

DANIEL VASILE:

"Piața sistemelor de aer condiționat - în creștere, de câțiva ani"

De câțiva ani, piața sistemelor de aer condiționat este în creștere, în România, cererea fiind tot mai ridicată, atât în segmentul comercial, cât și în cel rezidențial, ne-a spus, într-un interviu, Daniel Vasile, Managing Director Daikin România.

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

Daniel Vasile: De câțiva ani, piața sistemelor de aer condiționat este în creștere în România, cererea fiind tot mai ridicată, atât în segmentul comercial, cât și în cel rezidențial. Observăm că tot mai multe ansambluri rezidențiale și clădiri de birouri optează încă de la început pentru integrarea sistemelor de climatizare, astfel încât să ofere un beneficiu în plus locuitorilor sau angajaților. Pe de altă parte, clienții rezidențiali acordă o importanță mai mare confortului propriu și, astfel, au început să vadă aparatul de aer condiționat ca pe o dotare standard a locuinței, fără de care nu pot avea un climat confortabil.

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

Daniel Vasile: Ca în orice altă industrie, oferta este în strânsă legă-



Daniel Vasile, Managing Director Daikin România

(continuare în pagina 30)





urmare din pagina 28

tură cu cererea. În momentul de față, există o gamă variată de produse, cu caracteristici și prețuri diferite, astfel încât să răspundă tuturor categoriilor de clienți. De asemenea, există două mari categorii de jucători în piață: companiile specializate, care oferă produse și servicii profesionale, pe tot parcursul anului, și companiile generaliste, cum sunt hypermarket-urile sau retailerii online care au oferte sezoniere.

Reporter: Care sunt tendințele din piață?

Daniel Vasile: Tendințele rămân orientate către performanță și eficiență. Astfel, sunt tot mai căutate sistemele de aer condiționat inteligente, care le fac viața mai ușoară și mai confortabilă utilizatorilor, atât datorită funcțiilor sofisticate, cât și utilizării facile. Un exemplu în

acest sens este aplicația Daikin Online Controller, care permite controlul, programarea și monitorizarea aparatului de aer condiționat de la distanță, de pe telefon sau tabletă, asigurând un climat interior confortabil în orice moment.

Totodată, echipamentele de ultimă generație din gama Daikin sunt echipate cu senzori și tehnologii care contribuie la o atmosferă perfectă în interior. De exemplu, cel mai recent sistem de aer condiționat rezidențial lansat de Daikin anul acesta folosește "efectul Coandă", tehnologie care determină două modele diferite de aer, asigurând o distribuție perfectă a aerului și a temperaturii în întreaga încăpere. Stylish integrează și un nou senzor, Grid Eye, care măsoară temperatura suprafeței camerei, împărțind-o în 64 de pătrate distincte și utilizează informațiile pentru a distribui în mod uniform aerul în încăpere.

De asemenea, echipamentele tip Inverter, cunoscute pentru consumul de energie cu până la 30% mai mic față de echipamentele clasice și sistemele care au un impact cât mai mic asupra mediului înconjurător, au câștigat teren în ultima perioadă.

În cazul Daikin, în anul financiar 2017-2018 s-a remarcat preferința clienților finali pentru produsele high-end din gama de top, Bluevolution, care înglobează tehnologii de ultimă generație, vânzările acestei game înregistrând o creștere de 25% față de anul trecut.

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

Daniel Vasile: În primul rând, au înțeles că investițiile în produse de calitate se amortizează în timp, prin costuri reduse de întreținere și consum mic de energie. Totodată, observăm o orientare mai activă a clienților spre aparate de aer condiționat inteligente, care integrează tehnologii inovatoare și asigură un grad sporit de confort în orice sezon, nu doar în timpul verii.

Pe lângă calitatea produselor, clienții pun mai mult accent pe experiența de cumpărare. De aceea, Daikin vine în întâmpinarea lor cu servicii pre și post vânzare premium, prin intermediul partenerilor Home Comfort Expert, pentru

segmentul rezidențial și Commercial Solution Expert pentru segmentul comercial. Partenerii înscriși în aceste programe sunt instruiți pentru a oferi servicii personalizate integrate, de la consiliere și montaj, până la service și întreținere.

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

Daniel Vasile: Prețul unui aparat de aer condiționat diferă în funcție de performanță, putere, eficiență etc. În cazul produselor Daikin, prețul pornește de la 2.000 de lei și poate ajunge la câteva mii de euro în funcție de complexitatea sistemului. În medie, am observat că românii alocă în jur de 2.500-3.000 lei pentru achiziționarea unui aparat de aer condiționat, la care se adaugă și montajul.

Reporter: Care sunt criteriile care primează în momentul achiziționării unor astfel de produse?

Daniel Vasile: Cel mai important criteriu rămâne în continuare performanța energetică pe care o atinge sistemul. Prin instalarea unui aparat de aer condiționat, oamenii caută să îmbunătățească gradul de confort de acasă, dar fără să crească costurile la energie. Un alt aspect important, care ține tot de confort, este funcționarea si-

Daikin a lansat la începutul anului financiar programul pilot BuyBack, prin care încurajează înlocuirea vechilor aparate de aer condiționat cu unele de ultimă generație, oferind discount-uri de până la 400 lei. Programul se desfășoară până pe 30 iunie 2018 prin intermediul partenerilor Home Comfort Expert.

lențioasă a aparatului. Pentru a răspunde nevoilor clienților, aparatele Daikin din gama Bluevolution ating un nivel al zgomotului de doar 19 dB, ceea ce înseamnă că funcționează fără să fie auzite.

În ultima perioadă, am observat și o atenție sporită acordată design-ului aparatelor. Spre deosebire de acum câțiva ani, când toate unitățile interioare arătau aproape la fel, acum se pune mai mult accent pe aspectul acestora. De aceea, Daikin caută să ofere un echilibru între eleganță, performanță și eficiență. În acest sens, anul acesta s-a lansat pe piață un nou aparat de aer condiționat din gama premium, Stylish, recunoscut pentru dimensiunile compacte, aspectul discret și colțurile rotunjite, caracteristici care depășesc tiparul clasic al unităților de aer condiționat.

Un alt criteriu important pentru clienți este experiența de cumpărare. Dincolo de calitatea produsului, decizia de achiziție este influențată de serviciile de consultanță, rapiditatea montajului și profesionalismul specialiștilor cu care interacționează.

Având în vedere că studiile de piață la nivel mondial arată că 72% dintre potențialii clienți consideră magazinul tradițional și interacțiunea cu produsul ca fiind foarte importante în procesul de cumpărare, Daikin își propune să ofere experiențe premium, pre și post vânzare, prin intermediul showroom-urilor partenerilor Home Comfort

Expert din toată țara, astfel încât clienții să fie extrem de mulțumiți de alegerea făcută. În prezent, rețeaua HCE este formată din 40 de parteneri Standard și 9 parteneri Premium în București, Timișoara, Cluj, Iași, Constanța, Deva, Târgu Mureș, Oradea și Galați. Acești parteneri trec printr-o selecție riguroasă și cursuri periodice de pregătire pentru a îndeplini cele mai înalte standarde ale calității.

Reporter: Cum a evoluat activitatea companiei?

Daniel Vasile: La nivel mondial, Daikin are o istorie de aproape 100 de ani, fiind recunoscut pentru abordarea inovatoare în ceea ce privește dezvoltarea produselor, precum și pentru calitatea de neegalat și versatilitatea soluțiilor sale.

În România, compania este prezentă din 1994, timp în care a înregistrat o evoluție continuă. La început, afacerile locale se bazau, în principal, pe furnizarea de echipamente pentru segmentele comercial și industrial, însă în ultimii ani, compania și-a făcut simțită prezența tot mai activ și în sectorul rezidențial. În prezent, Daikin oferă produse și servicii cu tehnologie japoneză pentru toate categoriile de public. Eforturile de promovare a produselor Daikin, dar și de educare a clienților finali, desfășurate în ultimii ani, au determinat creșterea notorietății brandului și a nivelului de încredere pe care clienții finali îl acordă produselor Daikin.

În prezent, Daikin România are o

echipă de 40 de angajați și o rețea complexă de distribuitori, axați pe soluții comerciale, industriale și rezidențiale.

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

Daniel Vasile: În anul financiar 2017-2018, încheiat la 31 martie 2018, Daikin România a înregistrat o cifră de afaceri de 25,5 milioane euro, în creștere cu 1 milion față de anul precedent. Rezultatele obținute se datorează atât menținerii poziției de top în segmentul comercial, unde s-a înregistrat cea mai mare pondere a vânzărilor, cât și noilor direcții de dezvoltare abordate în segmentul rezidențial.

Pentru 2018, ne propunem creșterea cifrei de afaceri și menținerea poziției de lider al pieței HVAC din România, continuând dezvoltarea parteneriatelor puternice pe toate segmentele de business.

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

Daniel Vasile: Anul acesta, Daikin a lansat un nou model de aer condiționat pentru segmentul rezidențial, din gama Bluevolution, care folosește exclusiv agent frigorific R32. Este vorba de Stylish, o nouă unitate de aer condiționat de perete, care îmbină design-ul sofisticat și funcțiile unice, creând echilibrul perfect între eleganță și performanță. Stylish furnizează cea mai ridicată eficiență din categoria design și atinge performanțe energetice ale clasei A+++ atât în răcire, cât și în încălzire. Dincolo de eficiența maximă, Stylish surprinde prin design-ul său discret. Măsurând numai 798 (l) x 189 (a) x 295 (î) mm, Stylish este cea mai subțire și compactă unitate interioară din segmentul său. Îmbinând perfect calitatea, design-ul și funcționalitatea, Stylish a fost premiat în cadrul celor mai prestigioase competiții de design din lume. Astfel, Good Design Award 2017, iF Design Award 2018 și Red Dot Award 2018 recunosc capacitatea unității de a stabili noi standarde de confort și energie în industria HVAC-R.

De asemenea, Daikin a lansat la începutul anului financiar programul pilot BuyBack, prin care încurajează înlocuirea vechilor aparate de aer condiționat cu unele de ultimă generație, oferind discount-uri

de până la 400 lei. Programul se desfășoară până pe 30 iunie 2018 prin intermediul partenerilor Home Comfort Expert.

Anul financiar 2017-2018 a adus noutăți și în segmentul comercial. Anul trecut, Daikin a stabilit un nou punct de referință, prin lansarea Sky Air A-Series, prima gamă de echipamente comerciale eco-friendly din Europa, care folosește agentul frigorific R-32. De asemenea, la mijlocul anului trecut, compania a lansat în România programul Commercial Solution Expert (CSE), care certifică expertiza partenerilor selectați de a oferi servicii premium de consultanță, instalare și mentenanță pentru proiectele comerciale de orice anvergură.

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

Daniel Vasile: Planurile pentru acest an urmăresc misiunea companiei, aceea de a furniza soluții și servicii complexe, de cea mai bună calitate, care depășesc standardele industriei. În acest sens, ne propunem să îmbunătățim permanent experiența oferită de partenerii Home Comfort Expert clienților noștri și avem în plan, ca până în 2020, toate showroom-urile HCE Premium din țară să aibă același concept autentic și modern, care transmite o imagine unitară a brandului pe tot teritoriul Europei Centrale. De asemenea, Daikin continuă demersurile de protecție și îmbunătățire a mediului înconjurător, atât prin promovarea sistemelor cu impact redus asupra naturii, cât și prin implicarea în diverse acțiuni de responsabilitate socială, mai ales după succesul campaniei "Plantăm Aer", desfășurată în 2017, în urma căreia au fost plantați 13.000 de copaci pentru împădurirea a 4 hectare de teren degradat.

În 2018, compania își propune creșterea și consolidarea echipei de angajați, precum și recrutarea și formarea viitorilor profesioniști din domeniu, prin programe de confort și abordări dedicate studenților în ani terminali.

Reporter: Mulțumesc!

