

20 lat na rynku felg. Jubileusz Alcar Polska

data aktualizacji: 2019.10.08



AEZ Panama RR Sport

Czego przy okazji 20-lecia firmy życzy sobie dyrektor generalny Alcar Polska? - Dalszego stabilnego rozwoju firmy i normalizacji warunków, w jakich funkcjonujemy - odpowiada Grzegorz Krzyżanowski. Wiele mówi to o kondycji firmy, która w roku 2019 świętować będzie jubileusz. To dobra okazja do podsumowań i dyskusji o przyszłości. Jak przez ostatnich 20 lat zmieniała się branża felg w Polsce? Jak będzie wyglądać w najbliższych latach?

Alcar Polska powstał w 1999 roku jako jeden z lokalnych oddziałów austriackiej firmy Alcar Holding, z siedzibą w Hirtenbergu niedaleko Wiednia. Dziś jest ich piętnaście w całej Europie. - Od początku założenie było takie, że budujemy firmę od zera, a nie w oparciu o istniejący podmiot. Końcówka lat dziewięćdziesiątych to był bardzo dobry czas na rozpoczęcie takiej działalności. Ludzie zaczęli interesować się felgami - opowiada o początkach szef firmy. Pytany o sprzedaż felg w Polsce w porównaniu z innymi krajami Europy, plasuje nas w środku stawki. - Świetnie felgi sprzedają się w Finlandii, Szwecji, we Włoszech, w Czechach. O Niemczech, które są liderem, nawet nie wspominam - mówi. Zaznacza jednak, że o ile wartości bezwzględne sprzedanych felg wyglądają w Polsce dobrze, o tyle liczba sprzedanych felg w stosunku do sprzedanych w kraju nowych opon jest u nas stosunkowo niska. - Moglibyśmy, i to pokazuje rynek czeski, sprzedawać felg nawet dwukrotnie więcej - podkreśla. Większość felg aluminiowych Alcar (80%) powstaje we własnej, bardzo nowoczesnej fabryce, w Neuenrade, pod Kolonią. Felgi aluminiowe tego producenta dostępne są w trzech markach - AEZ, DOTZ i DEZENT.

W przypadku felg stalowych większość z nich, pod własną marką ALST (dawniej KFZ) powstaje w

fabryce Maxiona Lemmerza w Königswinter w Niemczech (1,8 miliona sztuk rocznie). Jest to niewielka część ogromnej produkcji tej fabryki, która jest głównym światowym dostawcą felg stalowych na pierwszy montaż – OE. Siłą rzeczy felgi na rynek wtórny produkowane z logo ALST dla firmy Alcar są identyczne z felgami produkowanymi na OE.

We własnej fabryce Alcar w Szwajcarii powstaje kolejnych 1,2 miliona felg rocznie i tu już cała produkcja trafia na rynek wtórny.

– Naszą sprzedaż w Polsce realizujemy poprzez współpracę ze wszystkimi liczącymi się na rynku firmami oponiarsko-felgowymi. Działamy ze wszystkimi największymi i najważniejszymi podmiotami w kraju. Kontrolujemy w pewnym sensie rozmieszczenie geograficzne naszych partnerów, aby te podmioty, które działają pręźnie i dobrze, nie musiały martwić się o lokalną konkurencję. Sama firma Alcar Polska nie zmieniła się znacząco przez te dwadzieścia lat. Zaczynaliśmy od dziesięcioosobowego zespołu. Dziś pracuje u nas piętnaście osób. Pierwsza siedziba mieściła się w Piasecznie, a od 2010 roku stacjonujemy w położonej niedaleko tego miasta Wilczej Górze – opowiada dyrektor firmy. Pytany o największe osiągnięcie dwudziestolecia, mówi o grupie lojalnych, zaprzyjaźnionych klientów, którzy są największą wartością firmy.

Poprzednie lata były... inne

Przez lata było tak, że wiosną, kiedy zwyczajowo rośnie sprzedaż nowych samochodów, rosła też sprzedaż felg aluminiowych. – Od paru lat sytuacja się zmienia. Zauważyliśmy, że wskutek tego, że coraz więcej aut wyjeżdża z salonów na felgach aluminiowych, ich właściciele nie szukają już obręczy tuż po zakupie auta. Dotychczas 70% sprzedaży felg aluminiowych odbywało się na wiosnę, przy okazji wymiany zimowych opon na letnie. Teraz proporcje się zmieniły. Nawet 60% sprzedaży alu zrealizowaliśmy jesienią, kiedy właściciele aut kupowali opony zimowe i decydowali się na kompletne koła z felgami. Z drugiej strony, w świadomości wielu kierowców pozostaje przywiązanie opon zimowych do felg stalowych, dlatego ten sektor też trzyma się bardzo dobrze i notujemy tu wzrosty rok do roku na poziomie 15% – mówi dyrektor Alcar Polska. Dodaje, że w minionym roku wzrosła też sprzedaż czujników TPMS, które firma również ma w swojej ofercie. – Na tym rynku panuje duża konkurencja. Dealerzy aut obniżają ceny czujników, bo chcą za wszelką cenę zatrzymać klientów w swoich autoryzowanych serwisach – mówi o kulisach rynku nasz rozmówca.

Wybór felgi to rzecz gustu?

– Tak, ale do tego tematu należy podchodzić bardzo delikatnie – mówi Grzegorz Krzyżanowski. Same techniki, ale też błędy dotyczące sprzedaży felg to temat na odrębny artykuł. – Organizujemy we współpracy z naszymi dystrybutorami specjalne szkolenia na temat zasad doboru felg. Klient nieraz szuka wsparcia i porady eksperta. Jeśli prosi wprost o poradę, jaką wybrać felgę do swojego auta, kardynalnym błędem jest odpowiedź w stylu „To już pan musi sam zdecydować według własnego gustu i uznania”. Taka odpowiedź jest równoznaczna z odesłaniem klienta do domu – zaznacza. Rzeczywiście wybór felgi aluminiowej spośród 70 dostępnych w ofercie modeli może nie być łatwy. Pomocny tutaj na pewno będzie konfigurator felg. – To klucz do sukcesu. Dobry konfigurator wskaże tylko te felgi, które spełniają wszystkie wymogi danego auta. Bo może być taka sytuacja, że felga rozmiarem, rozstawem, oraz odsadzeniem pasuje do samochodu, ale ma inną nośność. I mamy problem. Również moc silnika ma znaczenie.auta z mocniejszymi silnikami mają często większe zaciski hamulcowe i zamontowana może być do nich tylko felga o większej średnicy. Dlatego mamy konfigurator, który jest pierwszym krokiem w doborze felgi. Drugi krok to wybór designu z dostępnych modeli. W trójwymiarowym obrazie 3D można obejrzeć auto z wybraną felgą pod każdym kątem. To bardzo ułatwia podjęcie decyzji – opowiada G. Krzyżanowski. Podkreśla, że w najbliższych latach w ofercie pojawi się wiele felg w zupełnie nowym designie. – Otwieramy się na nowe trendy. Dotychczas wzory felg determinował rynek niemiecki, gdzie trafia połowa naszej produkcji. Solidne, pewne, ale czasem dość proste wzory cieszące się uznaniem w Niemczech nie do końca już pasują Włochom, Francuzom czy nawet Szwedom. Będziemy uzupełniać naszą ofertę o nowe wzory, posiadające więcej finezji, elegancji i lekkości. Aktywny udział wszystkich oddziałów

przy wyborze nowych modeli zdecydowanie uatrakcyjni naszą ofertę i uczyni ją pełniejszą – zaznacza.

Alcar Polska swego czasu przygotował specjalną kampanię dla kobiet, które – w opinii dyrektora – tworzą grupę bardzo wdzięcznych klientów. – Często decydują się na posiadanie drugiego kompletu kół, gdyż jest to bardzo wygodne rozwiązanie, szczególnie właśnie dla kobiet. Co bardzo ważne, istotna jest dla tej grupy estetyka. Wbrew pozorom kobiety są bardziej zdecydowanymi klientami niż mężczyźni, którzy często oczekują pomocy przy podjęciu ostatecznej decyzji.

Wspólnie z innymi uregulować rynek

Podsumowując 20-lecie działalności Alcar Polska, nie można pominąć tematu homologacji felg na polskim rynku, do której to dąży ta firma. Alcar Polska jest jednym z członków założycieli Stowarzyszenia Producentów i Dystrybutorów Felg Aluminiowych i Stalowych, a Grzegorz Krzyżanowski jest też prezesem wspomnianej organizacji.

– To naturalna kolej rzeczy. Doszliśmy w Polsce do etapu, na którym firmy z sektora muszą mówić wspólnym głosem. Inny przekaz ma stowarzyszenie zrzeszające siedem firm reprezentujących naszą branżę, a inny pojedynczy podmiot. Inaczej odbierają nas urzędy i instytucje, kiedy chcemy rozmawiać o zmianie prawa w Polsce – mówi prezes. Badania wytrzymałościowe, testy udarowe, symulacje obciążeń – takim badaniom poddawane są zazwyczaj felgi przed uruchomieniem seryjnej produkcji. Niestety nie zawsze. Fakty są takie, że dziś w Polsce nie ma żadnych wytycznych dotyczących jakości montowanych w autach felg. – Klienci, kupując felgi, sądzą, że cały ten proces jest jakoś uregulowany, że ktoś nad tym wszystkim czuwa. Mają poczucie, że skoro produkt jest dostępny na rynku, jest też dobry, bezpieczny, ma homologację i przeszedł odpowiednie testy. A to niestety tak nie jest. Można sprowadzić felgę niewiadomego pochodzenia z drugiego końca świata i ją w Polsce legalnie sprzedawać. Chcemy to zmienić. Chcemy uregulować rynek. Dobrym przykładem są Czesi, którzy niemal skopiowali niemiecki system kontroli jakości TÜV. Tam felgi bez certyfikatów już się nie sprzedają. Podobny efekt chcemy osiągnąć u nas. Na sercu leży nam przede wszystkim bezpieczeństwo polskich kierowców i ich rodzin. Rozmawiamy o zmianie prawa – podkreśla prezes stowarzyszenia.

Pomysłów jest wiele. Grzegorz Krzyżanowski wspomina o testach porównawczych, budowaniu świadomości poprzez kampanie społeczne czy nawet współpracy z policją, aby pokazywać przypadki, gdzie pęknięta felga była przyczyną wypadku drogowego. – Jeżeli klient ostatecznie będzie wiedział, że felga droższa o 50 zł ma homologację i jest zwyczajnie bardziej bezpieczna niż jej tańszy substytut, nawet nie będzie się zastanawiał nad wyborem – mówi. – Musiałby jedynie mieć tę wiedzę. W momencie wprowadzenia nowych przepisów o dopuszczeniu do sprzedaży i montowania jedynie odpowiednio homologowanych produktów takich dylematów by już nie było. Siłą rzeczy nastąpiłaby naturalna selekcja tylko dobrych felg, posiadających pełną homologację.

Życzenia na 20-lecie?

Realizacja głównego celu stowarzyszenia wydaje się niezwykle istotna również dla Alcar Polska, bo pytany o życzenia na 20-lecie nasz rozmówca mówi: – Chcemy rynku towarów homologowanych i bezpiecznych – podkreśla. A czego życzy firmie, którą zarządza? – Dynamicznego stałego rozwoju w normalnych i przewidywalnych warunkach.

Historia nie tylko motoryzacji

Grzegorz Krzyżanowski ma swój istotny wkład w 20-letnią historię Alcar Polska. Brał udział w budowaniu pozycji tej marki w Polsce od samego początku. – To było spore wyzwanie, bo w momencie, kiedy dostałem propozycję pracy w firmie Alcar Polska, szczerze mówiąc, o felgach jeszcze nie myślałem. Szybki rekonesans wśród zaprzyjaźnionych klientów uświadomił mi jednak, że jest w tym temacie potencjał i że moment jest jak najbardziej właściwy – wspomina. O historii firmy może opowiadać godzinami, być może także dlatego, że historia jest też jego pasją. I nie chodzi tu o historię motoryzacji, ale o historię Polski i Europy. – Jestem mile zaskoczony tym, jak wielu ludzi

podziela moje zainteresowania. Jestem pod wrażeniem wiedzy moich klientów na ten temat – opowiada. – Żyjemy w pięknym kraju, jednym z najładniejszych w Europie, pełnym magicznych miejsc, które dzięki determinacji wielu ludzi – pasjonatów – odzyskują swój dawny urok. Mnóstwo zniszczonych w trakcie wojny i po wojnie dworów, pałaców, parków wraca do życia i zmienia – oby na stałe – krajobraz Polski. W wolnych chwilach oddaje się drugiej swojej pasji, jaką jest penetrowanie galerii i pchlich targów z antykami. Regularnie odwiedza giełdę staroci na warszawskim Kole. – Wyszukiwaniu wartościowych rzeczy w takich miejscach towarzyszą emocje podobne do tych w trakcie grzybobrania w lesie, gdy znajdujemy pięknego prawdziwka, tyle że bez ryzyka złapania przy okazji kleszcza. Przywracanie pięknym starym przedmiotom ich dawnego blasku jest wspaniałym uczuciem, dającym ogromną satysfakcję. A na czym jeździ na co dzień? Pytamy oczywiście o felgi! – Na jednych z najładniejszych felg w naszej ofercie. Dwudziestocalowych AEZ CREST dark – odpowiada.

Tekst: Redakcja

Zdjęcia: Alcar, Mirosław Giecewicz

Przedruk z czasopisma „Świata Opon”. Więcej na www.swiatopon.info.

Źródło: