



Rozmowa z Janem Kidajem, prezesem firmy Aliplast, która w tym roku świętuje 20-lecie istnienia.

Pewnie miał Pan dwie dekady temu jakieś założenia, gdy powstawał Aliplast. Jak się miała rozwinąć firma w pańskich wyobrażeniach?

Były pewne założenia na początku, postawiłem też przed sobą cele, ale nie wiem, czy po dwóch dekadach precyzyjnie je odtworzę. Bez wątpienia moim marzeniem było, aby firma miała przynajmniej krajowy zasięg. Teraz ten zasięg jest

globalny, więc udało się tu przebić wstępne założenia. Zależało mi też na tym, by być obecnym na wszystkich obszarach działań naszej branży, czyli mieć dobre produkty, zarówno wewnętrzne jak i zewnętrzne. Przez lata realizacja tej wizji doprowadziła do tego, że dziś Aliplast jest obecny na wszystkich frontach budowlanych i ma bogatą gamę wyrobów, co wróży dobrze na przyszłość. Można więc powiedzieć, że moje założenia były skromniejsze od rzeczywistości, ale to kwestia mojej osobowości. Nie jestem jednym z tych, którzy lubią fantazjować i mieć niemożliwe do spełnienia marzenia.

Który moment w historii Aliplastu uważa Pan za kluczowy w kontekście historii firmy?

Sądzę, że kluczowa była decyzja o wejściu na poziom wielkoformatowej firmy. Był to 2008 rok. Wówczas zapadła decyzja o zainwestowaniu w moce produkcyjne i stworzeniu potencjału pod przyszłą rozbudowę. Wówczas wyposażyliśmy zakład w nowe prasy i wiele innych maszyn. Efektem tamtej decyzji jest stan dzisiejszy, a o jej słuszności niech świadczy fakt, że wówczas nie doszacowaliśmy naszego potencjału i zaczęło nam już brakować miejsca pod rozwój. Na szczęście po ostatnich zakupach mamy kolejną przestrzeń do dyspozycji, co gwarantuje nam rozwój na kolejną dekadę.

Jak ocenia Pan obecną pozycję Aliplastu na rynku?

Jeżeli mielibyśmy patrzeć na różnego rodzaju rankingi budowlane na podstawie przychodów firm, to wydaje mi się, że jesteśmy niekwestionowanym numerem dwa na rynku polskim i w pierwszej dwójce w poszczególnych krajach, w których jesteśmy najbardziej aktywni. Mówię tu o takich krajach jak Słowacja, gdzie jesteśmy numerem jeden, czy o Węgrzech, gdzie plasujemy się na drugiej pozycji. W wielu innych krajach pretendujemy do topowej dziesiątki. Myślę, że to jest silna pozycja i na pewno kontynuacja tego rozwoju będzie naszym celem.

A jakie kierunki rozwojowe obierze w najbliższym czasie firma?

Dwa lata temu rozpoczęliśmy zdobywanie doświadczenia w takich obszarach, jak pergole, mała architektura wokół domu, osłony. Uważam, że to duży segment, który być może nie dorówna naszej głównej działalności, ale drzemie w nim duży potencjał. W przypadku pergoli rozpoczęła się w tym roku już regularna sprzedaż, a każdego miesiąca realizujemy kilkanaście tego typu zamówień. Mamy też w ofercie żaluzje fasadowe SunFas, które powoli wypierają tradycyjne rolety okienne i odnotowujemy spory rozwój tej kategorii produktowej. W portfolio mamy też zip screeny, które są często integralną częścią pergol. Do tego cały czas rozwijamy aktualne systemy pod kątem wyzwań termicznych.

forumbranzowe.com

Aliplast
[press box](#)