

## SAPA rozpoczyna konsolidację z HYDRO

**Rozpoczął się proces scalania marek Sapa i Hydro. Na mocy porozumienia zawartego 10 lipca br. Norsk Hydro stało się wyłącznym właścicielem marki Sapa, która będzie teraz częścią tego globalnego koncernu. Proces integracyjny został zaplanowany na 6 miesięcy i oficjalnie rozpoczął się 02.10.2017.**

Przypomnijmy, Sapa od 2013 roku funkcjonowała jako spółka joint venture, której właścicielami były dysponujące równymi udziałami koncerny Orkla i Hydro. Pierwotna umowa pomiędzy obiema firmami przewidywała wspólną własność na co najmniej trzy lata. 10 lipca 2017 roku podjęto decyzję, że Hydro odkupi od Orkla 50% udziałów w Sapa i stanie się wyłącznym właścicielem firmy. Wiadomość ta spotkała się z pozytywnymi reakcjami rynku finansowego i metali oraz prasy międzynarodowej.

*„Sapa posiada wyjątkowe połączenie kompetencji i pozycji rynkowej. Wspólnie stworzymy unikatową na świecie ofertę dla naszych klientów i pracowników, którzy pragną rozwijać innowacyjne rozwiązania w zakresie aluminium“* — mówi Svein Richard Brandtzæg, Prezes i Dyrektor Generalny Hydro. Połączenie tych marek ma ogromne znaczenie dla globalnego rynku aluminium: w wyniku konsolidacji Hydro będzie posiadało ponad 35 000 pracowników i 30 000 klientów na całym świecie, co uczyni z niego wiodącą siłę w światowej branży aluminiowej.

Dla zapewnienia ciągłości współpracy z klientami Sapa, biuro planowania integracji składające się z przedstawicieli obu firm podjęło decyzję o stopniowym wdrażaniu zmian. Pierwsze z nich pojawiły się już 2 października br. Tego dnia zmienił się logotyp, adres strony internetowej (<https://www.hydroextrusions.com/>) oraz kanały komunikacji w mediach społecznościowych, a pracownicy Sapa zaczęli funkcjonować pod nowymi adresami e-mail @hydro.com, przy czym dla wygody ich kooperantów, dotychczasowe adresy pozostaną aktywne jeszcze przez rok. Jednocześnie jeszcze przez około 6 miesięcy obecne dane rejestrowe spółki i numery kont pozostaną nadal aktualne. W tym czasie władze Hydro będą pracować nad pełnym rebrandingiem marki, którego efekty zobaczymy w II kwartale 2018 roku. O wszelkich zmianach będziemy Państwa na bieżąco informować.