ROBERT PRZYBYLSKI

Wszyscy musimy zrozumieć rolę i znaczenie tworzyw sztucznych w życiu człowieka i gospodarce...

Firma AMI Consulting końcem ubiegłego roku opublikowała dziewiąte wydanie swojego raportu analizującego europejski sektor dystrybucji polimerów. Badanie, którego wyniki podano do opinii publicznej, pozwoliło inwestorom i firmom obecnym w branży wnikliwie zrozumieć wyzwania konkurencyjne, dynamikę rynku i skalę jej branży. Według danych raportu w 2023 r. w Europie dystrybuowano ponad 4,6 mln ton polimerów, co stanowiło około 17% całkowitego popytu. Przychody z dystrybucji polimerów wyniosły ponad 10 mld EUR, a wartość dodana 1,2 mld EUR (o 27% więcej niż w 2020 r.). Pomimo trudności związanych z sytuacją rynkową, dystrybutorzy polimerów byli w stanie wykorzystać dynamikę branży do zwiększenia zysków, co dowodzi, że dystrybucja polimerów była, zdaniem autorów, lukratywnym biznesem.

Oprócz ograniczonego popytu i wzmożonej konkurencji, branża zmagała się z bezprecedensowymi wyzwaniami, takimi jak pandemia, rosyjska wojna na Ukrainie oraz zakłócenia w logistyce spowodowane kryzysem na Morzu Czerwonym oraz niepokojami na Bliskim Wschodzie. Ponadto, zwiększone moce produkcyjne a także widoczne spowolnienie popytu na dobra konsumpcyjne trwałego użytku doprowadziły do nadpodaży...

O aktualnej sytuacji na rynku dystrybutorów i przetwórców tworzyw sztucznych w Polsce z **Robertem PRZYBYLSKIM**, Dyrektorem Generalnym PLASTOPLAN Polska rozmawia Jacek Szczerba.

Firma AMI Consulting końcem ubiegłego roku opublikowała dziewiąte wydanie swojego raportu analizującego europejski sektor dystrybucji polimerów. Badanie, którego wyniki podano do opinii publicznej, pozwoliło inwestorom i firmom obecnym w branży wnikliwie zrozumieć wyzwania konkurencyjne, dynamikę rynku i skalę jej branży.

Według danych raportu w 2023 r. w Europie dystrybuowano ponad 4,6 mln ton polimerów, co stanowiło około 17% całkowitego popytu. Przychody z dystrybucji polimerów wyniosły ponad 10 mld EUR, a wartość dodana 1,2 mld EUR (o 27% więcej niż w 2020 r.). Pomimo trudności związanych z sytuacją rynkową, dystrybutorzy polimerów byli w stanie wykorzystać dynamikę branży do zwiększenia zysków, co dowodzi, że dystrybucja polimerów była, zdaniem autorów, lukratywnym biznesem.

Oprócz ograniczonego popytu i wzmożonej konkurencji, branża zmagała się z bezprecedensowymi wyzwaniami, takimi jak pandemia, rosyjska wojna na Ukrainie oraz zakłócenia w logistyce spowodowane kryzysem na Morzu Czerwonym i niepokojami na Bliskim Wschodzie. Ponadto, zwiększone moce produkcyjne i spowolnienie popytu na dobra konsumpcyjne trwałego użytku doprowadziły do nadpodaży. Jednocześnie europejscy producenci zmagali się z wyzwaniami wynikającymi z konkurencyjnego importu (zwłaszcza ze Stanów Zjednoczonych i Azji) oraz rosnących kosztów energii, które wywierały presję na spadek cen i marż.

W odpowiedzi na te wyzwania, europejski rynek dystrybucji utrzymał prężną aktywność w zakresie fuzji i przejęć, która rozpoczęła się około dekady temu. Konsolidacja była napędzana głównie chęcią osiągnięcia korzyści skali, zwiększenia udziału w rynku, rozszerzenia oferty produktów i poprawy konkurencyjności.

O aktualnej sytuacji na rynku dystrybutorów i przetwórców tworzyw sztucznych w Polsce z **Robertem Przybylskim**, Dyrektorem Generalnym PLASTOPLAN Polska rozmawia Jacek Szczerba.

(**JS**) Zacznijmy naszą rozmowę od tego, że Plastoplan Polska to firma działająca na polskim rynku dystrybucji termoplastycznych tworzyw sztucznych od 14 lat a także, co może być zaskakujące, oparta na doświadczeniu… rodzinnego austriackiego przedsiębiorstwa…

(**RP**) Dokładnie tak. Grupa HROMATKA, do której należy nasza firma, działa w branży tworzyw sztucznych od 1971 roku. Rozpoczynając działalność w Austrii firma zdobywała nowe rynki poprzez rozszerzenie działalności w Europie w krajach takich jak Niemcy, Szwajcaria, Francja, Czechy, Słowacja, Węgry, Polska, Rumunia oraz Bułgaria. Dzięki przejęciu pakietu większościowego firma prowadzi swoją aktywność biznesową również w Hiszpanii, Portugalii, Włoszech i Turcji pod marką GUZTEC POLYMERS.

(**JS**) Czasokres prowadzenia działalności, jej skala i geograficzny zasięg i skala bez wątpienia muszą budzić szacunek i uznanie…

(**RP**) Myślę, że mamy zapisane piękne dzieje na kartach europejskiej historii rynku dystrybucji (uśmiech – przyp. red.). Ale tak naprawdę działamy tu i teraz. W realiach które ponad pół wieku temu, z całym należnym szacunkiem, nie przyszłyby na myśl nawet Hitchcockowi.

(**JS**) Wracając do danych AMI niestety nie mamy jeszcze danych za ubiegły rok, ale biorąc pod uwagę aktualną sytuację geopolityczną i makroekonomiczną można pokusić się o stwierdzenie, że rynek dystrybucji staje się coraz bardziej trudny i wymagający. Czy zgodzisz się ze mną?

(**RP**) Bez wątpienia tak. Patrząc przez pryzmat ostatnich lat wypadkowa wielu czynników sprawiła, że nic nie jest już takim jak było. Dynamika zmian, mniejszy poziom przewidywalności i brak długoterminowej stabilizacji oraz rosnące oczekiwania Klientów to tylko niektóre z nich. To wszystko z kolei wymaga od uczestników rynku ogromnych umiejętności adaptacyjnych i dostosowania się do jakże zmiennych realiów rynkowych. Odpowiednia jakość produktów i oferowanych usług są w tym zestawie elementami oczywistymi.

(**JS**) Do tego wszystkiego mamy jeszcze takie czynniki jak rosnące koszty energii, napływ materiałów pochodzących z importu, w szczególności z Azji, oraz uwarunkowania legislacyjne, które łącznie wywierają ogromną presję zarówno na europejskich producentów tworzyw jak i ich dystrybutorów…

(**RP**) Jako branża znajdujemy się pod ciągłą i nieustanną presją. Brak i jednocześnie potrzeba stabilizacji są w moim przekonaniu kluczowymi. Ale by to było możliwym musiałoby się zmienić wiele rzeczy, na które generalnie nie mamy większego wpływu…

(**JS**) Jak rozumiem masz tutaj na myśli wojnę na Ukrainie?

(**RP**) Zakończenie tej niemającej żadnego sensu wojny wydaje się kluczowym warunkiem przywrócenia ogólnej stabilizacji sytuacji ekonomicznej w Europie, choć możliwe, że przemysł zbrojeniowy jest innego zdania. Jednocześnie coraz trudniej zrozumieć działania Komisji Europejskiej, która w obliczu problemów z jakimi borykamy się na naszym kontynencie, np. cenami energii, powoduje generowanie kolejnych kosztów dla przedsiębiorców w naszej branży. Zamiast wspomagać recyklerów zachętami dokłada kolejne wymogi, obostrzenia, restrykcje, regulacje, sankcje, nakazy. Efekt? Europa skutecznie przybrała kurs na deindustrializację, a produkcja tworzyw sztucznych ucieka na Daleki i Bliski Wschód oraz do obu Ameryk. Chyba, że chodzi nam o to by „wypchnąć" z Europy produkcje tworzyw sztucznych. Organicznie nie znoszę teorii spiskowych, ale nie potrafię znaleźć jakiejś sensownej odpowiedzi na pytanie: dlaczego właśnie tak? Przecież za chwil kilka będziemy zupełnie uzależnieni od dostaw tworzyw spoza Europy. Czy naprawdę tego chcemy?

(**JS**) Podzielisz ze mną pogląd, że tak czas pandemii jak i konflikt za naszą wschodnią granicą pokazują słabość i brak odpowiedniego poziomu przygotowania na sytuacje kryzysowe całej europejskiej wspólnoty pamiętając oczywiście, że jej korzenie miały charakter gospodarczy?

(**RP**) Jestem ogromnym fanem konceptu Unii Europejskiej, co więcej

uważam, że Polska obecnością we wspólnocie zyskała jak nikt inny, tak gospodarczo jak i wizerunkowo. Widzę to na co dzień podróżując po Polsce, spotykając się z polskimi przedsiębiorcami oraz pracując w międzynarodowym środowisku. Ogromnie miło jest często słyszeć, że w Europie to właśnie Polska jest przykładem „success story". Jakkolwiek oczywiście zgadzam się z tym poglądem, pragnąc jednocześnie dodać, że definiując nasze słabości generalnie na kryzysy i sytuacje nieprzewidywalne najtrudniej jest się przygotować. Zaryzykowałbym stwierdzenie, że w takich sytuacjach najwięcej zależy od tzw. „klasy politycznej", a jej jakość każdy widzi. Jeśli pozwolisz to nie będę kontynuował tego wątku, bo musielibyśmy zanurzyć się w politykę a wyjątkowo tego nie chcę.

(**JS**) Zgodzimy się także co do stwierdzenia, że całkowicie zmienił się profil firm dystrybucyjnych jak i charakter działalności ich przedstawicieli, którzy coraz bardziej koncentrują się na świadczeniu usług doradczych i pełnego wsparcia procesu, służąc swoją wiedzą techniczną i posiadanym doświadczeniem?

(**RP**) Bezapelacyjnie tak. Dystrybucja od dłuższego już czasu nie opiera się na dostawach szerokiego portfolio produktowego, odpowiedniej logistyce i atrakcyjnych cenach. To oczywiście duże uproszczenie, niemniej jednak kluczowym stało się pełne wsparcie każdego Klienta na każdym etapie realizowanych wspólnie działań ze szczególnym naciskiem na działania mające techniczne i inżynierskie podłoże. Tak w doborze materiału do odpowiedniej aplikacji jak i jego przetwórstwie oraz co oczywiste w samym procesie technologicznym.

(**JS**) Tym samym chcesz powiedzieć, że dystrybutorzy muszą nie tylko „nadążać" za postępem technologicznym, innowacjami dotyczącymi materiałów i ich zastosowań, ale jednocześnie umieć sprostać zmieniającym się wymaganiom rynku i klientów. Do tego potrzebni są nie tylko właściwi partnerzy, ale i odpowiednie relacje zarówno z dostawcami jak i klientami.

(**RP**) Mamy na to swój pomysł, myśląc globalnie, ale działając lokalnie. Nasze lokalne zespoły są niezależne, ale wszystkie podzielają te same wartości, wierzymy w bezpośrednią komunikację – bez biurokracji, bez wielopoziomowej hierarchii. Wielu naszych klientów to firmy, z którymi współpracujemy od dziesięcioleci. Nasze relacje opierają się na wzajemnym zaufaniu, wspólnych wartościach i długoterminowym myśleniu. Dla nas bycie firmą rodzinną to nie slogan marketingowy a sposób, w jaki żyjemy i pracujemy. To długoterminowe myślenie, działanie z troską i ciągłe reinwestowanie w ludzi i infrastrukturę, a wszystko to by lepiej służyć naszym klientom. Podejmujemy decyzje w bliskim gronie – wspólnie, pragmatycznie i z jasnymi wartościami. To buduje zaufanie – zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne. Bez zbędnej skromności powiem, że jesteśmy pożądanym partnerem dla producentów tworzyw, a dla naszych klientów sprawdzonym, również w wielu trudnych sytuacjach, dostawcą rozwiązań.

(**JS**) Czy w Twoim przekonaniu na rynku dystrybucji nadchodzi czas na mniej lub bardziej spektakularne przejęcia, mające na celu zwiększenie swoich udziałów w rynku i przede wszystkim wzmocnienia własnej pozycji przez de facto „najsilniejszych"?

"Dystrybucja od dłuższego już czasu nie opiera się na dostawach szerokiego portfolio produktowego, odpowiedniej logistyce i atrakcyjnych cenach..."

(**RP**) To chyba w mniejszym czy większym stopniu już się dzieje na naszym rynku, natomiast dla nas w Grupie Hromatka rozmiar zawsze będzie rezultatem, nigdy celem. Liczy się praca, liczą się realne rozwiązania, które codziennie dostarczamy naszym klientom, tak w Polsce jak i w całej Europie. Liczy się to, że rozumiemy potrzeby naszych klientów i dostawców, że jesteśmy postrzegani jako partner wnoszący wartość do wspólnego biznesu, wartość dodaną. Ale nade wszystko liczy się to, że robimy to, co lubimy, z pasji do tworzyw.

(**JS**) Twoim zdaniem jaki jest Wasz największy atut w tak bardzo silnym otoczeniu konkurencyjnym jakim jest bez wątpienia polski rynek?

(**RP**) Niezależność w działaniu i ofercie oraz jednoznaczne ukierunkowanie na potrzeby lokalnego rynku połączone z możliwością korzystania z doradztwa technicznego oraz wieloletnich doświadczeń całej Grupy. Naszą siłą jest dobrze zmotywowany zespół specjalistów czerpiących radość ze współpracy z klientami, zasoby magazynowe będące do dyspozycji naszych klientów czy też sprawna logistyka.

(**JS**) Na bazie generowanych opinii i widocznego od dłuższego już czasu trendu branża jest świadoma rosnącego popytu na materiały pochodzące z recyklingu badając swoją rolę w gospodarce o obiegu zamkniętym. Jak w tym nurcie odnajduje się Plastoplan Polska?

(**RP**) Myślę, że wszyscy sobie zdają sobie sprawę, że nie „uciekniemy" od tego wątku, tak w najbliższej przyszłości jak i kolejnych latach. Duży wpływ będą mieć tutaj nie tylko aspekty prawne, ale przede wszystkim ekonomia i podejmowane przez dystrybutorów działania którzy muszą opracować nie tylko odpowiednie strategie działania, ale przede wszystkim umieć je wdrożyć na lokalnych rynkach wnosząc przy tym odpowiednią wartość dodaną ze swojej strony. Poza tym ja jestem gorącym zwolennikiem mądrego wykorzystywania tej, jakże unikalnej, własności tworzyw sztucznych, czyli możliwości ich ponownego przetwórstwa.

(**JS**) W każdym wywiadzie musi przyjść czas na kontrowersje... W moim przekonaniu wszyscy jako konsumenci płacimy za ten swoisty „zielony marketing" w którym droższe oznacza gorsze... Spadek zdolności do inwestowania w cyrkularność całego systemu, niepewność rynkowa połączona ze spekulacyjnym charakterem notowań cenowych, napływ materiałów z krajów azjatyckich i ogólna niepewność rynkowa to aktualny – moim zdaniem – obraz tego sektora.

(**RP**) Mam nieodparte wrażenie, że te kwestie przewijają się przez całą naszą rozmowę, ale trudno się dziwić, bo są to problemy, które rozgrzewają w zasadzie każda dyskusję w naszej branży. Bez wątpienia podzielam pogląd, że to bardzo złożony wątek i jednocześnie bardzo trudny fragment rynkowej aktywności dla każdej z firm dystrybucyjnych, w której aspekty ekonomiczne odgrywają kluczową rolę. Chcę także powiedzieć, że Plastoplan bierze aktywny udział w działaniach dotyczących roli i znaczenia tworzyw sztucznych w życiu i gospodarce człowieka oraz ich wpływu na środowisko naturalne. Rozumiemy, że tworzywa sztuczne to materiały o wysokiej wartości, znajdujące doskonałe zastosowanie w gospodarce obiegu zamkniętego. Odpowiedzialne wykorzystanie tworzyw sztucznych daje ogromne korzyści z wykorzystania ich unikalnych właściwości jak również gwarantuje, że będą one miały minimalny wpływ na środowisko naturalne. Łączą się z tym dwa kluczowe aspekty GOZ – ponowne wykorzystanie wyrobów z tworzyw sztucznych do produkcji regranulatów oraz chemiczny recykling odpadów. Innymi słowy wierzę w rozwój tego obszaru naszej aktywności na rynku polskim i wzrost sprzedaży produktów lokowanych w tym segmencie.

(**JS**) Pośród nich jest jak rozumiem laureat tegorocznych Targów Plastpol w Kielcach, czyli materiały z serii Renycle®?

(**RP**) Tak i nie będę ukrywać, że jestem osobiście ogromnie szczęśliwy z otrzymanej nagrody. To nasza najbardziej znacząca pozycja materiałów w tym segmencie. Renycle® to gama specjalnych polimerów inżynieryjnych, które mają znacznie mniejszy wpływ na środowisko, w oparciu o dane wskaźnikowe LCA (ang. „*life cycle assessment*" – przyp. red.) w porównaniu z typowymi materiałami. Ta nowa marka odpowiada na rosnące zapotrzebowanie rynku na bardziej zrównoważone produkty napędzając transformację w kierunku neutralności klimatycznej i modeli biznesowych o niskim śladzie węglowym. Innymi słowy są tworzywami zorientowanymi na zrównoważony rozwój oraz energooszczędność, a także ukierunkowane na zaspokojenie rosnących potrzeb rynku, który wymaga produktów o niskim i mierzalnym wpływie na środowisko bez uszczerbku dla jakości, niezawodności, identyfikowalności oraz przede wszystkim bezpieczeństwa.

(**JS**) Chcesz powiedzieć, że te materiały to odpowiedź na potrzeby rynku, w którym głównym napędem do działania staje się świadomy ekologicznie wybór końcowego użytkownika…

(**RP**) Tak. Renycle® promuje kulturę ponownego użycia i recyklingu, przy użyciu materiałów, które nadal mogą oferować wysokie parametry techniczne. Oferują rozwiązanie zgodne z kontekstem prawnym, który coraz bardziej koncentruje się na odzyskiwaniu materiałów wyrzucanych, tzw. materiałów EOL (ang. „*end of life*" – przyp. red.). Warto też zauważyć, że energia zużywana w produkcji polimerów Renycle® jest głównie zielona, ponieważ pochodzi ze źródeł odnawialnych.

(**JS**) Czy Twoim zdaniem rynek dystrybucji w ciągu najbliższej dekady ulegnie radykalnym zmianom?

(**RP**) Wydaje się, że znaczenie dystrybucji w całym łańcuchu wartości dla tworzyw sztucznych w Europie będzie rosnąć, ale nic to odkrywczego patrząc na to jak ich produkcja znika z Europy, a producenci z innych kontynentów raczej potrzebują partnerów na naszym rynku niźli będą aktywni bezpośrednio.
Zmieniać się zapewne będzie też droga do budowania przewag rozumiane jako szukanie nowych rozwiązań i ich implementacja w obszarze komunikacji, PR i marketingu. Świadome budowanie własnych strategii co do formy obecności na rynku i ich realizowanie z całkowitym ich dostosowaniem do potrzeb i oczekiwań rynku a zatem Klientów.

(**JS**) Jak rozumiem jedną z takich był zakończony tyle co właśnie TECH-DAY. Proszę o kilka słów o tym wydarzeniu i o jego krótkie podsumowanie z Twojego punktu widzenia.

(**RP**) TECH-DAY to nasz autorski format, praktykowany w zasadzie w każdej spółce w naszej Grupie, choć każdy robi to bardzo indywidualnie dostosowując pomysł do lokalnego rynku. Czy ja już wspominałem, że myślimy globalnie a działamy lokalnie? To jeden z najlepszych przykładów tej filozofii.
Chcemy dać szansę naszym klientom na poznanie najnowszych rozwiązań surowcowych, które oferują nasi dostawcy, umożliwić swobodną wymianę myśli i doświadczeń i zastanowić się wspólnie jak sprostać kolejnym wyzwaniom stawianym codziennie przed naszą branżą.
W tym roku w gościnnych murach Muzeum Historii Polski mieliśmy okazje wysłuchać, ale też podyskutować z przedstawicielami SABIC Automotive, VICTREX, SAX POLYMERS, SK CHEMICALS, TISAN czy Plastics Europe.
Tegoroczny TECH-DAY to raptem druga edycja konferencji, ale bardzo pozytywny odbiór i wiele dobrych słów, które usłyszeliśmy po spotkaniu powoduje, że już planujemy kolejne takie spotkanie.

(**JS**) Gratulując sukcesu pozwolisz, że na koniec naszej rozmowy całkowicie zmienię wątek i tematykę. Jako że obydwaj jesteśmy pozytywnie zakręceni na punkcie żużla wiem, że jedno z Twoich tegorocznych marzeń się spełniło mając na myśl awans i powrót leszczyńskich „byków" do ligowej elity. Czego mogę życzyć Ci jeszcze?

(**RP**) Wiesz, jak wywołać uśmiech na mojej twarzy. Aktualnie żyję pomiędzy Poznaniem a Warszawą, ale żużlowa dusza leszczynianina zawsze we mnie będzie żywa, a losy mojej „Unienki" (Unia Leszno – przyp. red.) śledzę z więcej niż zainteresowaniem, choć na stadionie bywam z rzadka.
Powrót do Ekstraligi po rocznej przygodzie z niższą ligą, był dla mnie koniecznością. Miejsce tego najbardziej utytułowanego klubu żużlowego z niedużego powiatowego miasteczka jest w Ekstralidze. Życzenia? Jedno chyba najważniejsze, chciałbym by nam żużel rósł zamiast się zwijać. Więcej klubów, więcej zawodników, więcej żużla.

(**JS**) Dziękując za rozmowę życzę Tobie zatem i całemu zespołowi Plastoplan Polska realizacji planów i nieustannej pasji do tworzyw.

(**RP**) Pięknie dziękuję, Jacku, niech się spełni…

Warszawa, dn. 13 października 2025
WWW.TWORZYWA.PL