

# Potencjał API Folie Polska doceniony

Polski oddział obsłuży także rynek niemiecki

**Firma API Folie Polska, lokalny oddział API Foilmakers, poinformowała, że z początkiem czerwca br. przejęła kompleksową obsługę wszystkich klientów z rynku niemieckiego, zarówno reprezentujących branżę opakowań i etykiet, jak też odbiorców przemysłowych.**

**api FOILMAKERS**  
A DIVISION OF ALDUS

**J**ak mówi Katarzyna Kozińska, dyrektor zarządzająca API Folie Polska, „decyzje kierownictwa API Foilmakers, a także naszych nowych właścicieli – australijskiej grupy Aldus – to dla nas powód do szczególnej satysfakcji, ale też świadomość olbrzymiej odpowiedzialności za największy w Europie rynek produkcji opakowań i etykiet, jakim są Niemcy. Postrzegamy je w kontekście docenienia naszych dotychczasowych doświadczeń w obsłudze rynku niemieckiego w zakresie dostaw folii przemysłowych, a także potencjału, jakim dysponujemy, działając lokalnie. Po zmianach strukturalnych zapadła decyzja, że z Polski będziemy obsługiwać także odbiorców całego pozostałego asortymentu API Foilmakers, a więc m.in. folii do hot- i cold-stampingu. Tym samym wolumen realizowanych dostaw wzrośnie kilkukrotnie. Tego typu strategiczne ruchy wymuszają, rzecz jasna, podjęcie decyzji o inwestycjach w sprzęt i kadry. Już niebawem w Piasecznie rozpoczną pracę nowe maszyny do przetwórstwa, konfekcjonowania i pakowania folii. Zamierzamy też rozbudować nasze struktury handlowe, zarówno w odniesieniu do polskiego, jak i niemieckiego rynku. Nowe urządzenia i zwiększona powierzchnia magazynów to także nowi pracownicy, jacy pojawiają się w naszym zakładzie już wkrótce”. Katarzyna Kozińska dodaje, że plany związane z rozszerzeniem kompetencji i obszaru działalności API Folie Polska zaczęły się kształtować tuż po zmianach właścicielskich. W lutym br. większość aktywów API Group przejęła Aldus Group, spółka działająca już wcześniej w zakresie produkcji rozwiązań dla branż opakowaniowej i etykietowej. Nowi właściciele po wi-

zycie w Polsce szybko zorientowali się w potencjale, jaki reprezentuje zarówno tutejszy rynek, jak też polski oddział.

Oferta API Foilmakers dla branży poligraficznej, w tym opakowaniowej i etykietowej, obejmuje: folie metalizowane do hot-stampingu, folie pigmentowe do hot stampingu (znajdujące też zastosowanie w aplikacjach przemysłowych, np. przy znakowaniu), folie metalizowane do cold-stampingu, a także folie holograficzne do tłoczenia na zimno i na gorąco. „Cały ten asortyment jest dostępny na bieżąco. Oferujemy go zatem zarówno naszym polskim klientom, jak też – od niedawna – niemieckim. Ci ostatni przyjęli wprowadzone zmiany z bardzo dużym zrozumieniem, znając nasze doświadczenia w zakresie dostaw folii przemysłowych, które pozostały niezakłócone nawet w ostatnich, niełatwych z różnych względów miesiącach. Mamy sygnały, że bliskość geograficzna polskiego oddziału, który będzie ich zaopatrywał, też jest doceniana. Część klientów korporacyjnych posiada zakłady w Polsce i w Niemczech, więc tu efekt synergii będzie – jak wspólnie zakładamy – jeszcze większy” – mówi Katarzyna Kozińska.

„Cieszymy się ogromnie z faktu, że API Folie Polska – oddział utworzony 7 lat temu – z roku na rok stanowi coraz ważniejsze ogniwo w łańcuchu dostaw realizowanych przez całą firmę i że nasze znaczenie w jej strukturach, także na arenie międzynarodowej, stale wzrasta. Obsługa tak ważnych w skali europejskiej rynków, jak Polska i Niemcy, to prawdziwe wyzwanie, które – mam nadzieję, przy aktywnym udziale naszych klientów i partnerów biznesowych – podejmujemy z radością, ale i respektem. Zapraszamy zatem już dzi-



siaj do składania zamówień, a tych, którzy jeszcze z nami nie współpracują – do kontaktu z naszym polskim oddziałem. Chętnie odpowiemy na wszystkie pytania, dostarczymy próbki materiałów do testowania, a w przypadku zainteresowania ich wdrożeniem – doradzimy właściwe podłoże i pomożemy przy jego implementacji. Zgodnie z przyświecającą nam od lat misją, aby nie tylko być producentem i dostawcą najwyższej klasy folii, ale też partnerem i doradcą dla każdego z naszych klientów” – podsumowuje Katarzyna Kozińska.

ARTYKUŁ PROMOCYJNY