

Tehnologia Daikin "Flash Streamer", eficientă în proporție de 99,9% în inactivarea coronavirusului

(Interviu cu Daniel Vasile, Managing Director Daikin Air Conditioning România)

Daikin investește foarte mult în zona de cercetare și dezvoltare și, în contextul pandemiei de COVID-19, a confirmat de curând eficiența tehnologiei Flash Streamer, patentată Daikin, care a inactivat cu succes peste 99,9% din coronavirus (SARS-CoV-2), după ce particulele virusului au fost iradiate pe o perioadă de timp de trei ore, ne-a spus Daniel Vasile,

Managing Director Daikin Air Conditioning România, într-un interviu. Acesta subliniază, printre altele, că rezultatele pozitive obținute în urma testelor de laborator reprezintă doar primul pas până la finalizarea analizelor în curs și dovedirea exactă a eficacității împotriva COVID-19 a echipamentelor Daikin care folosesc această tehnologie.

Reporter: Cum a fost afectată activitatea Daikin de pandemia de Covid 19?

Daniel Vasile: Pandemia SARS-CoV2 a avut un impact puternic asupra multor sectoare din economia locală, inclusiv asupra industriei noastre, acest lucru aducând schimbări pentru companie la nivel de business și de echipă. Pe segmentul de proiecte comerciale am sesizat amânarea sau anularea mai multor lucrări, mai ales în sectorul HoReCa, care, de altfel, a fost cel mai afectat domeniu în 2020. Pe plan intern, am luat toate măsurile necesare pentru a ne adapta rapid noului context, implementând într-un timp foarte scurt noi fluxuri și proceduri, care au asigurat păstrarea calității produselor și serviciilor oferite de Daikin către partenerii și clienții noștri finali la cele mai înalte standarde.

Comunicarea permanentă cu par-

tenerii noștri a fost unul dintre elementele cheie pe care ne-am bazat în tot acest timp, împreună reușind să găsim soluții pentru a gestiona orice posibilă problemă ar fi putut să apară în aceste luni dificile.

Reporter: Care a fost evoluția pieței aparatelor de aer condiționat în ultimul an?

Daniel Vasile: Una dintre schimbările aduse de pandemia de Covid-19 în piața rezidențială a fost creșterea dorinței clienților de a investi mai mult în confortul locuinței. Trecerea la sistemul de telecomandă s-a transpus în dorința de a investi într-un spațiu optim de lucru, dar și de locuit în același timp. Conform studiilor realizate, românii au alocat bugete mai mari pentru amenajarea casei cu echipamente de calitate, care să aducă un plus de confort, în timp ce prețul nu a mai fost principalul criteriu de achiziție.

Chiar dacă 2020 a fost un an dificil, piața echipamentelor de split a mers pe un trend pozitiv, în principal datorită interesului mare al clientului pentru produse eficiente energetic, durabile și tehnologic avansate, cu focus pe calitatea interioară a aerului

Reporter: Ce strategie a abordat Daikin pentru a trece mai ușor prin criză?

Daniel Vasile: Anul 2020 a însemnat pentru Daikin România o reevaluare și reaşezare a tuturor proceselor de lucru, astfel încât business-ul nostru să se desfășoare în parametri normali, iar clienții noștri să nu resimtă vreo schimbare în calitatea serviciilor noastre. Astfel, am regândit, în perioada de lockdown, toate procesele privind gestionarea comenzilor, a transporturilor și recepția produselor noastre la nivel național. Am alocat o atenție sporită departamentului de service,

unde am gândit proceduri speciale de urmat pentru echipă, astfel încât să putem asigura cel mai înalt nivel de siguranță atât lor, cât și clienților. Este foarte important de menționat că, încă din primul moment de la declanșarea crizei pandemice, am deservit cu prioritate proiectele din sistemul medical, atât la nivel de livrări, cât și de mentenanță.

Implementarea sistemului de lucru remote pentru echipă a fost un proces care s-a desfășurat rapid și fără dificultăți, Daikin având deja infrastructura necesară creată. Astfel, adaptarea la noua modalitate de lucru a fost un proces asimilat ușor de către echipă, productivitatea și eficiența colegilor rămânând la același nivel ca înainte. Am pus foarte mult accent pe comunicarea și contactul permanent între colegi, pentru a păstra coeziunea și nivelul de informare la aceleași standarde.

Reporter: Care a fost cifra de afa-

DANIEL VASILE:

"Una dintre schimbările aduse de pandemia de Covid-19 în piața rezidențială a fost creșterea dorinței clienților de a investi mai mult în confortul locuinței. Trecerea la sistemul de telemuncă s-a transpus în dorința de a investi într-un spațiu optim de lucru, dar și de locuit în același timp".



ceri anul trecut, comparativ cu cea din 2019?

Daniel Vasile: Anul financiar al Daikin România este cuprins între 1 aprilie și 31 martie, astfel va putem oferi date doar pentru primele 10 luni din an. În perioada 1 aprilie - 31 ianuarie am raportat un avans cu 5% al cifrei de afaceri, comparativ cu perioada similară din anul financiar trecut.

Ținând cont de evoluția pieței de profil, estimăm că vom încheia întregul an cu un business în linie cu estimările inițiale.

Reporter: Cum a evoluat cererea din domeniu?

Daniel Vasile: Sectorul rezidențial a înregistrat o creștere în 2020, existând în piață o cerere mai mare pentru echipamente precum: purificatoare de aer, splituri și pompe

de căldură. Clienții au căutat produse eficiente și durabile, observându-se tendința de a achiziționa soluții care să le ofere beneficii pe termen lung, precum lipsa de intervenții de service, economii la facturile de energie și tehnologii cu un impact redus asupra mediului.

În ceea ce privește segmentul comercial, anul 2020 a fost marcat de o ușoară scădere a cererii, mai ales în zona proiectelor din zona de retail.

Raportat la proiectele de service, am observat o tendință de amânare a operațiunilor de mentenanță, mai ales în cazul clădirilor de birouri, deoarece echipamentele nu au fost folosite la capacitatea normală datorită sistemului de telemuncă adoptat de majoritatea companiilor.

Reporter: Ce proiecte de investiții aveți pentru acest an?

Daniel Vasile: Filozofia Daikin constă, în primul rând, în oferirea unei experiențe inedite pe care o oferim clientului final, nu numai prin produse de calitate, dar și prin interacțiunea pe care acesta o are cu noi pe întreaga durată de viață a echipamentelor. Experiența impecabilă cu produsele Daikin începe încă din stadiul de prospectare a pieței, urmând ca procesul de achiziție, atât în mediul offline, cât și online, și cel de post vânzare, să fie caracterizate ca servicii complete.

Dezvoltarea continuă a rețelei de parteneri, prin training-uri și cursuri care asigură cel mai ridicat nivel de informații și cunoștințe în domeniu, este, de asemenea, una dintre principalele direcții pe care ne axăm.

Grija față de mediu și comercializarea de produse cu un impact redus asupra acestuia reprezintă una dintre cele mai importante direcții strategice la nivel de grup. În acest sens, ne concentrăm eforturile în educarea pieței de profil din România înspre produse sustenabile, care să ofere beneficii pentru un stil de viață sănătos.

Nu în ultimul rând, investim foarte mult în zona de cercetare și dezvoltare. Astfel, în contextul pandemiei COVID19, am confirmat de curând eficiența tehnologiei Flash Streamer, patentată Daikin, care a inactivat cu succes peste 99,9% din coronavirus (SARS-CoV-2), după ce particulele virusului au fost iradiate pe o perioadă de timp de trei ore. Rezultatele pozitive obținute în urma testelor de laborator

Sursa foto: facebook/Daikin





Sursa foto: facebook/Daikin

reprezintă doar primul pas până la finalizarea analizelor în curs și dovedirea exactă a eficacității împotriva COVID-19 a echipamentelor Daikin care folosesc această tehnologie.

Reporter: Ce tendințe sunt în domeniu?

Daniel Vasile: Tendințele pieței de HVAC-R se ghidează după mai mulți parametri, printre care tehnologia, evoluția pieței de construcții și cerințele clienților finali. Astfel, pe segmentul aparatelor de aer condiționat, funcțiile suplimentare și tehnologia ocupă primele poziții în criteriile de alegere ale unui astfel de echipament, în detrimentul prețului. Acest lucru se datorează faptului că, în prezent, clienții sunt interesați din ce în ce mai mult de modele smart, sustenabile și au așteptări diferite de la un astfel de echipament, în comparație cu anii trecuți.

Un alt trend pe care l-am observat în ultimii ani pe piața de profil este legat obiceiurile de achiziție ale clienților finali, și anume orientarea preponderent către cumpărăturile online. Pe lângă siguranța și distanțarea fizică pe care ni le asigură mediul virtual, atât de necesare în momentul de față, achizițiile online simplifică mult procesul de cumpărături, oferind posibilitatea de a face achiziții 24/7, livrarea produselor la domiciliu, compararea flexibilă și facilă a produselor, direct de pe telefon sau laptop, și economia de timp. Studiile recente arată că anul

trecut aproximativ 80% din achizițiile de aparate destinate uzului casnic au fost realizate în online.

Calitatea aerului din interior este o altă tendință pe care o observăm pe piața locală. Ne petrecem peste 90% din timp în interior, iar aerul din spațiile închise poate fi mult mai poluat decât cel din exterior, datorită particulelor fine precum praful, alergenii sau bacteriile și virușii. Românii au început să pună accent pe aceste aspecte și investesc în purificatoare de aer, care contribuie la eliminarea tuturor acestor elemente dăunătoare și contribuie la asigurarea unui flux constant de aer curat.

Noi tendințe se observă și în piața de încălzire, unde pompele de căldură capătă o cotă din ce în ce mai mare. Daikin este unul dintre jucătorii principali în această zonă, având o gamă variată de sisteme care ating clasa de eficiență A+++.

Daikin este primul producător care a lansat pompe de căldură cu agent frigorific R32, unitatea exterioră putând funcționa chiar și la temperaturi de până la -25°C.

Centrala termică rămâne în continuare cel mai căutat produs pentru încălzirea locuințelor din România. Și în acest caz, clienții sunt interesați de tehnologii avansate care să le confere confort sporit și economii la facturile de energie. Daikin oferă cea mai mică centrală de pe piață din punct de vedere al dimensiunilor, un produs destinat atât proiectelor de înlocuire a echi-

pamentelor de generație mai vechi, cât și primelor instalări, fiind potrivit atât pentru apartamente, cât și pentru case.

Reporter: Care sunt avantajele aparatelor de aer condiționat de la DAIKIN?

Daniel Vasile: Daikin România este promotor de noi tehnologii și echipamente care să răspundă nevoilor clienților și direcțiilor globale de responsabilitate față de mediu. Modelele de aer condiționat din portofoliul nostru sunt caracterizate printr-un grad ridicat de eficiență energetică, durabilitate, conectivitate, care folosesc cele mai noi tehnologii de filtrare și purificare a aerului și care sunt sustenabile.

Reporter: Ce perspective are piața de profil, în opinia dumneavoastră?

Daniel Vasile: Estimăm că segmentul rezidențial își va continua trend-ul ascendent pe care îl are în momentul de față, acest lucru datorându-se nevoii continue de îmbunătățire și creștere a gradului de confort. Totodată, mizăm și pe construcțiile noi din zona de real estate rezidențial, luând în calcul creșterea înregistrată în ultima perioadă.

În ceea ce privește zona comercială, probabil vom resimți o încetinire a ritmului alert în care intrase industria construcțiilor înainte de pandemia COVID-19, mai ales în zona de office buildings și HoReCa.

Reporter: Care credeți că va fi evoluția cererii în această vară în

București, după lipsa de căldură din această iarnă?

Daniel Vasile: Am observat pe segmentul rezidențial, în ultima vreme, o cerere crescută pentru echipamentele de aer condiționat care pot fi folosite atât pentru răcire, cât și pentru încălzire. Datorită tehnologiei de ultimă generație și a nivelului ridicat de eficiență, unitățile split pot fi folosite și pe perioada iernii, clienții începând să fie mai atenți și la această funcție a echipamentelor pe care le achiziționează. Astfel, ne așteptăm la o cerere crescută pe acest segment și în perioadele cu temperaturi scăzute din an, nu numai în sezonul clasic din primăvară-vara.

Reporter: Din ce zonă aveți cea mai mare cerere?

Daniel Vasile: Există perioade caracterizate de un vârf al vânzărilor, precum lunile din sezonul cald, când cererea din sectorul rezidențial este în mod clar mai ridicată. Dar, pe durata întregului an, se realizează un echilibru în raport cu business-ul aferent segmentului comercial.

Reporter: Mulțumesc!