



# WIJ CREËREN DE TOEKOMST

## – TOMASZ GRELA, CEO ALUPROF SA

**Grzegorz Przepiórka: U staat al meer dan 10 jaar aan het roer van Aluprof. Wat is er in die tijd verandert in uw bedrijf en in de branche?**

Tomasz Grela: Ja, het is inderdaad al meer dan een decennium. Hoewel ik zelf het verstrijken van de tijd niet voel, geeft dit werk me veel voldoening en brengt het me nog steeds nieuwe uitdagingen. Je zou kunnen zeggen dat ik liever naar de toekomst kijk dan naar het verleden, maar inderdaad, in de afgelopen tien jaar is er veel veranderd – ten goede. Toen ik begon in deze functie schommelde de jaarlijkse omzet van het bedrijf rond de 400 miljoen zloty [ca. 95 miljoen euro]. Op dit moment is dit 1,2 miljard zloty [ca. 280 miljoen euro]. Op dit moment breiden we de productiebedrijven in Bielsko-Biała en Opole verder uit, hebben we een tweede verticale laklijn aangekocht, in de herfst starten we met het Centrum voor Onderzoek en Innovatie en sinds het begin van dit jaar hebben we een showroom waarin ar-

chitecten, producenten en eindklanten de producten van Aluprof kunnen bekijken in interessante opstellingen. Op dit moment zijn wij marktleider in deze branche in Polen en tellen we mee op het Europese speelveld. We breiden onze activiteiten en klantenportefeuille systematisch uit en onze winst neemt jaarlijks verder toe.

**G.P.: En wat is er verandert in de branche?**

T.G.: In de loop van de laatste 20-25 jaar is de productie van aluminium verdrievoudigd. Nu al bedraagt de Poolse export van deze grondstof meer dan een miljoen ton. De afnemers zijn o.a. de bouwindustrie, auto-industrie en verpakkingsindustrie. Aluminium is een ongeëvenaard materiaal op diverse gebieden en perfect recycleerbaar. Dankzij het gebruik van gerecycleerde grondstoffen bij de productie verbruiken we 20 keer minder energie dan bij gebruik van primaire grondstoffen.

De mondiale trends en milieueisen die worden opgelegd door de Europese Unie om de CO2-productie te verlagen, stimuleren een grondstofarme en energiezuinige economie. De bouw van de toekomst is ecologisch bewust. Dit biedt perspectieven voor een grondstof als aluminium, omdat die perfect past in de trend van duurzame ontwikkeling. Het gebruik van aluminium is een belangrijk onderdeel van de constructie van gebouwen die niet alleen energie besparen, maar ook produceren.

### **G.P.: Hoe ziet u in dat geval de toekomst van de aluminiumbranche?**

T.G.: Hoewel het materiaal zelf al 200 jaar bekend is, wordt het nog steeds gezien als innovatief en „aandrijver“ van de technologische revolutie. Vrijwel iedere tak van industrie gebruikt het. Wij zijn natuurlijk het meest geïnteresseerd in de bouw – aluminium gevels, ramen, deuren en rolluiken zijn licht en duurzaam. Het gebruik van aluminium-profielen biedt een breed spectrum aan constructiemogelijkheden, vooral in kantoorgebouwen en grote commerciële objecten. Onderzoeken tonen aan dat de duurzaamheid van hun exploitatie (in het geval van raamkozijnen) maar liefst 80 jaar bedraagt. Ook niet-commerciële projecten maken steeds vaker gebruik van aluminium componenten. Dat design past goed in de mode van industriële interieurs, waar op smalle kozijnen grote glasplaten worden gemonteerd. Aluminium biedt die mogelijkheden. We hebben ook veel te bieden op het gebied van geluiddichtheid, brandveiligheid, inbraakpreventie en recent zelfs bescherming tegen overstromingen. Op dit gebied zijn onze ramen positief uit diverse tests gekomen. Ze worden eveneens toegepast bij de bouw van eengezinswoningen.

### **G.P.: Dat zijn behoorlijk veel voordelen, maar waarschijnlijk nog niet alle...**

T.G.: Aluminium is bijzonder plastisch, waardoor zelfs de meest gedurfde architectonische ontwerpen kunnen worden uitgevoerd. Bewijs hiervoor zijn de talloze individuele oplossingen. Aluminiumsystemen bieden ook een volledig gamma aan kleuren en texturen waarmee ze behandeld kunnen worden: zowel mat, glanzend of met structuur, maar ook houtimitatie.

Verstedelijking, de toenemende vraag naar energie en klimaatverandering – al deze trends vereisen het gebruik van innovatieve en milieuvriendelijke oplossingen. Aluminium is volgens mij het antwoord op deze uitdagingen.

Op basis van deze bewering hebben we samen met o.a. de Technische Universiteiten van Śląsk en Krakau en de Academie voor Techniek en Geesteswetenschappen uit Bielsko-Biała het programma „Aluprof 4 future“ ontwikkeld. We ondersteunen jonge architecten en toekomstige bouwkundig ingenieurs bij het aanvullen van hun kennis en het vergroten van hun competenties op het gebied van aluminiumsystemen. Het belangrijkste onderdeel van dit project is het vergemakkelijken van de kennismaking met de branche door middel van bezoeken aan onze productiebedrijven, lezingen door deskundigen, deelname aan conferenties, wetenschappelijke bestuursraden en de mogelijkheid om deel te nemen aan studentenstages en -praktijken.

### **G.P.: Op welke manier beïnvloedt dit de ontwikkelingsplannen van het bedrijf?**

T.G.: We moeten hierbij vaststellen dat de Poolse raam- en deurenbranche zich hoofdzakelijk ontwikkelt dankzij activiteiten op buitenlandse markten. In de afgelopen vijf jaar hadden we een verkoopstijging van 9%. In dezelfde tijd steeg de export met 64%. Ons belangrijkste doel is daarom het vergroten van de exportverkoop. Op dit moment kunnen we bogen op samenwerking met 55 landen en onze export maakt 40% uit van onze totale verkoop. Onder onze afnemers zijn de Verenigde Staten, Kenia, Senegal, Iran en Mongolië. Onze producten bereiken vrijwel iedere uithoek van de wereld. Onze doelstelling voor 2020 is het overschrijden van de drempel van 1,5 miljard PLN [350 miljoen euro] omzet. We gaan echter niet uit van een rigide kader – we willen klaar zijn voor veranderende verwachtingen van de markt en andere factoren. Dit biedt ons een voorsprong. We gaan samenwerken met nieuwe buitenlandse onderzoeksinstituten om certificaten te verkrijgen waarmee onze producten worden toegelaten op nieuwe markten. Onlangs hebben we onze systemen geregistreerd bij de Zweedse economische vereniging die producten beoordeelt met het oog op duurzame ontwikkeling en we hebben opnieuw EPD-milieucertificaten verkregen.

Onze exportactiviteiten bieden ons ook de gelegenheid om te werken aan de beeldvorming van ons land – we bieden producten van de hoogste kwaliteit en op beurzen onderstrepen we altijd de Poolse afkomst.

**G.P.: Voelen de klanten van Aluprof deze dynamische groei?**

T.G.: Natuurlijk. Al vanaf het begin zorgen we ervoor dat onze klanten de producten zo snel, volledig en zo goed mogelijk ontvangen. We produceren aluminiumsystemen - geen afgewerkte ramen en deuren. Daarom is het zo verheugend dat Polen exportleider is op het gebied van schrijnwerk in Europa en, zoals blijkt uit analyses, verantwoordelijk is voor bijna een kwart van de volledige buitenlandse verkoop door EU-landen. Poolse bedrijven hebben de niche in het schrijnwerkerssegment opgevuld. Ik ben onder de indruk van de exportresultaten van de klanten van Aluprof – Poolse ondernemingen die bekend zijn in heel Europa en worden geassocieerd met producten van de hoogste kwaliteit. Dit is de beloning voor onze inspanningen om het merk op te bouwen op buitenlandse markten. We groeien samen en onze klanten bevorderen onze oplossingen en het Poolse technische gedachtengoed actief op de buitenlandse markten.

**G.P.: Wat is kenmerkend voor de relatie met de afnemers?**

T.G.: Zoals ik al zei, we groeien samen met de klanten – zij zijn het die door de uitvoering van steeds complexere projecten, aannemers en architecten op de een of andere manier dwingen om onze oplossingen toe te passen. Dit waren de eerste gevallen, waarmee de muur die ons scheidde van de belangrijkste architecten werd afgebroken. Het was voldoende om te bewijzen dat ze ons konden vertrouwen. En dat is gelukt. Momenteel is het onze strategie om klanten de mogelijkheid te bieden samen te werken met een sterk merk, een maximaal flexibele partner die bereid is om nieuwe uitdagingen aan te gaan en die vooral een bijzonder breed gamma aan beproefde producten te bieden heeft die met succes kunnen worden toegepast in actuele en toekomstige bouw trends. We doen ons best om ervoor te zorgen dat architecten, investeerders, aannemers

en iedereen die het merk Aluprof kent, de producten associeert met de hoogste kwaliteit en brede toepassingsmogelijkheden.

**G.P.: Veel plannen, prognoses en voorspellingen. Bent u niet een te grote optimist?**

T.G.: In dit geval hoef ik geen optimist te zijn – dit is puur realisme (lacht). Het tweede kwartaal van 2019 sluiten we opnieuw af met verkoop- en productierecords. We hebben dit jaar al de belangrijkste brancheonderscheidingen ontvangen: Grote Parel van de Poolse Economie, Forbes Diamant en het weekblad „Wprost” heeft ons opnieuw opgenomen in hun overzichten (200 Grootste Bedrijven, 100 Ambassadeurs, 50 Businessstijgers), waarbij we in elk van deze categorieën onze positie hebben verbeterd. Vorig jaar bevond ons merk zich in de ranking Topmerk onder de 500 grootste merken als Mercedes, Philips of Onet [Pools internetportaal] Een verkoopstijging met 100 miljoen is een zeer realistisch resultaat. Productie is slechts een kant van de medaille. We houden ons ook dagelijks bezig met de bouw van de toekomst. Innovatie staat hoog in ons vaandel.

**G.P.: Uw agenda is waarschijnlijk overvol. De vakantie staat echter voor de deur – bestaat er bij deze ontwikkeling van het bedrijf wel een kans op vakantie?**

T.G.: Het motto van deze tijd zou kunnen zijn: bereik zo veel mogelijk in zo weinig mogelijk tijd. We zijn daarom geneigd te denken (dit geldt zowel voor sommige werkgevers als voor werknemers) dat verlengen van de werktijd en afzien van ontspanning leidt tot grotere winst en sneller bereiken van de targets. Niets is minder waar! Een uitgeruste en tevreden werknemer is veel efficiënter op zijn werk. Een verandering van omgeving, verschillende vormen van activiteiten en ontspanning – op die manier kun je afreageren en afstand nemen van lastige kwesties op het werk... Daarom is in mijn agenda altijd ruimte voor vakantie, om tijd door te brengen met familie en vrienden. Dat geeft me nieuwe energie en een frisse blik en het zorgt ervoor dat ik mijn taken veel efficiënter kan uitvoeren.