

NOEMI RITEA, MANAGER GENERAL VELUX ROMÂNIA:

"Grupul VELUX sărbătorește 75 de ani de lumină naturală și aer proaspăt"

- VELUX produce și comercializează ferestre de mansardă pentru locuințe din întreaga lume

Grupul VELUX, care produce și comercializează ferestre de mansardă, aniversază, în acest an, 75 de ani de existență.

Noemi Ritea, manager general al VELUX România, ne-a declarat, în cadrul unui interviu: "Anul 2016 este pentru noi anul în care sărbătorim lumina naturală și aerul proaspăt. Am rafinat această idee în toți cei 75 de ani de inovații și de muncă dedicată. Astăzi, oferim o gamă largă de produse și soluții care să contribuie la calitatea vieții, pentru persoanele care trăiesc și lucrează în clădiri și pentru copiii care învață în școli. În 1941, Villum Kann Rasmussen a venit cu ideea de a transforma podurile întunecate în spații locuibile de calitate, cu lumină naturală și aer proaspăt".

Domnia sa ne-a vorbit, cu amabilitate, despre evoluția grupului și despre gama de produse din portofoliul său.



Grupul VELUX a revoluționat conceptul de fereastră de mansardă.

Reporter: Cum a evoluat activitatea companiei la nivel internațional, în cei 75 de ani de existență a Grupului?

Noemi Ritea: Anul 2016 este pentru noi anul în care sărbătorim lumina naturală și aerul proaspăt. Am rafinat această idee în toți cei 75 de ani de inovații și de muncă dedicată. Astăzi, oferim o gamă largă de produse și soluții care să contribuie la calitatea vieții, pentru persoanele care trăiesc și lucrează în clădiri și pentru copiii care învață în școli. În 1941, Villum Kann Rasmussen a venit cu ideea de a transforma podurile întunecate în spații locuibile de calitate, cu lumină naturală și aer proaspăt. Ceea ce a început ca un proiect de renovare de școală din Danemarca a

crescut într-un grup internațional. Noi activăm la nivel global – având companii de vânzare și producție în mai bine de 40 de țări, în care lucrează aproximativ 10 000 de angajați din toată lumea. Grupul VELUX este deținut de compania VKR Holding A/S, o companie deținută/patronată în totalitate de către fundații (fundația VELUX și fundația VILLUM) și familie. Dintotdeauna, misiunea noastră a fost să ajutăm oamenii și comunitatea și pot să afirm că suntem mândri să contribuim la dezvoltarea comunitară printr-o gamă variată de proiecte, activități, donații. Așadar, o parte din profitul Grupului se întoarce în societate. Conform ultimului

nostru raport de responsabilitate socială publicat, în anul 2015, cele două fundații, fundația VILLUM și fundația VELUX, au făcut un număr de aproape 111 milioane de euro, donații care au susținut în special proiecte sociale, multe dintre acestea fiind primite de fundații din România. În anul 2016, sărbătorim împreună călătoria de 75 de ani a acestei idei remarcabile, pe care am construit compania noastră. Cuvântul cheie al evoluției noastre este inovația. Grupul VELUX a revoluționat conceptul de fereastră de mansardă, iar ceea ce ne-a făcut cunoscuți este abilitatea noastră de a dezvolta produse de

înaltă calitate, care definesc mereu standardele industriei. 75 de ani de dezvoltare de produs ne-au consacrat ca fiind cel mai inovator brand de pe piață, care generează în permanență noi și mai bune modalități de îndeplinire a viziunii actuale cu privire la locuirea sustenabilă.

Am plecat de la un singur model de fereastră și am ajuns la modele variate pentru funcțiuni variate. Avem ferestre cu operare de sus sau de jos, ferestre cu miez de lemn tratat termic, acoperit cu poliuretanic, ferestre pentru priveliște, ferestre inteligente comandate cu tableta de control, ferestre și rulo-uri care funcționează pe bază de celule solare. Am dezvoltat și rulo-uri decorative și parasolare, rolete exterioare, produse de montaj, so-

luții automatizate inteligente, tunele solare, ferestre pentru acoperiș terasă. Toate soluțiile noastre contribuie la asigurarea unui climat interior sănătos și sustenabil.

Reporter: Cum sărbătoriți acest eveniment aniversar al companiei VKR Holding?

Noemi Ritea: Pentru a marca acest moment aniversar am inițiat mai multe activități. De exemplu, încă din anul 2015, Grupul împreună cu organizațiile Little Sun și Plan International a demarat un concurs de design pentru lampa solară Little Sun, cu scopul de a îmbunătăți condițiile de viață din zonele izolate de pe glob, unde nu există electricitate. În cadrul acestui concurs internațional, studenții de la facultățile sau secțiile de design au fost invitați să aducă lumină în zonele izolate din Africa prin proiectarea unei lămpi solare Little Sun, într-o ediție specială. Deși am avut participanți și din România, competiția a fost câștigată de doi studenți din Argentina, iar după designul lor câștigător, Grupul VELUX a fabricat și donat până acum 14.500 de lămpi care se încarcă de la soare. În acest moment, suntem bucueroși să spunem că lămpile au ajuns în comunități aflate în zone îndepărtate din Senegal, Zimbabwe și Zambia. Un alt

proiect care a fost lansat la începutul acestui an constă în donația a șase ferestre de mansardă cluburilor sportive din Europa. Orice sportiv din România care face parte și se bucură de activitățile unui club sportiv are acum ocazia să transforme clubul într-unul mai luminos, mai confortabil și mai sănătos – fără niciun cost. Donația nu este destinată sălilor de sport, ci clădirii sau spațiului în care se întrunesc membrii clubului pentru activități variate: zile de naștere, sărbătorirea victoriei, etc. Înscrierile se termină în data de 15 august 2016, deci îi așteptăm pe cei interesați să ne contacteze.

De asemenea, aș aminti faptul că Fundațiile acordă cu ocazia acestei aniversări donații în valoare de 10 milioane de euro pentru angajații (sau familiile acestora), care întâmpină probleme medicale deosebite, grave.

Fiind aniversarea VKR Holding, vom sărbători evenimentul intern, dar și la nivel global, deoarece toate companiile vor aniversa cei 75 de ani de existență exact în aceeași zi, pe data de 1 aprilie.

Reporter: De câți ani sunteți prezenți pe piața locală?

Noemi Ritea: Suntem prezenți în România din anul 1997, fiind primul producător care a intrat pe

pieță. Putem spune că am creat și format această piață. Este un proces dinamic și continuu, deoarece mansardele nu fac parte din arhitectura noastră tradițională, iar la noi podurile nu au fost utilizate atât de mult ca în alte locuri ale lumii.

Reporter: Ce tipuri de servicii oferă compania (montaj, transport etc.)?

Noemi Ritea: Din punctul nostru de vedere, cumpărarea unei ferestre de mansardă reprezintă un prim pas în călătoria clientului alături de noi, iar noi îl asigurăm că suntem aici pentru a-i oferi cea mai performantă gamă de produse și accesorii, oricare ar fi forma acoperișului său, dar și consultanța necesară, în toate etapele proiectului, pe toată durata de viață a ferestrelor VELUX. Directorii zonali și inginerii service pot oferi consultanță direct la locația proiectului clientului. Mesajul pe care vreau să-l transmitem este că îl asigurăm pe client că se poate baza pe produs și pe noi, iar noi vom fi pe această piață oferindu-i produse pentru modernizarea ferestrei sau piese de schimb și peste 10 ani sau peste 20 de ani.

În ceea ce privește traseul clientului, încercăm să simplificăm pentru el lucrurile cât mai mult. Avem o linie gratuită pentru a-l ajuta în decizia asupra produselor VELUX. Suntem activi pe canalele de social media unde postăm filme de montaj, filme despre cum se fabrică și se testează produsele în centrul nostru de testări din Danemarca sau noutăți. Ne dorim să fim cât mai deschiși și mai transparenți.

Devisa noastră este să oferim consultanță clienților în toate etapele construcției, astfel încât să primească sfaturi autorizate direct de la specialistul în ferestre de mansardă, pentru a avea la final un client mulțumit, fericit cu alegerea făcută, care se bucură pe deplin de mansarda lui.

Pentru achiziționarea produselor, clienții trebuie să se adreseze distribuitorilor autorizați, iar produsele sunt livrate din Brașov, la sediul distribuitorului. Pe de altă parte, oferim clienților suport pentru montaj prin intermediul montatorilor noștri parteneri. Aceștia oferă garanție pentru montaj de până la 5 ani și sunt în permanentă legătură cu noi, cu notățile legate de montaj, cu produsele noi. Distribuitorii și montatorii pot fi contactați prin intermediul site-ului nostru velux.ro.

Reporter: Ce produse noi a lansat VELUX în ultima perioadă?

Noemi Ritea: Ultimii doi ani au fost notabili din punctul de vedere al produselor noi pe care le-am lansat pe piață. În 2014, am lansat în România noua generație de ferestre de mansardă VELUX, iar în 2015, noua colecție de materiale și culori pentru rulourile VELUX. Este foarte important de precizat că astfel de lansări se produc la intervale mari de timp, cam o dată la 10-12 ani în cazul ferestrelor, și la 7-8 ani în cazul rulourilor. Noua generație de ferestre VELUX a fost creată pentru a răspunde atât idealurilor variate în amenajare, cât și tuturor bugetelor.

Cele șapte modele diferite de ferestre din noua generație sunt cuprinse în trei categorii de produse – Standard, Standard Plus și Premium – fiind cea mai bogată gamă de produse oferite de VELUX în cei 75 de ani de istorie. Având un de-

Pentru achiziționarea produselor, clienții trebuie să se adreseze distribuitorilor autorizați.



sign nou, îmbunătățit, ferestrele din noua generație au un aspect modern și elegant. Față de ferestrele din generația anterioară, suprafața vitrată este cu până la 10% mai mare, permițând accesul suplimentar al luminii naturale și al soarelui în interior. Ferestrele noi au un grad de izolare termică crescut datorită inovatorului sistem izolator ThermoTechnology, fapt care are ca rezultat un consum mai redus de energie și costuri mai mici la încălzire. Calitatea produselor a rămas o constantă, evidențiindu-se prin accentul pus pe detalii (ferestrele au mânere cu design elegant, fabricate din zinc sau aluminiu, ramele exterioare au colțurile rotunjite, aerodinamice, etc.). Acestea sunt doar câteva dintre caracteristicile produselor VELUX din noua generație.

Deoarece tendințele în amenajare se schimbă permanent, noua colecție de rulouri lansată în luna mai 2015 a venit în întâmpinarea acestora. Pentru selecția culorilor, Grupul a lucrat împreună cu Trend Union, cea mai în vogă agenție de design din Europa, cu putere de influență la nivel global. Rezultatul a fost o colecție elegantă, clasică, dar totodată îndrăzneată și modernă. Cele 100 de culori și materiale din colecție, exclusiv selectate de Trend Union se adaptează diferitelor stiluri de viață și design interior. Conform previziunilor în tendințe, vrem să asigurăm clienții că fiecare material din noua colecție VELUX va fi la modă pentru câțiva ani. În plus față de culori și materiale, colecția a implicat și lansarea unui produs nou – jaluzelele romane. Noutatea absolută în ceea ce privește rulourile este reprezentată de colecția de rulouri opace denumită Star Wars & VELUX Galactic Night Collection, rezultată în urma parteneriatului pe care Grupul VELUX îl are cu Compania Disney. Ne bucurăm că am putut lansa în România aceste rulouri opace cu modele din seria Star Wars exact în ziua lansării filmului "The Force Awakens" în România.

Reporter: În ce mod s-au educat cumpărătorii? Solicită aceștia produse mai bune din punct de vedere calitativ indiferent de preț sau prețul a rămas prima coordonată?



Noemi Ritea: Ne bucură foarte mult să vedem că avem clienți care se informează și care sunt foarte atenți la detalii, atunci când trebuie să aleagă ferestre de mansardă sau rulouri. De exemplu, oamenii înțeleg cât de importantă este lumina naturală pentru sănătatea lor și starea lor de bine și că un grup de ferestre transformă radical o încăpere, aduce natura în interior, iar efectul este unul copleșitor. Oamenii au devenit conștienți că, pentru a obține lumină naturală suficientă în mansarda lor, suprafața vitrată trebuie să reprezinte cel puțin 10% din totalul suprafeței podelei, sau că ferestrele amplasate mai jos se manevrează ușor și le asigură priveliștea în exterior,

așa cum ferestrele amplasate în partea de sus a acoperișului iluminează în profunzimea încăperilor, distribuind optim lumina. Așadar, avem un client mai informat și mai conștient. Există în continuare, ca în orice domeniu, și acea categorie de clienți orientați preponderent către preț, iar noi, ca lideri de piață, încercăm să educăm piața să se orienteze către produsele de reală calitate. Investiția în ferestre de mansardă este o investiție

pe termen lung: vorbim de produse cu o durată minimă de 25 de ani și, de aceea, sfătuim clienții să compare nu doar un preț mai mic cu un preț mai mare, ci și ce primesc în schimb. Mă refer la beneficiile reale, la detaliile produsului. Prețul nu trebuie luat ca atare, ci în contextul a ceea ce primești în schimb, pentru banii respectivi, pentru beneficiile lui în viața reală.

Reporter: Ce profile preferă clienții? Care sunt tendințele de culoare, formă și material?

Noemi Ritea: Întrebarea dumneavoastră mă bucură pentru că am observat mai multe tendințe. În urmă cu câțiva ani, clienții noștri alegeau preponderent ferestrele clasice din lemn lăcuit. Acum, clienții se îndreaptă mai mult spre ferestrele cu miez de lemn tratat termic, acoperit cu un strat de poliuretan. Mă refer aici la modelul nostru GLU cu aspect alb, care datorită compoziției sale, este unic pe piață. Nu întâmplător, acest model are un coeficient excelent de izolare termică și durabilitate maximă, deoarece suprafața sa nu necesită curățare sau revopsire, iar garanția pe care noi o ofe-

rim clienților pentru acest model este de 15 ani, nu de 10 ani, cât este pentru modelele din lemn. Noi ne explicăm acest trend prin faptul că modelul GLU are și un design modern și se încadrează perfect în încăperi diferite, cu funcționalități diferite: băi, bucătării, școli, spitale, birouri, camere de copii. Însă, știm cu toții că românii sunt mereu în tendințe, iar cei care își amenajează mansarda aleg ferestrele noastre cu aspect alb care sunt potrivite stilului nordic, curat, minimalist, la care accesorizează rulourile noastre mai pale sau mai vii colorate, în funcție de preferințe. Alegând produsele VELUX, clienții noștri pot fi siguri că au ales un produs calitativ, durabil, dar și foarte modern, un produs în tendințe, și nu în ultimul rând un produs oferit de un brand puternic la un preț accesibil pentru toate buzunarele. Toate aceste lucruri vin la pachet cu garanția calității pe termen lung. La final, aș dori să mulțumesc tuturor clienților care au achiziționat produsele noastre, iar celor care au de gând să-și mansardeze casa sau să își construiască o casă nouă, îi invit să ne contacteze pentru a beneficia de serviciile noastre de consultanță gratuită.

Reporter: Mulțumesc!

Cele șapte modele diferite de ferestre din noua generație sunt cuprinse în trei categorii de produse – Standard, Standard Plus și Premium.