2002 στο 25% το 2006 με αύξηση της χρήσης του αλουμινίου στα νεόδμητα κτίρια από 9% στο 16% την περίοδο 2002 - 2006. Το αλουμίνιο εξακολουθεί να κυριαρχεί στα επαγγελματικά κτίρια κατέχοντας το 89% της αγοράς.

---

<sup>14</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 41ο Μάρτιος 2010

### **2.2.1 Η ΑΓΟΡΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ ΣΗΜΕΡΑ, Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΣΤΙΣ ΕΥΡΩΠΑΙΚΕΣ ΧΩΡΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΓΟΡΑ<sup>15</sup>**

Η κινητήρια δύναμη της αγοράς εξωτερικών κουφωμάτων ήταν, είναι και θα είναι η οικοδομική δραστηριότητα σε εθνικό, περιφερειακό και παγκόσμιο επίπεδο. Η δραστηριότητα αυτή επηρεάζεται με την σειρά της από βασικές οικονομικές και δημογραφικές μεταβλητές. Οι δαπάνες που γίνονται για την ανέγερση ή ανακαίνιση κατοικιών επηρεάζονται από την αύξηση του πληθυσμού, τον αριθμό των μελών της οικογένειας, καθώς και τις τρέχουσες οικονομικές συνθήκες, όπως είναι τα επίπεδα των εισοδημάτων, τα επιτόκια, η απασχόληση και η εμπιστοσύνη των καταναλωτών.

Οι κατασκευαστικές δαπάνες για επαγγελματικά – εμπορικά κτίρια επηρεάζονται από ιδιωτικές και δημόσιες πολιτικές για τις επενδύσεις κεφαλαίου, τα επιτόκια, κ.λ.π. Η αγορά των εξωτερικών κουφωμάτων επηρεάζεται από το κόστος των πρώτων υλών, νομικών και κανονιστικών εκτιμήσεων, τεχνολογικών καινοτομιών, τιμών κλιματολογικών συνθηκών κ.λ.π. Το παρόν βασίζεται σε σχετική έρευνα του “Aluminium Magazine” και είναι μια αποτύπωση της παγκόσμιας πορείας της κατασκευαστικής δραστηριότητας και της μέχρι σήμερα πορείας της αγοράς εξωτερικών κουφωμάτων στην Ελλάδα και σε παγκόσμιο επίπεδο, που βασίζεται κυρίως σε στοιχεία των γραφείων Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων (Ο.Ε.Υ.) των κατά τόπους ελληνικών Πρεσβειών, διανθισμένο με σταχυολόγηση προβλέψεων, από έγκυρους αναλυτές, για την εξελικτική τους πορεία έως το 2013, στην καλύτερη των περιπτώσεων, γιατί με τις συνθήκες που επικρατούν σήμερα, είναι ήδη ιδιαίτερα παρακινδυνευμένες ακόμη και οι προβλέψεις σε βάθος πενταετίας.

#### ***ΔΥΤΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ: ΜΕΓΑΛΗ Η ΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ***

Στην διάρκεια του 2008 έλαβε χώρα μία σοβαρή χειροτέρευση της οικονομικής δραστηριότητας στην Ισπανία, αποτέλεσμα της διεθνούς χρηματοπιστωτικής κρίσης που προήρθε από την ανάληψη υπερβολικών επιχειρηματικών ρίσκων στον τομέα της στέγασης. Αν και τα σημάδια της επερχόμενης κρίσης είχαν διαφανεί από το τέλος του 2007, όταν οι καταναλωτές

---

<sup>15</sup><http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 41ο Μάρτιος 2010

έκαναν περικοπή δαπανών και οι τράπεζες, στα πλαίσια μίας περισσότερο συνετής διαχείρισης των επιχειρηματικών κινδύνων, είχαν μειώσει την χορήγηση των δανείων, κανείς δεν ήταν σε θέση να προβλέψει την ένταση της κρίσης που ξέσπασε το 2ο εξάμηνο του 2008. Με αυτό τον τρόπο και μετά από 14 έτη συνεχούς οικονομικής ανάπτυξης, η ισπανική οικονομία βρέθηκε στο 2ο μισό του 2008 με αρνητικούς ρυθμούς ανάπτυξης.

Ο κατασκευαστικός κλάδος σημείωσε την χειρότερη επίδοση με πτωτικά τα τελευταία τρία τρίμηνα του έτους 2008. Αν και η πρόοδος των εργασιών των δημοσίων έργων εξακολούθησε να είναι ικανοποιητική, η μεγάλη μείωση στην ανέγερση νέων κατοικιών και επαγγελματικών κτιρίων επέδρασε αποφασιστικά στην μεγάλη μείωση που παρατηρήθηκε συνολικά το 2008. Συνέπεια του «σκασίματος» της φούσκας των ακινήτων, η δραματική πτώση της αγοράς των εξωτερικών κουφωμάτων της τάξεως του 13,1%.

Σε αυτό το κλίμα, οι προβλέψεις για την πορεία των εξωτερικών κουφωμάτων το 2010 σε έρευνα των περιοδικών «Nuova Finestra» και «Show Room Porte e Finestre», με βάση το υλικό κατασκευής τους, δείχνουν να αυξάνονται οι πωλήσεις κουφωμάτων PVC, μικρή άνοδο να έχουν οι πωλήσεις κουφωμάτων ξύλου/αλουμινίου και να διατηρούνται σταθερές οι πωλήσεις των ξύλινων κουφωμάτων. Οι πιο δυσμενείς προβλέψεις αφορούν τα κουφώματα αλουμινίου.

### ***ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΑΝΙΑ: ΕΛΠΙΔΕΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ***

Μέσα στην αρνητική οικονομική συγκυρία που επικρατεί στη Μεγάλη Βρετανία, οι Ολυμπιακοί αγώνες που θα διοργανώσει η πόλη του Λονδίνου το 2012, παραμένει ίσως το μόνο μεγάλο και σίγουρο γεγονός που δημιουργεί επιχειρηματικές ευκαιρίες για το άμεσο μέλλον. Η προετοιμασία και υλοποίηση των αγώνων υπολογίζεται ότι θα κοστίσει περίπου 6 δις λίρες Αγγλίας, από τα οποία ένα μεγάλο ποσό (μεγαλύτερο από το μισό) θα αφορά κατασκευαστικά έργα, ενώ το υπόλοιπο θα αφορά στην οργάνωση και στη διαχείριση του όλου προγράμματος. Η «φούσκα» της αγοράς των ακινήτων έσκασε, με συνέπεια η μείωση της κατασκευαστικής δραστηριότητας στην τριετία 2007 – 2010 να υπολογίζεται στο 10,9%.

## **ΜΙΚΡΟΤΕΡΕΣ ΑΠΩΛΕΙΕΣ ΓΙΑ ΓΑΛΛΙΑ – ΙΤΑΛΙΑ**

Η κατάσταση στη Γαλλία και την Ιταλία δεν είναι επί του παρόντος τόσο δραματική, αλλά η κατασκευαστική δραστηριότητα μειώθηκε κατά 6,1% και 3,1% αντίστοιχα. Αυτό προκαλείται από την φθίνουσες κατασκευαστικές τάσεις. Στη Γαλλία οι αποπερατώσεις νεόδμητων οικιών μειώθηκαν κατά 6,2%, ενώ ο οικιστικός τομέας σημείωσε αύξηση κατά 1,9%, οφειλόμενη σε αναπαλαιώσεις και αντικαταστάσεις κουφωμάτων.

Στην Ιταλία η οικονομική κρίση οδήγησε την ιταλική κυβέρνηση σε συνέχεια της ψήφισης του Προϋπολογισμού του 2008, να προχωρήσει σε διαπραγματεύσεις, με τις Περιφέρειες και τις Αυτόνομες Περιοχές της χώρας, για την επίτευξη Συμφωνίας στη λήψη μέτρων που θα ρυθμίζουν το πλαίσιο επέκτασης των υπαρχουσών κατοικιών, καθώς και την κατασκευή νέων αστικών οικισμών. Η συμφωνία, με την ονομασία «Piano Casa», υπεγράφη την 1η Απριλίου 2009 και έχει ως στόχο την τόνωση της οικονομίας και την ικανοποίηση των οικιστικών αναγκών των οικογενειών. Σύμφωνα με δηλώσεις του πρωθυπουργού της Ιταλίας Silvio Berlusconi, «από έναν, κατά προσέγγιση υπολογισμό, εάν το 10% των ιδιοκτητών επωφεληθεί από το μέτρο, 60-70 δις. ευρώ θα εισρεύσουν στην οικονομία, προερχόμενα, σχεδόν εξ' ολοκλήρου, από τις αποταμιεύσεις των πολιτών, το οποίο θα αποτελέσει μια πολύ σημαντική στήριξη της ανάπτυξης της οικονομίας, συμβάλλοντας κατά 4, 5 ή και 6 μονάδες στο Α.Ε.Π της χώρας».

## **ΓΕΡΜΑΝΙΑ: ΟΛΟΚΛΗΡΩΘΗΚΕ Η ΠΤΩΣΗ**

Ανάμεικτα μηνύματα στέλνουν οι διάφορες έρευνες και εκτιμήσεις στην Γερμανία για την πορεία της οικονομίας. Κοινό τους σημείο φαίνεται να είναι ότι μπορεί μεν η οικονομική κρίση να συνεχίζεται (6% Α.Ε.Π. το 2009), ωστόσο δείχνει να έχει σταματήσει η ελεύθερη πτώση. Το βασικό ερώτημα που τίθεται είναι αν έφθασε στο κατώτερο σημείο της κρίσης και αν ναι, τότε εκτιμάται ότι η οικονομία θα αρχίσει να ανακάμπτει.

Οι τομείς δραστηριότητας που έχουν επηρεαστεί περισσότερο από την κρίση είναι η αυτοκινητοβιομηχανία και ο κλάδος των κατασκευών. Όταν η αγορά

εξωτερικών κουφωμάτων το 2000 ήταν περίπου της τάξεως των 1,2 εκατομμυρίων τεμαχίων, το 2008 πουλήθηκαν μόλις 890 χιλιάδες τεμάχια, ενδεικτικό του πόσο πολύ επηρεάστηκε ο κλάδος από την ακύρωση των επιδοτήσεων για τις πολυκατοικίες και την αύξηση του ΦΠΑ που έπληξε σημαντικά τον τομέα των ανακαινίσεων. Ήδη από το 2007, οι οικοδομικές άδειες για ανέγερση κατοικιών είχαν μειωθεί κατά 27,4%.

### ***Η ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ ΘΑ ΞΕΠΕΡΑΣΕΙ ΤΗ ΔΥΣΗ;***

Όσον αφορά στην οικονομική ανάπτυξη, οι χώρες της Ανατολικής Ευρώπης έχουν ξεπεράσει σε επιδόσεις την Δύση εδώ και χρόνια τώρα, όπως έχει γίνει άλλωστε και στον τομέα της δόμησης. Παρά τις πολλές προκλήσεις, οι χώρες αυτές βρίσκονταν μέχρι σήμερα σε σταθερή αναπτυξιακή πορεία. Η αγορά κουφωμάτων στην Ανατολική Ευρώπη ανήλθε σε 47,5 εκατομμύρια μονάδες κουφώματα να πωλούνται το 2006, με συνολική αξία 6,9 δισ. ευρώ, σύμφωνα με μελέτες που είχε πραγματοποιήσει η Interconnection Consulting και άφηνε να εννοηθεί ότι το μέγεθος της αγοράς θα πολλαπλασιαστεί τα προσεχή έτη.

Ο οικοδομικός και κατασκευαστικός κλάδος, στις περισσότερες χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, είναι υγιής. Με εξαίρεση την Ουγγαρία, η κατάσταση πάντως του κλάδου στις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, έχει βελτιωθεί σημαντικά.

Στην Ουγγαρία, μετά από δυναμική πορεία τα τελευταία έτη και μία ελαφρά κάμψη το 2006, ο όγκος της κατασκευαστικής δραστηριότητας μειώθηκε το 2007 κατά 14,1%. Η κατασκευή κτιρίων συρρικνώθηκε κατά 9,8% και αυτή των δημοσίων έργων κατά 20% περίπου, κυρίως λόγω των περικοπών στις δημόσιες δαπάνες και τις επενδύσεις και της συνεπακόλουθης πτώσης στη κατασκευή δρόμων και οδικών αρτηριών, δραστηριότητα που αντιπροσωπεύει το ένα τέταρτο του συνολικού κατασκευαστικού τομέα. Ο τομέας της κατοικίας στη Βουδαπέστη παρουσιάζεται ως αρκετά κορεσμένος, με τη Βούδα να εμφανίζει μία καλύτερη εικόνα σε σχέση με τη Πέστη, αφού η ζήτηση ποιοτικής οικίας εξισορροπείται σε ικανοποιητικό βαθμό από την αντίστοιχη προσφορά.

Η ανατολική Ουγγαρία εμφανίζει τον μεγαλύτερο βαθμό υπερπροσφοράς. Οι κτηματομεσιτικές εταιρείες ανέμεναν διατήρηση της υπερπροσφοράς οικιακής στέγης και το 2009. Σχετικές μελέτες εμφάνιζαν τις προθέσεις του κοινού σχετικά με αγορά



και επισκευή οικιών να είναι ακόμη πολύ συντηρητικές. Υπολογίζεται ότι 33.000 νέες οικίες παρεδόθησαν το 2007 και περί τις 34.000 παραδόθηκαν το 2008.

Στην Πολωνία, η ζήτηση για διαμερίσματα αυξάνεται και δεν μπορεί να ικανοποιηθεί. Ο αριθμός των οικοδομικών αδειών που εκδόθηκαν αυξήθηκε επίσης. Για το χρονικό διάστημα 2007-2013 η Πολωνία αναμένεται να εισπράξει από τα ταμεία της Ευρωπαϊκής Ενώσεως περί τα 70 δις ευρώ περίπου, ενώ για το αντίστοιχο χρονικό διάστημα 2004 έως και 2006 εισέρευσαν στα ταμεία του πολωνικού δημοσίου περί τα 7 δις ευρώ περίπου. Το 2007 ολοκληρώθηκαν περίπου 133.000 νέες κατοικίες, 16% λιγότερες σε σχέση με το 2006. Αύξηση της τάξεως 23,7% σημειώθηκε στον αριθμό ιδιόκτητων κατοικιών προς ενοικίαση και πώληση. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στην βελτίωση της εισοδηματικής κατάστασης των νοικοκυριών καθώς και στην καταναλωτική πίστη. Το 2007 χορηγήθηκαν 249.700 περίπου άδειες για ανέγερση οικιστικών κτιρίων, έναντι αριθμού 168.000 το 2006. Παράλληλα, εντός του 2007 ξεκίνησε η ανέγερση 185.100 περίπου νέων κατοικιών, αριθμός κατά 34,2% αυξημένος σε σχέση με το προηγούμενο έτος (2006). Το 2008 η αύξηση της κατασκευαστικής δραστηριότητας ήταν περίπου στο 12%.

Η ανάπτυξη αφορά όλους τους ειδικότερους τομείς του κλάδου και κυρίως τις κατασκευαστικές εταιρείες που ειδικεύονται σε κατασκευές και ανεγέρσεις μεγάλων οικοδομικών συγκροτημάτων (ποσοστό 45%), καθώς και συγκροτημάτων για εμπορική χρήση (εμπορικά κέντρα, πολυκαταστήματα , ποσοστό σχεδόν 20%).

Αύξηση επίσης σημειώθηκε και στις ανεγέρσεις νέων κατοικιών (ποσοστό 28% κατά το πρώτο εξάμηνο του 2008, έναντι του αντιστοίχου χρονικού διαστήματος του 2007). Παρόλα αυτά, ο αριθμός των νέων συγκροτημάτων κατοικιών που ανεγείρονται, είναι κατά πολύ χαμηλότερος από τις αρχικές προβλέψεις και εκτιμήσεις.

Στην περίπτωση της Πολωνίας, οι αρνητικές επιπτώσεις της διεθνούς οικονομικής κρίσης αμβλύνονται από το γεγονός, ότι η χώρα αποτελεί πλέον πλήρες-μέλος της Ευρωπαϊκής Ενώσεως και λαμβάνει σημαντική βοήθεια από τα περιφερειακά και διαρθρωτικά κοινοτικά ταμεία. Ένα επιπλέον σημαντικό κίνητρο για την επιτάχυνση της γενικότερης οικονομικής ανάπτυξης θα αποτελέσει και η

διοργάνωση του προσεχούς Ευρωπαϊκού Πρωταθλήματος Ποδοσφαίρου (EURO 2012), που θα συνδιοργανώσουν η Πολωνία με την Ουκρανία.

Οι προβλέψεις για τον κατασκευαστικό τομέα στη Σλοβακία παρέμειναν αισιόδοξες. Μετά την πραγματική ανάπτυξη του κατασκευαστικού κλάδου κατά 6% το 2007, εκτιμήθηκε ότι οι κατασκευές αυξήθηκαν κατά 7,3% το 2008. Το 2009, υπήρξε μόνο μία μέτρια επιβράδυνση στην ανάπτυξη των κατασκευών της τάξεως του 5,6%, που όμως θεωρείτο ως το μεγαλύτερο ποσοστό ανάπτυξης στο σύνολο της οικονομίας το 2009. Για την περίοδο 2010-2013 οι αναλυτές υπολογίζουν ότι η ανάπτυξη στον κατασκευαστικό τομέα θα κινηθεί μεταξύ του 4,5% και 5,7% ανά έτος. Αυτή η ισχυρή μακροπρόθεσμη εικόνα ενέχει όμως και κινδύνους. Η οικονομία της Σλοβακίας θα μπορούσε να έχει υποκύψει με έναν πολύ πιο έντονο τρόπο στην σημερινή παγκόσμια οικονομική ύφεση. Όμως, αν διαψευστεί η πρόβλεψη για παγκόσμια οικονομική ανάκαμψη το 2010 και υπάρξει παράταση της ύφεσης στις ανεπτυγμένες οικονομίες, τότε οι επιπτώσεις για την Σλοβακία θα μπορούσαν να είναι οδυνηρές.

### ***ΡΩΣΙΑ: ΟΙΚΟΔΟΜΙΚΟΣ ΟΡΓΑΣΜΟΣ***

Στην Ρωσία εκτιμάται ότι η κατανάλωση αρχιτεκτονικού προφίλ αλουμινίου είναι σημαντική, αφού υπάρχει μεγάλος οικοδομικός οργανισμός σ' όλη την χώρα και η οικοδομική δραστηριότητα αυξάνεται πάνω από 10% ετησίως. Περίπου το 80% του όγκου της κατασκευαστικής δραστηριότητας αφορά κατοικίες. Υπολογίζεται ότι, το 2005, υλοποιήθηκαν οικιστικά κατασκευαστικά έργα συνολικού εμβαδού περίπου 70 εκ. τ.μ. σε 138.000 κτίρια. Τα ίδια μεγέθη διατηρήθηκαν και το 2006.

Συνεπώς, τα τελευταία τέσσερα έτη από το 2005 και μετά, εμφανίζεται μια ανάπτυξη της τάξεως του 41%. Σύμφωνα με ανεπίσημες στατιστικές, ο γενικός όγκος πωλήσεων αλουμινίου το 2006 ανήλθε σε 730-740 εκ. δολ. και παρουσίασε αύξηση περίπου 20%, σε σχέση με το 2005. Στο αρχιτεκτονικό προφίλ παρατηρείται καλύτερη εικόνα, αφού η αύξηση των πωλήσεων εκτιμάται γύρω στο 25%. Οι ίδιες εκτιμήσεις αναφέρουν ότι το 2008, η κατανάλωση προφίλ αλουμινίου έφθασε τους 212.000 τόνους περίπου. Επίσης, εκτιμάται ότι η πραγματική δυνατότητα απορρόφησης προφίλ αλουμινίου ανέρχεται σε 480.000 τόνους ετησίως. Σε σύγκριση

με τα ευρωπαϊκά κράτη, η ανά κάτοικο κατανάλωση είναι ακόμα πολύ μικρή (0,05 kg/ άτομο).

Υπάρχουν σήμερα άμεσες ανάγκες για οικιστικά κτίρια, εμπορικούς χώρους, αλλά και γραφεία, αφού στις μεγάλες πόλεις της Ρωσίας παρουσιάζεται έλλειψη τέτοιων χώρων.

Προς το παρόν, η αγορά καλύπτεται από εγχώρια προϊόντα χαμηλής ποιότητας. Παράλληλα, λόγω του μεγέθους αγοράς και των προοπτικών που ανοίγονται στον κατασκευαστικό τομέα και ενόψει των χειμερινών Ολυμπιακών Αγώνων στο Sochi (2014), η ρώσικη αγορά προβλέπεται να ανακάμψει πολύ πιο άμεσα από την οικονομική ύφεση.

### ***ΟΥΚΡΑΝΙΑ: ΜΕΓΑΛΗ ΥΦΕΣΗ***

Αντίθετα στην Ουκρανία, που μετά από μία δεκαετία κατά την οποία η οικονομία της αναπτύχθηκε με ιδιαίτερα υψηλούς ρυθμούς, το 2008 η χώρα εισήλθε σε ύφεση, η οποία ανέδειξε με τον πλέον έντονο τρόπο τις παθογένειες, τις στρεβλώσεις και τις ανισοροπίες της, που η αναπτυξιακή πορεία των προηγούμενων ετών έντεχνα συγκάλυπτε. Οι τρεις πυλώνες, επάνω στους οποίους στηρίχθηκε η οικονομία της χώρας κατά το πρόσφατο παρελθόν, μεταποιητικός, τραπεζικός και κατασκευαστικός τομέας, κλονίστηκαν ισχυρά κατά το τέταρτο τετράμηνο του 2008 και εισήλθαν σε πορεία υποχώρησης, το μέγεθος της οποίας συνεχίστηκε με εξίσου οξύ ρυθμό και το 2009. Επιπροσθέτως, η κατάρρευση του εθνικού νομίσματος, η αναγκαστική προσφυγή σε δανεισμό από το Δ.Ν.Τ. και η παγίωση υψηλών πληθωριστικών πιέσεων, συνθέτουν ένα ιδιαίτερα δυσμενές περιβάλλον που απειλεί να θέσει εν αμφίβολο τα έως τώρα κεκτημένα της πραγματικής οικονομίας.

Ο κλάδος των κατασκευών και της οικοδομής τροφοδότησε σε σημαντικό βαθμό την αναπτυξιακή δυναμική των προηγούμενων ετών, βασιζόμενος κυρίως σε ιδιωτικά κεφάλαια. Όμως, κατά το δεύτερο μισό του 2008, η ζήτηση για κατοικίες και επαγγελματικούς χώρους περιορίστηκε δραματικά, συμπαρασύροντας την οικοδομική δραστηριότητα που έκλεισε το έτος με πτώση κατά 20% σε σύγκριση με το 2007.

Παράλληλα, έντονα πτωτικές τάσεις παρουσιάστηκαν στις τιμές των κατοικιών και επαγγελματικών χώρων, δημιουργώντας συνθήκες «σκασίματος της φούσκας» του κλάδου της οικοδομής στη χώρα.

### ***ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ: ΕΠΙΒΡΑΔΥΝΣΗ***

Στην Βουλγαρία η European Bank for Reconstruction and Development (EBRD), όπως και διάφοροι άλλοι οργανισμοί, προέβλεψε επιβράδυνση της οικονομίας της, με μείωση του Α.Ε.Π. κατά 3% το 2009 και κατά 4% το 2010. Οι νέες κατασκευές αυξήθηκαν κατά 1,2%. Ο αριθμός οικοδομικών αδειών που εκδόθηκαν για κατοικίες στη Βουλγαρία σημείωσε πτώση 40% το πρώτο τρίμηνο του 2009 σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο του 2008. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με στοιχεία του Βουλγαρικού Στατιστικού Ινστιτούτου, ο αριθμός των κατοικιών μειώθηκε κατά 49,3%, των διοικητικών κτιρίων και των γραφείων κατά 21% ενώ των υπολοίπων τύπων κτιρίων κατά 36%. Κατά τη διάρκεια του πρώτου τριμήνου 2009 στη Βουλγαρία εκδόθηκαν άδειες για 1.470 κτίρια κατοικιών με 6.530 διαμερίσματα και συνολική οικοδομήσιμη επιφάνεια 895.173 τετρ. μέτρα. Οι άδειες για διοικητικά κτίρια ήταν 79 με μία συνολική επιφάνεια 133.761 τετρ. μέτρα.

### ***ΡΟΥΜΑΝΙΑ: ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΑΙΣΘΗΤΕΣ ΟΙ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ***

Οι επιπτώσεις της διεθνούς χρηματοπιστωτικής κρίσης στην πραγματική οικονομία της Ρουμανίας, είναι πλέον ιδιαίτερα αισθητές, ιδιαιτέρως στους τομείς της αυτοκινητοβιομηχανίας, ορισμένους τομείς της βαριάς βιομηχανίας και της αγοράς ακινήτων. Η αγορά ακινήτων στην Ρουμανία, πέραν των αρνητικών τάσεων διεθνώς και της δυσχερέστερης πρόσβασης στο δανεισμό, παρουσίαζε ήδη πτώση κατά το τρίμηνο του 2008 σε σχέση με το 2007, μετά από μακρά περίοδο διαρκούς ανόδου των τιμών της γης και των κατασκευών σε υψηλά επίπεδα, που όπως πολλοί εκτιμούν θα πρέπει να επανέλθουν σε επίπεδα εγγύτερα στην πραγματικότητα.

Έτσι, οι αγοραπωλησίες ακινήτων στη περιοχή του Βουκουρεστίου κατά το γ' τρίμηνο του 2008 ανήλθαν σε 100 εκ. ευρώ, από 303 εκ. ευρώ το αντίστοιχο διάστημα του 2007. Πάντως, προβλήματα της Ρουμανικής οικονομίας όπως, ο

υπερδανεισμός των νοικοκυριών, η υπερβάλλουσα ζήτηση και η σχετική υπερθέρμανση της οικονομίας, είχαν επισημανθεί από οικονομικούς αναλυτές.

### ***ΟΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ***<sup>16</sup>

Σε όλες τις αγορές, ο τομέας της δόμησης οδηγείται από την αύξηση του εισοδήματος και τα χαμηλά επιτόκια ενυπόθηκων δανείων. Η Ανατολική Ευρώπη εξακολουθεί να μαγνητίζει, με τις δελεαστικές της προσφορές, το ενδιαφέρον των ξένων επενδυτών, γεγονός, που οδηγεί σε μια αισιόδοξη προοπτική για τον τομέα της δόμησης, ιδιαίτερα σε ότι αφορά επαγγελματικά – εμπορικά κτίρια. Ακόμη και ο ήπιος χειμώνας είχε θετικό αντίκτυπο στον τομέα της δόμησης σε όλες τις χώρες, παρά την ήδη υποβόσκουσα από τα μέσα του 2008 οικονομική κρίση. Ίσως γι' αυτό πολλοί αναλυτές να υποστηρίζουν ότι τα γραφειοκρατικά εμπόδια κατά την έκδοση των οικοδομικών αδειών, η έλλειψη ειδικευμένου εργατικού δυναμικού (π.χ. στην Πολωνία και τη Ρουμανία), η απότομη αύξηση του κόστους κατασκευής λόγω αύξησης των μισθών και του κόστους υλικών, σε ορισμένες χώρες η αύξηση του ΦΠΑ, ακόμη και το ίδιο το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον παγκοσμίως, θα λειτουργήσει για λίγο ανασταλτικά, αλλά όχι κατασταλτικά στην εξέλιξη της ανατολικής Ευρώπης.

Σε μια παλαιότερη έρευνα της Interconnection Consulting, αναφερόταν ότι οι μονάδες κουφωμάτων που είχαν πουληθεί το 2006 στις αγορές των Βοσνία-Ερζεγοβίνη, Βουλγαρία, Εσθονία, Λετονία, Λιθουανία, Κροατία, Πολωνία, Ρουμανία, Ρωσία, Σερβία, Σλοβακία, Σλοβενία, Τσεχία, Ουκρανία και Ουγγαρία, ανερχόταν σε 47,5 εκατομμύρια κουφώματα αξίας 6,9 δισεκατομμυρίων ευρώ. Φυσικά, αυτός ο αριθμός ήταν απόρροια της μεγάλης άνθησης των αγορών της Ρωσίας και της Ουκρανίας, που σημείωναν αύξηση 30% ανά έτος, ενώ στις πιο «ώριμες» αγορές της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η αύξηση ήταν μόνο της τάξεως του 9,3% και μόνο η Ουγγαρία υπέστη μείωση των ποσοτήτων.

Για την ίδια περίοδο, οι χώρες της Βαλτικής (που είχαν να δείξουν αρνητικά πρόσημα μέχρι το 2000) μπήκαν σε θετική τροχιά, και τα ποσοστά αύξησης έως το

---

<sup>16</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 41ο Μάρτιος 2010

2006 ήταν της τάξεως του 20% ανά έτος. Από την άλλη πλευρά διαφαινόταν ότι οι βαλκανικές χώρες (+15,3%) θα έφθαναν στην αποκορύφωση την περίοδο 2007 – 2008. Στην ίδια έρευνα αναφερόταν ότι οι δυνατότητες ανάπτυξης της Ανατολικής Ευρώπης δεν έχουν ακόμη εξαντληθεί καθώς υπάρχει πενία κατοικιών και διαμερισμάτων, ελάχιστοι σύγχρονοι χώροι γραφείων, μεγάλη ανάγκη ανακαίνισης των δημοσίων κτιρίων και οι κατοικίες χρίζουν νέων ενεργειακά αποδοτικών κουφωμάτων. Για τα τέσσερα έτη μετά το 2006 προβλεπόταν μια ανάπτυξη μεταξύ του 10% με 35% ανάλογα με την περιοχή. Οι προσδοκίες, εξακολουθούν να είναι ο τριπλασιασμός της αγοράς των κουφωμάτων έως το 2011, με τις πωλήσεις τους να φθάνουν τα 130 εκατομμύρια κομμάτια ετησίως και την αξία τους να υπερβαίνει τα 20 δις ευρώ, αν βέβαια Ρωσία και Ουκρανία εξακολουθήσουν να δείχνουν την υψηλότερη ανάπτυξη. Η αύξηση των εν λόγω αγορών αναμενόταν να είναι της τάξεως των 34 έως 38% ανά έτος, με μερίδιο αγοράς στην ανατολική Ευρώπη το 77% έως το 2010.

### ***ΑΛΛΑΓΕΣ ΣΤΙΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΓΟΡΑΣΤΩΝ***

Με την άνοδο των εισοδημάτων των αγοραστών-χρηστών, αλλάζουν και οι προτιμήσεις τους. Τα τελευταία χρόνια, η τιμή ήταν το πιο δυνατό κριτήριο για την αγορά κουφωμάτων. Τα κουφώματα PVC με την καλή σχέση κόστους/επιδόσεων, υιοθετήθηκαν πολύ γρήγορα ως φθηνά υποκατάστατα των παλαιών ξύλινων κουφωμάτων, φθάνοντας να έχουν το 70,1% της αγοράς της ανατολικής Ευρώπης.

Παρά το γεγονός ότι το ποσοστό αυτό δεν ήταν τόσο ψηλό σε όλες τις χώρες, ωστόσο ένα στα δύο κουφώματα που πωλούνταν, ήταν PVC. Σήμερα, που και άλλοι παράμετροι όπως η ποιότητα, η μόνωση, η οικολογία και το design, λαμβάνονται υπόψη για την επιλογή των κουφωμάτων, οι προτιμήσεις αλλάζουν και κινούνται προς την κατεύθυνση των ξύλινων και μικτών (αλουμίνιο – ξύλο) κουφωμάτων, με αποτέλεσμα την αύξηση των ποσοτήτων που πωλούνται. Όμως στις περισσότερες χώρες της ανατολικής Ευρώπης, αυτή η αύξηση δεν είναι αρκετή για την ανάκτηση του χαμένου μεριδίου της αγοράς ή/και για τον περιορισμό των απωλειών, από την στιγμή που τα ξύλινα κουφώματα και τα κουφώματα αλουμινίου – ξύλου έχουν διπλάσια με τριπλάσια υψηλότερη τιμή από τα κουφώματα PVC.

Μόνο στις χώρες της Βαλτικής παρατηρείται το φαινόμενο της συρρίκνωσης του μεριδίου της αγοράς των κουφωμάτων PVC και της ανάκτησής του από τα κουφώματα αλουμινίου - ξύλου. Στο εγγύς μέλλον η τάση της οικολογικής δόμησης θα γίνει πιο έντονη και στην Ανατολική Ευρώπη, αυξάνοντας την προσφορά και την ζήτηση για κουφώματα ξύλινα και αλουμίνιο - ξύλο. Κατά παράδοξο τρόπο, στην επόμενη πενταετία αναμένεται μια αναστροφή του κλίματος στις χώρες της Βαλτικής, με αύξηση των πωλήσεων των κουφωμάτων PVC.

### **2.3 ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΜΕΤΑΛΛΙΚΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ <sup>17</sup>**

Θετική διαγραφόταν η πορεία των επιχειρήσεων του κλάδου μεταλλικών κουφωμάτων της χώρας, παρά την πτώση που σημειώθηκε μετά την ολοκλήρωση των Ολυμπιακών Αγώνων, όπως προκύπτει από την κλαδική έρευνα που διενεργήθηκε για λογαριασμό του Εθνικού Παρατηρητηρίου για τις ΜΜΕ του ΕΟΜΜΕΧ. Σύμφωνα με τη μελέτη, η αγορά μεταλλικών κουφωμάτων τα τελευταία χρόνια χαρακτηρίστηκε από εμφανή άνοδο, λόγω της ανόδου της ιδιωτικής δόμησης και των ανακαινίσεων σε ιδιωτικά και δημόσια κτίρια.

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες διαδραμάτισαν σημαντικό ρόλο, λόγω τόσο των εγκαταστάσεων υποδομής, όσο και των επενδυτικών προγραμμάτων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, οι οποίες τροφοδότησαν σε μεγάλο βαθμό την ανάπτυξη του κλάδου.

Ωστόσο, η αγορά αναμενόταν να ομαλοποιηθεί κατά τα προσεχή χρόνια, καθώς η ολοκλήρωση των μεγάλων έργων υποδομής των παρελθόντων ετών στερούσε πλέον από τον κλάδο σημαντικό μέρος της ανάπτυξής του. Συνεπώς, μεγαλύτερο ενδιαφέρον πλέον παρουσιάζεται στον τομέα των ανακαινίσεων κτιρίων, όπου πολλές φορές τα παλαιότερα ξύλινα κουφώματα αντικαθίστανται από μεταλλικά.

---

<sup>17</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 42ο Απρίλιος 2010

Όπως προκύπτει από τη μελέτη, η αγορά ελέγχεται από λίγες αλλά μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεις, ενώ δραστηριοποιούνται και πολυάριθμες μικρομεσαίες (ΜΜΕ), οι οποίες χαρακτηρίζονται από περιορισμένη παραγωγική δυναμικότητα, ενώ προσφέρουν περιορισμένη γκάμα κουφωμάτων και απευθύνονται στις τοπικές αγορές. Ειδικότερα στον κλάδο δραστηριοποιούνται περίπου 8.500 εταιρείες, από τις οποίες το 85% είναι ατομικές που λειτουργούν σε τοπικό επίπεδο σε όλες τις περιοχές της χώρας. Επίσης, το 12,2% αποτελείται από Ο.Ε. και Ε.Ε. και μόλις το 1,6% από Α.Ε. και το 1% από Ε.Π.Ε.

Μεγάλος αριθμός εταιρειών στεγάζεται σε ημιυπόγεια, υπόγεια και άλλες πρόχειρες κατασκευές, με αποτέλεσμα να μην είναι εφικτή η λήψη άδειας λειτουργίας από τις αρμόδιες υπηρεσίες. Επιπλέον οι περισσότερες από τις εταιρείες αυτές απασχολούν ολιγάριθμο προσωπικό (έως 3 εργάτες) το οποίο εισέρχεται ως επί το πλείστον ανειδίκευτο, ενώ υπολογίζεται ότι μόνο 1.000 εταιρείες διαθέτουν άδεια.

Βάσει εκτιμήσεων της αγοράς, το 2007 πουλήθηκαν σε όλη την Ελλάδα 98.000 τόνοι προφίλ αλουμινίου για κουφώματα, έναντι 94.000 τόνων το 2006. Ο τομέας της οικοδομής αποτελεί το σημαντικότερο πελάτη της βιομηχανίας αλουμινίου της χώρας μας, καθώς απορροφάει σχεδόν το 70% των εγχώριων πωλήσεων ημι-προϊόντων. Το αλουμίνιο καλύπτει πάνω από το 75% της αγοράς κουφωμάτων.

Πρέπει να σημειωθεί ότι η αγορά κουφωμάτων επηρεάζεται άμεσα από την οικοδομική δραστηριότητα. Η οικοδομική δραστηριότητα το 2009 εμφάνισε ύφεση όπως παρουσιάζεται από τον χαμηλότερο αριθμό αδειών (-5,3%), τη μικρότερη επιφάνεια (-7,5%) και τον όγκο (-5%) των νέων κτιρίων σε σύγκριση με το 2008. Η μοναδική περιφέρεια στην οποία η ιδιωτική οικοδόμηση αυξήθηκε είναι η Κρήτη (+5,2% σε άδειες), όπου το αλουμίνιο καταλαμβάνει μερίδιο 79% στην τοπική αγορά κουφωμάτων. Η πρόοδος της οικοδόμησης στο νησί αυτό οφείλεται στη συνεχή ανάπτυξη τουριστικών υποδομών, αλλά και στο μεγάλο ενδιαφέρον για αγορά παραθεριστικών κατοικιών κυρίως από αλλοδαπούς τουρίστες.

Αντίστοιχη είναι και η εικόνα σε άλλους τουριστικούς προορισμούς όπου η αύξηση της τουριστικής κίνησης των τελευταίων ετών έχει συντελέσει στην τόνωση



των τοπικών οικονομιών και στην ανακαίνιση ξενοδοχειακών συγκροτημάτων τα οποία αντικαθιστούν τα ξύλινα κουφώματα με μεταλλικά. Προς αυτή την κατεύθυνση έχει συντελέσει και η βελτίωση της τεχνολογίας κατασκευής ώστε τα προϊόντα του κλάδου να μπορούν να χρησιμοποιηθούν πλέον και σε παραθαλάσσιες και νησιωτικές περιοχές. Επιπλέον, μπορούν να κατασκευαστούν σύνθετα κουφώματα, από συνδυασμό μερών ξύλου και αλουμινίου, τα οποία ικανοποιούν εξειδικευμένες εφαρμογές.

Όπως σημειώνεται στη μελέτη, στον κλάδο, δεν υφίσταται κανενός είδους έλεγχος για τη λειτουργία των εταιρειών, την ποιότητα της εργασίας τους και την τοποθέτηση των κουφωμάτων. Η έλλειψη ολοκληρωμένου νομικού και θεσμικού πλαισίου είχε σαν αποτέλεσμα τη μη ορθή εφαρμογή των συστημάτων αλουμινίου στις οικοδομές και την παρουσία κατασκευαστικών προβλημάτων. Παρά τις πρόσφατες βελτιώσεις, το νομικό και θεσμικό πλαίσιο για τον κλάδο απέχει αρκετά ώστε να χαρακτηριστεί ολοκληρωμένο. Αποτέλεσμα της έλλειψής του (νομικού και θεσμικού πλαισίου) ήταν τα προϊόντα και οι προσφερόμενες από τον κλάδο υπηρεσίες να υπολείπονται των προσδοκιών των πελατών και να δώσουν πρόσφορο έδαφος σε ανταγωνιστικά υλικά.

Αντιμετωπίζοντας αυτά τα προβλήματα, ο Σύνδεσμος Ελλήνων Κατασκευαστών Αλουμινίου (ΣΕΚΑ) υιοθέτησε το σήμα ποιότητας ΣΕΚΑ-RAL. Ωστόσο, παρά τις προσπάθειες για την υιοθέτηση της σήμανσης και την ενημέρωση γύρω από την πιστοποίηση των προϊόντων, μικρός μόνο αριθμός κατασκευαστών το έχει υιοθετήσει, κυρίως λόγω του κόστους και της έλλειψης προβολής, υποχρέωσης τήρησής του και ποιοτικού ελέγχου στις οικοδομές.

## 2.4 ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ<sup>18</sup>

Η δυναμική την οποία επιδεικνύει ο κλάδος χαρακτηρίζεται από τα εξής σημεία:

- ✓ Το αλουμίνιο αποτελεί το δημοφιλέστερο υλικό για την κατασκευή κουφωμάτων.
- ✓ Η Ελλάδα είναι από τις σημαντικότερες χώρες παγκοσμίως στην παραγωγή αλουμινίου λόγω των σχετικών κοιτασμάτων βωξίτη.
- ✓ Υπάρχει εγχώρια παραγωγή αλουμινίου και πλειάδα εταιρειών που το κατεργάζονται προκειμένου να παράγουν προϊόντα όπως τα συστήματα αλουμινίου.
- ✓ Ο κλάδος του αλουμινίου αποτελεί υγιές και ανθηρό τμήμα της Ελληνικής Βιομηχανίας.
- ✓ Το συγκεκριμένο υλικό χρησιμοποιείται ευρέως στις οικοδομές λόγω των υψηλότερων αντοχών του σε σχέση με άλλα υλικά.
- ✓ Ο κλάδος ευνοήθηκε από τα Ολυμπιακά Έργα και τους αυξημένους ρυθμούς οικοδόμησης έως και το τέλος του 2005.
- ✓ Σημαντική ώθηση στον κλάδο δίνουν οι επενδύσεις αναβάθμισης-επέκτασης των ξενοδοχειακών μονάδων.
- ✓ Περιορισμένη εισαγωγική διείδυση.
- ✓ Το αλουμίνιο αποτελεί πλήρως ανακυκλώσιμο υλικό.
- ✓ Βελτίωση του Κύκλου Εργασιών και της λειτουργικής και προ φόρων κερδοφορίας από τις περισσότερες εταιρείες του δείγματος.
- ✓ Ικανοποιητικά επίπεδα γενικής ρευστότητας.

Οι ευκαιρίες ανάπτυξης οι οποίες παρουσιάζονται για τις επιχειρήσεις του κλάδου, συνοψίζονται στις ακόλουθες:

- ❖ Προώθηση των προϊόντων του κλάδου σε τουριστικές περιοχές όπου παρουσιάζονται μεγαλύτερες αναπτυξιακές προοπτικές.
- ❖ Ανάπτυξη της παραθεριστικής κατοικίας, ιδίως λόγω του ενδιαφέροντος αλλοδαπών τουριστών.

---

<sup>18</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 39ο Δεκέμβριος 2009

- ❖ Το μεταλλικό κούφωμα εμφανίζεται πλέον σαν πιο ανθεκτικό δομικό υλικό που δεν υπόκειται σε οξείδωση, γεγονός που αυξάνει τη ζήτησή του σε παραθαλάσσιες περιοχές.
- ❖ Δυνατότητα δημιουργίας σύνθετων κουφωμάτων (π.χ. από αλουμίνιο και ξύλο) και δημιουργίας κουφωμάτων αλουμινίου με αισθητική ξύλου.
- ❖ Αντικατάσταση παλαιών συστημάτων με κουφώματα νέας τεχνολογίας που ενσωματώνουν θερμομονωτικά χαρακτηριστικά για εξοικονόμηση σε κόστος θέρμανσης - ψύξης.

## **2.5 ΚΙΝΔΥΝΟΙ ΚΑΙ ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ<sup>19</sup>**

Παράλληλα με τις θετικές προοπτικές πρέπει να συνεκτιμηθούν ορισμένες αδυναμίες:

- Κάμψη της οικοδομικής δραστηριότητας τον τελευταίο ενάμιση χρόνο στο σύνολο της χώρας (εξαιρουμένης της Κρήτης).
- Αύξηση τιμής των πρώτων υλών σε διεθνές επίπεδο.
- Προβληματικό καθεστώς χορήγησης αδειών.
- Η παραγωγή μεταλλικών προϊόντων και ειδικότερα αλουμινίου απαιτεί σημαντική ποσότητα ηλεκτρικής ενέργειας.
- Το ξύλινο κούφωμα εξακολουθεί να κατέχει την πρώτη θέση σε οικοδομές υψηλότερων προδιαγραφών, καθώς και στα νησιά.
- Απαγόρευση χρήσης κουφωμάτων αλουμινίου στα νησιά.
- Το μεταλλικό κούφωμα δεν αποτελεί τυποποιημένο προϊόν λόγω των διαφορετικών απαιτήσεων των καταναλωτών, με αποτέλεσμα να μην υφίσταται μαζική παραγωγή.
- Τα συνθετικά κουφώματα κυριαρχούν στην βόρεια Ελλάδα, λόγω των καιρικών συνθηκών.
- Έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού και ελλιπής εκπαίδευση.
- Κάμψη των περιθωρίων λειτουργικής και προ φόρων κερδοφορίας.
- Έμφαση στη χρήση εξωτερικών κεφαλαίων.

---

<sup>19</sup> [www.alunet.gr](http://www.alunet.gr)

Οι μεγαλύτεροι κίνδυνοι για τον κλάδο συνίστανται στους εξής:

- ✚ Αναμένεται ένταση του ανταγωνισμού και συμπίεση των περιθωρίων κερδοφορίας λόγω της ολοκλήρωσης πολλών έργων υποδομής.
- ✚ Εισχώρηση του συνθετικού κουφώματος (PVC) σε περιοχές όπου κυριαρχεί το αλουμίνιο λόγω της χαμηλότερης τιμής του και των βελτιωμένων χαρακτηριστικών του.
- ✚ Συνεχής άνοδος της τιμής των πρώτων υλών.
- ✚ Αύξηση του κόστους ηλεκτρικής ενέργειας η οποία θα αυξήσει περαιτέρω το κατά μονάδα κόστος των μεταλλικών κουφωμάτων.
- ✚ Η πιστωτική κρίση ειδικά στις κατασκευές θα επιφέρει σημαντική μείωση της ζήτησης.
- ✚ Οι μη ορθές πρακτικές ορισμένων μικρομεσαίων επιχειρήσεων προκαλούν στον κλάδο συνθήκες αθέμιτου ανταγωνισμού.

## **2.6 ΧΡΗΜΑΤΟΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΣΥΝΟΨΗ<sup>20</sup>**

- ✓ Ο Κύκλος Εργασιών των 87 εταιριών του δείγματος διαμορφώθηκε το 2008 σε 221,57 εκατ. ευρώ παρουσιάζοντας αύξηση 9,1% σε σχέση με το 2007. Το 72,9% των εταιριών βελτίωσαν τα έσοδα τους το 2008.
- ✓ Τα Μεικτά Κέρδη διαμορφώθηκαν σε 49,05 εκατ. ευρώ, ενώ το αντίστοιχο περιθώριο κερδοφορίας παρέμεινε στο 18,8%.
- ✓ Ο δείκτης των Λειτουργικών Εξόδων ως προς τον Κύκλο Εργασιών παρέμεινε ουσιαστικά σταθερός, διαμορφούμενος σε 15,4% (2006: 15,2%).
- ✓ Τα ΚΠΤΦΑ και ΚΠΦ (κέρδη προ φόρου) στο τέλος του έτους διαμορφώθηκαν σε 22,06 εκατ. ευρώ και 5,94 εκατ. ευρώ αντίστοιχα, γεγονός που επιβεβαιώνει τον ανταγωνισμό σε επίπεδο τιμών με αποτέλεσμα τα ΚΠΦ να διαμορφωθούν σε επίπεδα χαμηλότερα σε σχέση με το 2007. Θα πρέπει να σημειώσουμε ότι σχεδόν 1 στις 5 εταιρίες του δείγματος παρουσίασε ζημίες, ενώ περίπου 1 στις 3 από τις κερδοφόρες παρουσίασε μείωση της κερδοφορίας. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι μικρότερες εταιρίες του δείγματος

---

<sup>20</sup> <http://www.presspoint.gr>

παρουσίασαν την πλέον επιβαρυνμένη εικόνα των αποτελεσμάτων για το 2007, γεγονός που σηματοδοτεί το επίπεδο του ανταγωνισμού τους.

- ✓ Μειώσεις όμως καταγράφηκαν στα Περιθώρια ΚΠΤΦΑ και ΚΠΦ, σε 8,4% και 2,4% αντίστοιχα, με άμεση συνέπεια την υποχώρηση του δείκτη RoE σε 4,8%.
- ✓ Οι εταιρείες του δείγματος το 2008 μόχλευσαν τα κεφάλαιά τους κατά 2 περίπου φορές, περιορίζοντας πάντως την έκθεσή τους σε βραχυπρόθεσμες πηγές χρηματοδότησης.
- ✓ Η Γενική Ρευστότητα βελτιώθηκε σημαντικά σε 1,23 ,ενώ ο Εμπορικός Κύκλος διαμορφώθηκε στις 90 ημέρες.

## **2.7 ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ, ΔΟΚΙΜΕΣ ΚΑΙ ΜΕΤΡΗΣΕΙΣ<sup>21</sup>**

Η ποιότητα αποτελούσε πάντοτε και αποτελεί τον ακρογωνιαίο λίθο όχι μόνον για τους διελαστές αλλά και για τους Κατασκευαστές, οι οποίοι είναι σε άμεση σχέση με τον πελάτη. Η ποιότητα όμως δεν πρέπει να σταματάει στη διέλαση, αλλά πρέπει να συνεχίζεται και στο τελικό προϊόν, δηλαδή στο κούφωμα αλουμινίου.

Στα περισσότερα Ευρωπαϊκά κράτη είχαν δημιουργηθεί εδώ και χρόνια Εργαστήρια Δοκιμών Κουφωμάτων, ώστε να ελέγχονται και να πιστοποιούνται τα τελικά προϊόντα αλουμινίου. Πολλές επιχειρήσεις στην Ελλάδα, οι οποίες ενδιαφερόντουσαν για την ποιότητα των προϊόντων τους, είχαν θεσπίσει συστήματα ελέγχου ποιότητας (όπως το ISO 9000) αλλά δυστυχώς δεν ήταν δυνατόν να ελέγξουν το τελικό προϊόν τους.

Το Διαπιστευμένο και Κοινοποιημένο Εργαστήριο της ΕΚΑΝΑΛ, δίνει τη δυνατότητα σε κάθε ενδιαφερόμενο, να πραγματοποιεί τις τρεις παρακάτω δοκιμές στα κουφώματα αλουμινίου:

- ❖ Αεροδιαπερατότητα.
- ❖ Υδατοστεγανότητα.
- ❖ Αντοχή σε Ανεμοπίεση.

Οι τρεις αυτές δοκιμές γίνονται σύμφωνα με τις προδιαγραφές ΕΛΟΤ EN 14351.01:2006. Οι διελαστές και γενικά οι παραγωγοί ολοκληρωμένων συστημάτων

---

<sup>21</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 38ο Οκτώβριος 2009

αλουμινίου, ή οι κατασκευαστές, πραγματοποιούν δοκιμές στα κουφώματά τους σε Κοινοποιημένα Εργαστήρια και έχουν σχετικά Πιστοποιητικά Δοκιμών.

Οι παραγωγοί συστημάτων μπορούν να παραχωρήσουν τις εκθέσεις δοκιμών στους κατασκευαστές, οι οποίοι τα χρησιμοποιούν προκειμένου να καλύψουν την υποχρέωση, η οποία επιβάλλεται από το πρότυπο για τη σήμανση CE. Το πρότυπο EN 14351 θεωρεί ως «Παραγωγό Συστήματος» αυτόν ο οποίος προωθεί ένα σύστημα κουφώματος στην αγορά.

### **2.7.1 ΔΟΚΙΜΕΣ ΚΑΙ ΣΗΜΑΝΣΗ CE**<sup>22</sup>

Η Σήμανση CE στα κουφώματα, η οποία έγινε υποχρεωτική από 1/2/2010:

- ◆ Δεν πιστοποιεί την ποιότητα του προϊόντος.
- ◆ Δεν επιβάλλει κατάταξη του κουφώματος σε ορισμένη κατηγορία.

Άρα, τα πιστοποιητικά δοκιμών επιβάλλονται για τους παρακάτω δυο βασικούς λόγους:

- ◆ Για τον έλεγχο από τον παραγωγό του συστήματος των επιδόσεων των κουφωμάτων τα οποία κατασκευάζει.
- ◆ Για τις Αρχικές Δοκιμές Τύπου οι οποίες επιβάλλονται από το πρότυπο ΕΛΟΤ EN 14351.01:2006.

Οι παραγωγοί του συστήματος, παρόλο που το πρότυπο δεν επιβάλλει κατάταξη του κουφώματος σε ορισμένη κατηγορία, εντούτοις φροντίζουν να επιτύχουν όσο το δυνατόν καλύτερα αποτελέσματα στις δοκιμές.

Από την 1η Φεβρουαρίου 2010 η σήμανση CE είναι πλέον υποχρεωτική για όλα τα Κράτη Μέλη της Ευρωπαϊκής Ένωσης, για τις Πόρτες και τα Παράθυρα.

---

<sup>22</sup> <http://www.aluminium.gr/issue.asp> τεύχος 41ο Απρίλιος 2009

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup> ΤΑ ΔΙΑΦΟΡΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ**<sup>23</sup>

### **3.1.1 ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ**

Τα κουφώματα αλουμινίου είναι ευρέως διαδεδομένα. Το αλουμίνιο προσφέρεται ιδιαίτερα για την κατασκευή κουφωμάτων, παρέχοντας μεγάλη ευελιξία στις εφαρμογές. Επίσης, είναι ελαφρύ, έχει καλή προσαρμογή και λειτουργικότητα, μεγαλύτερη αντοχή στο χρόνο και μειωμένες απαιτήσεις συντήρησης.

Τα προφίλ αλουμινίου μπορούν να κοπούν και να σχεδιαστούν με ακρίβεια και με συγκεκριμένες διατομές για πολύ ειδικές απαιτήσεις. Μερικές από τις σύγχρονες τεχνικές χρωματισμού της επιφάνειας του προφίλ είναι η ανοδίωση και η ηλεκτροστατική βαφή. Υπάρχουν μεγάλες διακυμάνσεις στην ποιότητα και τις τιμές των κουφωμάτων αλουμινίου. Αυτές εξαρτώνται από το κράμα, τη διατομή, το προστατευτικό επίστρωμα του προφίλ, την περιμετρική στεγανοποίηση των φύλλων, την ποιότητα των εξαρτημάτων στις συνδέσεις, τον τρόπο τοποθέτησης των τζαμιών και τον τρόπο ανάρτησης και σύνδεσης μεταξύ τους.

Το αλουμίνιο από μόνο του δε φημίζεται για τις θερμομονωτικές και τις ηχομονωτικές ιδιότητές του, σε συνδυασμό, όμως, με άλλα σύνθετα υλικά τόσο περιφερειακά όσο και εσωτερικά μπορεί να δημιουργήσει ένα αποτελεσματικό σύστημα. Σημαντικό είναι τα συγκεκριμένα υλικά (ελαστικά, βούρτσες κτλ.) να είναι ανθεκτικά και να αντικαθίστανται εύκολα. Εξωτερικά, πρέπει να περιβάλλουν το κούφωμα χωρίς διακοπές. Επίσης, ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται για τη συναρμογή της κάσας με τα φύλλα.

Τα κουφώματα από αλουμίνιο ξεπερνούν το 75% της εγχώριας αγοράς καθώς είναι συνώνυμα της υψηλής ποιότητας και υπερτερούν σημαντικά σε σύγκριση με τα άλλα υλικά. Επιλέγοντας ελληνικά, επώνυμα κουφώματα αλουμινίου μπορούμε να είμαστε σίγουροι για το καλύτερο αισθητικό αποτέλεσμα, την άψογη λειτουργικότητα, τις εξαιρετικές ιδιότητες ηχομόνωσης και θερμομόνωσης και την ιδιαίτερα μεγάλη αντοχή.

---

<sup>23</sup> <http://www.alunet.gr>

Οι πόρτες και τα παράθυρα αλουμινίου αντέχουν σε όλες τις κλιματολογικές συνθήκες: από το υπερβολικό κρύο και την υγρασία έως τη μεγάλη ζέση. Είναι ελαφριά, ανθεκτικά στη διάβρωση (ιδιότητα που τα καθιστά ιδανικά σε παραθαλάσσιες περιοχές), συντηρούνται εύκολα και είναι ανακυκλώσιμα.

Ανάμεσα στα πλεονεκτήματα των κουφωμάτων αλουμινίου συγκαταλέγεται, επίσης, η συμβολή τους στην εξοικονόμηση ενέργειας της κατοικίας ή του γραφείου μας. Ανάλογα με τη θέση τους στο κτίσμα, αλλά και τα διπλά τζάμια τα οποία τοποθετούνται απαραίτητως στα παράθυρα από αλουμίνιο, μπορούμε να είμαστε σίγουροι για τα ηχομονωτικά τους χαρακτηριστικά αλλά και την αποφυγή απώλειας θερμότητας.

Τα κουφώματα αλουμινίου δίνουν λύσεις τόσο στις περιπτώσεις κατασκευής μοντέρνων κτιρίων όσο και στις περιπτώσεις ανακαίνισης ή συντήρησης παλαιών κτιρίων με ιστορική και αρχιτεκτονική αξία. Οι τεχνολογικές εξελίξεις σε συνδυασμό με την ιδιότητα των κουφωμάτων αλουμινίου να παίρνουν οποιαδήποτε μορφή και σχήμα επιθυμούμε (ορθογώνια, τοξωτά, στρογγυλά για ανοιγόμενα, συρόμενα, ανακλινόμενα, με ή χωρίς ρολά, κ.ο.κ.) να συνδυάζονται με άλλα υλικά (π.χ. με το ξύλο) και να διατίθενται σε απεριόριστη ποικιλία χρωμάτων, τα καθιστούν ιδανικά για κάθε κατασκευή, ακόμη και γι' αυτές που έχουν παραδοσιακό χαρακτήρα.

Επιπλέον, τα κουφώματα αλουμινίου ανακυκλώνονται, συμβάλλοντας στην προστασία του περιβάλλοντος και βοηθώντας μας να υιοθετήσουμε έναν πιο οικολογικό τρόπο ζωής.

Παραδοσιακά, τα κουφώματα ήταν ξύλινα. Με την ανακάλυψη, όμως, του χυτού σιδήρου στα τέλη του 19ου αιώνα και το ξεκίνημα της βιομηχανικής επανάστασης άρχισαν να εμφανίζονται τα πρώτα σιδερένια κουφώματα, ενώ τον 20ο αιώνα η εξέλιξη της τεχνολογίας προχώρησε στην παραγωγή νέων υλικών, τα οποία πλέον χρησιμοποιούνται όλο και πιο συχνά.

Στην Ελλάδα της δεκαετίας του '90, ξύλινα ήταν μόνο το 20% των κουφωμάτων. Σήμερα, ανάλογα με τα υλικά που χρησιμοποιούνται χωρίζονται σε τρεις κατηγορίες: στα ξύλινα, τα μεταλλικά και τα συνθετικά. Με τα κουφώματα



ολοκληρώνεται το κέλυφος ενός κτιρίου. Είναι εκείνα που σε μεγάλο βαθμό καθορίζουν την εσωτερική άνεση και το περιβάλλον διαβίωσης των κατοίκων του. Αξίζει επομένως να δώσει κανείς ιδιαίτερη προσοχή στα υλικά που θα χρησιμοποιηθούν στην κατασκευή και τη σύνδεσή τους έτσι ώστε να δημιουργηθεί ένα στέρεο σύνολο.

### **3.1.2 ΕΥΛΙΝΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ<sup>24</sup>**

Το ξύλο είναι το πλέον φυσικό υλικό και προτιμάται κυρίως στις κατοικίες. Η εμφάνισή του δημιουργεί μια αίσθηση οικειότητας και ζεστασιάς. Τεχνικά, έχει πολλά πλεονεκτήματα όπως την εύκολη επεξεργασία και την καλή θερμομονωτική και ηχομονωτική του ικανότητα. Όμως, ως φυσικό, και επομένως «ζωντανό» υλικό επηρεάζεται εύκολα από την υγρασία, παρουσιάζοντας διόγκωση και συρρίκνωση που μπορεί να καταλήξει σε διάβρωση και στρέβλωση των δομικών του στοιχείων. Το ξύλο που χρησιμοποιείται στην κατασκευή κουφωμάτων μπορεί να είναι σκληρό όπως το ιρόκο, η δρυς και άλλα τροπικά ξύλα, ημίσκληρο ή μαλακό όπως το πεύκο.

Οι ιδιαιτερότητες του κάθε είδους διαφέρουν, αλλά σε γενικές γραμμές, το σκληρό είναι πιο ανθεκτικό στην υγρασία, στη φθορά από τη συχνή χρήση, καθώς και στους μύκητες. Σαν υλικό, ωστόσο, είναι πιο δύσκολο στην επεξεργασία και αρκετά πιο ακριβό. Βασικό, επίσης, κριτήριο στην επιλογή ποιοτικής ξυλείας είναι να μη διαθέτει ρόζους και να είναι στεγνή.

Στις μέρες μας κατασκευάζονται και κουφώματα από κατεργασμένο ξύλο που αναμειγνύεται με ρητίνες και καλουπώνεται υπό πίεση. Μια δεύτερη σύγχρονη μέθοδος επεξεργασίας, που ενδείκνυται για την κατασκευή πλαισίων μεγάλων ανοιγμάτων, είναι η συγκόλληση λεπτών καπλαμάδων μεταξύ τους με φαινολικές ρητίνες υπό πίεση, δημιουργώντας ένα ξύλο ανθεκτικό για εξωτερική χρήση.

Ακόμη και μια πόρτα ασφαλείας μπορεί εύκολα να παραβιαστεί αν η περιμετρική της στήριξη δεν είναι η κατάλληλη. Αν τα ξύλινα κουφώματα προσβληθούν από σαράκι, υπάρχει κίνδυνος προσβολής και των υπόλοιπων επίπλων του σπιτιού που είναι κατασκευασμένα από ξύλο.

---

<sup>24</sup> [www.perfecto.com.gr](http://www.perfecto.com.gr)

### **3.1.3 ΘΕΡΜΟΜΟΝΩΤΙΚΟΤΗΤΑ - ΗΧΟΜΟΝΩΤΙΚΟΤΗΤΑ**

Οι φυσικές, ηχομονωτικές και θερμομονωτικές ιδιότητες του ξύλου οφείλονται στην ίδια τη μάζα του, η οποία έχει αρκετά κενά που παγιδεύουν τον αέρα και τον ήχο. Συγκριτικά με άλλα υλικά, το ξύλο διαθέτει 4.000 φορές καλύτερη θερμική ικανότητα από το χάλυβα και 1.800 φορές καλύτερη από το αλουμίνιο.

Ιδιαίτερη προσοχή απαιτεί η σωστή εφαρμογή των εσωτερικών και εξωτερικών φύλλων στην κάσα ενός κουφώματος, ώστε να μη δημιουργούνται απώλειες αέρος. Το ίδιο ισχύει και για τη στεγανότητα των ξύλινων αρμών εκεί που υπάρχουν τζάμια. Από τα υλικά που χρησιμοποιούνται για στεγανοποίηση, οι ελαστικές διατομές είναι πιο αποτελεσματικές από το στόκο και τις διάφορες κόλλες.

Εκτός από την ξεχωριστή αισθητική τους, τα ξύλινα κουφώματα προτιμώνται και γιατί είναι φιλικά προς το περιβάλλον: είναι ανανεώσιμα και ανακυκλώσιμα. Επίσης, η επεξεργασία τους είναι σχετικά εύκολη, ενώ κατά την παραγωγή τους καταναλώνουν ελάχιστη ενέργεια σε σύγκριση με το αλουμίνιο ή το χάλυβα, που χρειάζονται μεγάλες ποσότητες και κατά συνέπεια συμβάλλουν στην εκπομπή ρύπων στην ατμόσφαιρα.

### **3.1.4 ΣΥΝΘΕΤΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ**

Αποτελούνται από ξύλο στην εσωτερική πλευρά και αλουμίνιο ή συνθετικό υλικό στην εξωτερική. Συνήθως, το ξύλο που χρησιμοποιείται είναι φουρνιστή δρυς που συνδέεται με το προφίλ με κλιπ από πολυαμίδιο. Σε αυτή την περίπτωση το αλουμίνιο πρέπει να φέρει όλα τα στοιχεία που το καθιστούν θερμομονωτικό. Τα σύνθετα κουφώματα επιτρέπουν στο χρήστη να απολαμβάνει την αίσθηση ζεστασιάς που δημιουργεί το ξύλο εσωτερικά και ταυτόχρονα την ευελιξία του αλουμινίου στο σχεδιασμό των ανοιγμάτων.

### **3.1.5 ΣΥΝΘΕΤΙΚΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ**

Τα πιο σύγχρονα συστήματα κουφωμάτων σήμερα είναι τα συνθετικά (PVC). Λόγω των ιδιοτήτων τους χρησιμοποιούνται όλο και περισσότερο. Βασικά τους πλεονεκτήματα αποτελούν ο χαμηλός συντελεστής θερμικής αγωγιμότητας (που σημαίνει ότι προσφέρουν καλή θερμομόνωση), η υψηλή αντοχή στη φωτιά, η ηχοπροστασία που παρέχουν καθώς και ότι είναι απόλυτα στεγανά και αθόρυβα.

Επίσης, διατίθενται σε μεγάλη γκάμα χρωμάτων. Επειδή, όμως, είναι στην ουσία πλαστικά, αντιδρούν στις υπεριώδεις ακτίνες του ήλιου και στις διακυμάνσεις της θερμοκρασίας και μπορεί να παρουσιάσουν σχισμές και αλλοιώσεις στο χρώμα. Καλό είναι να γνωρίζει κανείς πως το PVC δεν είναι καθόλου φιλικό προς το περιβάλλον. Μπορεί να ανακυκλωθεί όπως πολλά πλαστικά, αλλά δυστυχώς στην Ελλάδα δεν υπάρχει ακόμη τέτοια υποδομή. Επίσης, σε περίπτωση φωτιάς εκπέμπει επικίνδυνους ρύπους.

### **3.1.6 ΥΑΛΟΠΙΝΑΚΕΣ<sup>25</sup>**

Σημαντικό στοιχείο για την καλή λειτουργία του συστήματος ενός κουφώματος είναι βεβαίως οι υαλοπίνακες. Τα μονά τζάμια δεν ενδείκνυνται πλέον εφόσον οι θερμομονωτικές και ηχομονωτικές τους απώλειες είναι αρκετά μεγάλες. Συνήθως χρησιμοποιούνται διπλά ή τριπλά τζάμια μονωτικά, «low-e». Το πάχος του τζαμιού κυμαίνεται από 3-6 χιλιοστά αλλά μπορεί, ανάλογα με τις απαιτήσεις, να χρησιμοποιηθεί και μεγαλύτερο πάχος.

Το κενό μεταξύ τους είναι συνήθως 6-24 χιλιοστά. Η ακριβής και σωστή σύνδεση τζαμιών και κουφωμάτων εξασφαλίζει την όλη αποτελεσματικότητα του συστήματος. Αυτή γίνεται με ελαστικές διατομές ή άλλα συνθετικά υλικά που διογκώνονται ή συρρικνώνονται ανάλογα με τις αλλαγές του καιρού.

### **3.1.7 ΣΚΙΑΣΗ**

Τα συστήματα σκίασης αποτελούν το τελικό στοιχείο ενός κουφώματος. Η πιο συνηθισμένη μορφή είναι τα γνωστά εξωτερικά παντζούρια ή τα ρολά που είναι κατά περίπτωση συρρόμενα ή περιστρεφόμενα. Αυτά πρέπει να λειτουργούν συμπληρωματικά και ως προς την αισθητική, ώστε να επιτυγχάνονται τα επιθυμητά αποτελέσματα σε αρμονία με τον εσωτερικό χώρο του κτιρίου.

Σήμερα, εναλλακτικά συστήματα ενσωματώνουν στόρια-περσίδες στο κενό των τζαμιών ή στο πλαίσιο του κουφώματος. Είναι κατασκευές ιδιαίτερα ανθεκτικές, χωρίς περιορισμό διαστάσεων, που ανοιγοκλείνουν, δίνοντας τη δυνατότητα πλήρους στεγανότητας και προστασίας από τον ήλιο όταν είναι ερμητικά κλειστές. Και ας μην

---

<sup>25</sup> [www.double-glass.gr](http://www.double-glass.gr)

ξεχνάμε τις πέργκολες, μόνιμες κατασκευές για τον κήπο ή τη βεράντα, που διατίθενται σε μεγάλη ποικιλία μορφών και συνθέσεων.

### **3.2 ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ<sup>26+27</sup>**

#### **ΣΥΝΘΕΤΙΚΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ (PVC)**

- Μικρό βάρος
- Καλή προσαρμογή
- Καλή θερμομόνωση, ηχομόνωση, αεροστεγανότητα
- Χαμηλό κόστος
- Περιβαλλοντική επιβάρυνση

#### **ΞΥΛΙΝΑ ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ**

- Καλή προσαρμογή
- Καλή αισθητική
- Καλή θερμομόνωση, ηχομόνωση, στεγάνωση
- Εύκολη επιδιόρθωση

#### **ΚΟΥΦΩΜΑΤΑ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ**

- Καλή εμφάνιση
- Μεγάλη πυραντοχή
- Μεγάλη αντοχή στο χρόνο
- Μικρή περιβαλλοντική επιβάρυνση

---

<sup>26</sup> [www.e-go.gr/idanikospiti](http://www.e-go.gr/idanikospiti)

<sup>27</sup> [www.metronanalysis.gr](http://www.metronanalysis.gr)

### 3.2.1 ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΟΣ ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ ΚΑΙ PVC<sup>28</sup>

ΙΔΙΟΤΗΤΕΣ	ΑΛΟΥΜΙΝΙΟ	PVC
Αντοχή (στον εφελκυσμό)	Πολύ καλές μηχανικές ιδιότητες	Χαμηλές μηχανικές ιδιότητες
Πυκνότητα (σχέση βάρους προς όγκο)	Ελαφρύ (περίπου 1/3 του χαλκού ή του χάλυβα)	Πολύ ελαφρύ (περίπου το 60% της πυκνότητας του αλουμινίου)
Ανθεκτικότητα στην διάβρωση	Άριστη και μπορεί να ενισχύεται με την αλλαγή της εμφάνισης μέσω ανοδίωσης ή άλλων επιφανειακών κατεργασιών	Υψηλή αντοχή σε αλκαλικό και άλατα αλλά προσβάλλεται από οργανικούς διαλύτες και οργανικά οξέα
Λόγος αντίστασης/βάρους	Πολύ καλή	Χαμηλή προς καλή
Διαμορφωτική ικανότητα	Μορφοποιείται εύκολα και μορφοποιείται με διέλαση σε τεράστια ποικιλία διατομών και με πολλαπλές κάμερες. Η μέθοδος της διέλασης προσφέρει το πλεονέκτημα της τοποθέτησης του μετάλλου ακριβώς εκεί που χρειάζεται.	Μορφοποιείται ή χυτεύεται εύκολα ακόμη και με περίπλοκες διατομές
Ηλεκτρική αγωγιμότητα	Άριστη αγωγιμότητα	Φτωχή έχει μονωτικά χαρακτηριστικά στον ηλεκτρισμό και την θέρμανση
Θερμική αγωγιμότητα	Άριστη, ιδανικό υλικό για εναλλάκτες θερμότητας	Φτωχή
Εξοικονόμηση ενέργειας/θερμική ανακλαστικότητα	Άριστη ανακλαστικότητα. Το αλουμίνιο μπορεί να προσφέρει εξοικονόμηση ενέργειας για θέρμανση και ψύξη.	Φτωχή θερμική ανακλαστικότητα
Φινίρισμα	Απεριόριστες δυνατότητες επιφανειακού φινιρίσματος, συμπεριλαμβανομένων μηχανικών και χημικών προεργασιών, ανοδίωση, βαφή και ηλεκτρολυτική επιμετάλλωση	Το χρώμα μπορεί να ενσωματωθεί στο υλικό
Ανακύκλωση	Υψηλή αξία scrap. Επαναχυτεύεται δίνοντας ίδια προϊόντα	Χαμηλή αξία scrap. Συνήθως επανεπεξεργάζεται.
Κόστος εργαλείων	Τα εργαλεία που απαιτούνται έχουν σχετικά μικρό κόστος και απαιτούν μικρό χρόνο κατασκευής	Σχετικά χαμηλού κόστους
Δυνατότητα καύσης	Δεν καίγεται. Δεν εκπέμπει τοξικά αέρια όταν εκτίθεται σε υψηλές θερμοκρασίες	Καίγεται και υπάρχει η πιθανότητα εκπομπής τοξικών αερίων όταν εκτίθεται σε υψηλές θερμοκρασίες

Πίνακας 2: Σύγκριση κουφωμάτων

<sup>28</sup> www.alunet.gr

### **3.3 Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΜΙΑ ΣΥΓΚΡΙΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ<sup>29</sup>**

Η πορεία του κλάδου των Εξωτερικών Κουφωμάτων είναι άμεσα συνδεδεμένη με την εξέλιξη της δημόσιας και ιδιωτικής οικοδομικής δραστηριότητας, που αφορά τόσο την ανέγερση νέων κτιρίων όσο και την ανακαίνιση παλαιότερων. Στη συνέχεια συνοψίζονται τα κύρια σημεία της παρούσας μελέτης, αναφορικά, με τη ζήτηση, την προσφορά, στην ελληνική και την ευρωπαϊκή αγορά εξωτερικών κουφωμάτων.

#### Ζήτηση:

Ο κυριότερος προσδιοριστικός παράγοντας της ζήτησης κουφωμάτων, όπως προαναφέρθηκε, είναι η εξέλιξη της οικοδομικής δραστηριότητας. Η διαμόρφωση της ζήτησης για κουφώματα εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ιδιωτική οικοδομική δραστηριότητα. Το 2005 η νόμιμη ιδιωτική οικοδομική δραστηριότητα (βάσει εκδιδόμενων αδειών) παρουσίασε αύξηση κατά 19,9% σε αριθμό αδειών, 43% σε επιφάνεια και 36,9% σε όγκο, ενώ το 2006 εμφάνισε μείωση κατά 17,6% σε όγκο, 16,9% σε αριθμό αδειών και 23,8% σε επιφάνεια, έναντι της αντίστοιχης περσινής περιόδου. Η ζήτηση των προϊόντων του κλάδου εξαρτάται και από το ρυθμό αντικατάστασης των παλαιών κουφωμάτων. Τα συνθετικά και τα ξύλινα κουφώματα τείνουν να εμφανίζουν μεγαλύτερο ρυθμό αντικατάστασης.

Η ζήτηση των εξωτερικών κουφωμάτων από ιδιώτες επηρεάζεται επίσης από το διαθέσιμο εισόδημά τους, σε συνδυασμό με την τιμή των προϊόντων. Στο σημείο αυτό υπεισέρχονται παράγοντες που συνδέονται με την εξέλιξη των χορηγήσεων στεγαστικών δανείων και δανείων για ανακαινίσεις κατοικιών. Άλλοι παράγοντες που διαμορφώνουν τη ζήτηση είναι οι πολεοδομικοί κανονισμοί που ισχύουν σε ορισμένες περιοχές της χώρας και οι κλιματολογικές συνθήκες.

#### Προσφορά

Ο κλάδος των εξωτερικών κουφωμάτων χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη μεγάλου αριθμού παραγωγικών επιχειρήσεων, η πλειοψηφία των οποίων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους. Οι μεγάλες επιχειρήσεις είναι λίγες σε αριθμό και τα μερίδιά

---

<sup>29</sup> [www.simplywood.gr](http://www.simplywood.gr)

τους, στην παραγωγή και στην αγορά των κουφωμάτων από αλουμίνιο και ξύλο, κυμαίνονται σε χαμηλά επίπεδα. Υψηλότερος είναι ο βαθμός συγκέντρωσης στον τομέα των συνθετικών κουφωμάτων, όπου το μεγαλύτερο μέρος της αγοράς καλύπτεται από 9 εταιρείες. Ο συνολικός αριθμός των παραγωγικών επιχειρήσεων μεταλλικών κουφωμάτων το 2003, σύμφωνα με στοιχεία της ΕΣΥΕ, ανήλθε σε 6.865 πανελλαδικά, εκ των οποίων οι περισσότερες είναι μικρού μεγέθους και συγκεντρώνονται κυρίως στην Αττική. Οι συνολικές πωλήσεις αυτών το ίδιο έτος διαμορφώθηκαν σε €625 εκατ. περίπου.

Στον τομέα παραγωγής ξυλουργικών προϊόντων για την οικοδομή δραστηριοποιούνταν 5.044 επιχειρήσεις πανελλαδικά το 2003 (στοιχεία ΕΣΥΕ). Πρόκειται για παραγωγικές μονάδες μικρού και μεσαίου μεγέθους, οι συνολικές πωλήσεις των οποίων ανήλθαν σε €293,6 εκατ.

Ο τομέας κατασκευής πλαστικών οικοδομικών υλικών περιλαμβάνει 185 επιχειρήσεις πανελλαδικά, οι οποίες ασχολούνται ουσιαστικά με την παραγωγή συνθετικών κουφωμάτων και πραγματοποίησαν πωλήσεις ύψους €144 εκατ. το 2003, σύμφωνα με την ΕΣΥΕ. Μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων βρίσκεται στη βόρεια Ελλάδα και ακολουθεί η Αττική. Οι εν λόγω εταιρείες πραγματοποιούν εισαγωγές σε PVC από χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

#### Αγορά:

Η συνολική παραγωγή των εξωτερικών κουφωμάτων ακολούθησε ανοδική πορεία την περίοδο 1996-2006, με μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής 4,6%. Το 2006 εκτιμάται ότι έφτασε τα 2.177 χιλιάδες τεμάχια από 2.110 χιλιάδες τεμάχια που ήταν το 2005, σημειώνοντας άνοδο 3,2%. Το μεγαλύτερο μέρος της παραγωγής καλύφθηκε από τα κουφώματα αλουμινίου καθ' όλο το εξεταζόμενο διάστημα. Το ποσοστό συμμετοχής τους (κουφώματα αλουμινίου) εκτιμάται ότι ήταν της τάξεως του 75% το 2006. Το ποσοστό συμμετοχής των ξύλινων κουφωμάτων διαμορφώθηκε στο 14% περίπου (302 χιλιάδες τεμάχια) και των συνθετικών κουφωμάτων σε 11,2% το ίδιο έτος (245 χιλιάδες τεμάχια).

Το μέγεθος της συνολικής εγχώριας αγοράς εξωτερικών κουφωμάτων παρουσίασε σε γενικές γραμμές ανοδική πορεία την περίοδο 1996-2006, με μέσο

ετήσιο ρυθμό μεταβολής 4,6%. Το 2006 το συνολικό μέγεθος της εκτιμάται σε 2.140 χιλ. έναντι 2.078 χιλ. τεμαχίων το 2005, σημειώνοντας άνοδο 3%. Τα κουφώματα αλουμινίου κάλυψαν το 74% της εν λόγω αγοράς το 2006 και η κατανάλωσή τους εκτιμάται σε 1.577 χιλ. τεμάχια. Αξιόλογη παρουσία στην αγορά κουφωμάτων αλουμινίου το 2006 είχε η επιχείρηση Doral AE, με μερίδιο που κυμάνθηκε στο 3% περίπου.

Τα ξύλινα κουφώματα συμμετείχαν με ποσοστό 15% περίπου στη συνολική αγορά εξωτερικών κουφωμάτων, διαμορφούμενα σε 318,5 χιλ. τεμάχια το 2006. Ορισμένες από τις σημαντικότερες παραγωγικές επιχειρήσεις ξύλινων κουφωμάτων το 2006 ήταν οι: Συλώρ ABEE, Βιέκκο ΑΕ, Ένωση Ξυλουργών Πάρου ΑΕ, Συκιανάκης Στ. ΑΕ, Interscala ΑΕ, Wind-Mak ΑΕΒΕ, Ανδρεάδης Ν. ΑΕΒΕ, Ευλοτεχνική Σύρου ΑΕ, Άθως Κουφώματα ΑΒΕΕ και Καλογρίδης Ι. ΑΕ.

Τα συνθετικά κουφώματα εκτιμάται ότι απέσπασαν μερίδιο 11,5% περίπου επί συνόλου της αγοράς το 2006, ανερχόμενα σε 245 χιλ. τεμάχια. Το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά των συνθετικών κουφωμάτων το 2006 κατέλαβε η εταιρία Θερμοπλαστική ΑΒΕΕ, το οποίο εκτιμάται μεταξύ του 32,5%-33%, ενώ η Ευρωπλάστ ΑΒΕΕ απέσπασε μερίδιο αγοράς 12% περίπου την ίδια χρονιά.

#### Εμπορικό Δίκτυο – Πιστωτική Πολιτική:

Στον κλάδο των κουφωμάτων αλουμινίου οι μικρές επιχειρήσεις δεν διατηρούν δικό τους εμπορικό δίκτυο. Το πελατολόγιο προέρχεται από την τοπική αγορά και η κατασκευή κουφωμάτων γίνεται κατόπιν παραγγελίας. Οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν εκθεσιακούς χώρους και έχουν αναπτύξει οργανωμένα δίκτυα εμπορικών αντιπροσώπων, σε συνεργασία με τις βιομηχανίες συστημάτων αλουμινίου με τις οποίες και συνεργάζονται.

Στον κλάδο των ξύλινων κουφωμάτων οι μικρού μεγέθους επιχειρήσεις δε διαθέτουν οργανωμένα εμπορικά δίκτυα αλλά συνήθως διατηρούν εκθεσιακό χώρο ο οποίος στεγάζεται μαζί με την έδρα ή το εργοστάσιο τους.



Στο κλάδο των συνθετικών κουφωμάτων οι επιχειρήσεις δημιουργούν πλέον εκθεσιακούς χώρους στην Αττική και τη Νότια Ελλάδα προωθώντας παράλληλα και κουφώματα αλουμινίου.

Σε ότι αφορά την Πιστωτική Πολιτική, στην πλειοψηφία των επιχειρήσεων έχει ως εξής: 40% προκαταβολή, 40% με την εγκατάσταση και 20% με διακανονισμό. Το τελευταίο όμως διάστημα παρατηρούνται αρρυθμίες στην πιστωτική πολιτική των επιχειρήσεων εξαιτίας του ανταγωνισμού και συνεπώς της μακράς πιστωτικής πολιτικής η οποία δημιουργεί πολλαπλά προβλήματα ρευστότητας των επιχειρήσεων.

Κόστος Παραγωγής:

Σε ότι αφορά το κόστος παραγωγής των εξωτερικών κουφωμάτων ενδεικτικά αναφέρεται ένα παράδειγμα από κάθε είδος κουφώματος.

<b>Πίνακας 3.3.1 Σύνθεση κόστους παραγωγής κουφωμάτων αλουμινίου</b>			
Συντελεστής κόστους	Μονόφυλλο Συρόμενο 1,2 x 2,2	Δίφυλλο Ανοιγόμενο Ανακλινόμενο	Μονόφυλλο Ανοιγόμενο Ανακλινόμενο 1,4 x 2,2
Προφίλ αλουμινίου	37%	47%	44%
Μηχανισμοί εξαρτήματα	9%	16%	16%
Τζάμι	31%	17%	24%
Λοιπά	2%	2%	2%
Σύνολο	79%	82%	86%
Εργατικά	12%	10%	8%
Γ.Β.Ε.	9%	8%	6%
Σύνολο	100%	100%	100%
<i>Πηγή: ICAP-Εκτιμήσεις αγοράς</i>			

Σε ότι αφορά το κόστος ξύλινων κουφωμάτων ενδεικτικά αναφέρεται η σύνθεση μίας ξύλινης μπαλκονόπορτας διαστάσεων 1,4 \* 2,2μ.

<b>Πίνακας 3.3.2 Σύνθεση κόστους παραγωγής ξύλινων κουφωμάτων</b>	
Συντελεστές κόστους	Ποσοστό συμμετοχής
<u>Υλικά</u>	
Εύλο	25%
Μηχανισμοί, χρώματα	15%
Τζάμι	5%
Λοιπά	5%
Σύνολο	50%
Εργατικά	30%
Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα	20%
Σύνολο	100%
<i>Πηγή: ICAP-Εκτιμήσεις αγοράς</i>	

Σε ότι αφορά το κόστος ξύλινων κουφωμάτων ενδεικτικά αναφέρεται η σύνθεση μίας συνθετικής ανοιγμένης μπαλκονόπορτας διαστάσεων 1,4 \* 2,2μ.

<b>Πίνακας 3.3.3 Σύνθεση κόστους παραγωγής συνθετικών κουφωμάτων</b>	
Συντελεστές κόστους	Ποσοστό συμμετοχής
<u>Υλικά</u>	
Εύλο	30%
Μηχανισμοί, χρώματα	25%
Τζάμι	15%
Λοιπά	5%
Σύνολο	75%
Εργατικά	15%
Γενικά Βιομηχανικά Έξοδα	10%
Σύνολο	100%
<i>Πηγή: ICAP-Εκτιμήσεις αγοράς</i>	

**Πίνακας 3.3.4**  
**Μέγεθος εγχώριας παραγωγής εξωτερικών κουφωμάτων ανά κατηγορία (1996-2006)**

Έτος	Αλουμινίου	Συνθετικά	Ξύλινα	Σύνολο	% μεταβολή
1996	1.059.000	113.000	215.600	1.387.600	-
1997	1.108.200	111.000	220.800	1.440.000	3,8
1998	1.178.000	121.000	237.700	1.536.700	6,7
1999	1.148.400	117.000	260.800	1.526.200	-0,7
2000	1.150.000	130.000	275.000	1.555.000	1,9
2001	1.170.000	149.000	289.000	1.608.000	3,4
2002	1.250.000	169.000	292.000	1.711.000	6,4
2003	1.400.000	183.000	294.000	1.877.000	9,7
2004	1.560.000	200.000	293.000	2.053.000	9,4
2005	1.580.000	235.000	295.000	2.110.000	2,8

*Ποσότητα σε τεμάχια*  
*Πηγή: ICAP-Εκτιμήσεις αγοράς*

**Πίνακας 3.3.5**  
**Διάρθρωση της εγχώριας παραγωγής εξωτερικών κουφωμάτων ανά κατηγορία (1996-2006)**

Έτος	Κατηγορία		
	Αλουμίνιο	Συνθετικά	Ξύλινα
1996	76,3%	8,1%	15,5%
1997	77,0%	7,7%	15,3%
1998	76,7%	7,9%	15,5%
1999	75,2%	7,7%	17,1%
2000	74,0%	8,4%	17,7%
2001	72,8%	9,3%	18,0%
2002	73,1%	9,9%	17,1%
2003	74,6%	9,7%	15,7%
2004	76,0%	9,7%	14,3%
2005	74,9%	11,1%	14,0%
2006	74,9%	11,2%	13,9%

*Πηγή: ICAP*

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4<sup>ο</sup>**

### **ALUMIL A.E.<sup>30</sup>**

Η εταιρεία της ALUMIL αποτελεί το μεγαλύτερο ιδιωτικό βιομηχανικό συγκρότημα βάσει παραγωγικής δυνατότητας στην Ευρώπη για ολοκληρωμένα συστήματα αλουμινίου και συμπληρωματικά προϊόντα. Η μητρική εταιρεία ιδρύθηκε το 1988 από την οικογένεια Μυλωνά, μετά από την αποχώρησή τους από τη Βιομηχανία Αλουμινίου Βορείου Ελλάδος ΑΕ. Το Μάρτιο λοιπόν του ίδιου έτους ξεκίνησε η ανέγερση των βιομηχανικών της εγκαταστάσεων στην ΒΙ.ΠΕ Σταυροχωρίου Κιλκίς. Η ανάπτυξη της μητρικής ήταν τόσο μεγάλη που το 1998 εισήχθη στο Χρηματιστήριο Αθηνών.

Οι παραγωγικές εγκαταστάσεις του Ομίλου αποτελούνται από 13 υπερσύγχρονα και πλήρως αυτοματοποιημένα εργοστάσια παραγωγής προφίλ αλουμινίου και εξαρτημάτων και 2 νέα υπό κατασκευή οι οποίες και βρίσκονται στο Κιλκίς, στις Σέρρες, στην Κομοτηνή, στην Ξάνθη, στη Ρουμανία, στη Βουλγαρία, στη Σερβία, στη Βοσνία και στην Αλβανία, σε ιδιόκτητα οικόπεδα 600.000 τ.μ. με ιδιόκτητες βιομηχανικές εγκαταστάσεις 220.000 τ.μ. και ετήσια παραγωγική δυναμικότητα άνω των 80.000 τόνων. Με ανεπτυγμένα δίκτυα πωλήσεων σε 45 χώρες και αποθήκες σε 4 ηπείρους, έχει εδραιωθεί ως μία από τις μεγαλύτερες και πιο αξιόπιστες βιομηχανίες διέλασης αλουμινίου παραμένοντας εδώ και χρόνια σταθερά ηγέτης στην Ελληνική αγορά και όχι μόνο διότι διαθέτει 26 θυγατρικές εταιρείες, εκ των οποίων οι 20 βρίσκονται στο εξωτερικό (Ευρώπη, Βαλκάνια, Ασία, Η.Π.Α., Μέση Ανατολή).

Οι πωλήσεις του Ομίλου ξεπέρασαν τα € 243,7 εκ. για το 2006 και τα λειτουργικά κέρδη (προ φόρων, τόκων και αποσβέσεων) τα € 39,5 εκ.

Απασχολεί πάνω από 1.900 άτομα, εκ των οποίων τα 1.164 ανήκουν στη μητρική ALUMIL και τις θυγατρικές της στην Ελλάδα. Η έδρα της επιχείρησης βρίσκεται στη βιομηχανική περιοχή του Κιλκίς, 45 χλμ βόρεια της Θεσσαλονίκης.

Το 2005 η ALUMIL βραβεύθηκε για τέταρτη χρονιά από το E.B.E.A. ως η ελληνική εταιρεία με τη σημαντικότερη επενδυτική δραστηριότητα στο εξωτερικό και

---

<sup>30</sup> [www.alumil.gr](http://www.alumil.gr)

για έβδομη συνεχή χρονιά από τον οργανισμό "Europe's GrowthPlus 500" για τη συνεχή προσφορά θέσεων εργασίας και για τη συνεισφορά στην ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής οικονομίας.

Οι άνθρωποι της ALUMIL, υλοποιούν τη στρατηγική της Διοίκησης με σκοπό την κατάκτηση ολοένα και περισσότερων αγορών της Ευρώπης, της Ασίας, της Αφρικής και της Αμερικής, επιδιώκοντας την τελειότητα κάθε μέρα...

Βασική προτεραιότητα του Management του Ομίλου αποτελεί ο συνδυασμός του πρωταγωνιστικού επιχειρηματικού ρόλου, με την ανάπτυξη ολοκληρωμένων συστημάτων Κοινωνικής Ευθύνης.

Βασικοί άξονες στους οποίους κατευθύνεται η επιχειρηματική δράση της ALUMIL είναι:

- ❖ Η Ανάπτυξη Συστημάτων Περιβαλλοντικής Διαχείρισης και Διαχείρισης Ποιότητας
- ❖ Η Προσφορά Εργασίας
- ❖ Η Υγιεινή και Ασφάλεια των Εργαζομένων
- ❖ Η Αναδιοργάνωση και Διαρκής Ανάπτυξη των Εργαζομένων και
- ❖ Η Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη

Η ALUMIL διοικείται από εξαμελές Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο έχει πενταετή θητεία με λήξη το 2012. Το παρόν Διοικητικό Συμβούλιο αποτελείται από τρία εκτελεστικά, δύο μη-εκτελεστικά και ταυτόχρονα ανεξάρτητα μέλη και ένα μη εκτελεστικό μέλος, εξελέγη σύμφωνα με την απόφαση της Τακτικής Γ.Σ. των μετόχων της Εταιρείας στις 23-5-2007, βάσει του ν. 3016/2002 περί εταιρικής διακυβέρνησης.

Η κυρίαρχη ομάδα προϊόντων του Ομίλου είναι τα Αρχιτεκτονικά Συστήματα, για όλες τις αρχιτεκτονικές εφαρμογές, όπως πόρτες, παράθυρα, προσόψεις (υαλοπετάσματα), αίθρια, διαχωριστικά γραφείων, Βιομηχανικά Προφίλ ειδικών προδιαγραφών και εξαρτημάτων (για την αυτοκινητοβιομηχανία, τη ναυπηγική και

για άλλες χρήσεις), Σύνθετα φύλλα αλουμινίου, Πολυκαρβονικά φύλλα, Συστήματα αυτοματισμών, εσωτερικές θύρες, ασφαλείας και πυρασφάλειας, συμπληρωματικά προϊόντα και εξαρτήματα αλουμινίου και πλαστικού, σχεδιασμένα με γνώμονα τον τελικό χρήστη και την κάλυψη των αναγκών του.

Η Alumil διαθέτει 48 διαφορετικά αρχιτεκτονικά συστήματα αλουμινίου για κάθε εφαρμογή, επιθυμία και επιλογή, όπως και 18 άλλες ιδιαίτερες εφαρμογές.

Τα προϊόντα της εταιρείας είναι , Ανοιγόμενα Συστήματα, M23000 Forestal M11600 Alutherm Extra , M11500 Alutherm Super Plus, M11000 Alutherm Plus, M20000 Apollo Alutherm & M20500 Apollo, M9650 Alutherm , M3650 Maximum, M15000 Prestige, M9400 Softline & Wood Effect, M940 Mini, M840 Value.

Τα συστήματα αλουμινίου της Alumil διακρίνονται για την κατασκευαστική τους αρτιότητα, για το σύγχρονο σχεδιασμό τους, για την ανθεκτικότητα στην χρήση, ενώ είναι υψηλής αισθητικής και λειτουργικότητας. Επίσης, η συμβατότητα που παρουσιάζεται στα διάφορα συστήματα ενισχύει τη δυνατότητα συνδυασμού των επιλογών του χρήστη. Δίνεται ιδιαίτερη έμφαση σε θέματα διασφάλισης της ποιότητας των τελικών προϊόντων, καθώς επίσης και της πιστοποίησης των προϊόντων και των παραγωγικών διαδικασιών, βάσει των προδιαγραφών διεθνώς αναγνωρισμένων οργανισμών.

Διαρκής στόχος και καθημερινή επιδίωξη της εταιρείας είναι η εργασία να εκτελείται με τρόπο που να εξασφαλίζει την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων. Η ALUMIL δεσμεύεται απέναντι στους εργαζομένους της για τη συνεχή βελτίωση των συνθηκών εργασίας. Σε περίπτωση εμφάνισης αποκλίσεων από τις προδιαγραφές υγιεινής και ασφάλειας, η εταιρεία ενεργοποιεί κατάλληλους μηχανισμούς για την αντιμετώπισή αυτών των αποκλίσεων.

Για την επίτευξη του στόχου για εργασία που να εξασφαλίζει την υγεία και την ασφάλεια των εργαζομένων, έχει εγκατασταθεί στην εταιρεία, Σύστημα Διασφάλισης της Υγιεινής και Ασφάλειας Εργασίας και Πρόληψης του Επαγγελματικού κινδύνου, που έχει σκοπό τον προσδιορισμό, αξιολόγηση και αντιμετώπιση των κινδύνων που απορρέουν από την εργασία και το οποίο συμμορφώνεται με τις αρχές που ορίζει η Πολιτεία. Μέσα από το σύστημα αυτό όλες

οι ενέργειες και δραστηριότητες που μπορούν να επηρεάσουν την υγιεινή και ασφάλεια της εργασίας περιγράφονται και αναλύονται ως προς τις εκτελούμενες ενέργειες και τις εμπλεκόμενες θέσεις εργασίας και αναζητούνται μέθοδοι για την εξασφάλιση της υγείας και ασφάλειας.

Το σύστημα είναι δυναμικό και μπορεί να αναθεωρείται και να βελτιώνεται συνεχώς για να προσαρμόζεται στις νέες αναγκαιότητες που μπορεί να προκύψουν από ενδεχόμενες αλλαγές στην παραγωγική διαδικασία, από εισαγωγή νέου εξοπλισμού κλπ. Στον μηχανισμό διερεύνησης και ανάλυσης των παραγόντων που μπορεί να επηρεάσουν την υγιεινή και ασφάλεια έχουν δικαίωμα και υποχρέωση να συμμετάσχουν όλοι οι εργαζόμενοι. Η ορθή τήρηση του συστήματος καθώς και ο εντοπισμός αναγκών βελτίωσής του εξασφαλίζεται με μηχανισμούς εποπτείας μέσα από τους οποίους το σύστημα παρακολουθείται τακτικά και συνολικά. Ο τρόπος εμπλοκής των διαφόρων θέσεων εργασίας στο Σύστημα Διασφάλισης της Υγιεινής και Ασφάλειας Εργασίας και Πρόληψης του Επαγγελματικού κινδύνου έχει καθοριστεί από τη Διοίκηση και κάθε εργαζόμενος θα ενημερωθεί για τους πιθανούς κινδύνους της θέσης εργασίας του και θα εκπαιδευτεί στους τρόπους πρόληψης και αντιμετώπισής τους.

Όλοι οι εργαζόμενοι της Εταιρείας πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι η υγιεινή και η ασφάλεια είναι ζωτικής σημασίας τόσο για τους ίδιους όσο και για την ανάπτυξη της Εταιρείας. Η Υγεία και η Ασφάλεια δεν εξασφαλίζεται μόνο από τη χρήση κάποιων τεχνικών αξιολόγησης, βελτίωσης και πρόληψης αλλά κυρίως από την υιοθέτηση μιας νοοτροπίας ασφάλειας.

Η εταιρία διαθέτει τμήμα Έρευνας και Ανάπτυξης, όπου σχεδιάζει μελετά και εξελίσσει νέα προϊόντα. Εν συνεχεία τα προϊόντα της Εταιρείας στέλνονται σε διεθνή πιστοποιημένα ινστιτούτα για έλεγχο και πιστοποίηση, όπως π.χ. IFT Rosenheim.

Η Alumil και το 2007 επιβεβαίωσε την κυρίαρχη θέση της στον κλάδο για έκτη συνεχή χρονιά. Παρακάτω ακολουθούν οικονομικά στοιχεία 2006-2007 (κατά προσέγγιση).

	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>% Μεταβολής '06-07</b>
<b>ALUMIL</b>	189,3	238,0	25,74%
<b>ETEM</b>	99,5	114,4	15,10%
<b>ALCO</b>	42,2	38,2	-9,37%
<b>ELVIAL</b>	43,0	50,4	17,29%
<b>EXALCO</b>	93,2	98,5	5,73%
<b>ALUKOM</b>	28,3	32,5	14,99%
<b>ALUNEF</b>	24,1	33,8	40,17%
<b>ALUMINCO</b>	26,95	34,2	26,95%
<b>DORAL</b>	23,4	29,4	26,13%
<b>EUROPA PROFIL</b>	80,1	86,2	7,61%
<b>PROFILCO</b>	28,6	29,6	3,68%
<b>ALUSET</b>	16,8	19,0	12,93%
<b>ΜΕΤΑΛΛΟΥΜΙΝ</b>	10,69	10,5	-1,68%
<b>ΣΑΝΑΕΒ</b>	5,69	7,6	33,66%

Σημείωση: Αφορά στοιχεία από τις μεγαλύτερες εταιρείες του κλάδου, που ελέγχουν το 95% περίπου της αγοράς. Πηγή: [www.alunet.gr](http://www.alunet.gr), Δημοσιευμένοι Ισολογισμοί.

Η ALUMIL<sup>31</sup> ενεργώντας έγκαιρα για την προετοιμασία της επόμενης –μετά την κρίση- ημέρας, έχει προβεί τόσο στην ανασυγκρότηση των λειτουργιών του Ομίλου με την συγχώνευση των θυγατρικών ALUMIL YU INDUSTRY και ALUMIL COATING κατά την διάρκεια του τρίτου τριμήνου του 2009, καθώς και την επικείμενη συγχώνευση της ΑΛΟΥΝΕΦ Α.Ε. με την Μητρική ALUMIL Α.Ε., όσο και σε επιθετική εμπορική οργάνωση στις χώρες του εξωτερικού. Στις άμεσες ενέργειες του Ομίλου για την αντιμετώπιση της κρίσης συγκαταλέγεται η αναχρηματοδότηση των υφιστάμενων μακροπρόθεσμων δανείων της ALUMIL Α.Ε. με όρους που να συμβαδίζουν με τις τρέχουσες οικονομικές συνθήκες (χωρίς επιπλέον επιβάρυνση του συνολικού δανεισμού της Εταιρείας και του Ομίλου), προκειμένου να στηριχθεί η αύξηση των πωλήσεων που με βεβαιότητα θα ακολουθήσει.

<sup>31</sup> [www.alunet.gr](http://www.alunet.gr)



Παρ' όλη την κρίση, οι θυγατρικές του Ομίλου στα βαλκάνια είναι κερδοφόρες, πλην των θυγατρικών της Βουλγαρίας. Ο Όμιλος έχει ανασυνταχθεί στην κεντρική Ευρώπη και μέχρι τέλους της χρονιάς ολοκληρώνεται το υπερσύγχρονο κέντρο διανομής στην Τσεχία, το οποίο θα υποστηρίζει όλη την κεντρική Ευρώπη με πολλή καλύτερη εξυπηρέτηση και χαμηλότερο κόστος απ' ό τι μέχρι σήμερα. Ταυτόχρονα, ετοιμάζεται και το καινούργιο κέντρο διανομής στο Sochi της Νότιας Ρωσίας, προκειμένου να υποστηριχθούν οι αγορές των χωρών της Πρώην Σοβιετικής Ένωσης όπου η ALUMIL έχει ενεργή παρουσία τα τελευταία 2 χρόνια.

Επίσης, η επένδυση του Ομίλου στην αγορά των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής μετά από 2 χρόνια στασιμότητας, άρχισε να αποδίδει καθώς ξεκίνησε την κατασκευή μεγάλων έργων με συστήματα ALUMIL στην περιοχή της Νέας Υόρκης, τα οποία είχαν ήδη προδιαγραφεί. Ο στρατηγικός στόχος του Ομίλου, που είναι το άνω του 70% των συνολικών πωλήσεων του Ομίλου να αφορά εξαγωγές, παραμένει.

Η διοίκηση της ALUMIL A.E. ανακοίνωσε ότι τα κέρδη προ φόρων για το τρίτο τρίμηνο του 2009, είναι € 2,8 εκ. σε επίπεδο Ομίλου, και € 2 εκ. αντίστοιχα σε επίπεδο Μητρικής, με συνέπεια τον περιορισμό των ζημιών του πρώτου εξαμήνου παρά τις αρνητικές υφιστάμενες συγκυρίες που επικρατούν στον κλάδο των πρώτων υλών, τόσο στις Ευρωπαϊκές όσο και στην Ελληνική οικονομία. Ο Όμιλος παρουσίασε για το εννεάμηνο του 2009 μείωση πωλήσεων κατά 30,5%, φθάνοντας τα € 152,8 εκ., έναντι € 220 εκ. του εννεάμηνου του 2008.

Η πτώση είναι το αποτέλεσμα της συνεχιζόμενης μείωσης της οικοδομικής δραστηριότητας στην Ελλάδα και το εξωτερικό, της μείωσης της δραστηριότητας της Ευρωπαϊκής αυτοκινητοβιομηχανίας κατά το εννεάμηνο του 2009, της μείωσης των αποθεμάτων από πελάτες εσωτερικού και εξωτερικού για την βελτίωση των ταμειακών ροών τους, καθώς επίσης και της μείωσης της τιμής του αλουμινίου.

Τα μικτά κέρδη μειώθηκαν κατά 43% περίπου, στα € 31.4 εκ. από € 55.1 εκ. του τρίτου τριμήνου του 2008, ενώ τα λειτουργικά κέρδη (προ φόρων, χρηματοδοτικών, επενδυτικών αποτελεσμάτων και αποσβέσεων, EBITDA), διαμορφώθηκαν στα € 11,1 εκ., μειωμένα κατά 65,7% περίπου σε σχέση με το

αντίστοιχο περσινό διάστημα (€ 32,4 εκ. περίπου για το εννεάμηνο του '08). Οι ζημιές προ φόρων, διαμορφώθηκαν στα € 6,4 εκ., σε σχέση με το αντίστοιχο περσινό διάστημα (κέρδη € 13,6 εκ. για το εννεάμηνο του '08). Οι ζημιές ανά μετοχή κατά συνέπεια διαμορφώθηκαν στα € 0,34 (από κέρδη € 0,42 για το εννεάμηνο του '08).

Η πολύ μεγάλη μείωση του μικτού αποτελέσματος κατά το πρώτο εξάμηνο του 2009, που οφείλεται στην μείωση της τιμής πώλησης λόγω της πτώσης των τιμών αλουμινίου διεθνώς και στην ταυτόχρονη αύξηση του κόστους παραγωγής λόγω της μειωμένης ποσότητας παραγωγής, αλλά και στην ακριβή πρώτη ύλη που χρησιμοποιήθηκε από την εκτέλεση συμβολαίων αγοράς του 2008, διορθώθηκε μερικώς κατά το τρίτο τρίμηνο του 2009.

Αξίζει να σημειωθεί η σημαντική βελτίωση των λειτουργικών ταμειακών ροών τόσο σε επίπεδο Ομίλου (€ 14,9 εκ. για το εννεάμηνο του '09 έναντι μείον € 24,6 εκ. για το εννεάμηνο του '08), όσο και σε επίπεδο Μητρικής (€ 5,3 εκ. για το εννεάμηνο του '09 έναντι μείον € 31,6 εκ. για το εννεάμηνο του '08). Επιπρόσθετα, η βελτίωση στις ταμιακές ροές από επενδυτικές δραστηριότητες για τον Όμιλο (μείον € 3,8 εκ. για το εννεάμηνο του '09 έναντι μείον € 10,8 εκ. για το εννεάμηνο του '08), και την Μητρική (€ 3,2 εκ. για το εννεάμηνο του '09 έναντι € 1,3 εκ. για το εννεάμηνο του '08), καθώς επίσης και βελτίωση των ταμειακών ροών από χρηματοδοτικές δραστηριότητες (μείον € 6,8 εκ. για το εννεάμηνο του '09 έναντι της σημαντικής επιβάρυνσης για την αντίστοιχη περίοδο του 2008 κατά το ποσό των € 31,5 εκ.), οδήγησαν συνολικά στην ισχυροποίηση των ταμιακών διαθεσίμων και ισοδύναμων στο τέλος της περιόδου κατά € 4 εκ (€ 16 εκ. για το εννεάμηνο του '09 έναντι περίπου € 12 εκ. για το εννεάμηνο του '08).

Όσον αφορά στα αποτελέσματα της μητρικής, οι πωλήσεις στο 9μηνο του 2009 μειώθηκαν κατά 35,2% περίπου, στα € 105,4 εκ. περίπου, έναντι € 162,7 εκ. του εννεάμηνου του '08. Τα κέρδη προ φόρων, χρηματοδοτικών, επενδυτικών αποτελεσμάτων και αποσβέσεων (EBITDA, μετά από λειτουργικές συναλλαγματικές διαφορές, προσαρμοσμένα με αφαίρεση των αποσβέσεων επιχορηγήσεων), διαμορφώθηκαν στις μείον € 677 χιλ., σε σχέση με το 9μηνο του 2008 (€ 12,2 εκ. περίπου). Οι ζημιές προ φόρων διαμορφώθηκαν στα € 7 εκ. περίπου (κέρδη € 3,8 εκ. για το 9μηνο του 2008) και τα καθαρά αποτελέσματα μετά από φόρους, διαμορφώθηκαν στα μείον € 4,8 εκ., έναντι κερδών € 4,4 εκ. του αντίστοιχου περσινού διαστήματος.

## **ΣΕ ΝΕΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΤΑΙ Η ALUMIL EN ΠΕΡΙΟΔΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗΣ**

Η οικονομική κρίση και η μείωση των πωλήσεων αλουμινίου ωθούν τη διοίκηση της Alumil στην επέκταση των δραστηριοτήτων της σε αναδυόμενες αγορές του εξωτερικού, όπως είναι η ιρανική αλλά και στον εγχώριο κλάδο των φωτοβολταϊκών μέσω της θυγατρικής εταιρείας Alumil Solar. «Δεν βλέπουμε άπραγοι την κρίση να περνά από μπροστά μας. Κρατάμε γερά το πηδάλιο της εταιρείας και ευελπιστούμε ότι θα φτάσουμε στον προορισμό μας, παρά τις δυσκολίες», ανέφεραν χαρακτηριστικά στελέχη της Alumil.

- **ΦΩΤΟΒΟΛΤΑΪΚΑ**

Η δημιουργία της θυγατρικής εταιρείας Alumil Solar στοχεύει στη διεκδίκηση μεριδίου από τον κλάδο κατασκευής φωτοβολταϊκών είτε για οικιακή χρήση είτε στην δημιουργία φωτοβολταϊκών πάρκων. Η εταιρεία διαθέτει τεχνογνωσία στην κατασκευή πλαισίων για φωτοβολταϊκά από τη συνεργασία που είχε με πελάτες της στη δυτική Ευρώπη. Σύμφωνα με στελέχη της Alumil υπάρχουν ενδείξεις ότι η αγορά των φωτοβολταϊκών θα προχωρήσει με γοργούς ρυθμούς το προσεχές χρονικό διάστημα. Στόχος της εταιρείας είναι η εμπορία στηριγμάτων αλουμινίου για όλους τους τύπους φωτοβολταϊκών (Φ/Β) πλαισίων για πάρκα, στέγες, ταράτσες, Φ/Β για ενσωμάτωσή τους στα κτίρια (σε υαλοπετάσματα, αίθρια, πέργκολες, κλπ), καθώς και η παροχή ολοκληρωμένων λύσεων μέσω του δικτύου της ALUMIL κυρίως στο εξωτερικό. Η Alumil έχει εξασφαλίσει παράλληλα, συνεργασία με κινέζικες εταιρείες και για την προμήθεια πάνελ φωτοβολταϊκών.

«Οι κινέζικες εταιρείες αποτελούν μία παγκόσμια δύναμη στην τεχνολογία φωτοβολταϊκών μηχανισμών και στην κατασκευή πάνελ. Η συνεργασία της εταιρείας με τους κινέζικους κολοσσούς του κλάδου προσδίδουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην Alumil η οποία αν χρειαστεί, έχει τη δυνατότητα να το αξιοποιήσει», τονίζουν επίσημες πηγές της εταιρείας.

- Η ΑΓΟΡΑ ΤΟΥ ΙΡΑΝ

Η Alumil επιβεβαιώνει την πρόθεση εισόδου της εταιρείας στην αγορά αλουμινίου του Ιράν, η οποία πήρε τη μορφή συμφώνου συνεργασίας μεταξύ της Alumil και μεγάλου επιχειρηματικού ιρανικού ομίλου, η χώρα βρίσκεται σε φάση ανοικοδόμησης, γεγονός που αποτελεί σημαντικό παράγοντα για την ανάπτυξη του κλάδου διέλασης αλουμινίου. Η Alumil δεν έχει ακόμη καταλήξει στο εταιρικό σχήμα με το οποίο θα εισέλθει στη συγκεκριμένη αγορά αφού και η αρχική συμφωνία με τον ιρανικό όμιλο, χρήζει περαιτέρω ειδίκευσης σε θέματα που αφορούν το θεσμικό πλαίσιο που επικρατεί στη χώρα.

- Η ΕΓΧΩΡΙΑ ΑΓΟΡΑ ΑΛΟΥΜΙΝΙΟΥ

Δεδομένου ότι το δεύτερο εξάμηνο κάθε χρονιάς και οι μήνες Σεπτέμβριος και Οκτώβριος είναι παραδοσιακά οι καλύτεροι για τον κλάδο, η εταιρεία αναμένει αναθέρμανση της αγοράς αλουμινίου στην οποία ενδέχεται να συμβάλλει αποφασιστικά και το πρόγραμμα επιδότησης αλλαγής προφίλ αλουμινίου που ετοιμάζει η κυβέρνηση για το φθινόπωρο.

Ο πρόεδρος της εταιρείας κος Γιώργος Μυλωνάς είχε δηλώσει πάντως στη Γενική Συνέλευση των μετόχων πως η ανάκαμψη θα έρθει από το εξωτερικό, όπου ήδη οι αγορές της δυτικής Ευρώπης σταδιακά ανακάμπτουν και μετά την εξάντληση των αποθέματα αυξάνουν οι παραγγελίες προς την Alumil, ενώ είναι ευνοϊκό το γεγονός ότι πολλά εργοστάσια διέλασης πολυεθνικών ομίλων, έχουν κλείσει. Αν και οι πωλήσεις κατά το πρώτο τρίμηνο του 2009 είχαν αρνητική πορεία που πλησίασε στο -32,5% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2008, σύμφωνα με δηλώσεις των ίδιων στελεχών της εταιρείας, παρουσίασαν ανάκαμψη κατά τους μήνες Απρίλιο και Μάιο όπου και εμφανίζονται μειωμένες κατά 20-25% σε σχέση με τους αντίστοιχους περσινούς μήνες.

«Η εκτίμηση μας είναι πως θα κλείσουμε το οικονομικό έτος δίχως να καταγράψουμε ζημιές ενώ ευελπιστούμε να πλησιάσουμε τα ίδια επίπεδα πωλήσεων με το 2008», αναφέρουν τα στελέχη της εταιρείας.

Διαπιστώνουν επίσης πως το κλίμα στις διεθνείς αγορές έχει ήδη αρχίσει να βελτιώνεται σε αντίθεση με την κατάσταση που διαμορφώθηκε κατά το πρώτο τρίμηνο του έτους όπου η μεγάλη μείωση του τζίρου, και η πτώση των τιμών που παρατηρήθηκε στον κλάδο της διέλασης αλουμινίου, έχει ήδη περιοριστεί. Παράλληλα, η Alumil συμμετείχε στην κατασκευή τμημάτων του νέου μουσείου της Ακρόπολης «γεγονός που γεμίζει με περηφάνια τους ανθρώπους της εταιρείας αφού συμμετείχαμε στην κατασκευή του καλύτερου μουσείου στον κόσμο», αναφέρουν στελέχη της εταιρείας.

Ο όμιλος Alumil στο πρώτο τρίμηνο του 2009 παρουσίασε μείωση πωλήσεων κατά 35,2% (στα 42,1 εκατ. ευρώ έναντι 65 εκατ. ευρώ) και ζημίες προ φόρων 6,9 εκατ. ευρώ από κέρδη 3,9 εκατ. ευρώ το πρώτο τρίμηνο του 2008.

Σύμφωνα τώρα με την Ελληνική Ένωση Αλουμινίου (Ε.Ε.Α.), ο εγχώριος κλάδος αλουμινίου στο σύνολο του, κατά το 2008, είχε έναν κύκλο εργασιών που εκτιμάται ότι πλησίασε τα 4 δις ευρώ, με τις εξαγωγές να ξεπερνούν το 1 δις ευρώ και να αντιπροσωπεύουν το 6% περίπου των συνολικών εξαγωγών προϊόντων της χώρας μας. Σημειώνεται ότι η συνολική αξία των εξαγωγών του κλάδου (από βωξίτη μέχρι τελικά προϊόντα) το 2008 σημείωσε μείωση κατά 9% σε σχέση με το 2007.

Κατά το 2008, οι πωλήσεις των προϊόντων πρώτης μεταποίησης ξεπέρασαν τους 355.000 τόνους και παρουσίασαν μείωση κατά 8% σε σχέση με το 2007. Ειδικότερα: οι εξαγωγές που ξεπέρασαν το 60% των πωλήσεων σημείωσαν πτώση κατά 8% περίπου σε σχέση με το 2007 και οι πωλήσεις στην εγχώρια αγορά σημείωσαν και αυτές αντίστοιχη πτώση κατά 8% περίπου σε σχέση με το 2007. Οι πωλήσεις του κλάδου της πρώτης μεταποίησης αλουμινίου στο εσωτερικό απευθύνονται σε ποσοστό 64% περίπου στην οικοδομή, 17% στην συσκευασία και στο foil, με τις υπόλοιπες χρήσεις να μην ξεπερνούν το 10% η κάθε μια.

Στον κλάδο της διέλασης, οι πωλήσεις προϊόντων κατά το 2008 ξεπέρασαν τους 151.000 τόνους σημειώνοντας ετήσια μείωση πάνω από 6%. Οι εξαγωγές που έφθασαν στους 61.000 τόνους σημείωσαν ετήσια μείωση κατά 5% περίπου και η εγχώρια αγορά που ξεπέρασε τους 90.000 τόνους σημείωσε ετήσια μείωση κατά 7% περίπου, με την αγορά της οικοδομής και των κατασκευών να απορροφά πάνω από το 80% των πωλήσεων.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5<sup>ο</sup> ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ**

### **5.1 ALUMIL ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΒΑΛΚΑΝΙΚΗ ΜΕ ΗΓΕΤΙΔΑ ΤΗΝ ΡΟΥΜΑΝΙΑ<sup>32</sup>**

Οι απόψεις του κ. Απόστολου Παπαδόπουλου-Αμείδα, ο οποίος είναι Επικεφαλής Χρηματιστηριακών Θεμάτων & Ανάλυσης Ομίλου ΑΛΟΥΜΥΛ μας μιλά για τις επενδύσεις στις βαλκανικές χώρες. Έχοντας εικοσαετή και πλέον εμπειρία έντονης επιχειρηματικής δράσης στις χώρες των Βαλκανίων, σε ένα ραγδαία μεταβαλλόμενο οικονομικό περιβάλλον.

Προβλήματα υπήρχαν και υπάρχουν πολλά: διαφορετική αντιμετώπιση των τελωνειακών αρχών στα προϊόντα της Ε.Ε. σε σχέση με προϊόντα τρίτων και δη ανατολικών χωρών, απαράδεκτη γραφειοκρατία, εμπόδια και αντικίνητρα για έναρξη ντόπιας παραγωγής, ανεπάρκεια στην τροφοδότηση με ενέργεια, αδυναμία προστασίας της πνευματικής ιδιοκτησίας, αθέμιτος ανταγωνισμός, διαφθορά στη Δικαιοσύνη και πολλά άλλα.. Τα παραπάνω ωστόσο, αποτελούν ταυτόχρονα και μοναδική πρόκληση για τους δυνατότερους των επιχειρηματιών.

Από τη μικρή, ελληνική αγορά των 11 εκατομμυρίων, απευθυνόμαστε πλέον στη Βαλκανική αγορά των 130 εκατ. καταναλωτών (περιλαμβανομένης της Τουρκίας), με έντονες διαθέσεις βελτίωσης του τρόπου ζωής τους και προσέγγισης δυτικοευρωπαϊκών προτύπων. Το μέλλον των ελληνικών επιχειρήσεων ανήκει αποκλειστικά στην εξωστρέφεια.

Έχοντας λοιπόν ως εφαλτήριο την Ελλάδα, ακολουθήσαμε συγκεκριμένα βήματα: σε ένα ραγδαία αναπτυσσόμενο υποκλάδο (προφίλ αλουμινίου), στενά συνδεδεμένο με την οικοδομική δραστηριότητα, προωθώντας προϊόντα απαράμιλλης ποιότητας και σχεδιασμού, δημιουργήσαμε το απαραίτητο υπόβαθρο - επανεπενδύσεις κερδών - για εξαγωγές. Ακολούθησε η δημιουργία γραφείων, εμπορικού δικτύου με αποθήκες και αργότερα θυγατρικές με παραγωγική βάση στα Βαλκάνια. Η Ρουμανία, ως χώρα προορισμός, έρχεται πρώτη στον κατάλογο. Σε αυτήν θα περιοριστούμε, παραθέτοντας σχετικά στοιχεία:

---

<sup>32</sup> <http://www.hrma.gr> Τεύχος 337ο Νοέμβριος 2007

Τα επιχειρήματα ήταν ισχυρότερα πριν από 10-12 χρόνια, όταν ξεκίνησε η ανάπτυξη στην Ρουμανία και εισήλθε η ΑΛΟΥΜΥΛ. Στα αρνητικά, θα σημειώσουμε κυρίως την άνοδο του πληθωρισμού, την αβέβαιη πορεία των επιτοκίων, την αστάθεια στο πολιτικό περιβάλλον και το αυξανόμενο έλλειμμα τρεχουσών συναλλαγών.

Όπως πριν από δέκα έτη όμως, έτσι και σήμερα, υπάρχουν εξαιρετικές προοπτικές, μη καταγεγραμμένες, χαμηλή ανεργία, ιδιαίτερα χαμηλός δανεισμός (σε ένα πρώην κομμουνιστικό κράτος) ο οποίος αφήνει σημαντικά περιθώρια περαιτέρω μόχλευσης, δοθείσης βούλησης για την αξιοποίηση αυτών των ευκαιριών. Επιπρόσθετα, το σημερινό περιβάλλον εισπράττει θετικά στοιχεία από τη δυνατή εγχώρια ζήτηση, τις πολλαπλασιαζόμενες άμεσες ξένες επενδύσεις που τροφοδοτούν πάνω από το 80% των τρεχουσών συναλλαγών και από την ισχυροποίηση του τοπικού νομίσματος, το οποίο ξεπερνά οριστικά τις αδυναμίες του παρελθόντος.

Την εκρηκτική ανάπτυξη της θυγατρικής ALUMIL Rom τα πρώτα χρόνια (με παρουσία σε ολόκληρη τη χώρα, δίκτυο 23 αποθηκών, τοπική παραγωγή και ισχυρές προοπτικές με ηγετική θέση) ακολούθησε ο νέος στρατηγικός σχεδιασμός, η πιθανή εκμετάλλευση της κεφαλαιαγοράς.

Η είσοδος μεγάλων τραπεζών και εταιρειών πετρελαίου στο Bucharest Stock Exchange, έφερε αποτέλεσμα αντίστοιχο της εισόδου του δικού μας ΟΤΕ. Η κεφαλαιαγορά ξύπνησε, άρχισε να ωριμάζει γρήγορα, ειδικά μετά το 2002, προσφέροντας εξαιρετικές αποδόσεις και ευκαιρίες για έξυπνες επενδύσεις και άντληση κεφαλαίων.

Τα πλέον πρόσφατα συγκριτικά στοιχεία αποτελούν μία ακόμη απόδειξη των περιθωρίων ανόδου. Ειδικά ο «μοντέρνος» δείκτης της κεφαλαιοποίησης του Χρηματιστηρίου ως ποσοστού του ΑΕΠ, αναδεικνύει τα περιθώρια ανόδου της εκεί κεφαλαιαγοράς, παρά τις σχετικά υψηλές αποτιμήσεις, δεδομένης ωστόσο της πρόθεσης για νέες εισόδους εταιρειών και γενικότερης αναδιάρθρωσης. Η παραοικονομία στη Ρουμανία βρίσκεται ακόμη σε πολύ υψηλά επίπεδα.

Η πιθανή είσοδος της θυγατρικής ALUMIL Rom έγινε αυτόματα αντικείμενο ανάλυσης: με ηγετική θέση στην αγορά, μερίδιο άνω του 30%, σε ένα κλάδο με

ετήσιο τζίρο στα προφίλ αλουμινίου περίπου 75-80 εκατ. ευρώ επικείμενη είσοδο στα συνθετικά, πλαστικά προφίλ (ετήσιος τζίρος άνω των 230 εκατ. ευρώ), με ρυθμούς ανάπτυξης τριετίας στον κλάδο της τάξεως του 10-15%, αποτελεί ιδιαίτερα ελκυστικό σενάριο για μελλοντικούς επενδυτές. Με πωλήσεις στα 30 εκατ. ευρώ περίπου, περιθώρια λειτουργικής και τελικής κερδοφορίας άνω του 18% και 13% αντίστοιχα, απόδοση ιδίων κεφαλαίων άνω του 40% (προ του IPO) η είσοδος στο Χρηματιστήριο του Βουκουρεστίου αποτέλεσε το επόμενο βήμα. Παρουσιάστηκαν τα θετικά και αρνητικά σημεία και οι διαδικασίες δρομολογήθηκαν. Το εγχείρημα προ και κατόπιν απολογισμού κρίνεται άκρως επιτυχές, παρά τις όποιες καθυστερήσεις των τοπικών αρχών. Θέτει τις βάσεις για ακόμη μεγαλύτερη ανάπτυξη στο μέλλον, με οφέλη πολλαπλά και για τη μητρική εταιρεία και τη μελλοντική της αποτίμηση. Η ALUMIL Rom:

- Αποτέλεσε μία από τις 3 μεγαλύτερες πρόσφατες Δημόσιες Εγγραφές (IPOs) στη Ρουμανία.
- Εκδόθηκαν 6,25 εκατ. νέες μετοχές με τιμή διάθεσης 1,37 ευρώ περίπου, δηλαδή η συνολική, μικρή σχετικά αξία του IPO, έφτασε τα 8,4 εκατ. ευρώ ενώ της εταιρείας συνολικά τα 41 εκατ. ευρώ. Η έκδοση ωστόσο υπερκαλύφθηκε κατά 16,5 φορές, δηλαδή προσφέρθηκαν 139 εκατ. ευρώ για τα 8,4 που ζητήθηκαν.
- Η κεφαλαιοποίηση σήμερα, 6 μήνες μετά, κυμαίνεται στα 70 εκατ. ευρώ, αύξηση 75% περίπου από την τιμή εισαγωγής, γεγονός που δικαιώνει τη Διοίκηση και τις επιλογές της, αποδίδοντας:

- ✓ Δείκτη P/E: 20
- ✓ Δείκτη EV/EBITDA: 12
- ✓ Δείκτη P/BV: 3,6
- ✓ Δείκτη μερισματικής απόδοσης: 3,6%

Στο δρόμο που χάραξαν οι πρώτες ελληνικές εταιρείες, ακολουθούν τώρα και πολλές άλλες, προς όφελος του ελληνικού επιχειρείν. Ωστόσο, ο ανταγωνισμός δεν μπορεί εύκολα να εδραιωθεί, δεδομένου ότι άργησε.



Κλείνοντας, επιβάλλεται να αναφέρουμε πως βασική παράμετρος επιτυχίας αποτελούν τα στελέχη τα οποία ανέδειξαν την ΑΛΟΥΜΥΛ εκεί, προβάλλοντας το επώνυμο ελληνικό προϊόν και καθιερώνοντας το νέο πρότυπο του Έλληνα επιχειρηματία ως του πλέον συνεπή και εντίμου, με απήχηση, σε αντίθεση με την εικόνα που επικρατούσε στο παρελθόν.

## **5.2 BIMEΞ ΠΑΝΤΑ ΚΟΝΤΑ ΣΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ ΜΕ ΣΥΝΕΠΕΙΑ ΚΑΙ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ**

Η καθιέρωση της BIMEΞ στην αγορά του ρολού, είναι απόρροια βασικών αρχών της διοίκησής της, η οποία φροντίζει για τη πιστή τήρησή τους. Βασικές αρχές για την παραγωγή των προϊόντων της, αποτέλεσαν και αποτελούν η εγγύηση και η παροχή ασφάλειας, ποιότητας, λειτουργικότητας και αισθητικής, οι οποίες καλύπτονται αφενός από τις τεχνικές προδιαγραφές των προϊόντων, αφετέρου από τη σύγχρονη εσωτερική οργάνωσή της.

Η εταιρεία BIMEΞ ιδρύθηκε στα τέλη της δεκαετίας του '70 στη Θεσσαλονίκη και διοικείται από τον κ. Νικόλαο Γ. Χατζηαγγελίδη. Σήμερα λειτουργεί σε ιδιόκτητες κτιριακές εγκαταστάσεις 10.000 τ.μ. στην ΒΠΠΕ Σίνδου, όπου βρίσκονται τα κεντρικά γραφεία της εταιρείας και οι μονάδες παραγωγής. Στην Αθήνα και συγκεκριμένα στη Λεωφόρο Βουλιαγμένης 577 λειτουργεί το υποκατάστημα της εταιρείας με εκθεσιακό χώρο των προϊόντων, τμήματα παραγγελιοληψίας, πωλήσεων, τεχνικής υποστήριξης και διανομών.

«Η οργανωτική δομή μας, αντίδοτο στη κρίση...» Ο δ/νων σύμβουλος της BIMEΞ κ. Νίκος Χατζηαγγελίδης, έχει πολύχρονη παρουσία στον χώρο των ρολών, ουσιαστικά γεννήθηκε μέσα στον χώρο, αφού η εταιρεία είναι μία οικογενειακή επιχείρηση με μία ιστορία πλέον της 35ετίας.

Οι απόψεις του λοιπόν, έχουν ιδιαίτερη σημασία αφού προέρχονται από ένα άτομο με σημαντική εμπειρία και γνώση του κλάδου.

**❖ Κύριε Χατζηαγγελίδη, σε ποιες αξίες στηρίχθηκε η επιτυχής ανάπτυξη της BIMEΞ και ποια είναι κατά τη γνώμη σας τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της εταιρείας;**

Η φιλοσοφία μας ήταν να δημιουργήσουμε μια εταιρεία που ως στόχο της είχε τον υψηλό βαθμό ικανοποίησης των πελατών της. Έτσι, η συνεχή μας προσπάθεια για δημιουργία, βασίστηκε πάνω στην ξεκάθαρη επικοινωνία και ενημέρωση, την

συνέπεια, την πιστή τήρηση των συμφωνιών και βέβαια σε πρωτοποριακά ποιοτικά και πιστοποιημένα προϊόντα. Τα ανταγωνιστικά μας πλεονεκτήματα, σίγουρα είναι η πολύ καλή οργάνωση της εταιρείας και η δυνατότητα της να δίνει λύσεις σε κάθε απαίτηση των πελατών της.

**❖ Η BIMEΞ ήταν από τις πρώτες εταιρείες στο χώρο της που αφογκράστηκαν τις ραγδαίες ευρωπαϊκές εξελίξεις, συμμορφώνοντας εγκαίρως τα προϊόντα της με τις απαιτήσεις της Σήμανσης CE. Πόσο βάρος δίνει η εταιρεία σε αυτόν τον τομέα και κατά πόσο πιστεύετε ότι είναι ευαισθητοποιημένος ο κλάδος σε αυτά τα θέματα;**

Η εταιρεία BIMEΞ έχει εγκαταστημένο ενεργό σύστημα διαχείρισης ποιότητας από το 1999. Προσπάθειά μας πάντα ήταν να κατασκευάζουμε ασφαλή και λειτουργικά προϊόντα, αυτό μας οδήγησε στην έρευνα και θέσπιση τεχνικών προδιαγραφών. Το επόμενο βήμα ήρθε ως φυσική εξέλιξη, όταν το 2005 θελήσαμε να εναρμονίσουμε τα προϊόντα μας σύμφωνα με τα ευρωπαϊκά πρότυπα. Κάνοντας τις έρευνες μας, είδαμε ότι η εταιρεία είχε όλες τις προϋποθέσεις αλλά και ήταν ώριμη για να αρχίσει να κάνει τις απαιτούμενες μελέτες, δοκιμές και καταγραφές. Το 2006 η BIMEΞ ήταν η πρώτη εταιρεία στα ρολά που είχε προϊόντα με σήμανση CE. Έχοντας την παραπάνω εμπειρία, θα έλεγα ότι αυτή τη χρονική περίοδο αυτό που πρέπει να κάνουν όλοι, είναι να προσαρμοστούν με το αυτονόητο. Δεν νοείται κατασκευαστική εταιρεία που να μην γνωρίζει ότι τα προϊόντα της είναι ασφαλή. Για όσους δεν το γνωρίζουν, είναι αφορμή το CE να τους βοηθήσει στην γνώση που τους λείπει. Αναφορικά τώρα με τον κλάδο, δείχνει να είναι ευαισθητοποιημένος με τις διαδικασίες για να αποκτήσουν τα προϊόντα του σήμανση CE, εκ του αποτελέσματος όμως φαίνεται ότι οι κατασκευαστές προσαρμόζονται είτε για ανταγωνιστικούς λόγους, είτε γιατί γίνεται υποχρεωτικό.

**❖ Ποια είναι η εκτίμησή σας για την κατάσταση που επικρατεί στην ελληνική αγορά σήμερα σαν αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης και πως τη βιώνει η εταιρεία σας;**

Η υπερβολική ανοικοδόμηση των προηγούμενων ετών και στην συνέχεια η οικονομική κρίση, δημιούργησε ένα πολύ δύσκολο περιβάλλον.

Η πτώση της ζήτησης σε συνδυασμό με τα προβλήματα ρευστότητας της αγοράς, δημιούργησαν προϋποθέσεις για ζημίες μικρές ή και μεγάλες. Η ταχύτητα προσαρμογής της κάθε εταιρείας στις νέες συνθήκες, ήταν πιστεύω αυτό που έπαιξε καθοριστικό ρόλο. Το περιβάλλον αυτό είναι σίγουρα κουραστικό, αλλά είναι και μια πραγματικότητα.

**❖ Ποια είναι τα σχέδιά σας για το μέλλον της εταιρείας και τι περιλαμβάνει ο προγραμματισμός για την περαιτέρω ανάπτυξή της τόσο σε επίπεδο επενδύσεων όσο και προϊόντων;**

Τα σχέδια μας για αυτή την χρονική περίοδο, είναι να δώσουμε προτεραιότητα στα νέα προϊόντα. Μετά την μεγάλη αποδοχή που είχε η νέα σειρά κουτιών με θερμομόνωση, στόχος μας είναι να εξελίξουμε παρόμοια προϊόντα που θα ικανοποιήσουν και τις πλέον απαιτητικές ανάγκες της αγοράς.

### **5.3 ROTO EYROTECHNICA 26 ΧΡΟΝΙΑ ΜΕ ΔΥΝΑΜΙΚΟ ΠΑΡΟΝ ΚΟΥΦΑΙΑ ΔΙΑΧΡΟΝΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΜΗΧΑΝΙΣΜΩΝ ΚΟΥΦΩΜΑΤΩΝ<sup>33</sup>**

Η εταιρεία ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ ιδρύθηκε στην Θεσσαλονίκη το 1983 με σκοπό την εισαγωγή από την ευρωπαϊκή και ειδικότερα την γερμανική αγορά οικοδομικών υλικών υψηλής ποιότητας. Τα πρώτα προϊόντα που ενέταξε στην γκάμα της ήταν τα έτοιμα ξύλινα παράθυρα από την γερμανική εταιρεία Gutbrod Fenster.

Το 1984 ξεκίνησε η συνεργασία της με την εταιρεία Roto Frank AG. Η ευνοϊκή χρονική συγκυρία σε συνδυασμό με την μεγάλη και δύσκολη προσπάθεια των ανθρώπων της ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗΣ, αλλά και την πολύ καλή ποιότητα των προϊόντων της Roto, είχε σαν αποτέλεσμα την εδραίωση της Roto Frank AG στην ελληνική αγορά σαν τον ηγέτη της αγοράς στους μηχανισμούς ανοιγομένων - ανακλινομένων παραθύρων. Στην συνέχεια συνεργάστηκε και με άλλες γερμανικές και ιταλικές εταιρείες για να ολοκληρώσει το πρόγραμμα των προϊόντων της.

Αυτήν την στιγμή η ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ εκπροσωπεί στην ελληνική αγορά εκτός της Roto Frank AG και τις εταιρείες Hoppe, Abc, Sikkens, Geze, Sfs Intek, Torso, Gutmann, Europrofili, Benaco, Htt Primo κ.ά.

Το 1990 δημιουργήθηκε το κατάστημα της Αθήνας, που περιλαμβάνει αποθηκευτικούς χώρους, γραφεία, show room, για την καλύτερη εξυπηρέτηση της αγοράς της Ν. Ελλάδος. Το 1998 μετακόμισε σε ιδιόκτητες εγκαταστάσεις στην ΒΙ.ΠΕ.Θ στην Σίνδο Θεσσαλονίκης. Μεγάλη σημασία έδινε πάντα η ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ στον ανθρώπινο παράγοντα, με αποτέλεσμα αυτήν την στιγμή να έχει ένα επιτελείο από ικανότατους τεχνικούς που μπορούν και παρέχουν στους πελάτες τεχνική υποστήριξη υψηλού επιπέδου. Στα 26 χρόνια της παρουσίας της στην αγορά έχει καταφέρει να δημιουργήσει ένα όνομα συνώνυμο της σοβαρότητας, της

---

<sup>33</sup> <http://new.e-go.gr/idanikospiti>

άριστης εξυπηρέτησης των πελατών της και της υψηλής παροχής τεχνικής υποστήριξης.

Ο κ. Βασίλης Κλεόβουλος, εκ των μετόχων της εταιρείας και υπεύθυνος του καταστήματος Νοτίου Ελλάδος, μας μίλησε για την πορεία της ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗΣ στην αγορά, τα νέα της προϊόντα, την φιλοσοφία της, τις μακροπρόθεσμες προοπτικές της, αλλά και τα «πιστεύω» του για την πορεία της ελληνικής αγοράς κουφωμάτων. Οι απόψεις του είναι ενδιαφέρουσες και σας τις μεταφέρουμε παρακάτω:

**❖ Κύριε Κλεόβουλε, ποια θεωρείτε ότι είναι τα δυνατά σημεία που έχουν ξεχωρίσει την ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ σε βάθος χρόνου από τον ανταγωνισμό;**

Η ROTO- ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ έχει ένα όνομα συνώνυμο της σοβαρότητας, της υψηλής ποιότητας των προϊόντων που διαθέτει, των εξαιρετικών τεχνικών γνώσεων που έχουν οι συνεργάτες της, την γνώση της αγοράς των κουφωμάτων, καθώς και την μοναδική δυνατότητα που έχει σαν εταιρεία ως προς τις αυθημερόν αποστολές των προϊόντων της από τα δυο σημεία πώλησης που διαθέτει. Το σύνθημα της εταιρείας είναι να λειτουργούν όλοι οι άνθρωποί της, βάζοντας στην θέση του πελάτη, τον εαυτό τους, ώστε να μπορούν να δίνουν την καλύτερη δυνατή βοήθεια και εξυπηρέτηση στην αγορά των προϊόντων της. Τα πιστεύω της εταιρείας είναι όχι να λειτουργούν ως πωλητές εξαρτημάτων για κουφώματα, αλλά ως τεχνικοί οι οποίοι με τον ρόλο του συμβούλου στην παραγωγή και εμπορία κουφωμάτων, θα δίνουν τις λύσεις που απαιτούν οι κατασκευαστές.

Γι' αυτό τον λόγο η φιλοσοφία της ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗΣ είναι, για κάθε διαφορετικό προϊόν μια επιλεγμένη λύση, δηλαδή μια εταιρεία ανά προϊόν. Με αυτά τα δεδομένα, οι πελάτες της νιώθουν την σιγουριά ότι συνεργάζονται με μια εταιρεία η οποία κάνει συνεχώς έρευνα αγοράς και εξασφαλίζει διαρκώς επαρκή εμπορεύματα, ώστε να μπορεί να εκτελέσει άμεσα την παραγγελία τους, έχοντας την δυνατότητα να βρει όλες τις λύσεις που χρειάζονται στα τεχνικά προβλήματά τους μέσω των τεχνικών της συμβούλων.

**❖ Πως βλέπετε την εγχώρια αγορά κουφωμάτων την τρέχουσα περίοδο;**

Η αγορά έχει προβλήματα τα τελευταία δύο χρόνια. Φυσικά η διεθνής κρίση, η οποία ήρθε σαν καταιγίδα πέρυσι το φθινόπωρο, την επιδείνωσε και επηρέασε τους επαγγελματίες που ήταν «απροετοίμαστοι». Όμως, κανένας πελάτης της ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗΣ που είχε μια νοικοκυρεμένη επιχείρηση, δεν έπαθε κάτι κακό και είμαι σε αυτό απόλυτος. Βέβαια σε όλους μας, αυτή η καινούργια κατάσταση δημιούργησε προβλήματα, αλλά όχι τέτοια ώστε να μας δημιουργούν ερωτήματα του αν θα συνεχίσουμε την δουλειά μας ή όχι.

Το μόνο σίγουρο είναι ότι συνέβη το εξής αξιοσημείωτο, όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά και σε όλη την Ευρώπη. Η κρίση επηρέασε αρνητικά περισσότερο τις εταιρείες κουφωμάτων που είχαν διαλέξει να κατασκευάζουν προϊόντα, τα οποία είχαν χαμηλότερη τιμή από αυτή του μέσου όρου της αγοράς. Δεν συζητώ για εταιρείες οι οποίες έχουν κακή ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτές είναι άξιες των επιλογών τους. Μιλώ για εταιρείες που επέλεξαν να στοχεύουν στο μερίδιο της αγοράς που κινείται στα χαμηλά επίπεδα τιμών, αλλά πάντα μέσα στο best value, δηλαδή με την λογική ότι γι' αυτό που αγοράζω, ενσυνείδητα γνωρίζω ότι δεν είναι το καλύτερο, αλλά αξίζει τα χρήματά του.

Η αρχική σκέψη μας μπορεί να είναι ότι όταν δεν υπάρχουν χρήματα, αγοράζω το φθηνότερο. Η τελική επιλογή όμως είναι ότι επειδή δεν έχω πολλά χρήματα, πρέπει να πάρω το πιο αξιόπιστο, διότι δεν μπορώ να το αλλάξω και πρέπει να το αγοράσω μία και μόνο φορά στην ζωή μου. Αποτέλεσμα όλων των προηγούμενων, είναι ότι στην αγορά την τρέχουσα περίοδο δουλεύουν οι επιχειρήσεις οι οποίες είχαν τοποθετηθεί στο κομμάτι της, με πωλήσεις που είναι από την μέση και πάνω σε σχέσεις ποιότητας – τιμής.

**❖ Ποιες είναι οι νέες προϊόντικές προτάσεις και ο μακροπρόθεσμος προγραμματισμός σας;**

Η ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ είναι η εταιρεία η οποία πρώτη το 1983 ξεκίνησε να συμβουλεύει και να διαθέτει όλη την γκάμα των προϊόντων που χρειάζεται ένα εργαστήριο κουφωμάτων για να κατασκευάσει ένα θερμομονωτικό κούφωμα. Όλα αυτά τα χρόνια εισάγοντας τεχνολογικά προϊόντα, βρίσκεται στη πρώτη γραμμή όσο

αφορά την ενημέρωση των καινοτόμων τεχνολογιών στον τομέα των κουφωμάτων. Τα προϊόντα που ήδη προωθούνται μακροπρόθεσμα είναι τα εξής:

- ✓ Ο τελευταίος τύπος μηχανισμού NT της Roto για προφίλ που δέχεται περιμετρικό μηχανισμό. Εδώ και ένα χρόνο ο συγκεκριμένος τύπος μηχανισμού, εκτός από τα 10 έτη εγγύησης καλής λειτουργίας, προσφέρει και 10ετη εγγύηση κατά της οξειδωσης λόγω της νανοτεχνολογίας που μόνο η Roto εφαρμόζει στην βαφή – προστασία του.
- ✓ Ο σύγχρονος μηχανισμός T300 ο οποίος τοποθετείται σε σειρές ALU με camera europea, η τιμή του οποίου συναγωνίζεται ακόμα και τις πλέον χαμηλές τιμές της ελληνικής αγοράς μηχανισμών.
- ✓ Το νέου τύπου μηχανισμό T600 της Roto, ο οποίος δίνει λύσεις στα έγχρωμα προφίλ ALU, διότι όταν είναι κλειστό το κούφωμα δε φαίνεται τίποτα απολύτως από το κρυφό μηχανισμό εκτός από το προφίλ. Έτσι, δεν αναγκάζεται ο κατασκευαστής να βάζει τους ανάλογους μεντεσέδες ή να ψάξει να βρει το χρώμα που ταιριάζει στο έγχρωμο προφίλ.
- ✓ Ανοξείδωτους ρυθμιζόμενους μηχανισμούς για παντζούρια – σκούρα, ξεπερνώντας τις οξειδώσεις στις παραθαλάσσιες περιοχές της χώρας μας. Όσον αφορά προϊόντα μακροπρόθεσμου προγραμματισμού, θεωρώ ότι ήδη έχουμε κάνει μεγάλα βήματα, ως προς την προοπτική των εφαρμογών των ηλεκτρικών συστημάτων στην τεχνολογία της κατασκευής κουφωμάτων, πιο λειτουργικών και πλέον αντιδιαρρηκτικών.

Ήδη στο πρόγραμμα των προϊόντων μας έχουμε εντάξει:

- ◆ Συστήματα διαχείρισης διασύνδεσης και χώρων αυτόματης τραπεζικής εξυπηρέτησης.
- ◆ Συστήματα ασφαλείας περιστρεφόμενου αεροστεγούς θαλάμου με αυτοελεγχόμενη λειτουργία.
- ◆ Ηλεκτρικές κλειδαριές ασφαλείας.
- ◆ Ηλεκτρομαγνήτες.



- ◆ Συστήματα ελεγχόμενης ηλεκτρονικά εξόδου κινδύνου.
- ◆ Ανιχνευτής μετάλλων του μεγαλύτερου εργοστασίου στο κόσμο CEIA, με πωλήσεις πάνω από το 85% παγκοσμίως.

Όλοι μας στην ΕΥΡΩΤΕΧΝΙΚΗ, πιστεύουμε ότι έχει τελειώσει η εποχή των ηλεκτρονικών υπολογιστών και έχουμε περάσει πλέον στην εποχή των εφαρμογών αυτοματισμού με επίκεντρο την άνεση και την ασφάλεια, με σκοπό μια ζωή καλύτερη, πιο εύκολη και πιο ασφαλή.

**❖ Ποια είναι η εκτίμησή σας όσον αφορά στη μελλοντική πορεία του κλάδου αλουμινίου στην Ελλάδα;**

Προσωπικά εκτιμώ ότι στην Ελλάδα υπάρχει ένας υπέρ επαγγελματισμός σε όλους τους κλάδους. Το ίδιο ισχύει και στον κλάδο του αλουμινίου. Το σενάριο που λέει ότι αυτό που έγινε στα μικρά μακάλικα, με την δημιουργία των supermarkets, θα το δούμε και στον κλάδο του αλουμινίου, φαντάζει μπροστά μου σαν ένας πάρα πολύ κακός εφιάλτης που εγώ τουλάχιστον εύχομαι να μην προλάβω να ζήσω. Φυσικά και θα γίνουν κάποια μεγάλα μαγαζιά μεγαλύτερα και κάποια μικρά θα κλείσουν. Η εμπειρία μου και η συνεχής ενημέρωσή μου στην Ελλάδα και το εξωτερικό τα τελευταία 28 χρόνια, μου δίνει την δυνατότητα να περιγράψω κάποια στοιχεία τα οποία πρέπει να έχει ως μοντέλο ανάπτυξης μια σύγχρονη μονάδα παραγωγής κουφωμάτων, χωρίς φυσικά να τα συνδυάζει όλα, αλλά τουλάχιστον ένα – δύο από αυτά.

1. Συνεργασίες με προμηθευτές, όχι με βάση μόνο την τιμή αγοράς των πρώτων υλών, αλλά με βάση ενός πακέτου συνεργασίας όπως τιμή, ποιότητα, τεχνικό service, χρηματοοικονομική στήριξη, στήριξη έκτακτων περιστατικών και ειδικών Project, υποστήριξη μεταξύ ομοειδών εταιρειών ως προς την ποιότητα και επιλογή των πρώτων υλών, πράγμα που οδηγεί σε συνεργασίες όπως πιέσεις για καλύτερες τιμές, κοινή διαφήμιση και παρουσία, φυσικά με απαραίτητη προϋπόθεση την διαφορετικότητα του γεωγραφικού χώρου όπου δραστηριοποιείται κάθε μια, ώστε αυτό το δίκτυο να μπορεί να σταθεί απέναντι στις πολύ μεγάλες επιχειρήσεις.

2. Συνεργασίες με τεχνικές εταιρείες και τεχνικά γραφεία, όσον αφορά την μισή περίπου παραγωγή μιας μονάδας παραγωγής κουφωμάτων και όσο αφορά την άλλη μισή να στοχεύουν σε πωλήσεις κατευθείαν στους ιδιώτες πελάτες.
3. Θα πρέπει ο προγραμματισμός της επιχείρησης να έχει την δυνατότητα να μην αποθηκεύει μεγάλες ποσότητες πρώτων υλών με στόχο το μηδενικό στοκ.
4. Να επιλέγουν την ποιότητα και το service των πελατών τους και όχι να εξαρτάται η ανταγωνιστικότητα του προϊόντος τους μόνο στην χαμηλή τιμή του, γιατί ο πελάτης που έρχεται μόνο για την τιμή, ανά πάσα στιγμή μπορεί να βρει φθηνότερη και να μην ξαναγοράσει.
5. Στην περίπτωση που έχουν δίκτυο χονδρικής ή θέλουν να δημιουργήσουν, πρέπει να έχουν τον έλεγχο του δικτύου, δηλαδή να προβάλουν τις συνεργασίες, να μεθοδεύουν τρόπους πωλήσεως, να επιδιώκουν την κοινή τους εμφάνιση και την κοινή τους προοπτική και όχι να λειτουργούν σαν προμηθευτής με πελάτη λιανικής που αγοράζει επαναληπτικά.
6. Να επενδύουν κάθε χρόνο στην ενημέρωσή τους σε νέες τεχνολογίες και πρακτικές.
7. Να φροντίζουν ώστε η επιχείρησή τους να έχει κάποια μοναδικότητα και κάποια διαφορετικότητα σε σχέση με τις ανταγωνίστριες εταιρείες.

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6<sup>ο</sup> ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Το παρόν κεφάλαιο ολοκληρώνει την εξέταση των χαρακτηριστικών του κλάδου που εξετάζουμε στην παρούσα πτυχιακή εργασία. Σκοπός αυτού του κεφαλαίου είναι να συνοψίσουμε και να αναπαράγουμε τα κυριότερα συμπεράσματα των προηγούμενων ενοτήτων αλλά και να διατυπώσουμε τις εκτιμήσεις που επικρατούν σχετικά με την μελλοντική πορεία του κλάδου αλουμινίου στην εγχώρια αγορά και συγκεκριμένα την μελλοντική πορεία των εξωτερικών κουφωμάτων αλουμινίου σε σύγκριση με τα ανταγωνιστικά εξωτερικά κουφώματα.

Καταρχάς όπως είπαμε η δραστηριότητα της διέλασης αλουμινίου εντάσσεται στην πρώτη μεταποίηση του αλουμινίου και τα παραγόμενα προϊόντα χρησιμοποιούνται στην παραγωγική διαδικασία τελικών προϊόντων.

Η ζήτηση των προϊόντων αυτών προσδιορίζεται από την πορεία των αντίστοιχων κλάδων που χρησιμοποιούν ως εισροές τα προϊόντα διέλασης. Στον κλάδο της διέλασης, το μεγαλύτερο ποσοστό της παραγωγής κατευθύνεται σε χρήσεις σχετικές με την οικοδομή, για την κατασκευή κουφωμάτων αλουμινίου, τα οποία κατέχουν το μεγαλύτερο μερίδιο στην αγορά τους. (ICAP, 2006, σελ. 92)

Τα προϊόντα διέλασης, βρίσκουν εφαρμογή και σε άλλους κλάδους, όπως είναι ο μηχανολογικός και ηλεκτρολογικός εξοπλισμός, οι μεταφορές κ.λπ. Ωστόσο, η απουσία εγχώριας μεταποιητικής βάσης που να καταναλώνει σε σημαντικό βαθμό τα συγκεκριμένα προϊόντα, στερεί από τον κλάδο την δυνατότητα διάθεσης μεγαλύτερης ποσότητας στην εγχώρια αγορά. (ICAP, 2006, σελ. 92)

Από την πλευρά της προσφοράς, ο κλάδος της διέλασης χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη μικρού σχετικά αριθμού παραγωγικών μονάδων με μόλις 25 εταιρείες να δραστηριοποιούνται στον τομέα αυτόν. Η έλλειψη μεγάλου αριθμού μονάδων οφείλεται κυρίως στο υψηλό κόστος επένδυσης για την αγορά εξοπλισμού. (ICAP, 2006, σελ. 92)

Η εγχώρια πάντως παραγωγική δραστηριότητα χαρακτηρίζεται από ιδιαίτερο δυναμισμό γεγονός που αποδεικνύεται από τις υψηλές εξαγωγικές επιδόσεις. Κυριότεροι παράγοντες που τροφοδοτούν την εγχώρια ανάπτυξη της παραγωγής αποτελούν πρωταρχικά η διαθεσιμότητα πρώτης ύλης (η χώρα μας αποτελεί σημαντική βωξίτοπαραγωγό χώρα σε παγκόσμιο επίπεδο), καθώς επίσης η υψηλή τεχνογνωσία που έχει αναπτύξει σημαντικό ποσοστό των εγχώριων παραγωγών. (ICAP, 2006, σελ. 92)

Ο δυναμισμός αυτός της εγχώριας παραγωγής έχει ως αποτέλεσμα την ανάπτυξη σημαντικών εξαγωγικών επιδόσεων, ενώ η ανταγωνιστικότητα των εγχώριων προϊόντων αποδεικνύεται και από την διείσδυση τους σε ιδιαίτερα απαιτητικές αγορές, όπως είναι της Ευρωπαϊκής Ένωσης και της Βόρειας Αμερικής. (ICAP, 2006, σελ. 92-93)

Ο εξωστρεφής χαρακτήρας της εγχώριας παραγωγής λαμβάνει πλέον χαρακτηριστικά «πολυεθνικής» δραστηριότητας αφού οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις του κλάδου έχουν αναπτύξει συστηματική παρουσία, κυρίως στις γειτονικές χώρες της βαλκανικής μέσω της δημιουργίας θυγατρικών εταιρειών. Ορισμένες μάλιστα έχουν ήδη προχωρήσει στην λειτουργία παραγωγικών μονάδων σε αυτές τις χώρες, ενισχύοντας έτσι περισσότερο την συνολική παραγωγική δυναμικότητα και λαμβάνοντας κυρίαρχη θέση στην αγορά της ΝΑ Ευρώπης. (ICAP, 2006, σελ. 93)

Οι συνθήκες ανταγωνισμού στην εγχώρια αγορά της διέλασης είναι σχετικά οξείες, γεγονός που οφείλεται αφενός μεν στην υπερβάλλουσα προσφορά και αφετέρου στις διακυμάνσεις της τιμής της πρώτης ύλης. Το αλουμίνιο αποτελεί χρηματιστηριακό αγαθό και η τιμή του διαμορφώνεται από τη διεθνή συγκυρία. Τα τελευταία έτη η ενίσχυση της ζήτησης από τις χώρες της Ανατολικής Ασίας (Κίνα), είχε ως αποτέλεσμα την ιδιαίτερα υψηλή αύξηση της τιμής του αλουμινίου στις διεθνείς αγορές. (ICAP, 2006, σελ. 93)

Στην εγχώρια αγορά η δραστηριοποίηση της εταιρείας Αλουμίνιον της Ελλάδος Α.Ε. συμβάλλει στην τροφοδότηση της βιομηχανίας, ωστόσο σημαντικός αριθμός εταιρειών (κυρίως οι μεγαλύτερες) προμηθεύεται αλουμίνιο και από αγορές του εξωτερικού, με στόχο την επίτευξη καλύτερων όρων. Το γεγονός αυτό βέβαια ενισχύει τη διαπραγματευτική δυνατότητα των επιχειρήσεων και περιορίζει τον έλεγχο της αγοράς από την μοναδική εταιρεία παραγωγής αλουμινίου στην Ελλάδα. (ICAP, 2006, σελ. 93)

Η οξύτητα του ανταγωνισμού στην εγχώρια αγορά σε συνδυασμό με τις αυξανόμενες απαιτήσεις σε νέα χαρακτηριστικά των τελικών προϊόντων, έχει ως αποτέλεσμα την επένδυση σημαντικών πόρων για την βελτίωση των προϊόντων και την προσαρμογή τους σε διεθνείς προδιαγραφές. Με την δημιουργία καινοτομικών προϊόντων, οι επιχειρήσεις προβάλλουν περισσότερο την ποιότητα των προϊόντων και την τήρηση ποιοτικών προδιαγραφών επιτυγχάνοντας μεγαλύτερα μερίδια στην αγορά. Επιπλέον, η προοπτική εφαρμογής νέων κανονισμών (πυρασφάλεια, ενεργειακή αποδοτικότητα των κτιρίων, ανακύκλωση προϊόντων κ.λπ.), ουσιαστικά

επιβάλλει την προσαρμογή της εγχώριας παραγωγής στα νέα δεδομένα και ταυτόχρονα αποτελεί σημαντική ευκαιρία για περαιτέρω ανάπτυξη της εγχώριας αγοράς. Συγκεκριμένα στον τομέα της διέλασης, η προοπτική εφαρμογής αυστηρότερων κανονισμών και προδιαγραφών για την ασφάλεια των εξωτερικών κουφωμάτων είναι πιθανόν να οδηγήσει σε αύξηση της ζήτησης όχι μόνο από τις νέες οικοδομές αλλά και από την αντικατάσταση των παλαιότερων ξύλινων κουφωμάτων με νέα. (ICAP, 2006, σελ. 93) Η διατήρηση αξιόλογων ρυθμών ανάπτυξης στον τομέα της διέλασης εξαρτάται από την διατήρηση της κατασκευαστικής δραστηριότητας σε υψηλά επίπεδα. (ICAP, 2006, σελ. 94)

Σχετικά τώρα με την εξεταζόμενη αγορά των εξωτερικών κουφωμάτων αυτή συνδέεται άμεσα με το γενικότερο οικονομικό κλίμα, καθώς η ζήτηση για εξωτερικά κουφώματα εξαρτάται από την πορεία της δημόσιας και ιδιωτικής οικοδομικής δραστηριότητας. Επίσης, η εξέλιξη των χορηγήσεων στεγαστικών δανείων και δανείων για ανακαινίσεις (κατοικιών, κτιρίων κ.λπ.), η οποία με την σειρά της εξαρτάται από την διαμόρφωση των επιτοκίων και την σχετική πολιτική των τραπεζών (όροι δανειοδότησης κ.λπ.) αποτελεί ισχυρό παράγοντα που επηρεάζει την ανάπτυξη της αγοράς κουφωμάτων. (ICAP, 2007, σελ. 130)

Στον κλάδο των κουφωμάτων δραστηριοποιείται ένας μεγάλος αριθμός παραγωγικών επιχειρήσεων, η πλειοψηφία των οποίων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους. Στο γεγονός του κατακερματισμού της προσφοράς του κλάδου συμβάλλει και η φύση του προϊόντος και οι εξειδικευμένες απαιτήσεις των πελατών, που δεν επιτρέπουν την πλήρη τυποποίηση του τελικού προϊόντος και κατά συνέπεια τη μαζική παραγωγή του. (ICAP, 2007, σελ. 130)

Άλλωστε τα χαρακτηριστικά της αγοράς, όσον αφορά την ιδιοκτησία ακινήτων στην Ελλάδα (κυριαρχούν οι μικροϊδιοκτήτες) και το ιδιαίτερο υψηλό ποσοστό ιδιοκατοίκησης, διαμορφώνει συνθήκες ζήτησης που ευνοούν τον κατακερματισμό. (ICAP, 2007, σελ. 130)

Σύμφωνα με παράγοντες του κλάδου, πρόβλημα συνιστά ο αθέμιτος ανταγωνισμός που προέρχεται κυρίως από μικρού μεγέθους βιοτεχνικές επιχειρήσεις οι οποίες εκμεταλλευόμενες την απουσία ελεγκτικών μηχανισμών ακολουθούν αθέμιτες πρακτικές (π.χ. πωλήσεις άνευ παραστατικών κ.λπ.). (ICAP, 2007, σελ. 130)

Τα τελευταία χρόνια είδαμε ότι η κατανάλωση εξωτερικών κουφωμάτων παρουσίασε σχετικά υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης, γεγονός που οφείλονταν τόσο στην άνοδο της οικοδομικής δραστηριότητας, όσο και στους εκσυγχρονισμούς και τις

ανακαινίσεις διαφόρων κτιρίων. Τα κουφώματα αλουμινίου συγκέντρωσαν το μεγαλύτερο ποσοστό της αγοράς διότι το αλουμίνιο έχει καταστεί από τα πιο ιδανικά υλικά για την κατασκευή εξωτερικών κουφωμάτων. Θεωρείται υλικό με χαμηλό κόστος συντήρησης, προσφέρεται σε μεγάλη ποικιλία χρωμάτων και τύπους βαφών και δίδει την ικανότητα για πολλά είδη κατασκευαστικών εφαρμογών. Ως εκ τούτου, τα κουφώματα αλουμινίου έχουν σε σημαντικό βαθμό εκτοπίσει τα υπόλοιπα ανταγωνιστικά υλικά και έχουν αποσπάσει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς όπως είπαμε και παραπάνω. Οι εξελίξεις αυτές είναι αποτέλεσμα της ανάπτυξης που έχει επιτύχει η εγχώρια βιομηχανία διέλασης αλουμινίου (που παράγει προφίλ αλουμινίου και εφοδιάζει εταιρείες κουφωμάτων με μεγάλη ποικιλία προϊόντων), η οποία σε μεγάλο βαθμό οφείλεται και στην εγχώρια διαθεσιμότητα της χρησιμοποιούμενης πρώτης ύλης. (ICAP, 2007, σελ. 130)

Αναφορικά με τα ξύλινα κουφώματα, τονίζεται ότι τα τελευταία χρόνια το ποσοστό συμμετοχής τους στην εγχώρια αγορά ακολουθεί φθίνουσα πορεία, παρά την ύπαρξη απαγορεύσεων σε ορισμένες περιοχές της χώρας για την χρήση άλλων υλικών πέραν του ξύλου. Ωστόσο, τα ξύλινα κουφώματα προτιμώνται σε κατασκευές όπου δίδεται μεγαλύτερη σημασία στην αισθητική και την παραδοσιακή εμφάνιση των κτιρίων.

Η εξέλιξη των υλικών και της τεχνολογίας οδήγησαν επίσης στη δημιουργία νέων τύπων κουφωμάτων (με συνδυασμό αλουμινίου-ξύλου), προσφέροντας λύσεις σε διαφορετικές ανάγκες. (ICAP, 2007, σελ. 131)

Η ζήτηση συνθετικών κουφωμάτων ακολουθεί ανοδική πορεία, γεγονός που οφείλεται εν μέρει και στη χαμηλότερη τιμή τους έναντι άλλων υλικών. Σύμφωνα με εκτιμήσεις παραγόντων του κλάδου, τα προσεχή έτη αναμένεται να αυξηθεί το μερίδιο που καταλαμβάνουν τα εν λόγω προϊόντα στη συνολική αγορά, καθώς αρκετοί καταναλωτές πλέον στρέφονται στη συγκεκριμένη κατηγορία εξωτερικών κουφωμάτων. (ICAP, 2007, σελ. 131)

Τα συμπεράσματα που μπορούμε χωρίς φόβο να καταθέσουμε σχετικά με τον κλάδο του αλουμινίου σύμφωνα πάντα και με τα λεγόμενα των ανθρώπων του χώρου είναι τα εξής: η οικονομική κρίση των τελευταίων 2 χρόνων στην εγχώρια αγορά έχει επηρεάσει τις επιχειρήσεις του κλάδου του αλουμινίου, άλλες πολύ άλλες λιγότερο, με αρνητικά πρόσημα στις πωλήσεις και στα κέρδη τους. Κάμψη και πτώση βέβαια είχε και ο κλάδος σε πολλές χώρες την Ευρωπαϊκής Ένωσης και διεθνώς. Το φαινόμενο άλλωστε της οικονομικής κρίσης επικρατεί παντού.

Πάντως πριν την οικονομική κρίση ο κλάδος είχε για χρόνια ανοδική πορεία στην εγχώρια αγορά με αποκορύφωμα το 2004 με τους Ολυμπιακούς Αγώνες στην Ελλάδα. Βέβαια το γεγονός αυτής της έξαψης-αύξησης της οικοδομικής δραστηριότητας έφερε και τον κορεσμό. Ο κλάδος συνέχιζε να έχει μία καλή πορεία μέχρι και τις αρχές του 2008 αλλά τα ποσοστά δεν ήταν τόσο αυξημένα σε σύγκριση με άλλες χρονιές. Μετά τα μέσα του 2008 και με την οικονομική κρίση να έχει αρχίσει να φαίνεται έντονα σε όλους τους τομείς της εγχώριας αγοράς, η παραγωγή, οι πωλήσεις και τα κέρδη των επιχειρήσεων διέλασης αλουμινίου έπεσαν κατακόρυφα με αποτέλεσμα πολλές επιχειρήσεις να κλείσουν ή να έχουν πολλές δυσκολίες στην λειτουργία τους, δηλαδή να υπολειτουργούν οι μονάδες παραγωγής τους.

Σύμφωνα με τα λεγόμενα του κ. Κλεόβουλου Βασίλη: “Η κρίση επηρέασε αρνητικά περισσότερο τις εταιρείες κουφωμάτων που είχαν διαλέξει να κατασκευάζουν προϊόντα, τα οποία είχαν χαμηλότερη τιμή από αυτή του μέσου όρου της αγοράς. Δεν συζητώ για εταιρείες οι οποίες έχουν κακή ποιότητα προϊόντων και υπηρεσιών. Αυτές είναι άξιες των επιλογών τους. Μιλώ για εταιρείες που επέλεξαν να στοχεύουν στο μερίδιο της αγοράς που κινείται στα χαμηλά επίπεδα τιμών, αλλά πάντα μέσα στο best value, δηλαδή με την λογική ότι γι’ αυτό που αγοράζω, ενσυνείδητα γνωρίζω ότι δεν είναι το καλύτερο, αλλά αξίζει τα χρήματά του. Στην αγορά την τρέχουσα περίοδο δουλεύουν οι επιχειρήσεις οι οποίες είχαν τοποθετηθεί στο κομμάτι αυτό, με πωλήσεις που είναι από την μέση και πάνω σε σχέσεις ποιότητας – τιμής.”

Δυστυχώς δεν έχουμε την δυνατότητα να κάνουμε πρόβλεψη της μελλοντικής πορείας του κλάδου γιατί αυτό θα ήταν αφελές από μέρους μας και σύμφωνα με τους οικονομικούς αναλυτές καμία μακροπρόθεσμη πρόβλεψη σε αυτήν την φάση που διανύουμε της οικονομικής κρίσης δεν είναι έγκυρη, διότι τα ενδεχόμενα αλλάζουν με ταχείς ρυθμούς.

Όσον αφορά τώρα στην σύγκριση μεταξύ των διαφόρων ειδών κουφωμάτων έχοντας αναλύσει τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του κάθε είδους στα προηγούμενα κεφάλαια (αλουμίνιο, ξύλινο, σύνθετο, συνθετικό) αφήνουμε την απόφαση του ποιο είναι το καλύτερο κούφωμα στον καθένα μας ξεχωριστά. Δεν είναι μόνο τα κουφώματα αλουμινίου καλά ούτε τα ξύλινα μόνο, ούτε τα συνθετικά. Ο καθένας μας έχει άλλες οικονομικές δυνατότητες και διαφορετικές προτιμήσεις και ανάγκες. Οπότε η επιλογή για το κατάλληλο κούφωμα είναι δική σας.

## **ΠΑΡΑΠΟΜΠΕΣ**

1. <http://www.aluminium.gr/issue.asp>
2. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 37ο Ιούλιος 2009
3. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 40ο Φεβρουάριος 2010
4. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 39ο Δεκέμβριος 2009
5. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 39ο Δεκέμβριος 2009
6. <http://www.aluminium.gr/issue.asp>
7. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 38ο Οκτώβριος 2009
8. <http://www.express.gr/news/business>
9. <http://www.express.gr/news/business>
10. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 40ο Φεβρουάριος 2009
11. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 39ο Δεκέμβριος 2009
12. [www.metronanalysis.gr](http://www.metronanalysis.gr)
13. [www.alunet.gr](http://www.alunet.gr)
14. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 41ο Μάρτιος 2010
15. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 41ο Μάρτιος 2010
16. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 41ο Μάρτιος 2010
17. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 42ο Απρίλιος 2010
18. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 39ο Δεκέμβριος 2009
19. [www.alunet.gr](http://www.alunet.gr)
20. <http://www.presspoint.gr>
21. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 38ο Οκτώβριος 2009
22. <http://www.aluminium.gr/issue.asp> Τεύχος 41ο Απρίλιος 2009
23. <http://www.alunet.gr>
24. [www.perfecto.com.gr](http://www.perfecto.com.gr)
25. [www.double-glass.gr](http://www.double-glass.gr)
26. [www.e-go/idanikospiti](http://www.e-go/idanikospiti)
27. [www.metronanalysis.gr](http://www.metronanalysis.gr)
28. [www.alunet.gr](http://www.alunet.gr)
29. [www.simplywood.gr](http://www.simplywood.gr)
30. [www.alumil.gr](http://www.alumil.gr)
31. [www.alunet.gr](http://www.alunet.gr)



32. <http://www.hrima.gr> Τεύχος 337ο Νοέμβριος 2007
33. <http://new.e-go.gr/idanikospiti>

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

- ✍ *ICAP, (2006). Κλαδική Μελέτη για την Έλαση και Διέλαση Αλουμινίου. ICAP, Αθήνα.*
- ✍ *ICAP, (2007). Κλαδική Μελέτη για τα Εξωτερικά Κουφώματα. ICAP, Αθήνα.*
- ✍ *Πετράκης, Π. (2007). Το παραγωγικό κύκλωμα βωξίτη, αλουμίνας, αλουμινίου, μεταποίησης αλουμινίου, Εκδότης Παπαζήσης.*
- ✍ *Παπαδόπουλος- Αμείδας, Α. (2007). ALUMIL- Εμπειρίες από τη Βαλκανική με ηγέτιδα τη Ρουμανία. hrima.gr, τεύχος 337, Νοέμβριος 2007.*
- ✍ *Χατζηαγγελίδης, Ν. (2010) Συνέντευξη Αρμοδίου Προσώπου που πραγματοποιήθηκε στη ΒΙ.ΠΕ. Σίνδου.*
- ✍ *Κλεόβουλος, Β. (2010) Συνέντευξη Αρμοδίου Προσώπου που πραγματοποιήθηκε στη ΒΙ.ΠΕ. Σίνδου.*
- ✍ *www.alumil.gr*
- ✍ *www.aluminium.gr*
- ✍ *www.hrima.gr*
- ✍ *www.alunet.gr*
- ✍ *www.express.gr*
- ✍ *www.presspoint.gr*
- ✍ *www.new.e-go.gr*
- ✍ *www.perfecto.com.gr*
- ✍ *www.simplywood.gr*
- ✍ *www.metronanalysis.gr*
- ✍ *www.double-glass.gr*
- ✍ *www.e-go/idanikospiti*