

FLORIN POROJAN, FRANKE:

“Inovația tehnologică, designul și confortul primează în alegerea electrocasnicelor”

Cererea de electrocasnice a înregistrat o ușoară revenire, în ultimul an, cu un plus important în zona electrocasnicelor incorporabile, după cum ne-a spus Florin Porojan, directorul general Franke România.

Domnia sa ne-a precizat: “Acest trend a fost dat în special de reamenajarea locuințelor, clienții îndreptându-se spre soluții complete (cuptoare, hote, plite, chiuvete, baterii, cuptoare cu microunde), care prezintă avantajul unui design unitar, clasic sau modern, cu o versatilitate ce permite încadrarea în orice stil de mobilier”.

“Franke se adresează clienților care își doresc o bucătărie deosebită ca design și funcțională, care să-i reprezinte. Acești clienți sunt educați și foarte bine informați, știu exacte ce vor și preferă calitatea”, ne-a declarat Florin Porojan.



Consumatorul din țara noastră a devenit din ce în ce mai informat, fapt care a condus la o creștere pe segmentul electrocasnicelor incorporabile, având în vedere avantajele pe care le oferă. Acest trend se regăsește și în evoluția businessului Franke, ne-a precizat domnul Porojan, apreciind: “Clienții noștri își doresc un design unitar în bucătărie: cuptor, plită, hotă, chiuvetă, baterie,

Conducerea Franke consideră că piața de profil este matură, clientul final fiind bine informat și știind foarte bine ce vrea. Cererea este erodată de impredictibilitatea evoluției mediului economic la nivel local și internațional, mai apreciază reprezentanții companiei.

În viitor, această piață va fi una în care vor performa în special companiile puternice și stabile din punct de vedere financiar, care vor găsi soluții să vină în întâmpinarea nevoilor clienților, spune Florin Porojan, care estimează o ușoară creștere a pieței de bunuri de folosință îndelungată, în anii următori.

cuptor cu microunde și frigider, integrate din punct de vedere al finisajului, culoare și stil”.

Cele mai căutate produse sunt cele care aduc inovația din punct de vedere tehnologic, al designului și al confortului în utilizare, după cum ne-a precizat directorul Franke, exemplificându-ne: “Prin experiența noastră, avem cerere atât la gama clasică Country, dar și pe game de lux și hightech precum Crystal, în variantele black-white, sau chiar și pe cel mai avangardist cuptor de pe piață, cuptorul «myMenu»”.

Segmentul de clienți interesat de gama high a rămas constant, “semn că românii sunt din ce în ce mai dispuși să plătească prețul corect pentru produse și servicii de calitate”.

Valoarea comenzilor înregistrate de Franke a avut o ușoară creștere, în ultima perioadă, dată, printre altele, de diversitatea ofertei, dar și de creșterea numărului de parteneri și a locațiilor în care sunt prezente produsele companiei.

Astfel, producătorii s-au pliat pe solicitările consumatorilor, prin diversificarea gamei de produse și oferirea de servicii pre și post vânzare.

“Franke se adresează clienților care își doresc o bucătărie deosebită ca design și funcțională, care să-i reprezinte. Acești clienți sunt educați și foarte bine informați, știu exacte ce vor și preferă calitatea”, ne-a declarat Florin Porojan.

Cuptorul avangardist myMenu - unul din produsele lansate, în 2013, de Franke

Anul trecut, vânzările Franke au avut un trend pozitiv, conducerea

companiei estimând că, în condiții normale din punct de vedere politic și economic, în 2014 va fi înregistrată o ușoară creștere față de anul precedent.

Cu o cotă de circa 40% din piața sistemelor complete de bucătărie (principala canal pe care Franke activează), compania este lider pe segmentul chiuvetelor de înaltă calitate.

În 2013, Franke a adus pe piața noastră brandul Eisinger, un brand de lux de mare succes în Elveția, Germania, Austria și alte țări vestice; cuptorul avangardist myMenu, care poate comunica la distanță prin intermediul unui smartphone și soluția pentru blaturi de bucătărie termoformabile Franke Solid Surface.

Directorul companiei producătoare de electrocasnice, care are 27 de angajați în țara noastră, ne-a precizat: “Materialul compozit Franke Solid Surface are o grosime de 12 sau de 6 mm și, fiind termoformabil, acest material se poate adapta foarte ușor aplicațiilor moderne ca arhitectură și design, îmbinările nefiind vizibile. Nu este afectat de radiațiile UV și, în consecință, își menține culoarea și finisajul pentru o perioadă lungă de timp. Este ușor de întreținut, rezistent la uzură și protejat împotriva bacteriilor. Un alt produs de succes lansat de Franke în 2013 este hota Maris, care a fost recompensată pentru designul său deosebit cu premiul internațional «IF design», în anul 2012”.

Printre proiectele de investiții ale companiei se numără dezvoltarea rețelei de showroom-uri Franke în toate orașele importante.

Franke România comercializează și hote produse sub brand Faber

Franke România este parte a diviziei Franke Kitchen Systems Group, fiind prezentă pe piața locală din anul 1998, ca lider în sectorul echipamentelor incorporabile pentru bucătărie destinate uzului casnic. “Produsele și serviciile Franke reprezintă rezultatul a 100 de ani de experiență, excelență, inovație și pasiune în dezvoltarea celor mai bune soluții complete pentru bucătărie”, apreciază Florin Porojan.

În prezent, compania deține în portofoliu peste 1.500 de produse diferite.

Începând cu anul 2006, Franke România comercializează pe piața locală și hote produse sub brand Faber, în urma achiziționării, în 2005, a acestei companii, care este lider mondial în dezvoltarea și producția de hote decorative, de înaltă tehnologie.

Produsele comercializate de Franke în România sunt fabricate în proporție de 90% în Italia, iar restul sunt importate din Scoția, Turcia, Germania și Elveția.

Franke Kitchen System s-a remarcat pe plan mondial în proiectarea și producția de chiuvete de bucătărie, la care se adaugă o gamă completă de electrocasnice incorporabile de bucătărie (cuptoare, plite, hote, cuptoare cu microunde, mașini de spălat vase, combine frigorifice, mașini de cafea, accesorii) și o gamă variată de baterii de bucătărie.

La nivel global, Franke a înregistrat, în 2012, o cifră de afaceri de 2,5 miliarde franci elvețieni, realizând un profit de 116 milioane franci elvețieni, cu investiții de 209 milioane franci elvețieni. |



Protecția mediului ocupă un loc important în filozofia Franke

În cadrul filozofiei Franke, protecția mediului ocupă un loc important. Potrivit informațiilor publicate de companie, această preocupare s-a dezvoltat tot mai mult și se reflectă în atenția față de consumul energetic, în modul de selectare a materialelor utilizate, precum în controlul proceselor tehnologice de execuție a produselor.

“Angajamentul nostru permanent se manifestă prin analizarea atentă și aprofundată a tuturor fazelor de realizare a produselor noastre, de la faza de proiectare, trecând la cea de producție și terminând cu momentul în care produsul este livrat utilizatorului final. De asemenea, sunt importante și procesele prin care se asigură o separare ușoară a componentelor principale ale produsului, pe baza unor clasificări merceologice, care permit o eventuală reutilizare sau reciclare a acestora”, potrivit informațiilor companiei.

Florin Porojan ne-a precizat că Franke acordă o mare atenție protecției mediului prin utilizarea de materii prime reciclabile în procesul de producție, comercializarea de produse cu consum mic de energie și apă și prin proiectele de sustenabilitate inițiate la nivel corporat ce vizează atingerea “armoniei între business, mediu și responsabilitatea socială”.

Pornind de la premisa că impactul ambiental major se manifestă în timpul utilizării produsului, Franke și-a concentrat eforturile pentru realizarea de produse care, în timpul utilizării, reduc la minim consumul de apă și energie, mai susțin reprezentanții Franke.

