

Flexibilitatea și adaptabilitatea - elemente esențiale pentru succesul afacerii într-o perioadă dificilă

(Interviu cu domnul Cătălin Drăguleanu, Country Manager Ariston Thermo România)

Parcul total de centrale termice instalate în țara noastră a crescut substanțial, în ultimii ani, această evoluție fiind susținută de de-branșări, înlocuiri și de achizițiile pentru proiecte noi, ne-a spus, într-un interviu, Cătălin Drăguleanu, Country Manager Ariston Thermo România. Potrivit domniei sale, în pofida unui context

nefavorabil, marcat de pandemia de COVID-19 și de restricțiile economice și sociale fără precedent impuse pentru limitarea răspândirii coronavirusului, piața locală de echipamente termice a dat dovadă de rezistență și perseverență în 2020 și sectorul s-a menținut activ, ceea ce a permis companiei să-și atingă obiectivele de business.



Reporter: Care a fost evoluția pieței centralelor termice în ultimul an și cum a fost afectată activitatea Ariston de pandemia de Covid-19?

Cătălin Drăguleanu: În pofida unui context nefavorabil, marcat de pandemia de COVID-19 și de restricțiile economice și sociale fără precedent impuse pentru a limita răspândirea coronavirusului, piața locală de echipamente termice a dat dovadă de rezistență și perseverență în 2020 și sectorul s-a menținut activ, ceea ce ne-a permis să ne atingem obiectivele de business.

Piața echipamentelor de încălzire depinde în mare măsură de evoluția economiei, mai cu seamă a sectorului construcțiilor, precum și de veniturile popula-

ției. Principalele motoare de creștere ale business-ului sunt înlocuirile de echipamente vechi și achizițiile pentru proiecte noi rezidențiale și comerciale, iar evoluția favorabilă a pieței construcțiilor ne-a ajutat să nu fim foarte afectați de măsurile restrictive impuse în perioada stării de urgență. Lucrările la proiectele noi, fie că vorbim de birouri, centre comerciale sau depozite logistice, au continuat în ciuda pandemiei, la fel și investițiile în piața imobiliară. În plus, în această perioadă în care s-a lucrat preponderent de acasă, consumatorii români au fost preocupați de creșterea confortului în locuință prin investiții în amenajări interioare sau lucrări de reparații și achiziții de echipamente, mai ales că renunța-



CĂTĂLIN DRĂGULEANU:

"Am înțeles că această perioadă prin care trecem o să schimbe semnificativ tot ce știam despre piață și mediul de business. Astfel, având privilegiul de a deține în portofoliu produse ce răspund nevoilor de bază ale consumatorilor - nevoile de confort, căldură și apă caldă - ne-am setat atenția pe înțelegerea noii dinamice a pieței și a consumatorilor".



rea sau limitarea călătoriilor și concediilor a însemnat economii mai mari, prin urmare sume disponibile pentru acest gen de investiții.

Prin urmare, după o scădere în linie cu evoluția generală a pieței în lunile martie-aprilie, am asistat la o revenire a vânzărilor la toate gamele de produse din portofoliu, atât pe segmentul centralor termice și boilerelor electrice, care reprezintă baza afacerii noastre, cât și pe segmentul cazane industriale pentru proiecte comerciale mari, o piață în ascensiune în care suntem prezenți cu brandul german ELCO.

Reporter: Care au fost avantajele sau provocările aduse de telemuncă pentru Ariston și ce măsuri ați adoptat pe perioada crizei sanitare?

Cătălin Drăguleanu: Perioada pandemiei a constituit o criză cu totul aparte, cu care, atât indivizi, cât și companii, nu ne-am mai confruntat până acum. Adaptabilitatea a fost cuvântul de ordine care a ajutat multe companii să depășească cu bine perioada dificilă. Și noi, la Ariston, ne-am adaptat activitatea pentru a contribui la limitarea răspândirii noului coronavirus, dar și pentru a continua să răspundem cât mai prompt nevoilor clienților. Am implementat lucrul de acasă pentru a ne proteja angajații. De asemenea, am introdus protocoale de urgență pentru o mai strictă verificare și securitate în relația cu furnizorii și pentru a ne asigura că transportul și recepția produselor noastre au loc în cele mai sigure condiții pentru clienți, angajați și parteneri de afaceri.

Reporter: Ce strategie a abor-

dat Ariston pentru a trece mai ușor prin criză?

Cătălin Drăguleanu: În primul rând, am tratat cu prioritate siguranța angajaților și am luat toate măsurile pentru ca aceștia să își poată continua activitatea în condiții potrivite. Apoi, am păstrat o legătură constantă cu partenerii și clienții noștri, făcând tot posibilul ca limitările impuse de pandemie să aibă un impact redus asupra modului în care interacționăm până la venirea crizei.

În același timp, flexibilitatea și adaptabilitatea au fost elementele cheie care ne-au permis continuarea activității în condiții cât mai bune. Am înțeles că această perioadă prin care trecem o să schimbe semnificativ tot ce știam despre piață și mediul de business. Astfel, având privilegiul de a deține în portofoliu produse ce răspund nevoilor de bază ale consumatorilor - nevoile de confort, căldură și apă caldă - ne-am setat atenția pe înțelegerea noii dinamice a pieței și a consumatorilor: care sunt noile priorități ale acestora, de unde își iau informațiile, unde își fac cumpărăturile, cum se raportează la servicii.

Am urmărit cu atenție evoluțiile pieței, ne-am adaptat la noile condiții, am ținut cont de schimbarea comportamentului consumatorilor, care s-au îndreptat tot mai mult spre mediul online pentru a face achiziții, inclusiv în ceea ce privește echipamentele termice. Această tendință s-a văzut și în rezultate - am înregistrat o creștere a vânzărilor online comparativ cu anii anteriori.

Reporter: Care a fost cifra de afaceri anul trecut, comparativ cu cea din 2019?



Cătălin Drăguleanu: În ciuda pandemiei și a lunilor în care activitatea economică a fost redusă la minimum, am reușit să încheiem anul 2020 cu rezultate foarte bune pe toate segmentele. O evoluție notabilă a fost înregistrată pe segmentul comercial - cazanele industriale ELCO de puteri mari și pompele de căldură, unde am avut o creștere de 40%. Și celelalte segmente, mai ales cel al centralelor termice și al boilerelor electrice, au avut o performanță foarte bună.

Reporter: Cum a evoluat cererea din domeniu? Din ce zonă aveți cele mai multe solicitări?

Cătălin Drăguleanu: Centra-

lele termice în condensare, reprezentate de modelele Alteas One, Genus One și Clas One, dețin cea mai ridicată pondere în vânzările Ariston. În mod tradițional, produsul cel mai căutat este centrala termică în condensare de 24kW, însă în condițiile în care în perioada pandemiei mulți români au ales să locuiască în afara marilor aglomerări urbane, preferând o casă în locul unui apartament de bloc, am observat o creștere a cererii pentru centrale termice de putere mai mare, de 30-35kW, care să deservească unor suprafețe mai mari.

Ne-am bucurat să constatăm o creștere a interesului pentru o categorie specială, gama de produse Nimbus, care include pompe de căldură atât pentru încălzire, cât și pentru răcire. Reprezentând produse cu o tehnologie mai nouă, pompele de căldură abia acum încep să devină mai populare în România, dar se răspândesc rapid, deoarece prezintă două avantaje majore: au un grad ridicat de eficiență energetică și un impact

"Ne-am bucurat să constatăm o creștere a interesului pentru o categorie specială, gama de produse Nimbus, care include pompe de căldură atât pentru încălzire, cât și pentru răcire. Reprezentând produse cu o tehnologie mai nouă, pompele de căldură abia acum încep să devină mai populare în România, dar se răspândesc rapid, deoarece prezintă două avantaje majore: au un grad ridicat de eficiență energetică și un impact redus asupra mediului".

redus asupra mediului.

Am observat o creștere a cererii și pe segmentul cazanelor industriale, unde portofoliul de produse ELCO a fost extins cu noua gamă de cazane în condensare L Plus, formată din modelele murale THISION® L PLUS și de cele de pardoseală TRIGON® L PLUS. Este vorba de produse eficiente energetic, cu emisii de noxe foarte reduse și cu o gamă variată de puteri. Cererea de cazane a provenit în principal din București, zone cu o dezvoltare extinsă a segmentelor de birouri și spații logistice.

Reporter: Ce obiective aveți pentru acest an?

Cătălin Drăguleanu: Suntem încrezători că, bazându-ne pe fundamentele solide ale afacerii Ariston, vom putea menține o creștere organică. De asemenea, primim semnale pozitive privind evoluția pieței. Ne propunem să continuăm trendul pozitiv din ultimii ani, să ne menținem poziția de lider pe piața centralelor termice și a boilerelor electrice și să ne poziționăm printre principalii furnizori

de pompe de căldură. Vom continua să consolidăm și brandul de cazane industriale ELCO prin extinderea portofoliului de proiecte în principalele orașe din țară, atât în ceea ce privește proiectele de construcții noi, cât și cele de reabilitare.

Reporter: Ce tendințe sunt în domeniu?

Cătălin Drăguleanu: Apetitul românilor pentru noile tehnologii este vizibil și în domeniul nostru de activitate. Observăm un interes în creștere față de soluțiile de conectivitate inteligentă (smart connectivity), care îmbină confortul cu eficiența energetică. Noile produse inteligente Ariston pot fi controlate de la distanță, direct de pe smartphone, prin două aplicații simple și intuitive: Ariston NET și Aqua Ariston NET. Acestea asigură reglarea și programarea temperaturii din locuință de la distanță (Ariston NET) și temperatura apei calde menajere (Aqua Ariston NET), reducând astfel consumul ridicat atunci când nu suntem acasă. Prin urmare, ne permit să economisim

energie. Aceste echipamente inteligente sunt tot mai căutate pe piața locală.

O altă tendință este creșterea interesului față de echipamentele de încălzire prietenoase cu mediul, cum ar fi pompele de căldură sau panourile solare. Acestea sunt echipamente cu performanță și eficiență energetică ridicată, și în același timp au un impact redus asupra mediului. Pe măsură ce consumatorii devin tot mai conștienți de aceste avantaje, vom vedea o dezvoltare mai accentuată și pe acest segment.

Reporter: Cu ce avantaje vin noile produse din piață? Care sunt avantajele centralelor termice Ariston?

Cătălin Drăguleanu: Produsele Ariston se disting prin calitate, eficiență energetică și nu în ultimul rând prin renumitul design italian. Să nu uităm că de aspectul produselor Ariston e responsabil de mai bine de zece ani Umberto Palermo, o personalitate în lumea designului industrial, care a dus acest domeniu la un nou nivel, transformând echipamentele termice în elegante accesorii de mobilier.

Însă cel mai important lucru pentru produsele Ariston, fie ele centrale termice, boiler electrice sau alt tip de produs, este faptul că pun pe primul plan confortul, îmbinând tehnologia de ultimă oră cu performanța, calitatea și designul.

Reporter: Care este investiția medie făcută de un client din zona rezidențială în sistemul de încălzire (centrala termică)?

Cătălin Drăguleanu: Investiția necesară pentru instalarea unei centrale termice pornește, în medie, de la 3.200 de lei pentru înlocuirea unui model vechi, și poate ajunge până la aproximativ 8.200 lei pentru o primă instalare (costuri pentru sistemul de instalație, radiatoare etc.), într-un apartament de 80 mp, potrivit estimărilor Ariston. Amortizarea achiziției se poate face în 2-4 ani, în funcție de oraș și de costurile gigacaloriei în sistem centralizat.

Reporter: Ce perspective are

piața de profil, în opinia dumneavoastră?

Cătălin Drăguleanu: O estimare privind evoluția pieței este oarecum dificilă, având în vedere că pandemia are în continuare o evoluție imprevizibilă. Însă prognozele economice indică o revenire, atât a consumului, cât și a economiei în general, mai ales în a doua jumătate a anului, iar campania de vaccinare care este în plină desfășurare creează premisele reluării activităților. De asemenea, ne așteptăm ca preocuparea pentru confortul locuinței și al familiei să se mențină și în acest an, ceea ce va reprezenta în continuare un factor de creștere pentru piața de centrale și boiler. Prin urmare, dacă tendințele actuale de mențin, suntem optimiști că piața va merge în direcția bună. Parcul total de centrale termice instalate în România a crescut substanțial în ultimii ani, susținut de debranșări, înlocuiri și de achizițiile pentru proiecte noi. Potrivit estimărilor noastre, anul trecut ne-am apropiat de 2.8 milioane de unități, iar anul acesta este posibil să ajungem la pragul de 3 milioane de centrale termice instalate.

De asemenea, sectorul construcțiilor va continua să crească și în acest an, arată datele INS, și sunt anunțate proiecte industriale, de birouri și de retail de peste 1 milion de metri pătrați, prin urmare ne așteptăm la o creștere și pe segmentul cazanelor industriale, unde suntem prezenți cu brandul ELCO.

Reporter: Mulțumesc!

