

ROTH

Artur Spólnik

PREZES ZARZĄDU ROTH POLSKA SP. Z O.O.

Czy rok 2025 był rokiem „przetrwania” czy rozwoju?

Zakładaliśmy, że rok 2025 będzie trudny, ale lepszy od 2024. I w zasadzie te prognozy się sprawdziły. Na skutek walki cenowej przychody nie wzrosły (obniżaliśmy ceny, dostosowując się do pozostałych graczy), ale już wolumen sprzedaży tak. Z kolei sprzedaż produktów Roth przez naszych partnerów wzrosła o kilkadziesiąt procent, co wynika ze zmniejszenia przez nich stanów magazynowych. Oznacza to jednak, że zdecydowanie więcej produktów marki Roth trafiło do odbiorców rynkowych, choć my tego jeszcze nie odczuliśmy. Ale to oznacza, że jeżeli uda nam się utrzymać trend sprzedażowy z zeszłego roku, to w tym roku nasza spółka powinna wygenerować przychód wyższy o kilkanaście procent. Biorąc pod uwagę obecną sytuację w budownictwie to byłby niezły wynik.

Globalizacja – zagrożenie czy szansa?

Globalizacja? Ja nazwałbym to zjawisko raczej konsolidacją. Wszyscy wiedzą i widzą, że to nieuchronne. Mali nie mają w dłuższym terminie szans na przetrwanie. Widać to po wielu firmach, które w ostatnim czasie zniknęły lub zaczęły

znikać z polskiego rynku. Liderzy rynkowi będą łączyć siły, przejmować słabszych albo doprowadzać do wyeliminowania ich z rynku. Czy służy to rynkowi? Na pewno nie, a klienci stracą na tym, że rynek będzie zależny od dużych graczy.

Zmiany w dystrybucji i rola instalatora

To, co najbardziej widoczne, to przede wszystkim redukcje stoków magazynowych w hurtowniach. W zasadzie większość z nich chciałaby wysyłać towary bezpośrednio od producentów/dostawców do klienta/installatora. Oczywiście nie dotyczy to wszystkich towarów i wszystkich hurtowni. Ale widać wyraźną chęć do przesunięcia kosztów magazynowych na dostawców. Stąd bierze się też redukcja punktów sprzedaży hurtowej, która w ostatnich latach była – moim zdaniem – zbyt lekkomyślnie rozbudowywana. I trend, który dotarł już z pełną siłą również do naszej branży, czyli sprzedaż online. Tu już nie ma odwrotu, szczególnie, że młodzi instalatorzy są wychowani cyfrowo. Żaden liczący się dystrybutor nie może sobie już pozwolić na sprzedaż wyłącznie offline. Widać to szczególnie po dobrych wynikach tych hurtowni, które mają dobrze rozbudowane platformy e-commerce.

**Technologie grzewcze – co się zmienia?**

Czasem mam wrażenie, że przy dywersyfikacji źródeł ciepła zrobiliśmy raczej krok w tył. Ekologiczne źródła ciepła troszkę spowolniły, te mniej ekologiczne jakby przyspieszyły. Będziemy potrzebować trochę więcej czasu na transformację. Wciąż dostępnych jest wiele rozwiązań, których wybór kształtuje cena.

Jak sztuczna inteligencja zmienia funkcjonowanie firmy?

Wszyscy piszą, mówią o AI. Chyba większość już nawet miała okazję spróbować, choćby ChatGPT. Na pewno AI pozwoli na większą automatyzację procesów produkcyjnych, dystrybucyjnych, ale i sprzedażowych. W naszej grupie podchodzimy do tematu raczej na chłodno, uważając, że wpływ sztucznej inteligencji jest

być może przeceniany, szczególnie ten negatywny. Ale tutaj też nie ma wyjścia, to po prostu nieuniknione. Przy zapytaniach dotyczących drobnych awarii czy innych zagadnieniach technicznych, AI już teraz jest w stanie pomóc użytkownikowi. To chyba dobrze. Ale nie zastąpi w 100% fachowca.

Czego możemy oczekiwać w 2026 roku?

Wszyscy mają nadzieję, że najgorsze za nami. Nie oznacza to jednak powrotu do czasów postpandemicznych, kiedy trudno było nadążyć z dostawami towaru. Czekają nas mozolne odbudowywanie rynku, pod ciągłą presją cenową. Dodatkowo trzeba uwzględnić wciąż rosnące koszty prowadzenia biznesu, co powoduje, że rentowność wielu firm będzie jeszcze bardziej zagrożona niż wcześniej.