

"Piața sistemelor de aer condiționat - în continuă dezvoltare"

(Interviu cu Daniel Vasile, Managing Director Daikin România)



Piața sistemelor de aer condiționat este într-o continuă dezvoltare, evoluția pozitivă datorându-se atât investițiilor crescute în proiecte din segmentul comercial și industrial, cât și comportamentului consumatorilor rezidențiali, ne-a spus Daniel Vasile, Managing Director Daikin România, în cadrul unui interviu.

Reporter: Cum a evoluat piața sistemelor de aer condiționat în ultima vreme?

Daniel Vasile: Piața sistemelor de aer condiționat este într-o continuă dezvoltare, evoluția pozitivă datorându-se atât investițiilor crescute în proiecte din segmentul comercial și industrial, cât și comportamentului consumatorilor rezidențiali. De asemenea, un factor important care influențează dinamica vânzărilor este climatul exterior. Temperaturile ridicate de anul trecut au contribuit, încă din luna mai, la creșterea explozivă a cererii de echipamente din segmentul rezidențial.

Reporter: Cum este împărțită piața, din punct de vedere al ofertei și al jucătorilor?

Daniel Vasile: Oferta este foarte diversă, clienții au la dispoziție o gamă foarte variată de produse, prețuri și servicii, oferite de mai multe tipuri de companii. Pe această piață găsim atât companii specializate, care pot oferi permanent o gamă foarte complexă de produse și servicii, dar și companii generaliste, cum ar fi supermarketurile sau magazinele care au oferte sezoniere.

Pe de altă parte, și cererea consumatorilor este din ce în ce mai diversă, de aceea Daikin are în portofoliu soluții de climatizare pentru orice spațiu și pentru toate tipurile

de aplicații HVAC-R (Încălzire, Ventilație, Aer Condiționat și Refrigerare).

Reporter: Care sunt tendințele din piață?

Daniel Vasile: Asemeni altor domenii, inovația se aplică și în domeniul climatizării. Apar produse din ce în ce mai performante, care sporesc confortul clienților prin intermediul unor tehnologii care fac utilizarea mult mai facilă. De asemenea, se urmărește atingerea unui grad cât mai înalt al eficienței și diminuarea costurilor cu energia. Daikin a stabilit trenduri în domeniu, prin lansarea, în premieră, de tehnologii care folosesc exclusiv agentul frigorific R32 și ne bucurăm că acestea au fost recent îmbrățișate de mai mulți producători, deoarece sunt mai eficiente și, totodată, au un efect de trei ori mai mic asupra încălzirii globale, în comparație cu vechile tehnologii.

Reporter: Cum s-au educat consumatorii în ultimii ani?

Daniel Vasile: Consumatorii au început să înțeleagă importanța investiției în produse de calitate și au devenit mai atenți la economiile pe termen lung. Cu toate că ponderea produselor low cost rămâne ridicată, consumatorii români încep să realizeze că pot exista diferențe uriașe între produse în ceea ce privește consumul de energie și mai ales confortul. În acest sens, au realizat că nu își permit să cumpere lucruri ieftine pentru că, în final, ajung să plătească mai mult. De asemenea, clienții sunt din ce în ce mai exigenți în ceea ce privește calitatea serviciilor pre și post vânzare care însoțesc produsele. Un alt aspect îmbucurător este acela că aparatele de aer condiționat nu mai sunt privite doar ca produse sezoniere, ci consumatorii le utilizează și pentru încălzire pe parcursul sezonului rece.

Totodată, am observat că și clienții rezidențiali români au început să se gândească mult mai devreme la achiziționarea unui aparat de aer condiționat și își programează din timp vizita în showroom-urile partenerilor, astfel încât să nu mai fie

*Daniel Vasile:
"Consumatorii au început să înțeleagă importanța investiției în produse de calitate și au devenit mai atenți la economiile pe termen lung".*



luați prin surprindere atunci când vin valorile de căldură.

Reporter: Ce buget alocă oamenii pentru achiziționarea și montajul sistemelor de aer condiționat?

Daniel Vasile: În funcție de confort pe care clienții îl doresc, soluțiile Daikin din gama rezidențială pornesc de la aproximativ 2.000 de lei cu tot cu montaj și pot ajunge la câteva mii de euro pentru soluții foarte complexe.

Reporter: Care sunt criteriile ce

primează în momentul achiziționării unor astfel de produse?

Daniel Vasile: Pentru mulți dintre clienții Daikin, cele mai importante sunt performanțele energetice ale sistemului și gradul de confort pe care acesta îl poate oferi. De exemplu, mulți clienți sunt foarte sensibili la fluxul de aer generat de aerul condiționat și, de aceea, echipamentele noastre cu "ochi inteligent" sunt foarte apreciate, întrucât detectează prezența oa-

menilor în încăpere și direcționează fluxul de aer astfel încât aceștia să nu fie deranjați.

Pentru alți clienți un plus îl reprezintă soluțiile mobile prin care controlează și monitorizează aerul condiționat, folosind aplicațiile noastre de pe smartphone, oricând și de oriunde.

Este foarte clar, însă, că, în zilele noastre, clienții nu sunt satisfăcuți

(continuare în pagina 20)

urmare din pagina 19

doar de un set de caracteristici ale produsului, ci este decisivă experiența pe care o au cu produsele și cu brandul în general. Decizia de achiziție se ia în funcție de evaluarea pe care clientul o face cu privire la serviciile de consultanță și informațiile pe care le primește în faza de documentare, nivelul de profesionalism al specialiștilor cu care interacționează, serviciile de montaj și, nu în ultimul rând, experiența și confortul în timpul utilizării, așa-zisa analiză post vânzare.

Reporter: Ce perspective are sectorul?

Daniel Vasile: Conform analizelor noastre, rata de penetrare în orașele mari este în jurul valorii de 35%, iar dacă analizăm întreg teritoriul României, aceasta este sub 20%, ceea ce înseamnă că aproximativ una din cinci locuințe are un aparat de aer condiționat. În condițiile de temperatură din România, acest procent mic ne indică faptul că sunt încă foarte multe locuințe care nu beneficiază de un confort sănătos.

Mai mult, o mare parte a echipamentelor existente pe piață deja și-au atins sau depășit durata de viață și sunt aparate cu eficiență scăzută, non-inverter. Astfel, există un potential mare pe piața înlocuirilor cu aparate moderne, care consumă mult mai puțină energie și oferă un confort mult mai mare.

Reporter: Cum a evoluat activitatea companiei?

Daniel Vasile: Prezentă pe piața din România din 1994, Daikin a fost în permanență un brand recunoscut și apreciat de către clienți și specialiști pentru soluțiile inova-



toare pe care le oferă. În anii anteriori, Daikin pune accent pe furnizarea echipamentelor și soluțiilor complexe industriale și comerciale, însă, în ultima perioadă ne-am îndreptat atenția foarte mult și asupra segmentului rezidențial, situația fiind acum oarecum echilibrată. Acesta a fost rezultatul eforturilor noastre de promovare a brandului și către clienții rezidențiali, precum și al diversificării portofoliului de produse, astfel încât să acoperim o arie cât mai largă a consumatorilor finali. De altfel, în prezent, portofoliul Daikin cuprinde atât produse din categoria high end și profesional, cu caracteristici unice în industrie, cât și produse din gama economică, dar care asigură confortul și calitatea Daikin.

Reporter: Cu ce rezultate financiare ați încheiat anul trecut și ce estimări aveți pentru anul în curs?

Daniel Vasile: În anul financiar 2016 (încheiat la 31 martie 2017), Daikin și-a menținut ritmul de creștere accelerată, atingând o cifră de afaceri de 24,3 milioane euro, cu 26% mai mult decât în anul financiar precedent. Pentru anul în curs ne propunem consolidarea poziției și ne vom concentra pe oferirea de experiențe unice

pentru toate categoriile de clienți, astfel încât să fim cel mai dorit partener.

Reporter: Ce produse noi a lansat compania în acest an?

Daniel Vasile: Elementul de noutate este dat în continuare de gama Bluevolution, lansată în 2016, din aceasta făcând parte echipamentele care folosesc exclusiv agentul frigorific R32. Pe lângă îmbunătățirile evidente la nivelul soluțiilor de filtrare și al eficienței echipamentelor, noua tehnologie este recunoscută pentru impactul de trei ori mai mic asupra încălzirii globale. Gama include unități până la clasa A+++ pentru o eficiență energetică maximă în modurile de încălzire și răcire, toate modelele fiind optimizate pentru eficiență energetică sezonieră.

Așadar, și în acest an vorbim de o consolidare a gamei Bluevolution, prin adăugarea unui nou echipament din gama Confort, care face trecerea către zona echipamentelor orientate spre buget, precum și a unor unități interioare, una de pardoseală și una necarcată, co-

nectabile atât la sisteme tip pereche, cât și la cele tip Multi.

Noutatea absolută a acestui an pentru segmentul de produse rezidențial vine tot din gama Bluevolution și este reprezentată de sistemul Multi Hibrid, un sistem complet, care asigură răcirea, încălzirea și prepararea apei calde menajere, fiind ușor de instalat și controlat prin intermediul unei aplicații online.

De altfel, toate sistemele din această gamă le oferă posibilitatea clienților să controleze și să monitorizeze unitățile de aer condiționat direct de pe telefon sau tabletă, de oriunde s-ar afla. În plus, unitățile integrează cele mai inovatoare tehnologii din domeniul climatizării, cum este funcția "Ochi inteligent", care detectează prezența persoanelor în încăpere și direcționează fluxul de aer, astfel încât confortul acestora să fie maxim.

Reporter: Care sunt planurile investiționale și ce buget ați alocat în acest sens?

Daniel Vasile: Avem în plan investiții multiple, fiecare dintre

*Daniel Vasile:
"Ne vom axa
în continuare pe
promovarea echipamentelor
cu impact redus asupra
mediului, cu acțiuni
specifice dedicate
tuturor categoriilor
de clienți".*

Daniel Vasile: "În anul financiar 2016 (încheiat la 31 martie 2017), Daikin și-a menținut ritmul de creștere accelerată, atingând o cifră de afaceri de

24,3

milioane euro, cu 26% mai mult decât în anul financiar precedent".



*Daniel Vasile:
"În anii anteriori,
Daikin pune accent pe
furnizarea echipamentelor și
soluțiilor complexe industriale
și comerciale, însă, în ultima
perioadă ne-am îndreptat
atenția foarte mult și
asupra segmentului
rezidențial".*

acestea urmărind misiunea noastră, aceea de a oferi în permanență cele mai avansate tehnologii și soluții pentru a atinge un nivel absolut al eficienței și confortului. Ne propunem să le oferim clienților noștri experiențe unice și relevante, depășind cele mai exigente așteptări, de aceea

vom continua expansiunea rețelei de showroom-uri și perfecționarea partenerilor și distribuitorilor noștri în cadrul unor evenimente dedicate. Ne vom axa în continuare pe promovarea echipamentelor cu impact redus asupra mediului, cu acțiuni specifice dedicate tuturor categoriilor de clienți. Printre acestea se regăsește și campania de responsabilitate socială "Plantăm aer!", lansată în această vară, în cadrul căreia vom planta câte un copac pentru fiecare unitate split vândută.

Reporter: Care sunt principalele provocări cu care se confruntă companiile de profil din țara noastră și ce soluții vedeți pentru depășirea acestor obstacole?

Daniel Vasile: Dacă ne gândim la segmentul rezidențial, principala provocare este percepția pe care încă mulți dintre clienți o au despre aerul condiționat. Sunt clienți care au înțeles că un aparat de aer condiționat de calitate contribuie decisiv la confortul și sănătatea întregii familii, dar sunt și clienți care încă îl consideră un echipament opțional sau chiar dăunător din cauza unor experiențe anterioare nefericite.

Dar misiunea noastră este de a asigura climatul perfect, de aceea invităm clienții în showroom-urile partenerilor noștri «Home Confort Expert» din întreaga țară, pentru a experimenta ceva diferit, și anume confortul Daikin.

Reporter: Mulțumesc!