

"Produsele cu un consum scăzut de energie au beneficiu imediat pentru clienți"

(Interviu cu Dragoș Sîrbu, CEO Flanco)

Produsele cu un consum scăzut de energie au un beneficiu imediat pentru clienți - reducerea semnificativă a facturilor la energie electrică, un subiect de interes pentru noi toți, apreciază Dragoș Sîrbu, CEO Flanco. Acesta ne-a spus, într-un interviu, că, de asemenea, impactul asupra mediului, deși vizibil doar pe termen lung,

este de o importanță crucială: "Un consum redus de energie înseamnă scăderea emisiilor de CO2 și a poluării, deci cei care aleg astfel de produse contribuie activ la combaterea schimbărilor climatice și la șansa unui mediu înconjurător sănătos pentru generațiile care vor urma".

Reporter: Ce strategie abordează Flanco pentru a îndeplini condițiile impuse de UE în materie de sustenabilitate?

Dragoș Sîrbu: Derulăm programe și inițiative care abordează diverse paliere prin care susținem sustenabilitatea și un stil de viață responsabil față de mediu.

În 2020 am început un proiect amplu de digitalizare pe care îl vom finaliza în acest an, în urma unei investiții totale de 20 de milioane de lei. A pornit de la implementarea sistemului ERP și a continuat cu digitalizarea documentelor utilizate în cadrul activității din sediu și din magazine, precum semnarea electro-

nică a contractelor de credit, implementarea etichetelor electronice în toată rețeaua, transmiterea de documente în format digital, precum și utilizarea soluțiilor de arhivare electronică. Reușim, astfel, să economisim aproape 50 de tone de hârtie pe an, care înseamnă peste 730 de copaci salvați.

În luna iunie, am finalizat procesul de implementare a etichetelor electronice în întreaga rețea de 160 de magazine. Proiectul s-a desfășurat pe parcursul unui an și jumătate și a presupus o investiție în valoare de peste 17 milioane de lei. Totodată, am trecut la iluminare LED în toate magazinele noastre, indiferent că vorbim despre magazine stradale sau din mall, din orașe mici sau mari.

Un alt palier important prin

care susținem sustenabilitatea este programul propriu Rabla, cu atât mai căutat în acest an, când a lipsit programul național organizat de AFM. Anul acesta am crescut valoarea voucherului de la 200 la 300 de lei, motivând, astfel, suplimentar clienții să recicleze în mod responsabil. Totodată, desfășurăm și un program de buy-back pentru telefoane smart în cadrul căruia evaluăm produsul vechi, eliberăm voucher în funcție de valoarea acestuia, iar clientul îl folosește pe loc pentru achiziționarea unui nou produs.

Reporter: Cum apreciați aportul pe care îl au produsele cu un consum scăzut de energie la bunăstarea oamenilor și a mediului?

(continuare în pagina 12)

"Am încheiat primul semestru al anului cu o valoare a vânzărilor de

600 milioane de lei,

în creștere cu

30%

față de aceeași perioadă a anului anterior, pe o piață care a crescut în valoare cu aproximativ 6%".

DRAGOȘ SÎRBU:

"În industria noastră, avansul tehnologic trebuie să includă, obligatoriu, și responsabilitatea față de mediu. Ne concentrăm pe a aduce la raft, la dispoziția clienților noștri, o gamă variată de produse și tehnologii eficiente energetic".



(urmăre din pagina 10)

Dragoș Sirbu: În primul rând, produsele cu un consum scăzut de energie au un beneficiu imediat pentru clienți - reducerea semnificativă a facturilor la energie electrică, un subiect de interes pentru noi toți. Apoi, impactul asupra mediului, deși vizibil doar pe termen lung, este de o importanță crucială. Un consum redus de energie înseamnă scăderea emisiilor de CO2 și a poluării, deci cei care aleg astfel de produse contribuie activ la combaterea schimbărilor climatice și la șansa unui mediu înconjurător sănătos pentru generațiile care vor urma.

În industria noastră, avansul tehnologic trebuie să includă, obligatoriu, și responsabilitatea față de mediu. Ne concentrăm pe a aduce la raft, la dispoziția clienților noștri, o gamă variată

de produse și tehnologii eficiente energetic. Prin programele pe care le desfășurăm, promovăm beneficiile acestor produse, importanța reducerii consumului de energie și îi motivăm pe cei care ne trec pragul să le aleagă.

Reporter: În ce măsură observați o educație a consumatorilor din România în ceea ce privește utilizarea de aparate electrocasnice cu un consum redus de energie?

Dragoș Sirbu: În special în perioada pandemiei, când telemunca și timpul petrecut acasă erau predominante, clienții s-au orientat către produse performante, cu consum energetic mai mic. La Flanco, am încurajat aceste alegeri inclusiv prin produse financiare specifice, cum este cazul creditului Rabla, care oferă condiții de finanțare preferențiale. Observăm aceeași tendință și în prezent, poate

ceva mai moderată, însă prezența mai mult decât în perioada pre-pandemică.

Reporter: Cum au evoluat vânzările pe acest segment în ultimii ani? Ce perspective are acest segment de piață?

Dragoș Sirbu: Observăm o evoluție pozitivă a vânzărilor pe acest segment de produse. Clienții își doresc produse mai performante și mai eficiente energetic, astfel că folosesc inclusiv servicii financiare precum creditul de consum pentru a și le permite.

De asemenea, profită de programul nostru propriu Rabla - numai în acest an, au fost acordate peste 39.000 vouchere, în valoare de peste 11,5 milioane lei. Produsele care sunt, cel mai adesea, schimbate de clienți cu o versiune mai performantă tehnologic și energetic sunt mașinile de spălat rufe și combinele frigorifice. Următoarele pe listă sunt mașinile de spălat vase, uscătoarele de rufe, plitele și cuptoarele electrice incorporabile, televizoarele.

Reporter: Ce cifră de afaceri ați realizat în primele opt luni ale acestui an, comparativ cu

aceeași perioadă din 2022 și ce pondere din aceasta provine din vânzările prin divizia Corporate?

Dragoș Sirbu: Am încheiat primul semestru al anului cu o valoare a vânzărilor de 600 milioane de lei, în creștere cu 30% față de aceeași perioadă a anului anterior, pe o piață care a crescut în valoare cu aproximativ 6%.

Reporter: Ce rezultate financiare estimați pentru întregul an în curs?

Dragoș Sirbu: Ne păstrăm în continuare optimismul de la începutul anului, când am bugetat un avans al cifrei de afaceri de 20%. Urmează sezonul care are, în mod tradițional, cea mai mare pondere în vânzări în industria noastră și ne pregătim pentru el.

Reporter: Mulțumesc!

"Produsele care sunt, cel mai adesea, schimbate de clienți cu o versiune mai performantă tehnologic și energetic sunt mașinile de spălat rufe și combinele frigorifice. Următoarele pe listă sunt mașinile de spălat vase, uscătoarele de rufe, plitele și cuptoarele electrice incorporabile, televizoarele".

