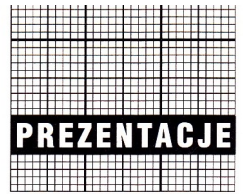


Myślenie perspektywiczne



Wśród działających na rynku polskim firm olejowych Elf Lubrifiants Polska należy do potentatów. Swoją pozycję zawdzięcza bezsprzecznie wczesnemu dostrzeżeniu potencjału polskiego rynku motoryzacyjnego jak i zdolnościom menedżera, który związany jest z Elfem od początku obecności tej firmy w Polsce. Błażej Krupa, bo o nim mowa, swoją przygodę z Elfem rozpoczął w 1974 r. jako kierowca rajdowy startujący na samochodach Renault opatrzonych logo olejowego potentata. Dzisiaj jest Prezesem Zarządu Elf Polska. Jego też poprosiliśmy o wypowiedź na temat działań i perspektyw Elfa w Polsce.

Ubiegłoroczne wydarzenie na rynku olejowym w Polsce, jakim było uruchomienie zakładu konfekcjonowania olejów Elfa w Nowym Dworze Mazowieckim, otworzyło całkiem nowy rozdział w historii naszej firmy. Całą inwestycję zamknęliśmy w błyskawicznym tempie. Od momentu wejścia na plac budowy do chwili uruchomienia zakładu min-



ęły równo cztery miesiące. Nasz zakład jest 27 tego typu inwestycją Elfa na świecie. Oleje pochodzące z wytwórni w Antwerpii, konfekcjonowane są u nas na miejscu, przy czym opakowania, palety i cały proces rozlewania są już krajowe.

A jeszcze nie tak dawno, bo dwadzieścia lat temu, gdy poproszono mnie o pomoc w ocenie rynku polskiego pod kątem planów Elfa, można było myśleć jedynie o szczątkowym imporcie uzupełniającym. Na szczęście, ludzie zarządzający w tamtym czasie Elfem mieli na tyle wyobraźni, by podjąć próbę sondażu rynku polskiego. Stąd też dosyć wcześnie, bo w 1978 r., pierwsze bańki oleju Elf znalazły się w sieci CPN i sklepach PZMot-u.

Z początku obecność firmy na rynku była bardzo skromna. Dopiero w 1986 r. Elf otworzył swoje Biuro Informacji Technicznej w Warszawie. W prowadzeniu biura pomogły mi wtedy moja znajomość rynku i wykształcenie zawodowe, miałem przecież za sobą studia na Wydziale Handlu Zagranicznego na SGPiS. Naszym głównym zadaniem było wtedy przybliżenie polskim odbiorcom produktów firmy Elf.

Rok 1990 był przełomowy dla gospodarki. Eksplozja w handlu, z jaką mieliśmy wówczas do czynienia, zaskoczyła wszystkich. W tym dogodnym momencie w 1992 r. została utworzona Elf Lubrifiants Polska Spółka z o.o. ze 100% kapitałem Elf z Francji. Zaczynaliśmy skromnie, ale bogaci w wieloletnie doświadczenia na rynku polskim.

Wprowadzone do sprzedaży w końcu lat siedemdziesiątych oleje Sport i Turbo Diesel 15W40 pozyskały nam wielu zwolenników. Zmieniające się wymagania rynku i kryteria jakościowe doprowadziły do wprowadzenia do

sprzedaży olejów nowej generacji, posiadających, między innymi, dodatkowe świadectwo jakości „energy conserving”, potwierdzające oszczędność w zużyciu paliwa, czy tzw. domty, czyli świadectwo jakości gwarantowane przez API (Amerykański Instytut Nafty). Elf Polska, jako pierwsza firma w kraju, rozpoczęła sprzedaż silnikowych olejów mineralnych, spełniających jakościowe normy amerykańskie API SJ. Oczywiście oleje półsyntetyczne i syntetyczne Elf odpowiadają też tej najwyższej normie.

W sprzedaży olejów silnikowych wyprzedza nas w Europie tylko filia niemiecka. To doskonały dowód na nieprzewidywalność polskiego rynku i chęć polskich odbiorców podążania za najnowszymi rozwiązaniami technicznymi. W tej chwili spośród dostarczanych przez nas do warsztatów olejów silnikowych, większość stanowią syntetyki, to też znak czasu.

Rynek naszych odbiorców budujemy bardzo cierpliwie, nie goniąc jednak za modą. W naszej ofercie nie ma na przykład oleju 0W40, gdyż od dawna sprzedawane przez nas oleje 5W40 i 5W50, o temperaturze krzepnięcia -42°C i -50°C, aż nadto spełniają wymagania klimatyczne Polski. Tymczasem koncentrujemy się bardziej na przekonaniu odbiorców do olejów klasy SJ. W nich bowiem udało się zminimalizować zawartość fosforu, co znacznie wydłuża żywotność katalizatora.

Inny kierunek naszej aktywności, to rozwinięcie sprzedaży olejów silnikowych w beczkach. Z jednej strony zapewniamy to warształtom korzystniejszą marżę, z drugiej - jest działaniem proekologicznym. Niezwykle istotnym problemem w Europie jest bowiem utylizacja opakowań z tworzyw sztucznych zwłaszcza, że w każdym opakowaniu pozostaje 2-3% oleju. Tymczasem beczka, po opróżnieniu jej z oleju, jest doskonałym wsadem do hutniczego pieca. Dlatego zależy nam bardzo, by doszło do szybkiego przesunięcia sprzedaży oleju bezpośrednio do warsztatów.

W Polsce jak dotąd udział warsztatów w sprzedaży olejów silnikowych nie przekracza kilkunastu procent, podczas gdy we Francji sięga 50%. Staramy się więc rozwijać naszą sieć odbiorców, tworzoną przez warsztaty i firmy transportowe. Ich liczba sięga już ponad 1000. Mamy wiele atutów. Wypracowaliśmy obopólnie korzystny system współpracy z warsztatami. Prowadzimy politykę inwestycyjną opartą na najwyższej jakości szwedzkich urządzeniach do wymiany oleju firmy ORION. Zapewniamy przeszkolenie personelu warsztatów, opłacamy serwis sprzętu i jego naprawę.

Niekwestionowanym wsparciem dla naszej działalności jest 29-letnia współpraca z Renault w zakresie współpracy technicznej, handlowej, reklamowej i sportowej. Ale udowodniłmy swoim działaniem na rynku wielu krajów świata, w tym i Polski, że jesteśmy godnym zaufania partnerem również dla innych firm samochodowych i przemysłowych.