

Uniwersal pokazuje technikę wentylatorową w artystycznej formie

Z Krzysztofem Nowakiem wiceprezes zarządu Uniwersal Sp. z o.o., rozmawia Radosław Nosek



Krzysztof Nowak wiceprezes zarządu Uniwersal Sp. z o.o laureatem konkursu Teraz Polska fot.
Kamil Broszko/Teraz Polska

Uniwersal pokazuje technikę wentylatorową w artystycznej formie

Uniwersal, zajmujący się projektowaniem i produkcją systemów wentylacji, jest już obecny na rynku od ponad 30 lat. Jakie były najważniejsze etapy rozwoju firmy w tym czasie? Jaka jest teraz jej pozycja rynkowa w Polsce?

Jesteśmy firmą produkcyjną, dodam jeszcze, że wszystkie nasze produkty - wentylatory dachowe i wywietrzniki są opracowane przez naszych konstruktorów i projektantów. Zaistnienie w tej formie było bardzo trudne, każdy produkt powstawał powoli w miarę posiadanych środków finansowych, które były skromne. Trudno mi tak podzielić rozwój firmy na etapy, był to i jest nadal proces bardzo płynny, czasowo rozciągnięty. Fakt jest taki, że często sam dzisiaj patrząc w przeszłość zastanawiam się kiedy zrobiliśmy te wszystkie rzeczy, które są dzisiaj. Mamy dobrą pozycję rynkową z wysokiej jakości produktami, ugruntowanym marketingiem i siecią dystrybucyjną. Wielu zadowolonych klientów wraca z ponownymi zakupami a to najlepsza ocena tego co oferujemy.

W ofercie firmy jest ponad 600 urządzeń przeznaczonych dla wentylacji naturalnej i grawitacyjnej. Co jest ich wspólnym wyróżnikiem? Czy firma ma tzw. produkty flagowe?

Produkty flagowe w rozumieniu projektowym mamy. Sam jestem zaangażowany w proces projektowania nowych wentylatorów i za każdym razem nowość u Nas jest innowacyjna i na to stawiamy główny nacisk promocyjny. Tak jest na przykład z wentylatorem do budownictwa mieszkaniowego Mag-160, który jest laureatem kilku prestiżowych konkursów, czy wentylatorem Vero-150, oznaczonym godłem promocyjnym Teraz Polska. Zauważamy jednak również, że wiele ugruntowanych już na rynku produktów jest na topie jeśli chodzi o wybór projektowy projektantów sieci wentylacyjnych. To znak, że nawet pierwsze nasze konstrukcje opierają się trendom czasowym a wprowadzane w nie innowacje pozwalają utrzymywać się na Topie, mimo upływu lat.

Uniwersal znany jest z tego, że jego projektanci przywiązują szczególną wagę do tego, aby oferowane produkty wyróżniały się estetyką i kolorystycznym dostosowaniem do pokryć dachowych. Jak to ma znaczenie dla odbiorców i czy wpływa na możliwości sprzedażowe firmy?

Pracujemy z materiałem szczególnym. Jest to włókno szklane przesycone żywicą poliestrową. Ten rodzaj materiału powoduje, że już na wstępie ogromny wysiłek jest włożony w przygotowanie form. Pozostała jakość, estetyka w tym również kolor produktu nie może odbiegać od tak wysoko postawionej poprzeczki. Oczywiście mamy pewne wyselekcjonowane barwniki, które dobrze komponują się na dachach obiektów. Uważnie jednak wysłuchujemy zapytań rynkowych i wykonujemy produkty we wszystkich kolorach. Architekt decyduje o projekcie bryły obiektu, naszym zadaniem jest podążać za jego potrzebami. Widzimy, że rynek dobrze przyjmuje tę elastyczność, tym bardziej, że tylko nieznacznie wydłuża się proces realizacji zamówienia.

Czy technikę wentylatorową można pokazać w formie artystycznej?

To jest nasz drugi cel. Chociaż śmiem twierdzić, że praktycyzm formy pracy wentylatora z jego Dizajnem, stawiamy obok siebie na równym poziomie celów do osiągnięcia przy wdrażaniu nowych produktów. Wysoko cenimy wzornictwo przemysłowe. Nasz produkt, kilka lat temu został zresztą przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego wyróżniony. Również w reklamach łączymy różne formy sztuki, przemycając walory techniczne produktu. Jesteśmy w ten sposób bardzo już kojarzeni. Kiedyś z nami był Leonardo da Vinci, później zafascynowani lekturą Cervantesa przez ponad 20 lat wędrował z nami Don Kichote. Nasi odbiorcy lubią nas za to bardzo. Do historii przeszły targi Batimat w Paryżu, gdzie wpadliśmy na pomysł by na ścianach naszego stoiska zawiesić obrazy w eleganckich ramach. Treścią obrazów nie mogło być nic innego jak rysunki naszych wentylatorów. Sami Francuzi wpadli na pomysł parafrazowania nazwy naszej Firmy Na UNI-WERSAL nawiązując do wystroju Pałacu Wersalskiego pod Paryżem. Taka forma

Uniwersal pokazuje technikę wentylatorową w artystycznej formie

prezentacji zbliża i działa na emocjach, pozwala w ten sposób na łatwiejsze zapamiętanie i skojarzenie marki.

Obecnie przygotowujemy się też do wernisażu wszystkich naszych prac malarskich a mamy już ok. 250 wielkoformatowych rysunków. Nie mamy jeszcze skonkretyzowanego terminu ale chcielibyśmy jeszcze w tym roku spotkać się z naszymi odbiorcami w nieco innej scenerii, nie tylko technicznej, którą mamy na co dzień.

Doświadczenie pokazuje, że tego typu forma zbliża ludzi do siebie, wieczorek z techniką i jej artystycznym wizerunkiem przy dźwiękach muzyki na żywo z kieliszkiem szampana, pozwala odreagować stres i dobrze się poczuć. Chcemy o tym zawsze przypominać wszystkim, którzy mieli i mają z nami kontakt, bez nich nie byłoby naszego rozwoju.

Takie produkty firmy jak: wentylator dachowy do okapów kuchennych Vero-150, wentylator hybrydowy Mag, czy wywietrznik hybrydowy Monsun zostały uhonorowane w wielu prestiżowych konkursach. Jakie cechy tych produktów przyczyniły się do zdobycia tych wyróżnień?

Wszystkie te trzy produkty, otrzymały Godło Promocyjne Teraz Polska. Już samo przechodzenie kolejnych etapów selekcji konkursowej było dla nas budujące, świadczy bowiem o fakcie, że wszystko to na co my jako projektanci zwracamy uwagę przy tworzeniu nowego produktu, otrzymało ocenę pozytywną Jury Konkursowego, w którym zasiadają uznani specjaliści z różnych branż. Świadczy to o tym, że produkt oceniany jest spójny pod względem efektywności pracy, ekologii, jakości, dizajnu i estetyki. My na to właśnie zwracamy uwagę i sądzimy, że zostało to dostrzeżone przy ocenie.

Jaki wpływ na działalność Uniwersalu miała pandemia, a obecnie wysoka inflacja, zakłócenia w światowych łańcuchach dostaw, kryzys

energetyczny i niepewna sytuacja geopolityczna? Czy w takich warunkach łatwo jest inwestować, rozwijać się?

Musimy umieć żyć z tym niejako w symbiozie, robimy to co potrafimy najlepiej. Przeszkody oczywiście są i istnieć będą.

Żałujemy bardzo, że obecna sytuacja geopolityczna jest taka jaka jest. Zniweczyło nam to wiele lat ciężkiej pracy nie wspominając nawet o zaangażowanych środkach finansowych. Pamiętać jednak musimy o „Czarnych Łabędziach” w ekonomii.

Tę tezę wypromował już profesor Taleb . Miałem nawet przyjemność przeczytać jego książkę. Obecna sytuacja tylko potwierdza tę tezę nieprzewidywalnych trudności w życiu gospodarczym. One zawsze istnieją, my po prostu tylko nie wiemy kiedy i na jaką skalę będą one miały wpływ na to czym się na co dzień zajmujemy. Ja staram się być optymistą, choć nie ukrywam, że codzienność mojej pracy zawodowej wiąże się z rozwiązywaniem problemów. Jest to trudne ale do pogodzenia. Zespół osób zatrudnionych w naszym Przedsiębiorstwie to specjaliści. Pracują z oddaniem i angażują się w codzienność zawodową każdego dnia, nie tylko w ten „słoneczny” .

Jakie najważniejsze przedsięwzięcia inwestycyjno rozwojowe firma planuje w najbliższym czasie?

Wdrażamy dwa nowe produkty, jeden z nich wentylator dachowy Ora-160 już miał swoją premierę na targach Budma 2024 w Poznaniu, drugi- wentylator kanałowy Vento-400 – jest w tej chwili na etapie modelowania.

Oba te urządzenia odpowiadają na potrzeby rynku i mamy nadzieję, że spotkają się z dobrym przyjęciem przez inwestorów.

Uniwersal pokazuje technikę wentylatorową w artystycznej formie

Wieloletnia działalność Uniwersalu w branży wentylacyjnej zaowocowała nie tylko prekursorskimi rozwiązaniami, ale również pozycją firmy postrzeganej jako ekspert w dziedzinie wentylacji. Jak ta rola eksperta, doradcy jest realizowana w codziennej działalności firmy?

Projektowanie wentylacji zostawiamy projektantom tej branży. Oczywiście służyliśmy im radą w odpowiednich przeliczeniach i doborze, dopasowując je do potrzeb projektowych. To nasza codzienność. Mamy zresztą do tego specjalnie opracowane narzędzia w postaci algorytmów przeliczających.

W tym zakresie również unowocześniamy tę komunikację, tworzymy obecnie oprogramowanie doborowe bardzo przyjazne dla projektantów. Zaryzykowałbym modne dzisiaj określenie „AI” ściśle skonsolidowane z naszym katalogiem produktowym. Mam nadzieję, że już wkrótce ujrzy światło dzienne i będziemy mogli cieszyć się nowym narzędziem komunikacji technicznej z projektantami.

Kiedyś pytano przedsiębiorców jak realizują strategię społecznej odpowiedzialności biznesu, dziś chciałbym zapytać o realizację strategii ESG w Uniwersalu.

Strategia ESG, czyli planowanie rozwoju firmy w oparciu o cele zrównoważonego rozwoju, była z nami od zawsze. Zagadnienia środowiskowe i społeczne są u nas priorytetem. Trochę mam obawy przed oceną ładu korporacyjnego. Jesteśmy średniej wielkości firmą, pracującą w systemie kooperacji. Na co dzień mamy styczność z kilkoma podmiotami gospodarczymi, które wykonują dla nas podzespoły produkcyjne. Zaryzykuję również stwierdzenie, że te Firmy również biorą pewien udział w procesie projektowym a w takich sytuacjach trudno czasami uzyskać konsensus. Jednak podstawowy paradygmat w naszym biznesie – zaufanie – daje dobre efekty. Skupiamy specjalistów różnych branż, uczymy się od siebie nawzajem. Zadanie Zarządu jest więc ułatwione, dyskretna kontrola i doradztwo, cierpliwość dają dobre efekty. Każdego dnia robimy swoje, efekty tej strategii są widoczne

Uniwersal pokazuje technikę wentylatorową w artystycznej formie

więc delikatnie tylko korygujemy niedociągnięcia, trzymając się wytyczonych celów.



uniwersal