

## Nowa marka w portfolio Grupy Kapitałowej Blachotrapez

**M**iędzynarodowy producent pokryć dachowych i elewacji rozszerzył swoją ofertę o zupełnie nowy segment produktów – systemy rynnowe KROP ze stali i PVC. Tym samym portfolio marki stało się kompletnym zapleczem dla dekarza, architekta i klienta. Na potrzeby tego przełomowego przedsięwzięcia firma zainwestowała kilkadziesiąt milionów zł w budowę nowoczesnej hali produkcyjnej.

Nowy produkt jest już dostępny w firmowej sieci sprzedaży na terenie całego kraju, a także u wybranych dystrybutorów zagranicznych. W grudniu trafi do punktów dystrybutorów zewnętrznych w Polsce. W pierwszej kolejności producent udostępni system rynnowy KROP PVC.

*Wieloletnia współpraca z dekarzami pozwoliła zaprojektować innowacyjny produkt, który poza wysoką szczelnością, trwałością i sprawnym odprowadzaniem wody deszczowej, zapewnia przede wszystkim intuicyjny montaż, a to dla fachowca naj-*

*większa wartość – wyjaśnia Janusz Tumidajewicz, Dyrektor Zakładu KROP i dodaje – System składa się z kilkunastu elementów, które można ze sobą dowolnie łączyć*

*w zależności od potrzeb i projektu dachu. Dzięki temu, spełnia on swoje zadanie zarówno w domach rodzinnych, jak i budynkach użyteczności publicznej.*



FOT: BLACHOTRAPEZ

## Pod jednym dachem – grupa dekarzka VELUX

**J**eśli jesteś profesjonalnym dekarzem lub montażystą okien dachowych i cały czas chcesz się rozwijać? Możesz dołączyć do grupy „Pod jednym dachem” na portalu społecznościowym Facebook. Jest to platforma

wymiany doświadczeń najlepszych dekarzy w Polsce, która umożliwia rozwijanie swoich umiejętności w zakresie sztuki dekarzkiej oraz nawiązywanie kontaktów. Na profilu grupy zamieszczane są materiały szkoleniowe, porady. Na bieżąco

można uzyskać odpowiedzi na zadawane pytania od sprzedawców i doradców technicznych firmy VELUX. Dla członków grupy regularnie organizowane są konkursy, w których można wygrać atrakcyjne nagrody.



Pod jednym dachem  
dekarze **VELUX®**

- Dziel się doświadczeniem
- Udostępniaj newsy z branży
- Zadawaj pytania

## Rynny KROP w ofercie Blachotrapez

Rynny KROP charakteryzują się klasycznym, półokrągłym kształtem, który zapobiega przelewaniu się wody i ułatwia jej odprowadzanie nawet przy skomplikowanej konstrukcji dachu czy obfitych opadach. Solidne wykonanie i wysoka odporność materiałów zapewnia precyzyjne łączenie wszystkich elementów systemów bez względu na roczne skoki temperatur. System stanowi estetyczne uzupełnienie każdego rodzaju pokrycia dachowego z oferty firmy Blachotrapez. Tym samym skompletowanie wyposażenia dachu w jednym kolorze staje się dużo łatwiejsze. Dodatkowo produkty z linii KROP są dostępne w dwóch wariantach surowcowych – stal i PVC.

Marka KROP wychodzi naprzeciw oczekiwaniom wszystkich, którzy cenią sobie lekki materiał zapewniający prosty montaż, wytrzymałość i niezawodność nawet w wyjątkowo trudnym klimacie. Rynny z tworzywa sztucznego zostały wyposażone w specjalną wielowarstwową uszczelkę, która solidnie

łączy wszystkie elementy, zapewniając pełną szczelność całego systemu.

Blachotrapez słynie ze współpracy z renomowanymi dostawcami stali oraz wieloletnich gwarancji na swoje produkty. Te standardy zostały utrzymane również w nowej linii stalowych rynien KROP. Ich wytrzymałość i wysoka odporność na obciążenia dynamiczne oraz mechaniczne potwierdza gwarancja do 40 lat. Stabilność konstrukcji zapewnia specjalnie zaprojektowana obejmą wykorzystywana do mocowania rury spustowej do ściany budynku. Produkt nadaje się do ponownego przetworzenia, dlatego jest przystosowany do nowoczesnego budownictwa wykorzystującego proekologiczne rozwiązania. Profesjonalny rozwój nowego segmentu portfolio zapewni nową, w pełni zautomatyzowaną halę produkcyjną służącą wyłącznie wytwarzaniu komponentów do systemu orynnowania KROP.

Nowy system rynnowy KROP jest już dostępny w sprzedaży. Więcej informacji na stronie <https://www.kropssystem.eu/>



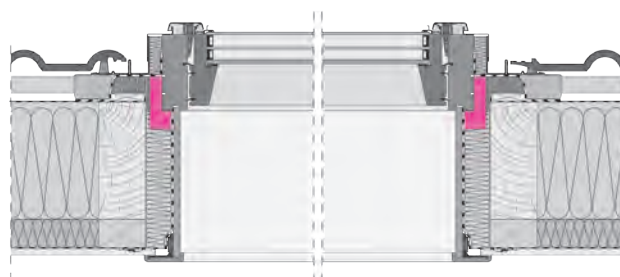
**BLACHOTRAPEZ Sp. z o.o.**  
ul. Kilińskiego 49a  
34-700 Rabka-Zdrój  
tel.: +48 18 26 85 200  
[biuro@blachotrapez.eu](mailto:biuro@blachotrapez.eu)  
[www.blachotrapez.eu](http://www.blachotrapez.eu)

## Opaska docieplająca XWT Plus firmy FAKRO

W ostatnim czasie bardzo wzrosła świadomość inwestorów w zakresie stosowania energooszczędnych produktów do wznoszenia budynków. Firmy podążają za tym trendem i wprowadzają produkty o coraz lepszych parametrach termicznych. FAKRO oferuje najcieplejsze okno dachowe na rynku z pojedynczym pakietem szybowym FTT U8 Thermo, które sprzedawane jest z kompletem kołnierzy izolacyjnych oraz kołnierzem uszczelniającym Thermo. Taki zestaw możemy jeszcze lepiej zabezpieczyć przed ryzykiem powstawania mostków termicznych stosując opaskę docieplającą XWT Plus. Specjalnie zaprojektowany profil nowej opaski pozwala na systemowe połączenie jej z kołnierzem Thermo co przyczynia się do obniżenia strat ciepła. Opaska docieplająca XWT Plus zbudowana jest z pianki polietylenowej. Materiał ten charakteryzuje się niskim współczynnikiem przewodzenia ciepła. Opaska XWT Plus składa się z dwóch elementów łączonych ze sobą w narożach za pomocą zbrojonej taśmy aluminiowej. Połączenie z ościeżnicą okna dachowego zapewnia taśmą dwustronna o szerokości 25 mm. Na opasce zastosowano specjalne nacięcia pozwalające na dostosowanie opaski do szpalety wewnętrznej okna dachowego.



**FAKRO Sp. z o.o.**  
ul. Węgierska 144a, 33-300 Nowy Sącz  
tel.: +48 18 444 0 444, infolinia: 800 100 052,  
[fakro@fakro.pl](mailto:fakro@fakro.pl), [www.fakro.pl](http://www.fakro.pl)





# Rafał Michalski

Rozmawiała IWONA SZCZEPANIAK



**Blachotrapez to jeden z najszybciej rozwijających się producentów pokryć dachowych w Polsce. Jak firmie udaje się wyznaczać nowe kierunki rozwoju na rynku?**

Współczesną gospodarkę napędzają nowe technologie, natomiast kierunek innowacji wyznaczają niezmiennie potrzeby odbiorców usług czy produktów. Idąc tym tropem, stale poszukujemy przestrzeni, aby udoskonalić doświadczenie wynikające z kontaktu z markami Blachotrapez i KROP. Przy czym przyjmujemy szeroki horyzont – myślimy o każdym ogniwie, od dekarza i przedstawiciela handlowego po partnera biznesowego. Oznacza to zdolność do ciągłej zmiany, ale taka jest cena innowacyjności.

**Obecna kondycja firmy to zasługa zmiany sposobu zarządzania firmą? W branży dekarzkiej trudno szukać innego przykładu tak płynnej współpracy między właścicielami a profesjonalnym zarządem.**

Blachotrapez w ostatnich latach przeszedł drogę od prywatnego przedsiębiorstwa okresu transformacji do międzynarodowej korporacji. Naturalnym celem i kierunkiem rozwoju jest z pewnością rozszerzanie zasięgu na kolejne rynki, ale także systematyczne wzmacnianie pozycji m.in. poprzez rozbudowę portfolio w postaci tak śmiałych posunięć, jak nowy segment i linia KROP czy nowe inwestycje. Twórcy i właściciele firmy Blachotrapez powierzyli nowej kadry przyszłość własnego biznesu. To wyraz ogromnego zaufania, ale także szczególnego rodzaju dojrzałości. Niewielu przedsiębiorców pokolenia transformacji zdecydowało się na takie posunięcie. W 2014 roku objąłem firmę w rozkwicie, gotową na podbój międzynarodowy. Ten skok rozwojowy, jaki później nastąpił, jest niewątpliwie wypadkową siły, charyzmy i wiedzy całej naszej kadry zarządzającej oraz ogromnej pracy, jaką przez lata włożyli w firmę Bla-

chotrapez jej właściciele. Dziś konsekwentnie realizujemy naszą strategię i pracujemy na pierwszy miliard złotych przychodu.

**Skąd pomysł na wprowadzenie nowego segmentu do portfolio Grupy Blachotrapez? Czy to zapowiedź nowego kierunku rozwoju?**

Dziś Blachotrapez ma ponad 200 własnych punktów sprzedaży w całej Europie, bardzo mocno rozbudowaną sieć Oddziałów Partnerskich, które prowadzimy wspólnie z naszymi klientami, a także silną i wciąż rosnącą sieć dystrybutorów B2B. Mamy potężny rynek do zagospodarowania. Doszliśmy do wniosku, że w segmencie systemów rynnowych zdecydowanie jest dla nas miejsce i pora w tym obszarze podjąć poważne kroki. Linia KROP jest najnowszym produktem w systemach rynnowych na rynku, doskonale uzupełniającym pokrycia dachowe. Podobnie jak one, rynny KROP są

wytwarzane z wysokojakościowych surowców zgodnie z obowiązującymi normami – gwarantuje to trwałość systemów, odporność na zmienne warunki atmosferyczne i korozję. Dodatkowo użyte materiały są przyjazne dla środowiska – pozbawione szkodliwych związków chemicznych, podlegają w 100% recyklingowi. Linia powstała we współpracy z dekarzami, dzięki czemu już w fazie koncepcyjnej udało się wyeliminować powtarzalne błędy i wprowadzić pożądane usprawnienia. Między innymi przekłada się to na intuicyjny, a więc prosty i szybki montaż systemów, niewymagający użycia skomplikowanych, specjalistycznych narzędzi. Dla przykładu montaż kształtek z rynną dokonuje się na zatrask z użyciem uszczelki wielowargowej, zapewniającej niezawodną szczelność. Rynny dostępne w wariantach PVC i STAL mają klasyczny, półokrągły kształt o głębokim profilu. Jeśli chodzi o różnorodność rozmiarów od razu oddajemy w ręce klientów pełen wachlarz rozwiązań dopasowanych do małych budynków, takich jak garaże, balkony, jak również do dużych obiektów mieszkalnych i przemysłowych.

**Na wielu rynkach zagranicznych firma przetarła szlaki dla nowego segmentu produktów, jakim są blachodachówki. Jak ocenia Pan odbiór produktów przez dekarzy i klientów zagranicznych?**

Na rynkach zagranicznych jesteśmy obecni od 2004 roku. Po 15 latach w Europie mamy ponad 200 własnych punktów obsługi i współpracujemy z ponad 1000 autoryzowanych dystrybutorów. Stale wzmocniamy pozycję swoją i naszych partnerów. Od początku działaliśmy z myślą, że jesteśmy ambasadorem polskiej jakości zagranicą. To tym argumentem – a nie niską ceną – zdobywaliśmy rynek. Dziś klienci spoza Polski wybierają nasze produkty właśnie ze względu na jakość. Przewaga technologiczna jest z całą pewnością argumentem najskuteczniej przemawiającym do klienta.

**Budując silną pozycję marki na tak konkurencyjnym rynku, czasem trzeba iść pod prąd. Jak firma dba o to, by do produkcji był stosowany najlepszy materiał?**

W chwili obecnej wszystkie polskie hale obejmują powierzchnię blisko 14 000 m<sup>2</sup>. Jednocześnie rozwijane są zagraniczne spółki – w zeszłym roku w Czechach odda-

no do użytku centralny magazyn, a obecnie powstaje hala produkcyjno-magazynowa. Nasze zaplecze produkcyjne spełnia wymagania zagranicznych partnerów, takich jak TATA Steel czy thyssenkrupp, z którym łączy firmę 20 lat współpracy. To ważny wskaźnik jakości – w Polsce Blachotrapez jest wyłącznym dystrybutorem produktu tego międzynarodowego lidera. Jednocześnie rozwijamy technologie, które pozwalają maksymalnie długo zachować najlepsze

**To dekarz  
jest ostatnim  
ogniwem  
i sprawia,  
że obietnice  
producenta  
stają się  
rzeczywistością,  
a produkt pracuje  
w maksymalnym  
zakresie, tak  
jak założono  
wcześniej  
w laboratoriach.**

właściwości surowca. W produkcji blachodachówek stosowany jest Safe Profiling System, który między innymi pozwolił zapewnić dla 6 powłok pisemną gwarancję przekraczającą bądź równą 35 lat. SPS pozwala produkować blachodachówki o wszelkich wzorach i przetłoczeniach. Innymi słowy, rozwój firmy na wielu płaszczyznach jest podporządkowany przekonaniu, że musimy być wartościowym partnerem dla najlepszych w tej branży.

**A cena produktu? Jaką rolę ten aspekt odgrywa na rynku pokryć dachowych?**

W ostatnich latach branża budowlana przeżywa boom, co przekłada się na kilkudziesięcioprocentowe wzrosty cen materiałów budowlanych i usług. Producenci muszą sprostać wysokim oczekiwaniom klienta. Problemy na rynku pracy oraz wysokie koszty produkcji temu nie sprzyjają. Sytuacja nie będzie jednak trwała wiecznie. Spadek koniunktury w 2020 roku sprawi, że przetrwa-

ją najlepsi – firmy elastyczne i innowacyjne, odpowiadające na potrzeby klienta. Tym samym cena nie jest już aż tak istotna. Jak już wspominałem na początku, to jakość, przewaga technologiczna i relacje z klientami kształtują i będą kształtować rynek.

**Nawet najlepszy efekt uzyskany na etapie produkcji może być zmarnowany w wykonawstwie. Czy Blachotrapez stara się wpływać na jakość wykonawstwa? W jaki sposób? Jaka jest rola dekarzy w budowaniu firmy produkującej pokrycia dachowe? Czy rzemieślnicy uczestniczą w projektowaniu produktów lub rozwiązań?**

Zaawansowany technologicznie produkt to w zasadzie koncept, dopóki nie zostanie osadzony w rzeczywistości użytkowników przez doświadczonego i profesjonalnego wykonawcę. To dekarz jest ostatnim ogniwem i sprawia, że obietnice producenta stają się rzeczywistością, a produkt pracuje w maksymalnym zakresie, tak jak założono wcześniej w laboratoriach. Dlatego o dekarzach i specyfice ich pracy myślimy na samym początku – na poziomie projektowania produktów i usług. Nie tylko konsultujemy rozwiązania z praktykami tego zawodu, ale także tworzymy produkty tak, aby były one efektywne i zarazem intuicyjne w montażu, a przez wysoką jakość materiałów wsadowych – bezawaryjne. W ten sposób powstał system KROP, ale także szereg innowacji wdrożonych, między innymi w Germanii Simetric, Panelu High-Tech czy Goncie blaszanym Janosik. Dzięki współpracy z dekarzami i partnerskim relacjom możemy być ambasadorami jakości w segmencie pokryć dachowych i systemów rynnowych. Współpraca z Polskim Stowarzyszeniem Dekarskim odgrywa tutaj ogromną rolę, dlatego od 2015 roku angażujemy się w jego flagowe inicjatywy, takie jak Mistrzostwa Świata Młodych Dekarzy i Mistrzostwa Polski Młodych Dekarzy. Poza sezonem organizujemy również wiele szkoleń prowadzonych przez nasz zespół ekspertów. Zapisy odbywają się między innymi przez indywidualne konto dekarza w Programie Partnerskim.

**W jaki sposób firma Blachotrapez wspiera wykonawców i profesjonalne rzemiosło?**

W Europie wyzwaniem było konkurowanie z zachodnimi producentami i udowodnienie dekarzom, że lekkie pokrycia dachowe

mogą pod względem designu, trwałości i łatwości montażu dorównywać tradycyjnie stosowanym rozwiązaniom. Obecnie na rynku kanadyjskim nasze zadanie jest dużo bardziej skomplikowane. Nie tylko budujemy sieć sprzedaży od podstaw i wprowadzamy produkt dotąd nieznan, ale także szkolimy fachowców. Tutaj oczywiście najważniejszą rolę odgrywają polscy dekarze, którzy pomagają w przekazaniu wiedzy. Na każdym z rynków zagranicznych przecieraliśmy szlaki wraz z nimi. Stawiamy ich za wzór, ponieważ ich praca jest składową wysokiej jakości naszej oferty. Jak widać, z roku na roku zainteresowanie naszymi pokryciami rośnie tak, jak zapotrzebowanie na profesjonalnych mistrzów dekarstwa.

**Na rynku dekarskim brakuje rąk do pracy. Czy Pan jako specjalista od motywacji ma sprawdzony sposób na zachęcenie młodych ludzi do wyboru tego zawodu?**

W dzisiejszym dynamicznym świecie trudno mówić o sprawdzonych sposobach, bo stale pojawiają się nowe możliwości. Młodzi ludzie mają dzisiaj dużo łatwiejszy dostęp do wiedzy, niż kiedyś. Urządzenia mobilne są ich nieodłącznym atrybutem. Warto wziąć to pod uwagę, zrozumieć ich potrzeby i styl życia. Myślę, że obecnie misją całej branży jest stworzenie nowego, autentycznego wizerunku zawodu. W obecnej sytuacji rynkowej, dekarz – jak niemal każdy rzemieślniczy fach – jest doceniany i wyceniany wysoko. Polscy profesjonalści szkolą kolegów na całym świecie. Coraz częściej są również zapraszani na międzynarodowe mistrzostwa. Racjonalne argumenty są zatem w naszych rękach. Brakuje jednak emocji, które najskuteczniej przemawiają do młodego pokolenia. Wypracowanie nowej formuły to absolutne minimum, na które musimy się zdecydować.

**A jak zmobilizować dekarzy do szkoleń i stałego rozwoju?**

Chęć stałego rozwoju to cecha, którą powinien pielęgnować w sobie każdy. To jednak wyjątkowo indywidualna sprawa. Inspiracją do zmian mogą być wysokie wymagania klientów. Większą satysfakcję będziemy mieć jednak, jeśli sami wskażemy inwestorowi nowatorskie rozwiązania, których nie może zaproponować nikt inny. Inspiracja, samokształcenie i rozmowa z innymi fachowcami jest zatem niezbędną. Szkole-



Myślę, że obecnie misją całej branży jest stworzenie nowego, autentycznego wizerunku zawodu. **W obecnej sytuacji rynkowej, dekarz – jak niemal każdy rzemieślniczy fach – jest doceniany i wyceniany wysoko.**

nia są ku temu fantastyczną okazją. Wraz z naszym zespołem szkoleniowym dbamy o ich wysoki poziom. Staramy się również maksymalnie ułatwić do nich dostęp. Jak wspomniałem, dekarze uczestniczący w Programie Partnerskim otrzymują dostęp do indywidualnego profilu, w którym zgromadzą certyfikaty, zdjęcia realizacji, ale mogą również zapisać się na szkolenie lub sprawdzić terminarz spotkań. W każdej chwili, z poziomu telefonu lub komputera. Oczywiście, dodatkową zachętą są punkty, które wymieniamy na atrakcyjne nagrody. Szkolenia są otwarte, konieczne jest wcześniejsze zgłoszenie udziału. Informacji o nich udzielają także nasi handlowcy, których jest ponad 500 w Polsce.

**W jednym z wywiadów z przedstawicielami firmy można wyczytać, że sport jest bardzo ważny dla Blachotrapezu, również dla jej pracowników? Są Państwo aktywni sportowo również w czasie wolnym?**

Z całą pewnością jesteśmy aktywnymi kibicami Polskiej Reprezentacji w piłce nożnej mężczyzn! Wspieramy również wiele lokalnych drużyn o bardzo zróżnicowanym profilu sportowym. Sponsoring sportowy jest ważnym elementem naszej strategii.

**Wystawiacie się na licznych imprezach targowych branży budowlanej. Jaki potencjał**

**marketingowy mają według Was imprezy wystawiennicze w dobie cyfrowej komunikacji?**

W latach 90. na mapie Polski można było zaznaczyć ponad czterdzieści miast organizujących różnorodne targi. W kraju działało kilkuset wystawców. Wraz ze zmianą paradygmatu międzynarodowej gospodarki, wzrostem popularności Internetu, ale także załamaniem gospodarczym końca lat 90. sytuacja uległa zmianie. Branża skurczyła się, ale na arenie pozostali najsilniejsi. Dzisiaj organizacją targów zajmuje się profesjonalna kadra, prawdziwi znawcy rynku. Jednocześnie targi nie są już miejscem bezpośredniej sprzedaży, szybkiego zawierania umów. Coraz bardziej przypominają inwestycję marketingową, która przynosi efekty po dłuższym czasie. Sprzyjają nawiązywaniu kontaktów biznesowych, ale są też przestrzenią spotkań z klientami ostatecznymi. Z pewnością jednak nowe media nie zagrażają targom, a raczej je wzmacniają. Pod znakiem zapytania pozostaje ich kształt w przyszłości. Obserwując rynek zachodnioeuropejski i amerykański, nabieram przekonania, że bez długofalowej komunikacji organizatorzy targów, ale także konferencji, nie będą w stanie zapisać listy gości. Dziś każdy poszukuje wyjątkowych doświadczeń – targi zdecydowanie powinny ich dostarczać.