

# Aircon stawia na nowoczesność, efektywność i ekologię



**Artur Banasiak, prezes Aircon po kilkunastu latach współpracy uważa, że wybór marki MDV był strzałem w dziesiątkę. Polska firma w ciągu trzech najbliższych lat, chciałaby zostać liderem w sprzedaży urządzeń klimatyzacyjnych dla biur i hoteli. Aktualnie spółka pracuje nad wdrożeniem klimatyzatorów z nowym ekologicznym chłodziwem R32. Proponuje też coraz bardziej zaawansowane rozwiązania typu smart dla budownictwa zrównoważonego.**

**Panie prezesie, stoi Pan na czele dużej grupy sprzedażowej oferującej w Polsce od kilkunastu lat urządzenia klimatyzacyjne MDV. Jak wyglądał rynek klimatyzatorów w tamtym czasie, w którym rozpoczęła działalność firma Aircon?**

Zaczęliśmy działalność operacyjną w 2000 r., wtedy sprowadziliśmy pierwsze urządzenia. Od tego czasu rynek zmienił się diametralnie. Przede wszystkim w 2000 r. konkurencja była szczątkowa, na rynku dominowały firmy japońskie. Dopiero rodziło się miejsce na produkt średnio i niskobudżetowy. Firmy czyniły działania, aby zdobyć dokładnie tę niszę, poprzez agresywne działania promocyjne skierowane do instalatorów, zdobywały udział w tym rynku i popularizowały marki. Były to czasy, kiedy klienci i instalatorzy byli otwarci na silną promocję - czyli na przykład do każdego kupionego klimatyzatora dodawano jakiś prezent.

**A jak Aircon „wpisał się” w rynek klimatyzatorów w tamtym czasie?**

Naszym pomysłem było budowanie produktu opartego na dobrej jakości i niskim budżecie. W tamtym okresie wszyscy odnosili się do urządzeń japońskich, my, w naszych eksploracjach, jako firma szukaliśmy producenta, który by odpowiadał tej japońskiej jakości, ale był zdecydowanie tańszy. Chińskie firmy dopiero uczyły się, jak na rynku europejskim zafunkcjonować.

## **Wówczas w Polsce nie było zdaje się chińskich klimatyzatorów?**

Kilkanaście lat temu importerów chińskich produktów w całej Europie było zaledwie kilku. Chińczycy byli kompletnie nieprzygotowani na wymogi rynku europejskiego. Muszę przyznać, że te pierwsze urządzenia, które sprowadziliśmy, rzadko kiedy spełniały wymogi klienta polskiego. Były utrzymane w azjatyckim stylu - przerabialiśmy je tak, żeby wizualnie odpowiadały europejskim gustom. Aircon był wtedy pionierem, który współuczestniczył, na zasadzie eksperymentowania, w dopasowywaniu się chińskich przedsiębiorstw do europejskich wymogów. Szukaliśmy właściwego dostawcy blisko pięć lat. Najpierw byliśmy Generalnym Dystrybutorem firmy, której urządzenia były tanie, ale brakowało jakości i powtarzalności produkcji. Importowaliśmy też klimatyzatory wysokiej jakości, ale i o dość wysokiej cenie.



## **Aż w końcu przyszedł rok 2005...**

Tak. To był przełomowy rok. Odkryliśmy wtedy markę MDV. Firmę ze średniej półki, ale z nastawieniem proeksportowym ukierunkowanym na Europę. Producent MDV charakteryzował się powtarzalną jakością i co najważniejsze deklarował rozwój produktu. To była całkiem odrębna linia produkcyjna, która wytwarzała urządzenia klimatyzacyjne dedykowane dla rynku europejskiego.

## **Czyli szukaliście odpowiedniego dostawcy aż 5 lat?**

Tak. I to było bardzo trudne pięć lat. Gdybyśmy trwali przy naszych pierwszych wyborach... to już by nas pewnie nie było. To, że osiągnęliśmy sukces, to ciężka praca całego zespołu Aircon, konsekwencja działania i przysłowiowe szczęście. Nasze wybory dostawców w Chinach były trafne, ponieważ Midea rozpoczęła proces akwizycji na rynku chińskim i wchłonęła również naszego pierwszego dostawcę. To był strzał w dziesiątkę.

## **Jakie były i są Pana wnioski jeżeli chodzi o dostosowanie się chińskich producentów z branży HVAC do europejskich trendów. Gdzie tkwi klucz do sukcesu?**

W tamtych czasach odbyliśmy wiele podróży w różne regiony Chin i muszę przyznać, że wniosek był jeden. Sposób i specyfika działania Grupy Midea - właściciela marki MDV - był dla nas optymalny. Cieszyliśmy się, że znaleźliśmy firmę posiadającą zespół spełniający nasze oczekiwania, a co najważniejsze mający zdolności rozpoznawania trendów rynkowych. Midea, to jest to lider sprzedaży eksportowej w Chinach w branży HVAC. Myślę, że wynika to z tego, że ta firma traktuje rynek eksportowy jak i lokalny na równych zasadach.

## **Jak Pan sądzi, dlaczego niektórym chińskim producentom nie udaje się w UE?**

Moim zdaniem wynika to z niedostosowania produktów do rynku europejskiego, oczywiście już nie na taką skalę, co kilkanaście lat temu. Ale wciąż są firmy co znikają z rynku UE, gdyż nie wytrzymują wyścigu. Niektórym chińskim przedsiębiorstwom jest coraz trudniej nadążyć za wymaganiami efektywności energetycznej. Grono importerów się zawęża. Tymczasem parametry i normy energetyczne są w Unii coraz bardziej restrykcyjne. Warto więc pracować z firmą, która ma orientację eksportową i nadąża za ciągle zmieniającymi się wymaganiami rynku europejskiego. To jest klucz dla chińskich producentów, którzy chcą z powodzeniem sprzedawać w Europie.

## **Jak Pan ocenia przyszłość branży HVAC? - według wielu raportów jest to obecnie najszybciej rozwijający się, nie tylko w Polsce, segment z szeroko pojętej gałęzi przemysłu budowlano-instalacyjnego.**

Zgadzam się. Rynek HVAC na pewno jest rosnący. To co kiedyś było wyznacznikiem luksusu lub było oceniane jako kaprys inwestora jest teraz standardem. Dodatkowo na jej wzrost w Polsce będzie miał znaczący wpływ proces absorpcji środków unijnych. Ten czynnik absolutnie przekłada się na nasz rozwój.

## **Co będzie sprzyjało utrzymaniu wysokiego trendu, wzrostowego na rynku HVAC?**

Na pewno coraz większe znaczenie będzie miała ekologia, skuteczność oraz efektywność działania urządzeń. Klienci coraz częściej zwracają uwagę na zużycie prądu. Wymogiem w większości inwestycji jest już nie tylko cena, ale w przypadku większych inwestycji - coraz częściej pojawiają się pytania się o koszty eksploatacyjne. Na poziomie samego zrealizowania inwestycji, 20 proc. kosztów stanowią te związane z HVAC. Więc na pewno przy ożywieniu w budownictwie my zyskujemy. A

urządzenia klimatyzacyjne montuje się przecież bardzo często w już użytkowanych nieruchomościach.

## **A co z aspektem budownictwa zrównoważonego. Jak wpisuje się w tę koncepcję Wasza oferta?**

Faktycznie, aspekt budownictwa zrównoważonego ma coraz większe znaczenie. W tej chwili już na poziomie projektowania zwraca się uwagę na zużycie energii, a im one niższe tym większe zainteresowanie inwestora. Nasze urządzenia spełniają wymogi budownictwa zrównoważonego, zwłaszcza te typu SMART. Im bardziej urządzenie jest dostosowane do nowych technologii, czyli praca pod jednym sterownikiem za pomocą jednej aplikacji, tym bardziej wpisujemy się w ten już obowiązujący trend. Klimatyzacja ma być mniej inwazyjna, ma na przykład współpracować z urządzeniami wentylacyjnymi, tak jak przy pomocy naszych aplikacji smarthome, smartoffice, smarthotel klimatyzacja ma też optymalizować uzdatnianie powietrza, zapewniać ogrzewanie, nawilżanie, wymianę powietrza, oczyszczanie z CO<sub>2</sub>. Taki cały system musi być już uwzględniony na poziomie projektowania i dostosowany do użytkownika - czyli trzeba zbadać jego środowisko. My jesteśmy do tego przygotowani, w pełni spełniamy wymogi budownictwa zrównoważonego.

## **A jak silna jest marka MDV na polskim rynku?**

Odpowiem w ten sposób: wśród instalatorów nie sędzę, żeby znalazł się ktoś, kto nie słyszał o marce MDV. Mamy bardzo wysoką rozpoznawalność. Warto się też przejść po ulicach i zobaczyć, gdzie „wisimy”. Pierwszy z brzegu przykład to Poczta, czy stacje Orłenu. Myślę, że w ciągu całej działalności Aircon, sprzedaliśmy ponad 100 tys. urządzeń klimatyzacyjnych. Prowadzimy też szkolenia wśród instalatorów, które dają autoryzację na montaż naszych urządzeń. Po ilości odbytych szkoleń instruktażowych wiemy, że cieszymy się dość dużą popularnością w branży.

## **Macie wiele własnych urządzeń klimatyzacyjnych. Czym się one wyróżniają?**

Przede wszystkim innowacyjność. Wykonujemy ciągłą pracę, aby prezentować na rynku nowe urządzenia. No i rozwiązania dla budownictwa zrównoważonego. Niskie zużycie energii, mała „inwazyjność” naszych urządzeń, rozwiązania typu smart i całościowe wkomponowanie się klimatyzacji w tzw. „życie” budynku.

## **Jakie nowości są planowane przez Aircon?**

Przede wszystkim wdrożenie urządzeń z czynnikiem chłodniczym nowej generacji R32. Czynnik ten ma lepsze parametry chłodnicze w stosunku do stosowanego obecnie powszechnie R410A, a jednocześnie jest nietoksyczny i nie przyczynia się do niszczenia warstwy ozonowej. Dzięki zastosowaniu tego innowacyjnego i ekologicznego czynnika chłodniczego, klimatyzatory MDV będą wyróżniać się najwyższą wydajnością i efektywnością energetyczną, a także najmniejszym oddziaływaniem na środowisko naturalne.

## **Gdzie Pan widzi markę MDV w Polsce dajmy na to na za 3 lata? Jaką pozycję w rynku klimatyzatorów chcielibyście osiągnąć?**

Największą wagę będziemy przykładac do sprzedaży urządzeń dla nieruchomości komercyjnych. Chcielibyśmy się widzieć jako lider w wyposażaniu w klimatyzację w budownictwie hotelowo-biurowym.

## **Firma jest też obecna poza granicami Polski. Gdzie?**

Jesteśmy dość mocni w Czechach i na Słowacji, w tej chwili skupiamy się na zbudowaniu w tych krajach silnych lokalnych dystrybutorów. Mamy tam m.in. magazyn. Jesteśmy również obecni w Niemczech, Estonii, na Litwie, Łotwie oraz Wielkiej Brytanii.



## **Jak ważna jest ekologia dla Pana firmy i całej marki MDV?**

Jest niezwykle istotna. Dlatego tak dużą uwagę zwracamy na efektywność naszych urządzeń mierzonych m.in. niskim zużyciem energii czy też dostosowaniem się do zaleceń ustawy f-gasowej. Stąd właśnie te zmiany czynników chłodniczych na bardziej efektywne ekologicznie.

## **Jak prywatnie lubi Pan spędzać czas? Podróże - czy raczej domowe zacisze?**

Zdecydowanie podróże. Jestem zafascynowany krajami Orientu. Na szczęście jest to zbieżne z

charakterem mojej pracy. Staram się jak najbardziej poznać kulturę, kuchnię, obyczaje krajów Dalekiego Wschodu. Oprócz tego rekreacyjnie uprawiam alpinistykę, bardzo lubię narciarstwo.

## **Dziękuję za rozmowę**

Również dziękuję

*Opracowanie, redakcja.*

*Zdjęcie wykorzystane w materiale pochodzą ze zbiorów firmy Aircon.*

*Materiał objęty prawem autorskim. Publikacja w części lub w całości wyłącznie za zgodą redakcji.*

## **KONTAKT**



[Aircon](http://Aircon)

**E-mail:** [aircon@aircon.pl](mailto:aircon@aircon.pl)

**WWW:** [www.mdv.com.pl](http://www.mdv.com.pl)

**Tel:** +48 22 763 52 99

**Adres:**

Dybów Kolonia, ul. Kasztanowa 88

05-250 Radzymin

☒