

COMUNICATO STAMPA

TOSHIBA INCONTRA LA SUA RETE DI VENDITA E CHIUDE L'ANNO CON UN BILANCIO POSITIVO.

“COGLIERE LE NUOVE SFIDE PERCHÉ IL FUTURO È GIÀ INIZIATO”

Milano, novembre 2021 - Si è svolta a Bari con tre giorni di lavori la convention annuale con la rete di vendita Toshiba che, ben oltre al periodo particolarmente positivo spinto dalle incentivazioni fiscali e da una generale crescente consapevolezza sulla necessità di abbattimento delle emissioni, chiude l'anno con un bilancio molto positivo nelle vendite di sistemi per l'aria condizionata e pompe di calore sia nel residenziale che nel commerciale.

Consapevoli che il mercato dell'HVAC e dell'impiantistica in generale stia vivendo un periodo favorevole, è sempre più necessario garantire l'inserimento di nuove tecnologie che contribuiranno a migliorare l'efficienza energetica degli edifici, delle abitazioni e ad aiutare la transizione verso nuove fonti energetiche perché “ il futuro è già iniziato ”.

Sono molte le novità che amplieranno in modo trasversale l'offerta dei prodotti Toshiba: una nuova unità per il residenziale, l'ampliamento della gamma del prodotto HAORI, protagonista indiscusso nelle vendite di prodotti per il residenziale, nuove famiglie di sistemi per il light commercial come i Digital Inverter e nuovi sistemi VRF per gli edifici commerciali. È stato dedicato molto spazio ai sistemi *Estia a pompa di calore aria-acqua* che, come per tutto il comparto riscaldamento grazie alle ultime dinamiche del mercato come fattori trainanti, stanno godendo di importanti sviluppi tecnologici con un'offerta completa di unità all in one , unità esterne monoblocco , unità interne ed accessori per un servizio “chiavi in mano” da offrire al cliente finale.

Anche la nuova produzione di questi sistemi, in parte nella filiale produttiva Toshiba Carrier Air-Conditioning Europe Sp. z o. o. di Gniezno, in Polonia, permetterà a Toshiba

di ridurre i tempi di consegna dei prodotti e rafforzare la gamma.

“L’offerta di prodotti dei prossimi anni che il brand Toshiba sta introducendo nel mercato *sottolinea Daniele Spizzotin, General Manager Toshiba* - guarda con priorità a tecnologie che accelerino la riqualificazione degli edifici con soluzioni sostenibili. Il concetto di sostenibilità riguarda in primis i prodotti, ma non può prescindere dai servizi al cliente sia nelle fasi di prevendita che post vendita”.

Nelle tre giornate di incontri con le oltre 30 Agenzie Toshiba che operano in tutta Italia, non si è parlato solo di politiche commerciali, novità di prodotto, ampliamento delle gamme e novità tecnologiche, ma di valore delle persone, perché l’azienda è sempre più convinta che chi opera in questo settore abbia un ruolo fondamentale da svolgere come protagonista. Per questo motivo si è parlato della necessità di implementare la formazione di chi propone al mercato nuove tecnologie, di progetti di team building, di incontri con i clienti perché per cavalcare la digitalizzazione e la transizione ecologica le aziende hanno bisogno di persone con nuove competenze con cui condividere obiettivi e principi.

Sono in progetto per il 2022 molte iniziative di Marketing e Comunicazione digitale con il coinvolgimento dei canali social dell’azienda, in forte crescita. Creazione di contenuti per il cliente finale con l’impegno di guidarlo verso un acquisto consapevole di nuove tecnologie e attività user experience volte ad avvicinare il brand ad architetti, interior design e cliente finale. Confermate le attività per il canale professional, iniziative di trade marketing con formazione e servizi per i clienti grossisti e installatori.

Toshiba Italia Multiclina

Toshiba Italia Multiclina commercializza in esclusiva in Italia sistemi per climatizzazione e riscaldamento a marchio Toshiba: sistemi in pompa di calore aria-aria e aria-acqua con produzione di acqua calda sanitaria per applicazioni residenziali, commerciali e business e sistemi VRF in pompa di calore e recupero di calore. Toshiba contribuisce alla salvaguardia dell’ambiente sviluppando prodotti innovativi e di alto contenuto tecnologico, che abbiano il più basso impatto ambientale possibile. Per questo dal 2017 ha lanciato NATUR32, proponendo prodotti in grado di soddisfare questi importanti requisiti di sostenibilità ed efficienza. Da fine 2011 fa parte del gruppo Beijer Ref, un’area di business della multinazionale svedese Beijer Ref AB, gruppo leader nel commercio all’ingrosso per il settore della refrigerazione, con fatturato stimato intorno al miliardo di euro, che detiene la commercializzazione della climatizzazione Toshiba in tutta Europa.

Ufficio Stampa Toshiba

Barbara Bargna Communication

Tel. +39.3356844769

info@barbarabargna.it