



# JÖVŐT ÉPÍTÜNK

## – TOMASZ GRELA, AZ ALUPROF S.A. IGAZGATÓTANÁCSÁNAK ELNÖKE

**Grzegorz Przepiórka: Már több mint 10 éve áll az Aluprof élén. Mi változott ez idő alatt a vállalatnál és magában az iparágban?**

Tomasz Grela: Igen, valóban, már több mint egy évtizede itt vagyok, bár jómagam nem érzem az idő múlását, hiszen ez a munka igazán nagy megelégedéssel tölt el, és még mindig új kihívásokat tartogat számomra. Azt mondhatom tehát, hogy szívesebben tekintek a jövőbe, mint vissza a múltba, viszont az utóbbi tíz év alatt valóban sok minden megváltozott – jobb lett. Amikor elvállaltam ezt a pozíciót, a cég éves forgalma 400 millió zloty körül mozgott, ma pedig már meghaladja az 1,2 milliárd zlotyt is. Jelen pillanatban is folyik a bielsko-biała-i és opolei gyártóüzemek bővítése, megvettük a második függőleges festősorunkat, ősszel nyitjuk meg a Kutatási- és Innovációs Központunkat, bemutatótermünk pedig már ez év eleje óta látogatható, ahol az építészeknek, gyártóknak és

végfelhasználónak is lehetőségük nyílik az Aluprof termékeit egy nem mindennapi elrendezésben megtekinteni. Jelen pillanatban az iparág vezető vállalata vagyunk a hazai piacon, és meghatározó szereplőnek számítunk az európai szinten is. Következésképpen bővítjük a tevékenységi területeinket, az ügyfeleink körét, és természetesen évről évre növeljük a nyereségünket.

**G.P.: Milyen változások történtek az iparágban?**

T.G.: Az elmúlt 20-25 évben az alumíniumgyártás megháromszorozódott. Mostanára már a nyersanyag lengyel exportja az egymillió tonnát is meghaladja. A felhasználók körébe tartozik többek között az építőipar, az autóipar és a csomagolóipar is. Az alumínium számos területen egyedi, pótolhatatlan anyag, és újrahasznosítható is. A nyersanyag újrahasznosíthatóságának köszön-

hetően a gyártás során 20-szor kevesebb energia felhasználása szükséges, szemben az elsődleges előállításal.

A globális trendek és az Európai Unió által előírt környezetvédelmi követelmények a CO<sub>2</sub> kibocsátás csökkentésére irányulnak, és az erőforrás- és energiahatékony gazdaságot ösztönzik. A jövő építőipara környezettudatosságra törekszik, ez pedig szempont magánál a nyersanyagnál is, mint amilyen az alumínium, hiszen jól beilleszthető a fenntartható fejlődést támogató trendekbe. Az alumínium felhasználása lényeges eleme az épületek kivitelezésének, nemcsak az energiatakarékosság, hanem az energiatermelés szempontjából is.

### **G.P.: Ön hogyan látja az alumínium iparág jövőjét?**

T.G.: Bár maga az alapanyag már 200 éve ismert, továbbra is innovatívnak tekinthető, és a technológiai forradalom „hajtóereje”. Az alumíniumot tulajdonképpen az ipar szinte valamennyi ágazatában használják. Ami bennünket leginkább érdekel, az természetesen az építőipar – alumínium homlokzatok, ablakok, ajtók, redőnyök – mind könnyű és tartós. Az alumínium profilok felhasználása a tervezési lehetőségek széles skáláját nyújtja, különösen irodaházak és nagyméretű kereskedelmi épületek esetében. A felmérések szerint a termékek élettartama (különösen igaz ez a nyílászárókra) akár a 80 évet is elérheti. A nem kereskedelmi jellegű projektek esetében is egyre gyakrabban használnak alumíniumelemeket. Az efféle design összhangban van az ipari lakberendezés divatjával, például egy keskeny keretbe nagy üvegtáblákat illeszthetünk, amire az alumínium jelenti a megoldást. A hangszigetelés, tűz- és betörés elleni védelem, sőt már az áradással szembeni védekezés területén is számos megoldást kínálunk. Ezzel kapcsolatban elmondhatom, hogy az ablakaink bevizsgálása pozitív eredménnyel zárult, ezek megfelelően használhatók akár családi házak esetében is.

### **G.P.: Az alumínium számtalan előnyét felsoroltuk, de a felsorolásnak még nincs vége...**

T.G.: Az alumíniumnak nagy a plaszticitása, ezért a segítségével még a legmerészebb építészeti

tervek is megvalósíthatók, melyet számos egyedi megoldás bizonyít. Az alumíniumrendszerek a teljes színskálával lefesthetők, és szinte bármilyen felületi hatást elérhetünk vele: matt, fényes vagy strukturált felületet, de akár faerezetűnek hatót is. Az urbanizációs trend, az egyre növekvő energiagigény, az éghajlatváltozás – mindez innovatív és egyben környezetbarát megoldásokat igényel. Véleményem szerint az alumínium választ ad ezekre a kihívásokra.

Ebből a megállapításból kiindulva többek között a Sziléziai és a Krakkói Műszaki Egyetemmel, valamint a Bilesko-Biała-ban lévő Műszaki-Humán Akadémiával közösen kidolgoztunk egy programot, mely az „Aluprof 4 future” nevet viseli. Támogatjuk a fiatal építészeket és a jövő építőmérnökeit az alumíniumrendszerekkel kapcsolatos kiegészítő információk átadásával és a kompetenciájuk bővítésével. A projekt kulcsfontosságú eleme, hogy megkönnyítsük az iparág megismerését, melyet gyárlátogatásokkal, szakemberek előadásával, konferenciákkal, tudományos tanácskozásokon való részvételi lehetőséggel, valamint a hallgatók számára szakmai gyakorlatok és gyakornoki programok lehetőségének biztosításával segítünk elő.

### **G.P.: Ez hogyan illeszkedik be a cég fejlődési tervébe?**

T.G.: El kell ismernem, hogy a lengyel asztalosipari piac fejlődése elsősorban a külföldi piacokon tanúsított tevékenységnek köszönhető. Az elmúlt öt évben az értékesítés 9 %-kal, az export pedig ezzel egyidejűleg 64 %-kal nőtt, így a fő célunk az export növelése. Büszkeséggel tölt el, hogy jelenleg is 55 országgal működhetünk együtt, és az export adja a teljes értékesítés 40%-át. Az Amerikai Egyesült Államok, Kenya, Szenegál, Irán és Mongólia is az ügyfeleink közé tartozik. Termékeink csaknem a világ minden táján elérhetőek. Célunk, hogy 2020-ra az árbevételünk meghaladja a 1,5 milliárd zlotyot. Ugyanakkor rugalmasak vagyunk, fel vagyunk készülve a piac változó elvárásaira és egyéb tényezőkre is, melyeket szintén az előnyünkre szeretnénk fordítani. Számos külföldi kutatóintézetrel működünk együtt olyan tanúsítványok megszerzése céljából, melyek lehetővé teszik, hogy a rendszereinket az új piacokon értékesíthessük. Nemrég bejegyeztettük rendszereinket a svéd BVB

szervezetnél, amely a termékeket újrafelhasználhatóság szerint is elbírálja, és újabb EPD környezetvédelmi tanúsítványokat szereztünk meg.

Az exporttevékenységünk is lehetőséget nyújt az országunkról alkotott kép formálására – a legmagasabb színvonalú termékeket kínáljuk, a kiállítószalonokon pedig mindig kihangsúlyozzuk lengyel származásunkat.

### **G.P.: Az Aluprof ügyfelei maguk is tapasztalják a lendületes növekedést?**

T.G.: Természetesen. Kezdetektől fogva gondoskodtunk arról, hogy a termékeinket a lehető legrövidebb időn belül, a legjobb minőségben, a legjobban juttassuk el az ügyfeleinkhez. Alumíniumrendszereket gyártunk – nem önálló ajtókat és ablakokat, ezért olyan örömteli látni, hogy Lengyelország vezető szerepet tölt be az épületasztalos termékek európai exportjában, és a felmérések szerint ez az iparág teszi ki az Európai Unió országai által termelt teljes külföldi értékesítés csaknem egynegyedét. Az épületasztalos szegmensben lévő hézagokat a lengyel cégek töltötték ki. Lenyűgözőnek tartom az Aluprof ügyfelei – az Európa-szerte ismert, legjobb minőséget képviselő lengyel cégek kiviteli értékesítési eredményeit. Mindez a külföldi piacokat megcélzó márkáépítés kemény munkájának gyümölcse. Együtt növekszünk, az ügyfeleink pedig aktívan támogatják az általunk kínált megoldásokat és a lengyel műszaki gondolkodást a külföldi piacokon.

### **G.P.: Mi jellemző az ügyfélkapcsolataikra?**

T.G.: Ahogyan említettem, az ügyfeleinkkel együtt növekszünk – ők azok, akik egyre összetettebb projekteket valósítanak meg, szinte rábírván a kivitelezőket és építészeket a megoldásaink alkalmazásának szükségességére. Ez jelentette az első áttörést, amely eddig elválasztott minket a kulcsszerepet betöltő építészekről. Elég volt bizonyítani, hogy érdemes bízni bennünk, s ez sikerült is. Manapság az ügyfeleink azt tapasztalják, hogy együttműködhetnek egy erős márkával, egy abszolút rugalmas partnerrel, aki készen áll az új kihívásokra, és nem utolsó sorban, aki egy valóban bevált, széles körű termékválasztékkal is rendelkezik, amely maximálisan beleillik az építőipar jelenlegi és jövőbeni trendjeibe. Arra törekszünk,

hogy az építészek, a befektetők, a kivitelezők és mindenki, aki az Aluprofot ismeri, a legjobb minőségű és legszélesebb termékcsalájjal rendelkező márkára asszociáljon.

### **G.P.: Sok terv, előrejelzés, jóslatok. Nem túl optimista hozzáállás ez az Ön részéről?**

T.G.: Ebben az esetben nem kell optimistának lennem, ez a színtiszta valóság (nevet). 2019 második negyedévét az eladás és gyártás újabb rekordjával zártuk. Idén már elnyertük a legfontosabb szakmai elismeréseket: a „Lengyel Gazdaság Gyöngyszeme”, a „Forbes Gyémántjai” díjakat, és immár sokadszor szerepelünk a „Wprost” hetilap rangsorában (200 Legnagyobb Cég, 100 Nagykövet, 50 Gepárd), ahol minden kategóriában javítottunk a korábban elfoglalt helyezésünkön. A múlt évben felkerültünk a Top 500 legnagyobb márkák listájára, olyanok közé, mint a Mercedes, Philips vagy az Onet. Az eladások 100 milliós növekedése kifejezetten reális eredmény. A gyártás viszont csak az érem egyik oldala. Nap mint nap foglalkozunk a jövő építésével is. Az innováció a másik ismertetőjegyük.

### **G.P.: A határidőnaplója bizonyára csordultig tele van. Viszont nyakunkon a nyár – a vállalat fejlődésének ebben a szakaszában van-e egyáltalán esélye szabadságra menni?**

T.G.: Napjaink mottója így szólhatna: éj el minél többet a lehető leggyorsabban. Úgy véljük tehát (és ez jónéhány munkaadóra és munkavállalóra egyaránt érvényes), hogy a munkaidő meghosszabbításával és a pihenés feláldozásával a vállalat és mi magunk is többet nyerünk, és gyorsabban elérjük a céljainkat. Csak vicceltem, ez távol áll a valóságtól! Hiszen egy kipihent és elégedett alkalmazott hatékonyabban is dolgozik. A környezetváltozás, a sokféle tevékenység, a pihenés mind-mind segítenek abban, hogy kiadjuk a fáradt gőzt vagy kicsit megfeledkezzünk a munkahelyi kihívásokról... Éppen ezért a naptáramban mindig van helye a szabadságnak, a családdal és barátokkal töltött időnek, hiszen ez tölt fel energiával, ad új perspektívát, és lehetővé teszi, hogy még hatékonyabban végezhessem a munkám.