

Dzięki stowarzyszeniu polska branża aluminium zyskała głos

Rozmowa z **Grzegorzem Wojciechowskim**, dyrektorem zarządzającym Aliplast Extrusion, przewodniczącym rady nadzorczej Polskiego Stowarzyszenia Aluminium.



FOT. ARCHIWUM

Polskie Stowarzyszenie Aluminium obchodzi w tym roku jubileusz 5-lecia. Pamięta Pan początki, moment, gdy organizacja powstawała?

Być może nie wszystko pamiętam dokładnie, gdyż przez ostatnich pięć lat sporo się wydarzyło. Doskonale jednak zapamiętałem moment, gdy uświadomiłem sobie, jak bardzo potrzebujemy organizacji reprezentującej interesy całej naszej branży.

Na przełomie 2020 i 2021 r. Unia Europejska prowadziła postępowanie dotyczące cel antydumpingowych na wyroby wyciskane z Chin. Unijni producenci mocno lobbowali na rzecz takiego rozwiązania. Tymczasem głos polskich firm nie był słyszalny, gdyż nie mieliśmy swojej reprezentacji. Na szczęście udało się nam wówczas na szybko zwołać spotkanie, w którym wzięli udział przedstawiciele branży aluminium oraz polskiego rządu. Zaprezentowaliśmy swoje argumenty za wprowadzeniem cel, popierając tym samym postulat całego europejskiego sektora. Ostatecznie cła zostały wprowadzone.

Wspomniane spotkanie odbywało się w czasie, gdy w naszych głowach dopiero dojrzała myśl o powołaniu Polskiego Stowarzyszenia Aluminium. Po jego zakończeniu nikt już nie miał wątpliwości, że należy to zrobić.

Jakie cele stawiali sobie Państwo, powołując do życia PSA?

Głównym celem była chęć stworzenia podmiotu profesjonalnie reprezentującego interesy polskiej branży aluminium w relacjach z administracją rządową oraz innymi ośrodkami decyzyjnymi. Jako branża, która przez ostatnich ponad 20 lat rozwijała się w średnim tempie 10 proc. rocznie, dojrzała do utworzenia organizacji występującej w interesie wszystkich producentów przed krajowymi i europejskimi instytucjami, które mają wpływ na tworzenie prawa i ustaw bezpośrednio nas dotyczących.

Polskie Stowarzyszenie Aluminium realizuje ten cel zarówno na poziomie krajowym, jak i europejskim. Jesteśmy członkiem organizacji branżowej European Aluminium. W jej ramach walczyliśmy o interesy naszego sektora w każdym możliwym aspekcie, np. cel antydumpingowych, ograniczenia eksportu złomu aluminiowego, korekty mechanizmu CBAM czy też zapisów w umowach o wolnym handlu z krajami trzecimi.

Naszym zadaniem jest dbanie o interesy branży aluminiowej. Przypomnę tylko, że ma ona ogromne znaczenie dla całej europejskiej gospodarki. Jest związana z rozwojem budownictwa, transportu, przemysłu zbrojeniowego, energetyki, nowych technologii, także sztucznej inteligencji. Trudno sobie wyobrazić przemysł bez silnej branży aluminium.



Wchodzimy w dekadę dużej zmienności. Przystępując do stowarzyszenia firma zyskuje realną możliwość wpływania na rzeczywistość, w jakiej funkcjonuje. Sam ten fakt powinien zachęcić do rozpoczęcia współpracy w ramach PSA.

Drugim celem powołania do życia PSA była potrzeba przyspieszenia rozwoju naszego sektora. Chcieliśmy stworzyć platformę wymiany myśli i doświadczeń. Udało się nam to, mimo że poszczególne firmy członkowskie pozostają konkurentami na rynku.

Ponadto doszliśmy do wniosku, że są obszary, w których wspólne działania pozwolą zwiększyć konsumpcję aluminium w Polsce. Chodziło o szeroko rozumianą promocję zastosowań tego metalu poprzez m.in. zacieśnienie współpracy z uczelniami, organizowanie konferencji, szkoleń czy zwiększenie obecności w mediach. Naszym celem jest zmiana sposobu myślenia potencjalnych konsumentów z „tam, gdzie nie mogą zastosować stali, wybiorę aluminium” na „dopiero tam, gdzie nie

mogę zastosować aluminium, wykorzystam stal”. Oczywiście zdajemy sobie sprawę, że osiągnięcie tego celu wymaga czasu. Jednak dzięki ciągłej edukacji i działaniom marketingowym krok po kroku udaje się nam promować aluminium jako optymalne rozwiązanie w przemyśle i budownictwie.

Które z zadań realizowanych przez stowarzyszenie wydają się Panu obecnie szczególnie ważne?

Wchodzimy w dekadę dużej zmienności. Dotyczy ona wielu płaszczyzn, np. polityki, która znacząco wpływa na gospodarkę. Związana jest również z rozwojem nowych technologii, np. automatyzacji oraz sztucznej inteligencji. Zmienia się też koniunktura w branżach będących głównymi odbiorcami aluminium. Przykładem jest, przeżywający obecnie spore problemy, sektor automotive. Zamówienia z jego strony się zmniejszają, co zmusza nas do szukania nowych odbiorców.

W takiej sytuacji wszystkie wcześniej wymienione cele, dla których zostało powołane PSA, pozostają aktualne i równie ważne. Wciąż będziemy bardzo skupieni na ich realizacji.

Polskie Stowarzyszenie Aluminium zrzesza dziś niemal 60 przedsiębiorstw. To z pewnością nie wyczerpuje potencjału rozwoju tej organizacji. W jaki sposób zachęciłby Pan firmy, które nie należą jeszcze do PSA, aby zdecydowały się na taki krok?

Myślę, że wszystkie wymienione wcześniej cele oraz sposoby ich realizacji pokazują, że reprezentujemy interesy całej branży. Przystępując do stowarzyszenia, firma zyskuje realną możliwość wpływania na rzeczywistość, w jakiej funkcjonuje. Sam ten fakt powinien zachęcać do rozpoczęcia współpracy w ramach PSA.

Czego życzyć Polskiemu Stowarzyszeniu Aluminium z okazji urodzin?

Przed wszystkim tego, aby zawsze skutecznie reprezentowało naszą branżę. Żeby zapał i chęć wpływania na rzeczywistość były motorem działań zarządu PSA. A także aby nasza organizacja zwiększała liczbę członków w takim tempie jak do tej pory. Pozyskanie 58 członków i partnerów w ciągu 5 lat to piękny wynik.

Rozmawiał: NS