

"Piscina a devenit o investiție în valoarea proprietății, nu doar în confort"

(Interviu cu Bogdan Precup, administrator Reve)

- "Piața piscinelor intră într-o etapă de maturizare, iar eficiența energetică devine criteriu-cheie" ● "Automatizarea și sustenabilitatea redesenează piața piscinelor rezidențiale"

După perioada de expansiune accelerată post pandemie, piața piscinelor și a amenajărilor exterioare intră într-o etapă de maturizare, în care deciziile de investiție sunt analizate mai atent, iar eficiența energetică, automatizarea și costurile de exploatare cântăresc tot mai mult în alegerea clienților. Bogdan

Precup, administratorul Reve, explică, într-un interviu, modul în care incertitudinile economice influențează comportamentul cumpărătorilor, care sunt principalele tendințe ale pieței și de ce investițiile în confortul locuinței și în creșterea valorii proprietății continuă să susțină cererea.

Reporter: Într-o perioadă nesigură - cu războaie, impredictibilitate politică, inflație, măsuri fiscale - cum reacționează clienții dumneavoastră?

Bogdan Precup: În perioadele marcate de incertitudine economică și geopolitică observăm, în primul rând, o schimbare a comportamentului de achiziție. Clienții nu renunță automat la proiectele de amenajare, însă devin mult mai atenți la modul în care își alocă resursele și analizează mai riguros investițiile. Dacă în trecut decizia putea fi luată relativ rapid, astăzi procesul este mai lung, implică mai multe comparații și o evaluare atentă a beneficiilor pe termen lung.

În cazul piscinelor, vorbim despre o investiție care ține atât de

confort, cât și de valoarea proprietății. Din acest motiv, mulți clienți continuă să își dorească astfel de proiecte, însă caută soluții care să ofere un echilibru între costul inițial și cheltuielile de exploatare ulterioare.

În același timp, există și o categorie de clienți care consideră că, într-o perioadă volatilă, investiția în propria proprietate este una dintre cele mai sigure forme de utilizare a capitalului. Pentru aceștia, piscina și amenajările exterioare reprezintă nu doar un element de confort, ci și o modalitate de creștere a valorii locuinței.

Reporter: Cum a evoluat cererea în această perioadă?

Bogdan Precup: Cererea nu a dispărut, însă s-a maturizat. Dacă în perioada de după pan-

demie am asistat la un interes foarte ridicat pentru investițiile în locuințe și spații exterioare, în prezent piața a intrat într-o etapă de normalizare. Volumul solicitărilor rămâne bun, însă clienții sunt mai selectivi și mai bine informați.

Un aspect important este faptul că cererea s-a mutat de la achiziția impulsivă către investiția calculată. Beneficiarii analizează costurile de exploatare, eficiența energetică, durata de viață a echipamentelor și nivelul de automatizare. În multe cazuri, întrebările legate de consumul de energie sau de costurile anuale de întreținere au devenit la fel de importante ca designul piscinei.

Totodată, observăm că piața începe să fie susținută nu doar

de segmentul rezidențial premium, ci și de proprietari din clasa medie superioară, care văd piscina ca pe o investiție în calitatea vieții și în atractivitatea proprietății pe termen lung.

Reporter: Din ce zone vine această cerere?

Bogdan Precup: Cererea este concentrată în continuare în jurul marilor centre economice și al zonelor rezidențiale aflate în expansiune. Bucureștiul și zona metropolitană reprezintă în continuare unul dintre cele mai importante motoare ale pieței, însă observăm o activitate susținută și în cele mai importante județe ale țării.

De asemenea, există o cerere în creștere din partea localități-

(continuare în pagina 22)



BOGDAN PRECUP:

"Un segment tot mai interesant este reprezentat de turism și HoReCa. Pensiunile, hotelurile boutique și complexele turistice caută soluții prin care să își diferențieze oferta și să atragă clienți într-o piață din ce în ce mai competitivă. În multe cazuri, piscina a devenit un element aproape obligatoriu pentru unitățile care urmăresc să crească gradul de ocupare și valoarea serviciilor oferite".

(urmare din pagina 20)

lor periurbane, unde dezvoltarea rezidențială din ultimii ani a generat un număr mare de proprietăți cu teren suficient pentru amenajări exterioare complexe.

Un segment tot mai interesant este reprezentat de turism și HoReCa. Pensiunile, hotelurile boutique și complexele turistice caută soluții prin care să își diferențieze oferta și să atragă clienți într-o piață din ce în ce mai competitivă. În multe cazuri, piscina a devenit un element aproape obligatoriu pentru unitățile care urmăresc să crească gradul de ocupare și valoarea serviciilor oferite.

Reporter: Cum s-a redesenat oferta?

Bogdan Precup: Oferta s-a adaptat atât la schimbările economice, cât și la noile așteptări ale clienților. Dacă în trecut accentul era pus în principal pe soluții rapide și fără o analiză serioasă în prealabil, astăzi discuția este mult mai complexă și include eficiența energetică, automatizarea, costurile de

întreținere și impactul asupra mediului.

Am observat o creștere a interesului pentru echipamente performante care reduc consumul de energie și simplifică administrarea piscinei. Clienții caută soluții care să le permită să se bucure de investiție fără să petreacă foarte mult timp cu operațiunile de întreținere.

În paralel, proiectele devin tot mai personalizate. Piscina nu mai este privită ca un element independent, ci ca parte a unui concept integrat de amenajare exterioară care include terase, zone de relaxare, iluminat ambiental, spații verzi și sisteme inteligente de control.

Reporter: Care sunt tendințele din domeniu?

Bogdan Precup: Principala tendință este orientarea către eficiență și automatizare. Clienții își doresc soluții care să reducă timpul necesar întreținerii și să optimizeze costurile de funcționare. Sistemele inteligente de control, dozarea automată a substanțelor pentru tratarea apei și monitorizarea de la distanță devin din ce în ce

mai solicitate.

O altă tendință este creșterea interesului pentru sustenabilitate. Pompele de căldură eficiente energetic, acoperirile care reduc evaporarea apei și soluțiile care contribuie la economisirea resurselor sunt tot mai căutate.

Din punct de vedere estetic, observăm preferința pentru design minimalist, linii curate și integrarea armonioasă a piscinei în arhitectura locuinței. Piscina este percepută din ce în ce mai mult ca o extensie a spațiului de locuit și ca parte a unui stil de viață orientat spre confort și relaxare.

Reporter: Care este strategia dvs. pentru a depăși această perioadă?

Bogdan Precup: În perioadele de volatilitate economică, credem că adaptabilitatea este esențială. Strategia noastră se bazează pe trei direcții principale: eficiență operațională, diversificarea serviciilor și consolidarea relației cu clienții.

Ne concentrăm pe oferirea unor soluții adaptate mai multor categorii de buget, fără

compromisuri în ceea ce privește calitatea. În paralel, investim în servicii post-vânzare, mentenanță și consultanță, deoarece vedem o cerere tot mai mare pentru suport pe termen lung.

De asemenea, analizăm constant oportunități de dezvoltare pe segmente complementare, precum spa-uri, wellness privat, automatizări și amenajări exterioare integrate. Considerăm că succesul în această perioadă nu vine doar din creșterea vânzărilor, ci și din capacitatea de a construi relații solide și de lungă durată cu beneficiarii.

Reporter: Cum vă influențează Inteligența Artificială activitatea?

Bogdan Precup: Inteligența Artificială începe să aibă un impact vizibil asupra modului în care lucrăm. Deși construcția unei piscine rămâne un proces care depinde în mare măsură de expertiza umană și de execuția din teren, AI ne ajută să eficientizăm numeroase activi-

(continuare în pagina 23)



(urmare din pagina 22)

tăți administrative și comerciale.

Folosim instrumente bazate pe AI pentru analiza datelor, generarea de conținut, optimizarea campaniilor de marketing și îmbunătățirea comunicării cu clienții. Aceste tehnologii permit răspunsuri mai rapide, o personalizare mai bună a ofertelor și o utilizare mai eficientă a resurselor interne.

Pe termen mediu, ne așteptăm ca inteligența artificială să contribuie inclusiv la optimizarea proiectării, estimării costurilor și gestionării proiectelor, ceea ce va conduce la creșterea productivității și la îmbunătățirea experienței clienților.

Reporter: Cum a evoluat piața în ansamblul ei în ultimul an?

Bogdan Precup: Piața a intrat într-o etapă de maturizare. După câțiva ani caracterizați de creșteri accelerate și de o cerere excepțională, ritmul de dezvoltare s-a temperat, însă interesul pentru acest segment rămâne solid.

Concurența este mai intensă, iar diferențierea prin preț devine tot mai dificilă. În acest context, companiile care reușesc

să ofere servicii complete, expertiză tehnică și suport post-vânzare au un avantaj competitiv important.

Clienții sunt mai informați decât în trecut, compară ofertele și acordă o atenție sporită reputației furnizorului. Acest lu-

cru contribuie la profesionalizarea întregii piețe și favorizează companiile care investesc constant în calitate și în dezvoltarea competențelor.

Reporter: Ce perspective aveți pentru acest an?

Bogdan Precup: Pentru acest

an ne așteptăm la o evoluție pozitivă, însă într-un ritm mai echilibrat decât în perioadele de boom. Cererea va continua să fie influențată de contextul economic general, însă există factori structurali care susțin dezvoltarea pieței: creșterea interesului pentru confortul locuinței, dezvoltarea segmentului turistic și orientarea către investiții care adaugă valoare proprietăților.

Credem că accentul se va muta și mai mult către eficiență energetică, automatizare și servicii integrate. Clienții vor căuta parteneri capabili să ofere soluții complete și predictibilitate pe termen lung.

Pentru compania noastră, obiectivul este să consolidăm poziția pe piață, să dezvoltăm segmentul de servicii recurente și să continuăm investițiile în tehnologie, astfel încât să răspundem cât mai bine noilor cerințe ale clienților și schimbărilor din industrie.

Reporter: Mulțumesc!

