

PRODUKCJA Plany polskiej firmy AGD

Zelmer w dwa lata wybuduje nową fabrykę

Patrycja Otto

patrycja.otto@infor.pl

Producent sprzętu AGD wchodzi na bardzo konkurencyjny segment rynku urządzeń do zabudowy. Przygotowuje się też do sprzedaży w nowych krajach. W realizacji planów ma pomóc nowa fabryka, która stanie pod Rzeszowem.

Zelmer zdecydował się wejść w nowy, bardzo konkurencyjny w Polsce segment dużego sprzętu do zabudowy kuchennej. To rynek wart 1,2 mld zł, a Zelmer w ciągu pięciu lat zamierza znaleźć się w czołówce producentów takich urządzeń.

Nowy asortyment

– Zaproponujemy płyty, okapy, zmywarki, piekarniki oraz kuchenki mikrofalowe. Jesteśmy właśnie na etapie negocjowania kontraktów z marketami na dostawy sprzętu. Docelowo chcielibyśmy być obecni na półkach we wszystkich większych sieciach – mówi Janusz Płocica, prezes Zelmera.

By zrealizować plany i znaleźć się obok firm Bosch/Siemens i Electrolux w gronie największych graczy, firma musi najpierw pokonać takich producentów jak Amica, Fagor i Indesit. O tym, że nie jest łatwo walczyć o przejęcie klienta, przekonała się chińska firma Haier, która od kilku lat ogłasza, że zamierza wejść do czołówki. Nadal bez skutku.

Plany ekspansji

Równocześnie Zelmer przygotowuje się też do wejścia na nowe rynki zagraniczne.

– Sprzedajemy w Rosji, Czechach, Słowacji i Bułgarii. Już w 2010 roku chcemy sprzedawać sprzęt pod własną marką w Wietnamie – mówi Janusz Płocica.

Zelmer zdecydował także o budowie nowej fabryki. Powstanie ona w ciągu dwóch lat – za 45 mln zł – w Rzeszowie lub okolicach, być może w specjalnej strefie ekonomicznej. Budowa ma być sfinansowana albo ze środków własnych, albo z kredytu bankowego.

– Nie chcemy podnosić mocy produkcyjnych, lecz zyskać

SPRZEDAŻ KRAJOWA ZELMERA



WYNIKI FINANSOWE ZELMERA



Źródło: dane spółki

Zelmer jest trzecim dostawcą małego sprzętu AGD w Europie Środkowej i Wschodniej (pod względem ilości sprzedanych urządzeń). W 2006 roku spółka zajmowała 12 pozycję. Przychody ze sprzedaży spółki po trzech kwartałach 2009 r. wyniosły 340,4 mln zł. To wzrost o 8 proc. w porównaniu z analogicznym okresem roku ubiegłego. W III kwartale wzrosły one natomiast o 22 proc. w porównaniu z 2008 rokiem.

Polska konkurencja

W sektor AGD wchodzi coraz mocniej także inny polski producent pod marką Łuczniczka, znaną do niedawna głównie z maszyn do szycia. Dziś wytwarza także czajniki, tostery, odkurzacze.

– W 2008 roku nasza sprzedaż sięgnęła 16 mln zł. W tym roku notujemy kilkunastoprocentowy wzrost sprzedaży – mówi Piotr Litak, prezes zarządu firmy Aspa Electro, która kilka lat temu kupiła prawa do znaku od Zakładów Metalowych Łuczniczka będących w stanie upadłości.

większe możliwości reagowania na potrzeby rynku. Dzięki nowej fabryce będziemy w stanie produkować krótkie serie albo zmniejszać produkcję w okresie mniejszego popytu bez uszczerbku dla kosztów – tłumaczy Janusz Płocica.

Stary zakład w Rzeszowie ma zostać sprzedany.

– Nie wiemy jeszcze, za ile, komu i kiedy. Nie będzie z tym raczej problemu, bo znajduje się na 10-ha działce w samym centrum miasta – wyjaśnia Janusz Płocica.

Szef Zelmera podkreśla, że do nowych przedsięwzięć zachęciły spółkę bardzo dobre wyniki. Według GfK Polonia