

KW: Czy pandemia koronawirusa ma istotny wpływ na sytuację rynkową Ceramiki Paradyż i całej branży płytek ceramicznych?

PT: Na początku spowodowała pewne utrudnienia logistyczne, natomiast w ostatecznym efekcie wyzwoliła niespotykane wcześniej pokłady innowacyjności i kreatywności nie tylko pracowników firmy, ale również urzędów. Sprawy, których przed pandemią nie można było załatwić bez osobistej wizyty w urzędzie i kilkugodzinnego oczekiwania, dziś załatwia się szybko drogą elektroniczną. To jest bardzo pozytywna zmiana. Ponadto pandemia wyzwoliła popyt na płytki ceramiczne, gdyż Polacy zaczęli remontować mieszkania i domy w znacznie większym stopniu niż wcześniej. Pomógł w tym m.in. powrót do kraju z zagranicy wielu wykonawców, a także sytuacja na rynku finansowym, która sprawiła, że aby ochronić swoje oszczędności przed inflacją, Polacy zaczęli inwestować w nieruchomości. W efekcie czas pandemii jest bardzo dobry dla branży wykończeniowej i całego budownictwa, gdyż charakteryzuje się znacznym wzrostem sprzedaży.

KW: Jakie są obecnie największe wyzwania w strategii Ceramiki Paradyż?

PT: Strategia przygotowana na lata 2022-2023 jest oparta na pięciu filarach:

- 1) stworzenie odpowiedniego miksów produktowego;
- 2) kolejne inwestycje w technologie proekologiczne, m.in. zastosowanie urządzeń o mniejszym niż obecnie zużyciu gazu oraz przeprofilowanie procesów produkcji pod kątem wykorzystania energii odnawialnej;
- 3) realizacja nowego, bardzo dużego projektu inwestycyjnego, który jest już w fazie koncepcji;
- 4 i 5) dalsza automatyzacja i cyfryzacja przedsiębiorstwa

KW: Czy mógłby Pan zdradzić, o jaki nowy projekt inwestycyjny chodzi?

PT: Na razie jest jeszcze za wcześnie, aby o tym mówić.

KW: Czy energochłonna branża płytek ceramicznych nie ma problemów ze wzrostem kosztów produkcji z powodu konieczności zakupu coraz droższych uprawnień do emisji CO₂?

PT: Myślę, że niektórzy polscy producenci płytek ceramicznych jeszcze nie do końca zdają sobie z tego sprawę. Obecnie nie musimy jeszcze kupować uprawnień do emisji CO₂ i odnoszę wrażenie, że firmy nie skalkulowały, jaki będą one miały wpływ na zwiększenie kosztów w przyszłości. To się stanie już za chwilę i zmusi do kolejnej korekty.

KW: Są jeszcze inne zagrożenia dla polskich producentów płytek ceramicznych, m.in. brak cła antidumpingowego na wyroby importowane m. in. z Indii. Co Pan o tym sądzi?

PT: Jest to oczywiście bardzo duży problem, ale decyzje w sprawie ceł podejmuje Unia Europejska. Sami nic nie zrobimy. Musi być w tej sprawie konsolidacja działań całej europejskiej branży płytek ceramicznych i to jest z pewnością długi proces. Ostatnio import płytek z Indii znacznie się zmniejszył ze względu na bardzo drogi transport i zerwane łańcuchy dostaw. Jest to jednak sytuacja tymczasowa i z pewnością wrócić na polski rynek płytki z tego kierunku sprowadzane w ogromnych ilościach i bez żadnej kontroli jakości przez polskie urzędy, a przecież tą drogą można byłoby dokonać eliminacji z rynku tych importowanych płytek, które nie spełniają wymagań norm. Ceramika Paradyż, aby sprzedawać np. na rynku francuskim, musi wykonać wiele bardzo drogiego badań swoich wyrobów i uzyskać odpowiednie certyfikaty. Natomiast produkty importowane do Polski nie podlegają takim obostrzeniom i uważam, że jest to ogromnie niesprawiedliwe. Ponadto często dostajemy informację, że jakaś jednostka nadzoru budowlanego pobrała nasze wyroby z salonu sprzedaży, marketu czy budowy w celu przeprowadzenia badań na potwierdzenie zgodności parametrów z deklaracją właściwości użytkowych. Nam to nie przeszkadza, ponieważ płytki Ceramiki Paradyż są

bardzo dobrej jakości i takie badania jeszcze to potwierdzają. Natomiast bardzo się zdziwiłem, kiedy wszedłem na stronę internetową Głównego Urzędu Nadzoru Budowlanego i w raporcie o produktach, które zostały przebadane, nie znalazłem żadnych płytek importowanych. Czyżby w Polsce w ogóle nie było importu? A przecież ze statystyk wynika, że tylko w 2021 r. znalazło się na naszym rynku ok. 25 mln m² płytek zagranicznych producentów. Jest to dla mnie niezrozumiałe, że na polskim rynku, polskie urzędy traktują bardziej rygorystycznie rodzime wyroby niż importowane.

KW: Jaki jest obecnie udział Ceramiki Paradyż w polskim rynku płytek ceramicznych?

PT: Szacuję, że w 2020 r. nasz udział w rynku wynosił 16%, a w 2021 r. zwiększył się o 2 punkty procentowe.

KW: Na koniec proszę o krótką charakterystykę struktury organizacyjnej i zakresu produkcji poszczególnych zakładów Ceramiki Paradyż.

PT: W strukturze Ceramiki Paradyż jest 6 zakładów produkcyjnych w różnej lokalizacji: 3 zakłady w Tomaszowie Mazowieckim, jeden w Opocznie i dwa w Wielkiej Woli k. Paradyża. Każdy z tych zakładów ma swoją specyfikę. W Tomaszowie Maz. produkowane są gresy i płytki wielkoformatowe oraz znajduje się Centrum Handlowo-Logistyczne i magazyn centralny, z którego odbywa się spedycja wyrobów na cały świat. W Opocznie wytwarzamy płytki małogabarytowe, mozaiki, gorseciki i tzw. galanterię ceramiczną, a w Wielkiej Woli jeden z zakładów zajmuje się produkcją płytek trasowych grubości 3 cm, a drugi płytek klinkierowych.

KW: Życzę w kolejnych latach tak dobrych wyników, jak w 2021 r. i dalszego rozwoju Ceramiki Paradyż. Proszę przyjąć serdeczne podziękowania oraz słowa wdzięczności za dotychczasową bardzo dobrą współpracę z naszą redakcją, a także wspieranie czasopisma „Wokół Płytek Ceramicznych”. Bardzo dziękuję za rozmowę.