



“Frigotehnica” a intrat pe piața din Bulgaria

■ *Urmează Ucraina și Serbia*

“Frigotehnica”, întreprindere care activează în București din anul 1949, este lider pe piața frigului din țara noastră. Nicolae Bara, directorul general al companiei, declară: “În acest an, sărbătorim 60 de ani de activitate. Ne-am păstrat numele și profilul. Ne pregătim din 2008

***Nicolae Bara, directorul general al “Frigotehnica”:
“După 60 de ani de activitate în România, ne-am extins operațiunile peste hotare”.***

pentru această aniversare, pe care o marcăm acum, la Palatul Parlamentului, unde ne vom face cunoscute istoria și realizările”.

Specializată în realizarea de instalații frigotehnice industriale și comerciale, instalații de aer condiționat, dotare cu mobilier frigorific și non-frigorific, instalații electrice de control și automatizare, “Frigotehnica” deține o cotă de piață de 75% din segmentul serviciilor de refrigerare comercială și 20% din sectorul

industrial.

În acest an, “Frigotehnica” și-a programat realizarea mai multor proiecte, primul fiind expansiunea activității la nivel regional, pe piețele din statele vecine. Urmează dezvoltarea de noi servicii, extinderea rețelei de centre zonale și dezvoltarea diviziei HVAC-Heating Ventilation Air Conditioning. Dezvoltarea acestei divizii presupune specializarea în livrare, montaj și servicii pentru echipamentele de ventilație și aer condiționat.

La începutul anului, activitatea companiei s-a extins în Bulgaria. Societatea va pătrunde pe piețele din Ucraina și Serbia până la sfârșitul acestui an. Aplicând conceptul “Follow the customer” (Urmează-ți clientul), compania a înființat “Frigotehnica” Bulgaria, ca urmare a expansiunii activității unora dintre cei mai mari clienți internaționali prezenți pe piața de retail din România, printre care “Kaufland”, “Billa” etc.

“Potrivit estimărilor inițiale, filiala din Bulgaria va ajunge până la final de an la o cifră de afaceri de aproximativ 4 milioane de euro. Tot în acest an, ne-am propus să deschidem o filială în Ucraina”, ne-a declarat Nicolae Bara, directorul “Frigotehnica”.

În dezvoltarea de noi servicii și extinderea

rețelei de centre zonale, Grupul “Frigotehnica” a investit, până acum, aproximativ 700.000 de euro, pentru finalizarea proiectului fiind alocate investiții de peste 1 milion de euro. A fost înființat un call center non stop pentru preluarea solicitărilor clienților și un centru de monitorizare care permite controlul online al echipamentelor clienților. Extinderea rețelei de centre zonale a avut ca obiectiv reducerea timpului de intervenție, astfel încât niciun client al “Frigotehnica” să nu se afle la o distanță mai mare de 200 km față de un centru zonal de servicii.

Din Grupul “Frigotehnica” fac parte: “Eco Clima Industrial”, “Frigosystem”, “Tehnoelectric” și “FrigoLeasing”. La sfârșitul anului 2008, 75% din acțiunile companiei au fost preluate de fondul privat de investiții BAF (Romanian-American Enterprise Fund), restul de 25% aparținând directorului general Nicolae Bara.

Printre clienții “Frigotehnica” se numără mari rețele și producători: “Metro”, “Billa”, “Penny Market”, “Selgros”, “Kaufland”, “Plus”, “Carrefour”, “Cora”, “Inbev”, “Ursus”, “CrisTim”, “Pizza Hut”, “KFC”.

CORNELIA ANGELESCU

