

PAOLO MERLONI, ARISTON THERMO:

“Principala noastră provocare în România este consolidarea cotei de piață”

Criza economică s-a resimțit în fiecare dintre cele mai importante piețe europene în care activează Grupul Ariston, iar România nu a fost o excepție, ne-a spus Paolo Merloni, președintele executiv și proprietarul Ariston Thermo, precizând că industria echipamentelor pentru încălzire este strâns legată de piața construcțiilor noi.

Domnia sa ne-a declarat: “Încă din 2010 am început să simțim un declin puternic în ceea ce privește cererea pe acest segment. De asemenea, puterea scăzută de cumpărare a românilor este strâns legată de atitudinea lor conservatoare referitoare la investiții. Achizițiile au fost dictate mai mult de prețul produselor și mai puțin de caracteristici sau servicii suplimentare.

În orice caz, prin flexibilitatea arătată partenerilor noștri și printr-o gamă largă de produse care să răspundă unor nevoi cât mai variate, am reușit să trecem peste această

perioadă dificilă fără să pierdem din cota de piață”.

Piața din țara noastră este una strategică pentru Grupul Ariston, prezentând un potențial puternic de creștere, în următorii ani. România este o piață relativ nouă, cea mai mare parte din vânzări fiind dedicată noilor instalații.

Paolo Merloni a precizat: “Avem un brand foarte puternic în România, această piață fiind una care contează pentru noi și care oferă multe oportunități de dezvoltare. (...) Principala provocare este aceea de a consolida cota de piață pe care o deținem și să continuăm să depășim așteptările clienților noștri, prin îmbunătățirea constantă a produselor și serviciilor noastre”.

O altă încercare pentru Ariston Thermo România o reprezintă introducerea pe piața noastră, din luna septembrie a anului curent, a noilor directive europene care vizează și piața echipamentelor pentru încălzire.

Referitor la acest subiect, Paolo Merloni ne-a precizat: “România reprezintă o piață care oferă multiple oportunități. Buna noastră poziționare ne va permite să acționăm în acest nou context (n.r. introducerea noilor reglementări), care prezintă semne de creștere în perioada următoare”.

Președintele Ariston Thermo a adăugat: “O provocare mai importantă decât cea din România este una de natură globală: misiunea

Paolo Merloni este nepotul lui Aristide Merloni - cel care a fondat Industriile Merloni.



Aristide Merloni a înființat, în 1930, Industriile Merloni, pentru ca, în 2009, compania să își schimbe numele în Ariston Thermo Group.

Centralele în condensare - singurele care vor fi comercializate, din septembrie

Directivele europene vin ca urmare a obiectivelor UE denumite “20-20-20” și care fac referire la protecția și respectul față de mediu și prevăd ca, până în 2020, să se ajungă la o reducere de 20% a emisiilor de gaze cu efect de seră, o creștere cu 20% a utilizării resurselor regenerabile și o scădere cu 20% a consumului de energie la nivel global, printr-o eficientizare sporită a produselor.

Începând cu septembrie 2015, reglementările UE impun ca pe piețele europene să nu mai fie comerciali-

zate decât produse ce ating un anumit prag de eficiență energetică. Astfel, din luna septembrie, centralele în condensare vor fi singurele care întrunesc aceste criterii, urmând să nu mai fie comercializate centrale în condensare.

“Opinia noastră este că introducerea acestor directive este extrem de benefică pentru întregul continent și ne angajăm să creștem eficiența produselor noastre, precum și utilizarea produselor ce folosesc energie regenerabilă”, consideră Paolo

Merloni.

Tehnologia condensării nu a fost foarte cunoscută în România, produsele bazate pe această tehnologie fiind noi pentru țara noastră, potrivit domniei sale.

Centralele în condensare presupun o economie la consumul de gaze de până la 35% și un randament mult superior celor convenționale (de până la 109%), costurile fiind, de asemenea, cu circa 30% mai mari.

noastră este aceea de a desfășura o «revoluție verde» în cadrul sectorului termic, scopul nostru fiind acela ca, până în 2020, 80% din cifra de afaceri a Grupului Ariston Thermo să fie generată de produse și sisteme cu o înaltă eficiență energetică și produse care folosesc energie regenerabilă. În 2014, am atins 42% din acest obiectiv”.

Ariston Thermo planifică lansarea unor noi produse

Planurile Ariston includ lansarea unor noi produse - atât sisteme de încălzire, cât și boilere.

Pe segmentul sistemelor de încălzire, va fi introdusă centrala în condensare Cares Premium, iar pe partea de produse ce folosesc energii

regenerabile compania va lansa noua pompă de căldură Nimbus.

“De asemenea, vom prezenta numeroase încălzitoare de apă noi care se disting printr-un design inovator, o înaltă eficiență energetică și ușurință în utilizare”, a ținut să precizeze domnul Merloni.

Ariston Thermo România urmărește consolidarea poziției de lider pe cele două segmente importante (centrale termice și încălzitoare de apă), precum și îndeplinirea nevoilor actuale de pe piață în ceea ce privește produsele, dar și serviciile anterioare și ulterioare vânzării.

Proprietarul Ariston ne-a declarat: “Obiectivele principale vizează informarea pieței în ceea ce privește eficiența energetică a produselor noastre, precum centralele în condensare, sistemele solare, pompele de căldură, dar și boilerele electrice prevăzute cu funcții și tehnologii speciale menite să asigure un consum redus de energie și protecție pentru mediul inconjurător”.

Totodată, compania va continua proiectul demarat în 2013, prin care și-a propus să perfecționeze întreaga rețea națională de centre service, astfel încât fiecare dintre acestea să fie capabile să ofere aceleași servicii de calitate în orice zonă a țării. Proiectul se concentrează pe capacitățile tehnice ale tehnicienilor, viteza de intervenție, calitatea și furnizarea pieselor de schimb.

Primele produse Ariston au intrat pe piața din România în anii '90, însă filiala Ariston Thermo este prezentă pe plan local din 1998.

Prezența strategică și geografică a grupului în țara noastră acționează pe trei canale diferite: companii și comercianți de instalații, DIY (Do It Yourself) și magazine de electrocasnice, iar rețeaua de centre service numără peste 250 de parteneri.

Anul trecut, numărul de angajați ai Ariston Thermo România a depășit pragul de 80 de persoane, structura companiei incluzând și Ariston SSC - Share Service Center, divizie responsabilă cu serviciile de contabilitate ale întregului Grup. Această divizie însumează mai bine de jumătate din totalul anga-

jaților. Centrul de servicii al grupului a luat ființă, la noi, acum circa 5-6 ani. “Suntem foarte mulțumiți de alegerea făcută (n.r. să investească în acest centru), pentru că oferă servicii foarte bune, de calitate, permițând societății să avanseze”, a declarat Paolo Merloni.

Centralele Ariston vândute pe piața noastră, comercializate în Italia

Centralele comercializate în țara noastră provin din fabrica situată în Marche Region (Italia), care este și cea mai modernă unitate de producție a grupului, din punct de vedere tehnologic.

“Fabrica din Osimo este un excelent punct de referință pentru producerea sistemelor de încălzire, pe când cea din Serra de' Conti reprezintă punctul de referință, la nivel global, pentru producerea sistemelor de panouri solare”, potrivit președintelui companiei. Majoritatea centralelor în condensare pentru uz industrial sunt fabricate în Olanda.

Printre țările europene în care Ariston Thermo are fabrici se numără Belgia, Franța, Germania, Italia, Elveția, Olanda și Rusia. La nivel global, fabricile Ariston se regăsesc și în Asia, India și Africa de Sud.

“Fiind un jucător global, nu putem acționa individual, în fiecare țară, ci mai degrabă în termen de regiuni. Așadar, rețeaua noastră de fabrici a fost concepută astfel încât să acopere o strategie globală; acesta fiind și unul dintre elementele care au determinat creșterea brandului”, ne-a mai spus Paolo Merloni.

La nivel de grup, anul trecut a fost unul record, fiind atinse cele

Rezultatele financiare ale Ariston Thermo România au fost în creștere, anul trecut față de 2013, după cum arată cifrele publicate de Ministerul Finanțelor Publice (MFP). Astfel, profitul companiei s-a cifrat la 2,7 milioane lei, de la 2,17 milioane lei, în timp ce cifra de afaceri a fost de 109 milioane lei, de la circa 100 milioane lei.

Fabrica Osimo (Marche, Italia) este una dintre cele mai tehnologizate unități de producție ale Ariston Thermo.

Construită în 1998, facilitatea are o suprafață de 20.500 mp și o capacitate anuală de producție de până la 700.000 de produse.

Unitatea totalizează cinci linii pentru centralele termice pe gaz (convenționale și în condensare), una pentru centralele termice cu acumulare și una pentru centralele termice de pardoseală (plus linii automate pentru camere de combustie, carcase, grupuri hidraulice, grupuri pentru gaz și ambalare).

Piețele de distribuție ale produselor fabricate la Osimo sunt Europa, Orientul Mijlociu, China și Africa.





Ariston Thermo, în cifre

6.600

de angajați

1,34

miliarde euro în vânzări

61

milioane euro în proiecte de investiții

7,4

milioane de produse vândute pe an

53

de companii

22

de fabrici

17

centre de competență și R&D

150

de țări de distribuție



mai mari niveluri din istoria corporației, atât în ceea ce privește profitul, cât și ceilalți indicatori economici, potrivit președintelui grupului.

Cu 22 de fabrici în 12 țări, dintre care cinci în Italia, Ariston a realizat, anul trecut, venituri de 1,34 miliarde euro, în creștere cu 7 milioane euro față de 2013. Profitul net s-a ridicat la 73 de milioane de euro, reprezentând o creștere de 17,7%.

Activând în industria încălzirii și preparării apei calde menajere, anul trecut, Grupul a vândut 7,4 milioane de produse în peste 150 de țări, având 6.600 de angajați, în cele 53 de companii și 5 reprezentanțe în 32 de țări.

La finalul anului financiar, investițiile și resursele dedicate sectorului de Cercetare și Dezvoltare au însumat 61 de milioane de euro, situându-se pe același nivel cu cel din 2013.

Paolo Merloni a precizat că este optimist și pentru anul în curs, estimând că ar putea fi "un alt an bun" din punct de vedere al rezultatelor financiare ale corporației. Sentimentul privește inclusiv România.

În acest an, Ariston Thermo își propune să-și continue dezvoltarea, investind în calitate și inovare pentru produsele sale, în perfecționarea serviciilor pentru clienți și axându-se pe propriile mărci, cu scopul creșterii influenței pe diferite piețe. Grupul va direcționa noi investiții în sectorul de Cercetare și Dezvoltare, dar și în tehnologizare și optimizare.

Punctul de forță al Ariston Thermo Group este faptul că are o prezență extinsă, la nivel global, ceea ce face ca, atunci când o economie nu merge bine, situația grupului să se echilibreze cu o altă economie, care se află pe un trend pozitiv. Este ceea ce s-a întâmplat în criză, corporația reușind să crească și chiar să se dezvolte pe piețe noi.

O parte a strategiei Ariston este reprezentată de achizițiile pe care le face corporația, în fiecare an aceasta cumpărând în jur de două companii de profil. Anul trecut, grupul a făcut achiziții în Olanda și Africa de Sud, iar recent - în Danemarca.