



Innowacjami zdobywamy świat – FAKRO kończy 30 lat

wywiad z Januszem Komurkiewiczem Członkiem Zarządu ds. Marketingu FAKRO, z okazji 30-lecia firmy.

FAKRO rozpoczęło swoją działalność w 1991 roku. Co sprawiło, że stało się najszybciej rozwijającą się w swojej branży firmą na świecie i polską, globalną marką? Jakie były kamienie milowe tego dynamicznego rozwoju?

Ojcem sukcesu marki FAKRO jest z pewnością sam Prezes Ryszard Florek, charyzmatyczny lider, który nie boi się podejmować ryzyka. To także zespół ludzi – nasz największy kapitał. Entuzjaści, ze swoimi nowatorskimi pomysłami, kwalifikacjami i zaangażowaniem. Przez pierwsze lata funkcjonowania firmy rozwijaliśmy produkt i naszą działalność na rynku rodzimym. W latach dziewięćdziesiątych okna dachowe w Polsce nie były powszechnie znane. Na początku skupiliśmy się więc na edukacji i promowaniu idei komfortowego życia na poddaszu z wykorzystaniem okien dachowych. Od razu postawiliśmy też na wysoką jakość produktu, innowacyjność i bycie z naszym produktem jak najbliżej Klienta.

Służyło temu prezentowanie naszych produktów na targach, na stałych wystawach budownictwa oraz w składach materiałów budowlanych, z którymi szybko nawiązaliśmy współpracę. Działania te spowodowały, że okna FAKRO stały się rozpoznawalne w kraju i stopniowo wśród klientów zagranicznych. Pierwsze transporty okien dachowych pod marką FAKRO wyruszyły w 1994 roku do Holandii i na Słowację. Nasze okna bardzo szybko zdobyły przychylność odbiorców w Europie. Dzisiaj produkty FAKRO można znaleźć w ponad 50-ciu krajach na całym świecie.

Co Panu sprawiło największą satysfakcję w procesie budowania marki?

Kluczowymi odbiorcami w przypadku naszej branży są architekci, dekarze, dystrybutorzy oraz inwestorzy indywidualni. Organizowane przez FAKRO od wielu lat szkolenia dla naszych partnerów, zarówno w terenie jak i w centrali firmy, są doskonałą okazją do przedstawienia naszej firmy, wymiany doświadczeń, a przede wszystkim budowania przyjacielskich i trwałych relacji. Te relacje dają wszystkim pewność i stabilność rozwoju. Od początku działalności wspieramy także sportowców i wydarzenia sportowe. Sponsorowanie sportu sprzyja kojarzeniu marki FAKRO z wolą zwycięstwa, uczciwą rywalizacją, dynamiką i zdrowiem. Wybieramy przy tym prestiżowe działania rangi międzynarodowej, które są odpowiednie do naszych międzynarodowych działań eksportowych. Jednym z przykładów takich działań jest sponsoring Polskiej Reprezentacji w Piłce Nożnej, który FAKRO realizuje nieprzerwanie od 2004 roku.

Na czym polega innowacyjność FAKRO i jaki udział w budowaniu tej innowacyjności ma własny ośrodek badawczo-rozwojowy firmy?

Innowacyjność i rozwój od początku wyznaczają ścieżkę FAKRO. To klucz do sukcesu na globalnym rynku. Rywalizacja w branży okien dachowych opiera się przede wszystkim na innowacyjnych rozwiązaniach. FAKRO jako jedna z pierwszych firm z branży budowlanej w Polsce utworzyła już w 1993 roku Dział Badań i Rozwoju. Dzisiaj na rzecz rozwoju produktów FAKRO pracuje ponad 100

konstruktorów, autorów ponad 180 zgłoszeń patentowych. Nieprzerwanie zwiększamy komfort mieszkania naszych klientów, co jest możliwe dzięki zwiększaniu jakości i funkcjonalności naszych produktów. Co roku wzbogacamy swoją ofertę, wdrażając nowe rozwiązania i technologie.

A propos innowacyjnych produktów – czy pamięta Pan kiedy w firmie powstało pierwsze nowatorskie rozwiązanie?

Innowacje i nowatorskie rozwiązania w dziedzinie produktów oraz maszyn i technologii produkcji towarzyszą nam już od samego początku działalności. Przełomowym jednak momentem, pamiętam dobrze był 2004 rok. FAKRO wprowadziło wtedy na rynek wyjątkowy produkt, okno uchylno-obrotowe preSelect o rozdzielonych funkcjach otwierania, gwarantujących stabilność i bezpieczeństwo użytkowania. Do dziś jest to najbardziej innowacyjne uchylno-obrotowe okno dachowe na rynku.

W ciągu 30 lat stolarka otworowa, w tym okna dachowe – flagowy produkt FAKRO, przeszły wyraźną transformację. Jak zmienił się w tym czasie rynek i sam produkt?

Od momentu powstania naszej firmy bardzo zmieniły się potrzeby i oczekiwania klientów oraz styl życia. Modne dzisiaj duże przeszklenia wpisują się w trend zrównoważonego, ekologicznego budownictwa. Oferowane przez nas produkty to połączenie nowoczesnego designu, rozwiązań gwarantujących dużą ilość dziennego światła z bezpieczeństwem

i łatwością obsługi. Nowoczesna architektura wymaga też łączenia wielu elementów stolarki w jeden spójny, kolorystycznie i technologicznie system. Poza nowoczesnym budownictwem pojawiła się potrzeba termomodernizacji budynków wykonanych w starych technologiach. To konieczne ze względów ekonomicznych, a także w celu zmniejszenia emisji CO₂ do atmosfery i zminimalizowania wszechobecnego smogu. W Polsce ponad 50% budynków zostało wybudowanych przed 1988 rokiem i większość z nich wymaga już remontu. Dla tego segmentu posiadamy już systemowe rozwiązania pozwalające wymienić stare okna na nowe. Nasze produkty ewoluowały wraz ze zmieniającymi się potrzebami klientów. Specjalistyczna wiedza i doświadczenia z różnych krajów oraz kontynentów pozwalają nam ciągle zaskakiwać klientów nowymi rozwiązaniami. Przykładem jest seria okien do dachów płaskich, które oprócz doświetlenia spełniają też dodatkowe funkcje. Można np. po nich chodzić gdy zamontowane są w płaskim dachu służącym jako taras lub mogą umożliwić wyjście na dach. Mogą też służyć jako przeszklenie w „zielonym dachu”.



Jak FAKRO będzie celebrować jubileusz 30-letniej obecności na rynku?

Ciągle mamy sporo ograniczeń więc z pewnością nieco inaczej niż poprzednie jubileusze. Takie momenty są jednak zawsze warte zatrzymania. Dla nas to przede wszystkim okazja do podziękowania zespołowi FAKRO za pracę i zaangażowanie. Będziemy też komunikować naszym partnerom, że to dla FAKRO wyjątkowy rok. To także ich święto. Ich praca i pasja przyczyniły się do sukcesu i obecnej pozycji FAKRO na rynku krajowym i globalnym. 30 lat działalności to dla klientów informacja, że jesteśmy rzetelną firmą, której można zaufać. Jest więc co świętować!

Czy pojawią się z tej okazji nowości produktowe?

FAKRO co roku wprowadza na rynek nowości produktowe, w 2021 roku koncentrujemy się na idei smartHome. To koncepcja inteligentnego domu, w którym wszystkie elementy stolarki budowlanej, czyli okna pionowe, dachowe, drzwi zewnętrzne i brama garażowa obsługiwane są w sposób zdalny, tworząc komfortowy dom. FAKRO smartHome działa w oparciu o technologię Z-Wave, kompletny, bezprzewodowy system komunikacji radiowej. Wszystkie produkty firmy FAKRO oferowane są w wersji elektrycznej już od kilku lat, zapewniając ciepły, energooszczędny i dynamicznie reagujący na potrzeby użytkownika i zmieniające się warunki atmosferyczne dom. Nowością przygotowaną na rok 2021 będą produkty autonomiczne. To produkty, które nie są podłączone do domowej sieci elektrycznej, ale zasilane są z akumulatorów, które na bieżąco ładowane są z paneli fotowoltaicznych. Możemy je również wpiąć do sieci domowej smartHome i obsługiwać za pomocą pilota lub smartfona.

Jaka kompleksowa oferta kryje się dzisiaj pod marką FAKRO?

Zaczynaliśmy od jednego typu okna produkowanego w dwóch rozmiarach.

Dzisiaj oferujemy pełną gamę rozmiarową okien dachowych o różnych konstrukcjach i sposobach otwierania. Perłą w koronie stolarki FAKRO są obecnie ekskluzywne, drewniano – aluminiowe okna pionowe pod marką FAKRO INNOVIEW. To supernowoczesne, piękne i trwałe okna, które mogą być produkowane w wymiarze 12 m szerokości i 2,8 m wysokości tworząc szklaną ale otwieraną przesuwnie ścianę w nowoczesnych salonach. Szeroką ofertę okien FAKRO uzupełniają akcesoria do okien dachowych, markizy zewnętrzne do okien pionowych oraz bramy garażowe, drzwi wejściowe i schody strychowe. Produkty FAKRO kompleksowo odpowiadają na wszystkie potrzeby klientów w zakresie stolarki budowlanej.

Jakie są tegoroczne nowe wyzwania dla FAKRO?

Wyzwaniem dla nas wszystkich jest z pewnością pandemia, która zakończyła trwający przez ostatnie lata bardzo dobry okres stabilnego i bezpiecznego wzrostu segmentu stolarki budowlanej. Dla wielu firm tymczasowe ograniczenie działalności może mieć bardzo negatywne konsekwencje. Los okazał się łaskawy dla naszej branży. FAKRO ma stabilną pozycję na rynku światowym, udało nam się przetrwać tę burzę i dalej rozwijać, między innymi dzięki mobilizacji pracowników. Wierzę, że będzie tylko lepiej i z kryzysu wyjdziemy jeszcze silniejsi. Wyzwaniem dla FAKRO i całej branży są w tym roku także nowe przepisy o efektywności energetycznej dla nowo powstających budynków, które obowiązują od początku roku. W efekcie, łączne zużycie energii nowych budynków ma być o 20 proc. niższe niż teraz. To oznacza bardziej restrykcyjne wymagania dla ścian, dachów i okien. Jesteśmy przygotowani do zmian, mamy odpowiednią wiedzę oraz motywację, będziemy więc obserwować rynek i nadal tworzyć innowacyjne produkty podnoszące jakość życia w domach na całym świecie.