

W objęciach luksusów



Fotografię udostępniła firma Coemi

ewa bien 
LIFESTYLE

>> 2

BIELIZNA | ALLES - ZAUFANA MARKA TYSIĘCY KOBIET

Bo każda kobieta jest inna

Rozmowa z Alicją Wojciechowską, właścicielką P.P.H.U. Alles

■ Zaufanie zobowiązuje - to motto, którym kierujecie się Państwo od początku swojej pracy. Znakiem rozpoznawczym marki jest jaskółka, symbol nadziei, dobrobytu i szczęścia. To także postanie dobrej nowiny. Jaka jest geneza Państwa nazwy, która jest znana i ceniona przez klientów już przeszło 17 lat?

- Tworząc firmę, staraliśmy się z mężem znaleźć takie określenie, które odzwierciedlałoby nie tylko nasze imiona - Alicja i Sławomir, ale przede wszystkim podkreślałoby ideę i misję naszej działalności. Natknęliśmy się na słowo *alles*, które w języku niemieckim oznacza *wszystko*. Dla nas, jako właścicieli, określenie to miało symbolizować bieliznę dla wszystkich kobiet, w każdym wieku i na każdą chwilę ich życia.

Początki nie były łatwe. Działalność rozpoczęliśmy 01. 04. 1992 roku zatrudniając 10 osób i dysponując niewielkim polskim kapitałem. Dzięki pasji i marzeniom oraz uporowi w dążeniu do celu rozwinęliśmy małą firmę do rangi przedsiębiorstwa zatrudniającego obecnie blisko 130 osób. W 2007 roku powstała druga firma handlowa Alles Company,



która wspiera markę Alles działaniami marketingowymi.

■ Wspomniała Pani o misji firmy. Co jest dla Państwa najważniejsze i jakie wartości wyznają Państwo w swojej pracy?

- Naszą misją jest zdobyć zaufania

każdej kobiety, czyniąc z niej wierną klientkę marki.

Oferujemy bieliznę różnorodną, spełniającą oczekiwania kobiet na każdym etapie ich życia.

Dla kobiet o wyszukanych gustach stworzyliśmy uwodzącą kolekcję *Glamour. Klasika* to propozycja dla kobiet w każdym wieku, ceniących elegancję i wygodę. Kolekcja *Mama by Alles* to nowoczesna i funkcjonalna bielizna dla kobiet w ciąży i karmiących. Wychodząc z założenia, że każda kobieta bez względu na okoliczności może czuć się atrakcyjna, stworzyliśmy bieliznę dla kobiet po mastektomii, *Amazonki - Medibra by Alles* oraz *Beauty XXL* - dla dam o pełniejszych kształtach. Chcemy, aby zarówno klientki, jak i wszyscy partnerzy kojarzyli markę Alles z takimi wartościami jak: rzetelność, odpowiedzialność oraz innowacyjność.

■ Firma jest laureatem wielu prestiżowych nagród. W tym roku staje przed szansą uzyskania

niego kolejnego tytułu - JAKOŚĆ ROKU 2009. Czym charakteryzuje się polityka jakości w firmie Alles?

- Funkcjonujemy w oparciu o zintegrowany system zarządzania jakością ISO 9001. Posiadamy takie wyróżnienia jak: Najlepsze w Polsce, EU Standard oraz Laur Klienta. Ale

miernikiem skuteczności naszych działań w dziedzinie jakości jest ocena wyrażana przez nasze klientki. Dlatego sprawą nadrzędną jest zdobywanie ich zaufania oraz zadowolenia. Jakość powstaje przez spełnienie zobowiązań, które realizujemy zgodnie z naszym sloganem reklamowym: *Zapewniamy wygodę, tworzymy piękno, czaruje myślnością*. Oczywiście jakość to nie tylko projektowanie bielizny i doskonalenie procesów produkcji. To także tworzenie satysfakcjonujących miejsc pracy, umożliwianie pracownikom rozwoju, przekształcanie współpracy w partnerstwo oraz budowanie ducha

wspólnej odpowiedzialności za społeczeństwo, w którym istniejemy.

■ W tym miejscu chcę nawiązać do Państwa działalności charytatywnej.

- Jesteśmy sponsorem drużyny koszykówki dziewcząt TK Alles. Organizujemy dla młodzieży turnieje



o Puchar Firmy Alles. Wspieramy stowarzyszenia, instytucje, szkoły, miejskie ośrodki pomocy społecznej, Polski Związek Niewidomych oraz Łódzki Klub Amazonki. Jesteśmy sponsorem kalendarza Amazonki *Nie jedna z jedną* oraz partnerem akcji Narodowego Funduszu Zdrowia zachęcającej kobiety do badań mammograficznych.

Ponieważ wspieramy nasze środowisko lokalne, zostaliśmy uhonorowani tytułem *Zastępcy dla Miasta Głowna* oraz *Przyjacieli Szkoły*.

■ Mają Państwo wizję swojego dalszego rozwoju?

- Z jednej strony dążymy do wzrostu rozpoznawalności naszej marki na rynku

Bielizna
Alles.pl



europejskim, z drugiej - staramy się zachować pozycję lidera w polskiej branży bielizniarskiej. Zamierzamy to osiągnąć poprzez ciągły rozwój, wprowadzając innowacyjne rozwiązania w najbardziej istotnych obszarach naszej pracy, a więc projektowania, produkcji, marketingu i dystrybucji. Kluczowa jest tu oczywiście kwestia

jakości. Monitorujemy proces produkcji na każdym jego etapie, co w rezultacie w dużym stopniu eliminuje ewentualne reklamacje. Fakt, że stale inwestujemy w nowe systemy, gwarantuje nam konkurencyjność. Nasze klientki mogą być pewne, że biustonosz posłuży im przez kilka ładnych

BIELIZNA | FIRMA EWA BIEN NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Komfort i piękno w każdym rozmiarze

Rozmowa z Ewą Bien, prezesem firmy Ewa Bien

■ Firma Ewa Bien obchodzi w tym roku jubileusz dwudziestolecia swojego istnienia. W jakie wydarzenia obfitował ten okres?

- Firma istnieje od 1989 roku. Początkowo zajmowaliśmy się projektowaniem i produkcją strojów kąpielowych własnego pomysłu. Z czasem postawiliśmy na zmysłowe i seksowne komplety intymnych części garderoby. To potrzeba rynku skłoniła nas do spontanicznego wyspecjalizowania się w branży bielizniarskiej. Tak właśnie rozpoczęliśmy naszą przygodę z bielizną, która trwa do dziś.

■ Co wyróżnia produkty marki Ewa Bien i jakie działania pozwalają się Państwu wyróżnić na konkurencyjnym rynku branży bielizniarskiej?

- Tworząc bieliznę, kluczową rolę odgrywa dla nas przede wszystkim komfort i wygoda klientek. Nasze produkty kierujemy do wszystkich kobiet, niezależnie od wieku czy rozmiaru noszonej bielizny. Nasza firma to odbicie natury kobiecego ciała, która nie jest tak monotematyczna jak mogłaby wskazywać na to tabela rozmiarów.

Kwestie związane z samym procesem produkcji, dobieraniem odpowiednich materiałów czy starannością ich wy-



konania, traktujemy jako oczywiste podstawy jakości naszych wyrobów. Najwyższą jakość produktów firma Ewa Bien utrzymuje dzięki współpracy z dostawcami mającymi wdrożone systemy jakości. Wy-

chodzimy z założenia, że bez tych czynników nie ma możliwości, aby nawet w niewielkim stopniu zaistnieć na rynku. Spełniając te warunki na każdym etapie procesu, zastanawiamy się, czego potrzebują współczesnym kobietom i czy przy ogromnym wyborze wśród producentów bielizny, ich potrzeby są zaspokajane.

■ Jakie wnioski udało się z tych obserwacji wyciągnąć?

- Dzisiaj firma Ewa Bien to nie tylko produkcja bielizny, ale również kształtowanie świadomości Polek.

Są tysiące kobiet, które często czują się dyskryminowane ze względu na to, że reprezentują tę damską grupę, których rozmiar biustonosza nie mieści się w kategorii rozmiarów uniwersalnych. Czując zażenowanie i dyskomfort, ich atrybut urasta do rangi problemu. Jako firma produkująca bieliznę, czujemy się w obowiązku dostarczać na rynek seksowną bieliznę nie tylko dobrej jakości, ale również uświadamiać sprzedaw-

ców, że rozmiary kobiecych biustów nie kończą się na literkach D czy E. Nierzadko sięgają znacznie dalej alfabety.

Poza tym kobiety, niezależnie od wymiarów, mają problem z dobraniem odpowiedniego biustonosza. Nie zdając sobie sprawy z konsekwencji nie tylko estetycznych, ale i zdrowotnych, często narażają swój biust na niebezpieczeństwo. Czytając regularnie forum społecznościowe, na którym wypowiadają się rozczarowane przedstawicielki płci pięknej hojnie obdarzone przez naturę, niepotrafiając dobrać sobie odpowiedniej bielizny, postanowiłam wyjść im naprzeciw. Przedstawiłam kilka naszych produktów, które miały spełniać wszystkie wymagania świadomych swojego ciała intymnautek. Ku mojej wielkiej radości okazało się, że bielizna przyjęła się doskonale. Otrzymałam mnóstwo pozytywnych opinii i, co najważniejsze, sygnał zwrotny, że zapelniam lukę, która bardzo dotkliwie uderzała w określoną grupę kobiet. Wtedy bardzo obrazowo dostrzegłam skalę problemu i postanowiłam skupić się na produkcji bielizny powyżej rozmiaru E.

■ Zatem chcą Państwo, by każda Polka była kobietą świadoma swego ciała.

- Tak, dlatego już niebawem przeprowadzimy cykl

akcji bra-fittingu w popularnej polskiej galerii handlowej. Ta inicjatywa polega na doboru przez fachowo przeszkoloną osobę, czyli bra-fitterkę, rozmiaru biustonosza indywidualnie do każdej klientki, która wyrazi chęć oddania się w ręce naszej specjalistki. Gwarantujemy bezpłatną



poradę i dobranie biustonosza w każdym rozmiarze.

■ Gdzie w takim razie uświadomiona kobieta może zaopatrzyć się w Państwa zmysłowe produkty?

ewa bien
LINGERIE



- Nasze komplety bielizny można kupić w sklepach na terenie całego kraju. Z bogatej oferty kolekcji na każdą okazję można skorzystać również nie ruszając się z domu - w sieci dostępny jest nasz sklep internetowy www.ewabien.com.pl.

Produkty Ewa Bien można spotkać także za granicą, m. in. w Czechach, Grecji, Kanadzie, we Francji, a nawet w Południowej Afryce czy Australii.

■ Istotnym wyróżnieniem dla firmy Ewa Bien jest nominacja

do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009. Pretendując do tej nagrody, potwierdzają Państwo wysoką jakość produkcji i wszelkich działań.

- W ferworze walki o samodoskonalenie nie walczyliśmy o nagrody i wyróżnienia, gdyż największą satysfakcję czerpiemy z radości naszych klientek. Fakt nominacji do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009 jest dla nas pozytywnym zaskoczeniem i ukoronowaniem wielu działań, które prowadzą do ciągłego doskonalenia firmy.

■ Dużo inicjatyw i samodoskonalenia to podstawowe założenia firmy Ewa Bien na najbliższe lata. Jakie cele ponadto planują Państwo zrealizować?

- Planujemy rozwinąć naszą produkcję w segmencie kostiumów kąpielowych, skupiając się na modnych kolekcjach w oryginalnych wzorach. Zadbamy o to, żeby klientki czuły się w nich równie doskonale jak w naszych kompletach bielizny. Planujemy również wprowadzić połączenia dwuczęściowych kostiumów w różnych konfiguracjach rozmiarowych, co pozwoli na idealne dopasowanie stroju do każdego typu sylwetki.

■ Dziękuję za rozmowę.
Natalia Zarzeka

Biznes Raport

NR 10 (47) | 30 PAŹDZIERNIKA 2009 | WWW.BIZNESRAPORT.COM

ALUMINIUM | GRUPA KĘTY W GRONIE NAJBARDZIEJ CENIONYCH MAREK W EUROPIE

Światowa jakość - polskie rozwiązania

Rozmowa z **Dariuszem Mańko**, prezesem zarządu Grupy Kęty SA

■ **Tradycja Państwa działalności sięga lat pięćdziesiątych XX wieku. Dzisiaj Grupę Kęty tworzy zróżnicowany holding, skupiający 23 spółki. Co Pana zdaniem zdecydowało o tak dużym sukcesie i rozpoznawalności marki nie tylko w kraju, ale także poza jego granicami?**



- Budowanie silnej marki zajęło nam kilkanaście lat. Przelomową datą był rok 1993, kiedy właścicielem spółki stało się konsorcjum finansowe z amerykańskimi funduszami inwestycyjnymi na czele. Fundusze umożliwiły zarządowi realizację własnej strategii rozwoju, wspierały go merytorycznie i zapaliły zielone światło dla inwestycji na niespotykaną w historii firmy skalę. To właśnie dzięki inwestycjom w nowoczesne technologie Grupa Kęty dogoniła europejskie firmy i może z nimi konkurować jak równy z równym.

Inną ważną datą był rok 1999. Grupa Kęty zakupiła wtedy częściowy pakiet udziałów firmy Metalplast-Bielsko, największego wówczas w Polsce producenta stolarki aluminiowej. Był to

fundament, na bazie którego utworzono spółkę Aluprof, dziś prężnie działającą firmę w segmencie nowoczesnych systemów aluminiowych.

Jesteśmy także największym i najbardziej doświadczonym producentem opakowań gietkich w kraju, zaopatrując w opakowania większość zagranicznych koncernów działających na polskim rynku. W moim przekonaniu kluczem do sukcesu, zarówno w branży aluminiowej, jak opakowaniowej, było osiągnięcie przez nas perfekcji w zakresie rozwiązań technologicznych. Postawiliśmy na jakość, zdając sobie sprawę z faktu, że na światowym rynku nie ma miejsca na przeciętność. Oczywiście inwestycje wymagały od nas wielomilionowych nakładów finansowych, ale warto było ponieść takie koszty. Wysokiej jakości profesjonalne urządzenia i innowacyjne technologie stały się dla nas podstawą i jednocześnie gwarantem funkcjonowania w oparciu o najwyższe światowe standardy. Nasza strategia dzisiaj procentuje mocną pozycją spółki na rynkach międzynarodowych. Od 13 lat naszą wiarygodność potwierdza obecność na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

■ **Co zatem składa się na system zarządzania jakością w Grupie Kęty?**

- Platformę zarządzania jakością stanowi zintegrowany system, który stanowią trzy współdziałające ze sobą i uzupełniające się podsystemy przedsiębiorstwa: zapewnienia jakości, zarządzania środowiskiem oraz bezpieczeństwem pracy, oparte o normy ISO 9001, ISO 14001 oraz specyfikację PN-N 18001. W związku z współpracą z przemysłem motoryzacyjnym, poddaliśmy certyfikacji standard ISO/TS 16949, dzięki któremu możemy dostarczać nasze profile aluminiowe do wielu renomowanych koncernów samochodowych. Współpracujemy m.in. z takimi koncernami, jak: Volkswagen, Audi oraz Porsche. Elementem dobrze odzwierciedlającym nasze podejście projektowe jest powstające właśnie w ramach programu Innowacyjna Gospodarka, Centrum Badawczo-Rozwojowe Grupy Kęty SA.

■ **Rozumiem, że prowadzona polityka jakości jest doceniana przede wszystkim przez Państwa klientów, ale nie tylko?**

- Jak najbardziej. Posiadane przez nas certyfikaty otwierają nam wiele drzwi na rynkach europejskich i światowych. W Polsce natomiast z naszych usług korzysta praktycznie 60% rynku. Z naszych systemów aluminiowych wykorzystane zostały fasady takich obiektów, jak: terminal lotniska Okęcie II, hotel Hilton, Platinum Towers, Atrium City w Warszawie, będące w budowie lotnisko Boryspol w Kijowie oraz dziesiątki hoteli, biurów, galerii handlowych, salonów samochodowych, obiektów publicznych. Dużą popularnością, zwłaszcza wśród zagranicznych koncernów działających w Polsce, cieszą się produkowane w Kętach i Tychach opakowania gietkie. I w tym przypadku ogromną rolę odgrywa nasz potencjał technologiczny oraz jakość, co potwierdzają certyfikaty BrC/loP - system zarządzania stworzony przez British Retail Consortium (BrC) i Institute of Packaging (IoP) oraz system zarządzania bezpieczeństwem żywności

zgodnie z Normą Europejską ISO 22000:2005. Nasze starania są doceniane przez niezależne instytucje biznesowe. W 2003 roku zdobyliśmy tytuły Giełdowej Spółki Roku i Spółki o Najwyższych Standardach CORPORATE GOVERNANCE.

VERNANCE oraz kilkakrotnie tytuł Spółki Godnej Zaufania. W tym roku

Nie ma drugiego tak dużego i zaawansowanego technologicznie producenta jak Grupa Kęty. Nasze roczne obroty szacowane są na poziomie ok. 1,2 mld zł, a zysk operacyjny wraz z amortyzacją za ubiegły rok wyniósł ok. 188 mln zł. Obecnie naszym podstawowym celem jest stworzenie nowego wizerunku holdingu jako jednolitej grupy kapitałowej zajmującej się produkcją systemów aluminiowych.

■ **Czy Grupa Kęty odczuła kryzys?**

- Pierwsze symptomy kryzysu zauważyliśmy już w pierwszym kwartale ubiegłego roku. Wtedy podjęliśmy daleko idące działania restrukturyzacyjne. Ograniczyliśmy działalność, likwidując np. niektóre zagraniczne jednostki. Najbardziej jednak odczułismo kryzys w segmencie wyrobów wyciskanych. Na szczęście udało nam się przezwyciężyć ten najgorszy okres i w dniu dzisiejszym cała struktura grupy w każdym obszarze jest dostosowana do zaisnionych warunków. Widoczne jest to przede wszystkim w zadowalających wynikach finansowych. Jeżeli chodzi o dalszą drogę rozwoju Grupy Kęty SA jestem pozytywnej myśli.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Ewa Szweida

Aluminiowe systemy dla współczesnej architektury

Aluprof SA jest jedną z niewielu polskich firm, która sprzedaje własny know-how. Tworzy i dystrybuje nie tylko systemy fasadowe i okienne-drzwiowe, ale również systemy rolet zewnętrznych.

Systemy wymyślone i produkowane w Aluprof SA tworzone są dla klienta, stąd konieczność ciągłego ich doskonalenia. W procesie tym szczególnie inspirujące są wymagania stawiane przez architektów, którzy wciąż poszukują indywidualnych i nietypowych rozwiązań. Współpraca z nimi to wyzwanie, które owocuje niepowtarzalnymi realizacjami. W ostatnich dwóch latach Aluprof SA zdobył wiele prestiżowych kontraktów na dostawy swoich systemów do obiektów powstających w największych miastach Polski. Najważniejsze to: New City, Platinum Towers i Atrium City w Warszawie, Cross Point w Łodzi, Łużycka Bussines Park, Arkonka Bussines Park i Dom Zdrowia w Sopocie, biurowce Philip Morris, Meduza i GTC

w Krakowie, Justin Center we Wrocławiu oraz wiele innych.

Najważniejszym zadaniem, stojącym przed działem rozwoju Aluprof SA, jest zaspokojenie wizji architektów i inwestorów poprzez dostosowanie systemów fasadowych i okienne-drzwiowych do potrzeb rynku krajowego i zagranicznego oraz ukierunkowanie na produkty, charakteryzujące się między innymi wysoką izolacyjnością termiczną, wodoszczelnością, wytrzymałością na obciążenia, niską pracochłonnością, a równocześnie wysoką trwałością podczas użytkowania. Właściwości te są potwierdzone przez niezależne akredytowane i notyfikowane instytucje badawcze krajowe i zagraniczne. Należą do nich między innymi: Instytut Techniki Budowlanej w Warszawie, IFT Rosenheim w Niemczech oraz angielski CWCT. Certyfikaty i klasyfikacje uzyskiwane w renomowanych laboratoriach potwierdzają spełnienie przez produkty Aluprof SA wysokich wymagań



stawianych przez obowiązujące normy europejskie i umożliwiają ich stosowanie na rynku krajowym oraz wymagających rynkach zagranicznych zgodnie z indywidualnymi wymaganiami architektów.

Aluprof SA to firma znana i uznana w branży budowlanej. Jest laureatem wielu wyróżnień, m.in. otrzymała nagrodę Orły Polskiego Budownictwa - I miejsce w kategorii Stalarka Budowlana oraz Laur Klienta w kategorii Systemy Aluminiowe, tytuły: Lidera Eksportu i Lidera Rynku Stalarki Budowlanej. Ponadto zdobyła Kryształowy Profil a także Diament do Złotej Statuetki Lidera Polskiego Biznesu. Aluprof SA znalazł się również na liście 500 najbardziej innowacyjnych przedsiębiorstw w Polsce.

es

Jakość przyciąga największych producentów

Wysokie standardy obsługi klienta, szerokie portfolio, bardzo dobra jakość produktów i najwyższe standardy bezpieczeństwa produkowanych opakowań czynią ze spółek grupy Alupol Packaging realną alternatywę dla światowych koncernów operujących w tej branży od wielu lat.

Spółki grupy Alupol Packaging od lat konsekwentnie budują silną pozycję rynkową, utrzymując status regionalnego lidera. Duże inwestycje w nowe zakłady, maszyny i technologie, trwające nieprzerwanie od 1996 roku sprawiły, że w branży opakowań dorównały one największym producentom opakowań w Europie. Na liście odbiorców są światowi producenci z branży koncentratów spożywczych, cukierniczej, mleczarskiej, tuszowej oraz chemicznej (Nestle, Unilever, Kraft Foods, Perfetti Van Melle, Bonduelle, Cussons i wiele innych). Śladem wielkich koncernów podążają coraz częściej duże i średnie firmy holenderskie, fran-

cuskie, niemieckie i austriackie, które chętnie zaopatrują się w opakowania produkowane w ramach grupy Alupol.

Produkcja wielowarstwowych materiałów opakowaniowych wymaga nie tylko fachowej wiedzy, odpowiedniej technologii, ale głównie nowoczesnych urządzeń. Spółki Grupy Alupol posiadają wszystkie te atuty. W ramach Grupy funkcjonuje Dział Badawczo-Rozwojowy, który, wykorzystując swoją wiedzę i doświadczenie, prowadzi prace związane z wdrażaniem i udoskonalaniem stosowanych technologii.

Dla Grupy Alupol Packaging jakość jest nadrzędnym celem. Dlatego zostały wdrożone wymagania standardu BrC/loP - system zarządzania bezpieczeństwem żywności stworzony przez British Retail Consortium (BrC) i Institute of Packaging (IoP) oraz system zarządzania bezpieczeństwem żywności zgodnie z Normą Europejską ISO 22000:2005. Są to standardy adresowane do producentów opakowań przeznaczonych do pakowania żywności, za-



pewniające bezpieczeństwo dla ich użytkowników. Bazę dla powyższych standardów stanowił funkcjonujący już wcześniej w spółce system HACCP. Systemy te potwierdzają możliwość śledzenia wyrobów w łańcuchu dostaw, prowadzenie dobrych praktyk produkcyjnych i higienicznych oraz właściwe zarządzanie technicznymi elementami produkcji.

Równie istotnym elementem w funkcjonowaniu firmy jest wdrożony i certyfikowany system zarządzania jakością ISO 9001, utrzymany i nadzorowany przez instytucję certyfikującą od ponad 13 lat. Ponadto firma ma wdrożony i certyfikowany System Zarządzania Środowiskowego ISO 14001 a także system zarządzania bezpieczeństwem i higieną pracy zgodnie z PN-EN 18001:2004.

es

STAL | MEPROZET STARE KUROWO W GRONIE NOMINOWANYCH DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

10-lecie to dopiero początek!

Rozmowa z **Zenonem Michałowskim**, prezesem zarządu Meprozet Stare Kurowo Sp. z o.o.

■ W tym roku, 5 listopada będą Państwo obchodzić okrągłą – dziesiątą rocznicę istnienia. Ale tradycja działalności spółki jest o wiele dłuższa, blisko 50-letnia. Jak firma rozwijała się na przestrzeni tych lat?



- Rzeczywiście początki naszego funkcjonowania to data 60. ubiegłego wieku. Wówczas działaliśmy jako Przedsiębiorstwo Państwowe, które zajmowało się produkcją wyrobów z drutu i rur cienkościennych. Prywatyzacja w 1999 roku na zawsze odmieniła oblicze firmy. Dzisiaj jesteśmy dynamicznie rozwijającą się spółką i znaczącym pracodawcą na lokalnym rynku. Zatrudniamy około 220 osób, a roczne obroty firmy sięgają 50 mln złotych.

■ Jakże zatem produkty i usługi oferuje Meprozet?

- Głównym obszarem naszej działalności są usługi cynkownicze oraz produkty znajdujące zastosowanie w rolnictwie. Produkujemy konstrukcje stalowe hal, ogrodzenia z siatki zgrzewanej oraz wygradzenia dla bydła. Posiadamy nowoczesny park maszynowy oraz własną cynkownię ogniową. Funkcjonujemy zgodnie z najnowszymi technologiami, ale stworzonymi i wdrożonymi

przez Meprozet. Spora część naszych wyrobów trafia na eksport, głównie do Niemiec, Danii i Holandii. Wieleletnia współpraca z naszymi stałymi kontrahentami jest potwierdzeniem zaufania w stosunku do nas i zadowolenia z oferowanych produktów.

■ Co dla Państwa stanowi najwyższą wartość?

- Zdecydowanie kapitał ludzki. Zatrudniamy w większości osoby mieszkające w Starym Kurowie i okolicach.

nia zamykają się w misji firmy, a więc realizacji świadomej i przejrzystej polityki projałowości. W oczach klientów chcemy być postrzegani jako wiarygodny, rzetelny i terminowy dostawca produktów i usług. Możemy być dumni z zaangażowania naszych pracowników oraz konsekwentnej i wytrwałej pracy całego zespołu, której owocem są produkty najwyższej jakości.

■ Ten rok przyniósł spółce nominację do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009. Jakimi jeszcze innymi sukcesami mogą się Państwo poszczycić?



Proces cynkowania ogniowego na nowym piecu cynkowniczym

Są to ludzie z wieloletnim doświadczeniem, których praca przekuwa się na coraz lepsze wyniki finansowe spółki. Oczywiście wszystkie działa-

- Jesteśmy laureatem wielu prestiżowych nagród. Należą do nich m.in. Bezpieczny Pracodawca i II miejsce w konkursie Najaktywniejszy

szego Zakładowego Społecznego Inspektora Pracy, oba organizowane przez Państwową Inspekcję Pracy. W 2004 roku znaleźliśmy się w pierwszej dziesiątce firm rankingu przedsiębiorstw województwa

- Współpracujemy z Grupą Kapitałową Stalprodukt SA w zakresie produkcji i montażu barier drogowych - świadczymy usługi cynkowania. Możliwość zawiązania konsorcjum z jedną z najwięk-



Piec cynkowniczy - widok z boku

lubuskiego. Byliśmy też wielokrotnie wyróżniani na targach rolniczych w konkursie Najlepszy Produkt. W czerwcu przyszłego roku zakończymy również proces wdrażania zintegrowanego systemu zarządzania jakością ISO 9001. Oczywiście jakość jest też potwierdzona licznymi referencjami polskich, jak i zagranicznych przedsiębiorstw związanych z branżą rolniczą i budowlaną.

■ Ale to chyba nie wszystko?

szych spółek sprzedających stal jest dla nas olbrzymim wyróżnieniem. Świadczy bowiem o pozycji Meprozetu na rynku oraz jest potwierdzeniem, że nasza polityka jakości zmierza we właściwym kierunku.

■ Państwa spółka znana jest także w okolicy z działalności prospołecznej.

- Wspieramy miejscową szkołę podstawową oraz kilka innych na terenie gminy. Jesteśmy też jednym ze sponsorów pierwszorzędowej drużyny siatkówki w Gorzowie Wielkopolskim oraz głównym sponsorem klubu sportowego GKS Meprozet Stare Kurowo. Sfinansowaliśmy również budowę domu w Nikaragui dla siedmiorga sierot. Regularnie bierzemy udział w misjach gospodarczych organizowanych przez Krajową Izbę Gospodarczą m.in. do Chile, Brazylii i Australii. Jest nam

zawsze bardzo miło, kiedy możemy wspierać tego rodzaju inicjatywy społeczne. Czasem jest to wsparcie finansowe, a czasem po prostu dobre słowo czy patronat nad wydarzeniem, ale za każdym razem nieś to za sobą wiele satysfakcji i motywację do podejmowania kolejnych wyzwań.

■ Na koniec chcę spytać o obecną sytuację gospodarczą. Czy Meprozet bardzo odczuł kryzys?

- W jakimś stopniu na pewno tak. Zmniejszyliśmy produkcję, ale dzięki rozbudowanemu profilowi naszej działalności wciąż jesteśmy atrakcyjnym partnerem. Udało nam się pozyskać na tyle dużo nowych klientów, że pozwoliło nam to uzupełnić straty finansowe wynikające ze spadku zamówień na nasze produkty. Stale też inwestujemy, co sprawia, że możemy być konkurencyjni. Posiadamy np. jedną z najnowocześniejszych cynkowni w kraju. Chcemy także, aby nasi pracownicy cały czas poszerzali swoje kwalifikacje, oferujemy system szkoleń oraz dofinansowania do studiów wyższych. Nawet w dobie kryzysu gospodarczego staramy się być jak najbardziej mobilni, aby w rezultacie móc zadowolić naszych klientów zarówno względem jakości, jak i ceny. Naszym priorytetem na dziś jest przetrwać ten gorący okres i utrzymać pozycję lidera, którą wypracowaliśmy przez ostatnie 10 lat. Oczywiście stawiamy sobie nowe cele, inwestycje i realizację, które pozwolą nam się w dalszym ciągu rozwijać.

■ Dziękuję za rozmowę.

Ewa Sweda

DOTACJE Z UE | TRAFIONE INWESTYCJE MEPROZETU

Skorzystali i wygrali

Dotacje z Unii Europejskiej to jedna z form wsparcia dla przedsiębiorców z państw członkowskich. Umożliwiają firmom nowe inwestycje i realizację innowacyjnych projektów. Oczywiście nie tak łatwo z nich skorzystać. To długotrwały i wymagający wiele zaangażowania proces, a efekt finalny nie zawsze okazuje się być sukcesem. Krótko jednak przeważają i dlatego warto podjąć to wyzwanie.



Spółka Meprozet ze Starego Kurowa wielokrotnie korzystała z dofinansowania ze środków Unii Europejskiej. Pozwoliły one na przeprowadzenie licznych modernizacji wewnątrz firmy i zakup nowego sprzętu, ale nie tylko. Pierwsze dotacje, z których firma skorzystała, dotyczyły szkoleń. Kolejne zostały pozyskane już na dużo bardziej zaawansowane przedsięwzięcia.

- W dużym stopniu wykorzystaliśmy środki na ochronę środowiska, przy modernizacji oczyszczalni ścieków. Otrzymałyśmy dotację w wysokości 2,5 mln złotych, co było dużym sukcesem. Kolejny z projektów był przeprowadzony w 2004 roku i dotyczył inwestycji w infrastrukturę spółki. 25-procentowa dotacja umożliwiła nam zakup między innymi takich urządzeń, jak: wypalarka plazmowa CNC, urządzenie do ukosowania blach, giętarka

trzępieniowa do rur oraz defektoskop i zurał obrotowy. Równie ważnym projektem była modernizacja i rozbudowa cynkowni ogniowej w celu uzyskania pozwolenia zintegrowanego w 2006 roku. Dotacja w wysokości 65% wy-

datków kwalifikowanych miała na celu wsparcie przedsięwzięcia w zakresie dostosowania przedsiębiorstwa do wymogów ochrony środowiska i uzyska-

Regionalnego wyniku, że do kwietnia 2009 roku z funduszy unijnych przyznano ponad 95 tysięcy dotacji o łącznej wartości 73,3 miliardów złotych. Oczywiście możliwość otrzymania wsparcia finansowego na realizację zamierzonego przedsięwzięcia musi być poprzedzona stosownym wnioskiem. W większości przypadków nie jest to sprawa prosta, stąd też wielu przedsiębiorców korzysta z pomocy doświadczonych firm doradczych. Projekty re-

- Większość naszych projektów była duża i skomplikowana. Mając świadomość trudności wynikających z tego tytułu, zdecydowaliśmy, że będzie to dużo sprawniej przeprowadzone, jeżeli do przygotowania wniosków skorzystamy z fachowej pomocy. Firmie zewnętrznej zlecieliśmy wybór odpowiedniej ścieżki uzyskania dofinansowania, skompletowanie dokumentacji, opracowanie procedur i monitoring przebiegu całego procesu. W sumie uzyskaliśmy około 5 mln złotych. Jesteśmy bardzo zadowoleni z faktu, że zdecydowaliśmy się podjąć to wyzwanie i udało nam się skorzystać z dodatkowych pieniędzy. Przyniosło to wymierne korzyści nie tylko spółce, ale także jej pracownikom. Zaangażowanie, które włożyliśmy w ten aspekt rozwoju polskiej gospodarki, zostało zauważone i docenione tytułem Lidera Biznesu. Na naszej stronie internetowej www.meprozet.biz.pl można szczegółowo zapoznać się z naszymi realizacjami tworzącymi przy współudziale środków unijnych. Z całą pewnością będziemy jeszcze wnioskować o dodatkowe fundusze na szkolenia i podnoszenie kwalifikacji osób zatrudnionych w Mepropecie, a także na proces związany z uzyskaniem certyfikatu ISO oraz kolejne modernizacje - podsumowuje Zbigniew Wilczyński.

es



Zmodernizowany dzięki dotacjom UE wydział cynkowni ogniowej

nia certyfikatu. Spółka dwukrotnie w tym samym roku otrzymała także 50-procentową dotację w zakresie realizacji 2 projektów zmierzających do poprawy konkurencyjności firmy - podkreśla Zbigniew Wilczyński, wiceprezes zarządu Meprozet Stare Kurowo Sp. z o.o.

Z danych zgromadzonych przez Ministerstwo Rozwoju

Kalendarium najważniejszych wydarzeń w historii Meprozetu Stare Kurowo

- 1.02.1961 r.** - w budynku po byłej parowozowni utworzono Zakład Terenowy Gozamet - filia Zakład M-3 w Starym Kurowie z siedzibą w Gorzowie Wlkp. Produkowano wyroby z drutu, głównie kosze, siatki itp.
- 1968 r.** - oddano do użytku nową halę i rozpoczęto produkcję zgrzewanych rur cienkościennych (głównym odbiorcą było górnictwo węgla kamiennego).
- 1970 r.** - oddano do użytku nowo wybudowany wydział - cynkownię ogniową. W początkowym okresie cynkowano wyroby własne - rury cienkościenne. Później świadczono również usługi cynkowania.
- 1.11.1970 r.** - nastąpiło odłączenie Zakładu M-3 od Gozamet Gorzów Wlkp. Utworzono Przedsiębiorstwo ZPUMROL - Zjednoczenie w Zielonej Górze, filia Stare Kurowo.
- 1972 r.** - zlikwidowano ZPUMROL - utworzono Przedsiębiorstwo Mechanizacji Produkcji Zwierzęcej i Przemysłu Rolnego Meprozet Stare Kurowo podległe zjednoczeniu w Warszawie.
- 1.01.1977 r.** - w wyniku połączenia Meprozet Drezdenko i Meprozet Stare Kurowo powstało Przedsiębiorstwo Mechanizacji Produkcji Zwierzęcej Meprozet Drezdenko. Zakład w Starym Kurowie był podległy dyrekcji w Drezdenku. Siedziba zjednoczenia mieściła się w Warszawie.
- 1977 r.** - oddano do użytku nową halę wydziału galwanizerni. Po reformie administracyjnej - w latach 80. - zlikwidowano zjednoczenie. Organem założycielskim został Wojewoda Gorzowski.
- 1.04.1994 r.** - po podziale P.M.P.Z. Meprozet w Drezdenku utworzono Przedsiębiorstwo Państwowe Meprozet Stare Kurowo (organ założycielski - Wojewoda Gorzowski).
- 6.01.1999 r.** - zawiązano spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością pod nazwą Meprozet Stare Kurowo Sp. z o.o. z kapitałem założycielskim w wysokości 1020600 zł.
- 5.11.1999 r.** - po podpisaniu umowy z Wojewodą Lubuskim, spółka rozpoczęła działalność gospodarczą na majątku P.P. Meprozet oddanym w odpłatne korzystanie. Umowę leasingu zawarto na 10 lat.
- 12.02.2004 r.** - Spółka, aktem notarialnym, przejęła od Skarbu Państwa majątek przedsiębiorstwa na własność.

HYDRAULIKA SIŁOWA | SKRAW-MET NOMINOWANY DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Siła SKRAW-METu

Rozmowa z Arkadiuszem Gracka, współwłaścicielem firmy Skraw-Met S.C.

■ Firma Skraw-Met istnieje już 40 lat. Od samego początku zajmowała się hydrauliką siłową. Jakże zmiany przechodziła spółka w tym okresie?

- Działalność rozpoczęliśmy w 1969 roku jako wykonawca usług kooperacyjnych dla Fabryki Maszyn Budowlanych BUMAR-HYDROMA SA w Szczecinie. Dostarczaliśmy części hydrauliki siłowej do cylindrów i pomp hydraulicznych, tj. tłoki, dławnice, nakrętki, pierścienie, tuleje do siłowników teleskopowych oraz części do pomp hydraulicznych. Od 1990 roku, rezygnując ze współpracy z kooperantem, zajęliśmy się usługami w zakresie hydrauliki siłowej dla rolnictwa, budownictwa, leśnictwa, sektora komunalnego oraz obróbką skrawaniem metali, by od 1997 roku już kompleksowo zająć się produkcją siłowników hydraulicznych, łożysk, sworzni. Obecnie jesteśmy czołowym producentem w Polsce.

■ Łożyska, sworznie, siłowniki, tłoczyska, przeguby... gdzie mają zastosowanie te wszystkie wyroby?

- Są wykorzystywane w wielu branżach. Produkowane przez nas cylindry są elementem wielu maszyn rolniczych, np. ciągników,



kombajnów, przyczep. Stosowane są również w maszynach budowlanych, wózkach widłowych, urządzeniach komunalnych, technologicznych, maszynach górniczych, a także w transporcie drogowym, kolejowym i morskim. W zależności od rodzaju urządzenia produkujemy siłowniki tłokowe jedno- lub dwustronnego działania, cylindry nurnikowe, podporowe lub teleskopowe.

■ Wymienione przez Pana branże charakteryzują się niezwykle dynamicznym rozwojem technologicznym. W jaki sposób podążają Państwo za nowoczesnością?

- Rzeczywiście budowa większości maszyn opiera się na zaawansowanej i skomplikowanej technologii. Jako producent elementów, stale się rozwijamy i podążamy za nowoczesnością. Szczególną rolę z pewnością odgrywa tutaj nasze bogate doświadczenie z zakresu wdrażania nowych technologii związanych z siłownikami hydraulicznymi. Posiadamy zespół specjalistów z dziedziny inżynierskich procesów wdrożeniowych oraz własne biuro konstrukcyjne, co umożliwia nam wdrażanie prototypów siłowników we-

ług indywidualnych wymagań klienta. Dysponujemy także okazałym parkiem maszynowym, wyposażonym w najnowocześniejsze maszyny numeryczne oraz blisko 100-osobowym zespołem doświadczonych pracowników. Dzięki takiemu potencjałowi, sprostać każdemu wyzwaniu przy szczególnej dbałości o jakość wyrobu, która jest dla nas priorytetem.

■ Jak zatem Skraw-Met realizuje politykę jakości?

- Podstawowym założeniem jest zadowolenie klienta. Na każdym etapie produkcji wytyczamy sobie cel, który

do transportu skończywszy, ma pełne poczucie odpowiedzialności za jakość produktu. Cały proces produkcji jest rzetelnie opisywany w odpowiedniej dokumentacji wraz z danymi personalnymi osób odpowiedzialnych za poszczególne jej etapy. Ponad-



Park maszynowy Skraw-Met

to, już przy doborze materiału zwracamy szczególną uwagę na jakość. To ona staje się podstawowym kryterium, kto zostanie naszym dostawcą. Nasze siłowniki stanowią część wszelkiego rodzaju maszyn przeznaczonych do długotrwałej pracy w ciężkich warunkach, które w większości obsługiwane są przecież przez człowieka. W związku z tym, również jakość naszych

wyrobów wpływa na bezpieczeństwo tych urządzeń. Dlatego też firma w 2003 r. poddana została testom TÜV PRODUCT SERVICE, w wyniku których uzyskaliśmy certyfikat CE, potwierdzający bezpieczeństwo naszych cylindrów.

- Udział naszych wyrobów w rynku polskim wynosi 70-80%, możemy wyprodukować ok. 120 tysięcy siłowników rocznie, co stawia nas w czołówce producentów. Naszymi odbiorcami jest wiele potężnych polskich firm - dla niektórych jesteśmy jedynym dostawcą cylindrów hydraulicznych. Nasze produkty eksportujemy również do krajów Europy Zachodniej, m.in. do Niemiec, Anglii, Irlandii, Szwecji, Danii, Francji, a także na Wschód, tj. na Litwę, Łotwę, Słowację, do Czech i Estonii. Pośrednio, będąc częścią składową maszyn największych światowych producentów, cylindry naszej produkcji znajdują się na całym świecie.

■ Czterdzieści lat minęło. A jakie plany na przyszłość?

- Na pewno będziemy się rozwijać. W najbliższych latach zamierzamy budować nową halę, która umożliwi nam zwiększyć moce produkcyjne, a także uruchomić nową linię lakierniczą. Nieustannie inwestujemy również w nowe maszyny. Zamierzamy doskonalić procesy technologiczne, by w dalszym ciągu znajdować się w czołówce. Chcemy pozostać z wiodącą pozycją jak do innych, gdyż wiemy już, jak duża to satysfakcja - być podpatrywanym.

■ Życząc więc wielu sukcesów, dziękuję za rozmowę.

Marta Prusek - Galińska



Siłowniki hydrauliczne

można ująć w kilku słowach: do firmy ma wrócić klient - nie produkt, i to temu założeniu podporządkowana jest praca całej firmy. Każdy z pracowników, od stanowisk projektantów począwszy, poprzez obsługujących każdą maszynę, na osobach przygotowujących ostateczny produkt

stawowym kryterium, kto zostanie naszym dostawcą. Nasze siłowniki stanowią część wszelkiego rodzaju maszyn przeznaczonych do długotrwałej pracy w ciężkich warunkach, które w większości obsługiwane są przecież przez człowieka. W związku z tym, również jakość naszych

Dobre, lepsze, Bantex

BANTEX POLAND należy do Grupy HAMELIN, wiodącego producenta produktów biurowo-szkolnych. Dzięki aktywnej współpracy, tworzone są nowoczesne, innowacyjne i funkcjonalne produkty. Wiele z nich wzbogaca renomowane marki - BANTEX, ELBA, UNILUX, LINEX, PIERRE - wszystkie dostępne w BANTEX POLAND.

Dzięki nim klient otrzymuje kompleksowe rozwiązania organizacji pracy w biurze, charakteryzujące się innowacyjnością, funkcjonalnością oraz trwałością. Dobrze znana marka Bantex, obecna na rynku już kilkadziesiąt lat, oferuje szeroką gamę wysokiej klasy niezbędnych w każdym biurze produktów, m.in. segregatory, przekładki, koszulki, obwoluty, teczki oraz gallerie biurowe.

Jedną z najbardziej twórczych marek, z blisko stuletnią tradycją, jest ELBA. Jej rozwiązania przeznaczone są dla najbardziej wymagających klientów, oczekujących nowatorskich oraz kreatywnych produktów. Takim właśnie produktem są segregatory

RADO CLIC, posiadające innowacyjny mechanizm CLIC, który zapewnia łatwość i wygodę otwierania. Nową jakość w zakresie koszulek i obwolut stanowi seria ELBA ULTRA, wyróżniająca się idealnie krystaliczną folią oraz unikatową technologią zgrzewania perforacji, zapewniającą dużo większą trwałość. Z kolei UNILUX to linia produktów obejmująca m.in. najnowszej generacji lampy o asymetrycznym świetle. Marką znaną z precyzyjnych produktów kreślarskich jest LINEX. Natomiast PIERRE to seria toreb na komputery przenośne, teczek biznesowych i walizek podróżnych, cenionych za wytrzymałość, lekkość i elegancję. Najwyższą jakość wszystkich produktów, przy umiarkowanej cenie, zapewniają ciągłe inwestycje w zaawansowane technologie produkcji.

A już od listopada promocja jesienno-zimowa - czekają atrakcyjne nagrody.

Andrzej Majewski
Więcej na
www.bantex.com.pl

Czysta przyjemność



Dzięki unikalnym rozwiązaniom kabiny prysznicowe NEW TRENDY trafiają do szerokiej grupy odbiorców. Cieszą użytkowników swoją funkcjonalnością, wzornictwem i standardem wykonania. Wysoką jakość kabin, nominowanych do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009, zapewnia staranny dobór najwyższej klasy materiałów.

Kabiny NEW TRENDY to mnogość rozmiarów i kształtów, do tej pory niespotykanych na rynku. Spełniają oczekiwania nawet najbardziej wymagających klientów, szukających nowoczesnego wzornictwa, idealnej estetyki oraz praktycznych rozwiązań, zapewniających pełny komfort i wygodę kąpieli. W urozmaiconej ofercie każdy klient znajdzie odpowiedź na swoje indywidualne potrzeby - kabiny półokrągłe, asymetryczne, prostokątne czy przysięcenne. Można je swobodnie dostosować do określonego rozmiaru łazienki.

NEW TRENDY Sp. z o.o. rozpoczęła działalność w 2006 roku. Powstała z połączenia niezależnych podmiotów gospodarczych, które z powodzeniem konkurowały

na trudnym i wymagającym rynku. Posunięcie to w bardzo krótkim czasie przyniosło nadszpeczany efekt. Dzisiaj, coraz bardziej rozpoznawalna marka NEW TRENDY prężnie uczestniczy w kreowaniu rynku, intensywnie zwiększając w nim swój udział.

Na drodze szybkiego rozwoju NEW TRENDY nie zapomina o odbiorcach swoich produktów. Priorytetowo traktuje kwestię bezpieczeństwa użytkownika, systematycznie poddając wyroby badaniom jakościowym i sanitarnym w wyspecjalizowanych jednostkach certyfikujących. Klienci objęci są serwisem gwarancyjnym i pogwarancyjnym, doradztwem technicznym oraz pomocą ze strony serwisantów.

Dostępność wyrobów rośnie z dnia na dzień. Produkty obecne są w 400 salonach łazienkowych na terenie całego kraju. Co ważniejsze, charakteryzują się atrakcyjnymi cenami.

Andrzej Majewski
Więcej na
www.newtrendy.com.pl

Szósty zmysł logistyki

Quantum software SA oferuje systemy informatyczne dla tych przedsiębiorstw, które mają szczególnie wysokie wymagania w zakresie logistyki i zarządzania łańcuchem dostaw. Potwierdzeniem wiodącej pozycji w Europie Środkowo-Wschodniej jest nominacja do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009.

Standardowym produktem firmy jest autorski pakiet oprogramowania QGUAR - zaawansowany technologicznie oraz posiadający ogromny zakres funkcji system klasy Supply Chain Execution, służący do zarządzania logistyką produkcji, magazynowania, transportu i dystrybucji. QGUAR to rozwiązanie elastyczne, współpracujące z wieloma różnymi systemami klasy ERP. Dążąc do dostarczania rozwiązań kompleksowych, Quantum software oferuje także kompletne systemy ERP, szeroką gamę sprzętu komputerowego oraz całonocowe spektrum usług od projektowania rozwiązań IT, poprzez wdrożenia, po serwis i opiekę eksploatacyjną.



Najlepszym potwierdzeniem wysokiej jakości oprogramowania i kompetencji zespołu Quantum są liczni, zadowoleni klienci z dziesięciu krajów Europy Wschodniej i Zachodniej. Wśród wielu korzyści klientów wymieniają redukcję kosztów logistycznych, podniesienie wydajności pracy, optymalizację procesów dystrybucyjnych, zwiększenie elastyczności, podniesienie jakości dostaw oraz dostęp do innowacyjnych technologii. Wskazują oni, że systemy informatyczne, które do tej pory wykorzystywane były w dziedzinie logistyki, okazują się już niewystarczające. Wszczęta konkurencja wymusza stosowanie coraz bardziej wyrafinowanych i precyzyjnych narzędzi. Klienci, którzy zetknęli się z Quantum, postrzegają oferowane przez tę firmę rozwiązania za najnowocześniejsze na rynku i odpowiadające obecnym trendom.

Andrzej Majewski
Więcej na
www.quantum-software.com

OBUWIE | BARTEK NOMINOWANY DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Zdrowo, modnie i wygodnie

BARTEK®

Dobór właściwego obuwia jest sprawą niezwykle ważną, dotyczącą nie tylko dorosłych, ale przede wszystkim dzieci. To, jakie buty założymy swoim pociechom, w dużej mierze decyduje o ich zdrowiu. Dlatego każde dziecko już podczas swoich pierwszych spacerów powinno mieć przede wszystkim dobre i wygodne buty. O komfort i zdrowy rozwój małych stópek od kilkunastu już lat dba firma BARTEK – człowiek polski producent obuwia dziecięcego.



Akademia Zdrowej Stopy

Buty tej polskiej marki to blisko 250 wzorów, każdy w 5 lub 6 kolorach. Oznacza to ponad 1000 par do wyboru w rozmiarach 19-38. Wszystkie kolekcje charakteryzują się bogatym wzornictwem, odzwierciedlającym najnowsze trendy w modzie obuwia dziecięcego.

- Współpracujemy z designernami z Włoch, Francji, Niemiec i Holandii. Mając świadomość, że dzieci, podobnie jak dorośli, lubią czuć się modnie, zapewniamy niebanalną stylistykę naszych wyrobów. Jednak priorytetem jest dla nas zrozumienie potrzeb stopy i tym kierujemy się przy doborze odpowiednich surowców. Wykorzystujemy tylko naturalne skóry pochodzące z najlepszych na świecie garbarni polskich i włoskich. Spełniają one wszelkie normy jakościowe, posiadają odpowiednie atesty oraz parametry zapewniające najwyższy komfort użytkownika.

Dzięki temu, nasze obuwie jest miękkie i lekkie. Unikanie sztywnych łączników i zastosowanie innowacyjnych technologii przy tworzeniu podeszwy, gwarantują elastyczność butów i swobodę ruchu młodych stóp - mówi **Paweł Bartnicki**, prezes zarządu BARTEK SA.

Firma zwraca szczególną uwagę na odpowiednią konstrukcję obuwia, zapewniającą prawidłowe kształtowanie się młodej stopy. Przez zastosowanie wyłącznie naturalnych podszewek oraz specjalnie profilowanych wkładek obuwie BARTEK zapewnia małym stopom dużą wygodę. Innowacyjnym rozwiązaniem jest również wykorzystywanie do produkcji obuwia jesiennie-zimowego membrany SYMPATEX – materiału nieprzemakalnego, umożliwiającego jednocześnie oddy-

chanie stopy wewnątrz buta, dzięki odprowadzaniu pary wodnej na zewnątrz.

BARTEK jest autorem pierwszego w Polsce profilaktycznego programu pod nazwą Akademia Zdrowej Stopy. W ramach akcji w wybranych salonach firmowych w całej Polsce od maja 2007 r. prowadzone są bezpłatne badania stóp dzieci, wykonywane przez lekarzy ortopedów oraz antropologów. Opiekę nad programem sprawuje Instytut Przemysłu Skórzanego w Łodzi, Oddział w Krakowie – instytucja, która nadaje znak Zdrowej Stopy. - Celem programu jest poinformowanie rodziców o konieczności regularnego sprawdzania, czy stopa ich malucha prawidłowo się kształtuje. Jak dowodzą badania, 98% dzieci rodzi się ze zdrowymi stopami, ale tylko 30% osób dorosłych nie

odczuwa żadnych dolegliwości z nimi związanych. Wniosek jest taki, że wszelkie zniekształcenia stóp, a co za tym idzie – różne choroby i wady postawy, są wynikiem niewłaściwego doboru obuwia dla dzieci w czasie kształtowania się stopy, który trwa aż do 8 roku życia! Należy pamiętać, iż ważnym czynnikiem jest również odpowiednie dopasowanie obuwia do zmieniających się pór roku, które w naszym klimacie niosą bardzo różnorodną pogodę i tak, np. jesienią – dużo deszczu, zimą – ujemne temperatury, itd. Najlepiej sprawdzają się wówczas wyroby skórzane. Można zatem powiedzieć, że dobre buty w dzieciństwie, to zdrowe stopy w dorosłym życiu – podkreśla **Paweł Bartnicki**.

Firma BARTEK dba nie tylko o zdrowie dzieci, ale również o ich bezpieczeństwo. Jako organizator akcji społeczno-edukacyjnej „Z odłaskami bezpieczeństwa”, umieszcza elementy odłaskowe na zapiskach, noskach i z boku bucików, zapewniając w ten sposób widoczność dzieci w czasie zabawy i wszędzie tam, gdzie są uczestnikami ruchu drogowego.

Buty marki BARTEK można kupić w 53 wyspecjalizowanych sklepach firmowych zlokalizowanych w największych centrach i galeriach han-

dlowych w Polsce oraz 6 sklepach na Ukrainie i 4 na Litwie. Uzupełnieniem dystrybucji jest sprzedaż w ponad 150 sklepach multibrandowych na terenie kraju oraz w 250 placówkach zagranicznych. W każdym z nich czeka na klientów miła i profesjonalna obsługa. By spełnić oczekiwania najbardziej wymagających klientów, od roku firma BARTEK intensywnie pracuje nad rozszerzeniem asortymentu dodatkowego. W sieci sklepów firmowych sprzedaje nie tylko obuwie własnej marki, ale także wybrane modele obuwia Puma, buty firmy Geox,

do pielęgnacji obuwia i innych. Dużym zainteresowaniem cieszy się również sprzedaż obuwia prowadzona przez sklep internetowy.

Obuwie BARTEK jest obecne na wielu rynkach eksportowych. - Spośród państw, do których wysyłamy nasze buty, tj. Niemiec, Austrii, Słowacji, Czech, Litwy, Łotwy, Białorusi, Rosji, Ukrainy, Kanady i USA, największymi odbiorcami są Rosja, Ukraina oraz Litwa – dodaje prezes firmy.

O ogromnej popularności butów z logo BARTEK świadczy szereg prestiżowych nagród, jakie firma otrzymała. Użytkownicy obuwia, doceniając wygodę i wzornictwo, wielokrotnie nagradzali te produkty różnymi tytułami, m.in. Superprodukt, Jakość Obsługi, Najlepsze w Polsce, Laur Klienta. Bieżący rok przyniósł firmie nominację do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009. - Te wszystkie wyróżnienia traktujemy nie tylko jako wyraz pozytywnej opinii konsumentów na temat naszych produktów czy dowód uznania dla naszej marki, ale również jako świadectwo odpowiedzialności rodziców. Wybierając BARTKA, potwierdzają oni swoją troskę o zdrowie, wygodę i bezpieczeństwo swoich pociech - kończy **Paweł Bartnicki**.

Marta Prusek – Galińska



Columbia oraz asortyment dodatkowy w postaci skarpetek, rajstóp, plecaków, czapek, piżamki, parasolek, płaszczy przeciwdeszczowych, impregnatów

ŻYWNOSĆ | MAJONEZ KIELECKI PRETENDUJE DO SREBRNEJ NAGRODY JAKOŚĆ ROKU

Złoty jubileusz smaku

Rozmowa z **Jerzym Misiakiem**, prezesem zarządu Wytwórczej Spółdzielni Pracy Społem w Kielcach

■ Nie każdy wie, że Majonez Kielecki jest równieżnikiem słynnej lalki Barbie.

- Zgadza się. Oba produkty weszły na rynek dokładnie 50 lat temu w 1959 roku, podobnie jak dobrze znany polski samochód dostawczy Żuk.

Tamten rok obfitował również w inne ważne dla historii świata wydarzenia – na Kubie władzę przejął Fidel Castro, a Rosjanie wypuścili w kosmos pierwsze sztuczne satelity. Urodził się wówczas Bryan Adams i Władysław Pasikowski.

Dziś możemy zadać pytanie: jak wyglądałby świat bez lalki Barbie, Żuka czy Fidela Castro? Byłby równie jałowy jak sałatka bez dodatku Majonezu Kieleckiego!

■ Z perspektywy czasu można powiedzieć, że był to najlepszy moment na start. Proszę wymienić kilka najistotniejszych wydarzeń z 50-letniej historii Majonezu Kieleckiego.

- Nasza firma jest pierwszym polskim producentem majonezu na skalę przemysłową, krajowym prekursorem tego sektora branży spożywczej. Można stwierdzić, że kolejne przedsiębiorstwa zajmujące się wytwarzaniem majonezu czerpały z naszych doświadczeń. Chociażby dlatego, że na bazie



naszych wewnętrznych procedur jakościowych powstała ogólnopolska norma, regulująca sposób wytwarzania majonezu.

Naszym osiągnięciem jest również utrzymanie naturalności produktów. Po tamten czas obfitywał również w inne ważne dla historii świata wydarzenia – na Kubie władzę przejął Fidel Castro, a Rosjanie wypuścili w kosmos pierwsze sztuczne satelity. Urodził się wówczas Bryan Adams i Władysław Pasikowski.

Jako największy sukces traktujemy natomiast działalność zakładu w formie spółdzielni pracy.



■ Dlaczego?

- W okresie przemian gospodarczych sprzed 20 lat zakład był przedsiębiorstwem państwowym o nie najlepszej kondycji. Wtedy to pracownicy firmy postanowili wziąć sprawy w swoje ręce i powołali do życia spółdzielnię pracy. Od tego momentu, po przezwyciężeniu trudności finansowych, przeszliśmy znaczącą metamorfozę. Nasz produkt stał się markowym, uznanym w kraju i za granicą, towarem. Firma natomiast jest jednym z najważniejszych pracodawców w regionie świętokrzyskim.

■ A produkty WSP Społem charakteryzuje doskonałość smaku. Co istotne – jest ona stała i powtarzalna, dzięki restrykcyjnym procesom produkcyjnym oraz wdrożonym systemom jakościowym.

- Jakość traktujemy jako sprawę priorytetową. Wiemy, że klient wróci do nas tylko wtedy, gdy za każdym razem otrzyma tak samo smaczny, tak samo wysoki jakościowo produkt. Działamy oczywiście w oparciu o systemy HACCP i system zarządzania jakością zgodnie z ISO 9001, korzystamy tylko z najlepszych, sprawdzonych dostawców, nieustannie doskonalimy sposób pakowania i dystrybucji naszych produktów. Wierzymy, że te działania przyczyniają się do uzyskania Srebrnej Nagrody JAKOŚĆ ROKU.

■ Dziękuję za rozmowę.

Krzysztof Stadler

E-biuro rachunkowe

Columb Technologies SA wprowadza innowacyjną platformę e-biuro rachunkowe Taxxo.pl. Rozwiązanie to docenił eksperci unijni, przyznając mu najwyższą na Dolnym Śląsku dotację z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Co więcej, Taxxo.pl zostało nominowane do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009.

W Polsce działa ponad 32 tys. biur rachunkowych. Ich prowadzenie może być bardzo dochodowe, jednak trzeba poradzić sobie z licznymi trudnościami. Badania przeprowadzone w czerwcu br. wykazały, że właściciele biur borykają się z nieterminowym dostarczaniem dokumentów i niekompletną dokumentacją prowadzoną przez przedsiębiorców. Skarżą się na nierealistyczne oczekiwania klientów co do ob-

niżania wysokości płaconego podatku. Utrudnieniem są też liczne telefony dezorganizujące pracę księgowych. Analogiczne badania przeprowadzone wśród klientów biur uwidoczniły ich niezadowolony z jakości obsługi – trudności w uzyskaniu informacji, długi czas oczekiwania na raporty, brak wglądu do ksiąg czy konieczność prowadzenia drugiej mini-księgowości na potrzeby przelewów.

W odpowiedzi na te problemy powstało Taxxo.pl. Umożliwia ono zastosowanie w biurze rachunkowym nowoczesnej obsługi internetowej bez zmiany posiadanego systemu księgowego. Taxxo łączy się z oprogramowaniem księgowym biura, a następnie udostępnia klientom wgląd do danych przez Internet. Klient ma dostęp do swo-



ich dokumentów, raportów i zestawień, wartości płaconych podatków czy ZUS. O nadchodzących terminach otrzymuje informację e-mailem lub SMSem. Oszczędza też czas na dojazdach do biura, dostarczając dokumenty przez Internet.

Taxxo wspiera biura rachunkowe, które chcą usprawnić swój biznes i zaoferować klientom zupełnie nową jakość usług. Platforma będzie działać w całej Polsce. Trwa budowa sieci partnerów Taxxo.pl.

Andrzej Majewski

Więcej na www.taxxo.pl, www.columb-technologies.com



Perfekcyjna ochrona antywirusowa firmy G Data Software, lidera rynku w zakresie bezpieczeństwa komputerowego.

Sprawdź sam za darmo na
www.gdata.pl/gp

BIELIZNA | COEMI NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Świat nocnego luksusu

COEMI

Rozmowa z Jadwigą Wiśniewską, współwłaścicielką oraz Alicją Jędraszek, menadżerem produktu COEMI Sp. J.

■ Bielizna to nieodłączna część garderoby każdej kobiety. Oprócz tej na dzień, niezbędna i równie ważna jest bielizna nocna. Firma COEMI zajmuje się jej tworzeniem już 15 lat. Jak wyglądały pierwsze kroki w tej branży?

Jadwiga Wiśniewska: Początkowo zajmowaliśmy się importem i dystrybucją luksusowej bielizny zagranicznych marek, m.in. Triumph, Schieser czy Lou. Bardzo szybko jednak zauważyliśmy, że na rynku polskim rośnie zapotrzebowanie na ekskluzywną satynową koszulę nocną, których w Polsce wówczas jeszcze nie produkowano, a te sprowadzane z zagranicy były zbyt drogie. Te obserwacje zdecydowały o uruchomieniu własnej produkcji bielizny satynowej. Bogate doświadczenie, zdobyte podczas kilkuletniej współpracy z zagranicznymi producentami oraz orientacja w doborze odpowiednich maszyn szyci, które pozwoliły na dynamiczny rozwój naszej firmy. Po roku zatrudnialiśmy już 30 szwaczek, a nasz asortyment błyskawicznie poszerzył się o bieliznę z wszelkiego rodzaju dzianin, jedwabiu i bawełny.

■ Jakie fasony mogą znaleźć kobiety w ofercie COEMI?

Alicja Jędraszek: Proponujemy ekskluzywną bieliznę nocną, zaspokajającą mnogością wzorów nawet najbardziej wyszukane gusta. Nasze kolekcje stanowią koszule i koszulki nocne, piżamy, komplety, a także szlafroki, które zestawiać można z poszczególnymi kompletami. Wszystkie wykonane są z najlepszych jakościowo materiałów. Proponujemy ciekawe fasony z blyszczącej i niezwykle miękkiej satyny, musliu, jedwabiu, tiulu oraz bardzo przyjaznego ciała mikromodału i bawełny. Wszystkie wykonane są z dużą starannością, niektóre przyozdobione koronkami, haftami, gipiurami, zamawianymi u najlepszych europejskich producentów, głównie z Francji, Szwajcarii, Niemiec i Włoch. Naszym celem jest spełnić oczekiwania klientek kierujących się najnowszymi trendami w modzie, jak i tych, które pozostają wierne klasyce.

■ W jaki sposób realizują Państwo to założenie?

J.W.: Naszym klientom chcemy zaproponować jak największy wachlarz różnorodnych produktów. Część modeli stanowi kolekcję bazową, część zaś podlega sezonowym zmianom, dostosowanym do najnowszych trendów mody. Podążając za nowinkami ze światowych stolic mody, przygotowujemy bieliznę w rozmaitej kolorystyce, by panie mogły zachwycać się energiczną czerwienią, turkusami, emanującymi elegancją fioletemi tudzież pastelowymi różami czy błękitami. Nie zapominamy jednak o ponadczasowej bieli, czerni, czekoladowych brązach, beżach, które zawsze będą miały swoje wierne zwolenniczki.



A.J.: Ponadto, w zależności od tendencji, urozmaicamy kolekcje koronkami, haftami, fałbankami, a także modnymi biżuteryjnymi wykończeniami w postaci kryształków, aplikacji lub po prostu wstążek, kokardek czy innych wyrobów pasmanteryjnych. O zmieniających się tendencjach w modzie nocnej pamiętamy również przy tworzeniu fasonów. W naszych kolekcjach można więc znaleźć romantyczne i subtelne koszulki, jak również te bardziej odważne i śmiałe wzory z wyrafinowanymi rozcięciami czy prześwi-

likatnie połyskująca satyna, drukowane jedwabie...to wśród nich rodzą się pierwsze pomysły na określone wzory bielizny. Często inspiracją jest sama natura, efektem czego są barwne desenie kwiatowe głównie wiosennolichotnych kolekcji.

A.J.: Pewne wzorce czerpiemy również od innych światowej sławy producentów bielizny, jednak zawsze staramy się zachować oryginalność i niepowtarzalność. Unikalność naszych wyrobów gwarantuje przede wszystkim najwyższa jakość materiałów, z których szyjemy naszą bieliznę.

■ W tym miejscu właśnie chcę zapytać o politykę jakości w firmie COEMI.

A.J.: Jakość naszych wyrobów jest dla nas sprawą priorytetową. Mamy świadomość, że klientki przywiązują do niej szczególną uwagę. Dbamy więc o nią na każdym eta-

bielizna będzie służyć klientkom przez długi czas, zachowując swój pierwotny kształt i świeżość koloru. Musi być przy tym funkcjonalna, wygodna i praktyczna. Dużą wagę przywiązujemy również do estetyki opakowania. Wszystkie wyroby pakujemy w eleganckie pudełka, wyłożone wewnątrz delikatną bibułą z nadrukiem. Mamy świadomość, że klientki cenią sobie to, w jaki

A.J.: Jedną z nowości jest linia *Loungewear*, przygotowana z myślą o paniach, które również w ciągu dnia chcą cieszyć się komfortem domowego zacisza, nie rezygnując z elegancji i oryginalnego stylu. Są to fasony niezwykle wygodne, wykonane z dzianin bawełnianych z dodatkiem kaszmiru, będące alternatywą dla sportowej garderoby domowej. W naszej najnow-

wyższej półki, dostępne są w większości dobrych sklepów multibrandowych w całym kraju, głównie w dużych centrach i galeriach handlowych. Znaczną część sprzedaży stanowi jednak eksport. Blisko 80% naszych wyrobów sprzedajemy z powodzeniem m.in.: we Francji, w Niemczech, krajach Beneluksu, Grecji, w Czechach, w krajach arabskich a tak-



tami tiulu. Zaletą wszystkich kolekcji niezmiennie jest jednak wdzięk i elegancja.

■ Skąd czerpią Państwo inspirację do tworzenia tak wielu różnych wzorów?

J.W.: Inspirują nas detale. Uczestnicząc dwa razy w roku w najważniejszych międzynarodowych targach bieliznianych w Paryżu, spotykamy najlepszych europejskich producentów materiałów. Szlachetne francuskie koronki, misternie włoskie hafty, de-

pie produkcji. By zachować najwyższe standardy, te najdelikatniejsze części wyrobu, np. koronki, wycinane są ręcznie, co wymaga niezwyklej dokładności i precyzji. Dzięki tak misternie wykonanej pracy, nasz ostateczny produkt – koszula, piżama czy haluska cechuje się najwyższym poziomem wykończenia. Poza tym nasze produkty przechodzą testy na wytrzymałość podczas prania czy prasowania, by mieć pewność, że nasza



sposób mają podany produkt, szczególnie gdy zakupem jest ekskluzywna bielizna, często przecież przeznaczona na prezent. Dowodem najwyższej jakości i uznaniem naszej bielizny jest nominacja COEMI do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009. To dla nas duże wyróżnienie i świetny prezent na przypadający w tym roku jubileusz 15-lecia naszej obecności na rynku.

■ Jakie nowości proponuje COEMI w swoich ostatnich kolekcjach?

szej ofercie pojawiło się również uzupełnienie mody plażowej – linia *Beach* – kolorowe zwiewne tuniki i pareo – specjalne plażowe chusty, które przydają się podczas słonecznych dni, by osłonić ramiona, brzuch czy przeciwiać na biodrach. Całkowitą nowością jest rozszerzenie linii bazowej o ekskluzywną bieliznę dzienną do noszenia pod odzieżą – znajdziemy tu halki, półhalki i komplety w praktycznych kolorach. Linia wykonana jest z doskonałych jakościowo naturalnych surowców zachowujących się jak druga skóra. Wiemy również, że są panie, które potrzebują bielizny i odzieży w większym rozmiarze a zarazem poszukują wyrobów eleganckich i efektownych. Specjalnie z myślą o nich projektujemy bieliznę nocną w większych rozmiarach, w której mogą się prezentować atrakcyjnie.

■ Gdzie Polki mogą kupić bieliznę sygnowaną Waszym logo?

J.W.: Nasze produkty, zaliczane do segmentu tzw.

ze w Rosji, na Litwie, Łotwie i Ukrainie. Ogromnie cieszy nas fakt, że nasze wyroby zyskują tak duże uznanie wśród klientek nie tylko w Polsce, ale również za granicą, gdzie kobiety już od dawna cenią sobie luksus odzieży nocnej.

■ Na koniec pytanie o najbliższe plany?

J.W.: Zamierzamy stale się rozwijać. Będziemy wzbogacać naszą ofertę o oryginalne, niepowtarzalne wzory. Jestem przekonana, że wieloma nowymi pomysłami zaoocuje nasza obecność na najbliższych targach bieliznianych w Paryżu już w styczniu 2010 roku. Przewodnią inspiracją na pewno pozostanie kobieta – jej piękno, zmysłowość i nastroje. Naszą misją jest to, aby marka COEMI pozostała synonimem najwyższej jakości, klasy i luksusu, a bielizna – niczym druga skóra – gwarantowała dobre samopoczucie i zdrowie, spokojne, piękne sny.

■ Tego więc życzę i dziękuję za rozmowę.

Marta Prusek – Galińska

reklama



Firma Gorsenia z Łodzi jest przodującym na rynku polskim producentem ekskluzywnej bielizny damskiej.

W swojej ofercie posiada szeroki asortyment biustonoszy oraz: figi, stringi, szorto-stringi, szorty, gorsety, koszulki, pasy do pończoch.

Najnowszym hitem firmy są biustonosze na duże biusty dla obwodów 65-100 z miseczkami od D do M.

Atutem firmy jest wyszukane wzornictwo proponowane przez kreatywnych, pełnych inspiracji projektantów oraz perfekcyjne wykonanie nadzorowane przez zespół doświadczonych konstruktorów i technologów.

Surowce nowej generacji pochodzące od renomowanych producentów są synonimem bezpieczeństwa oferowanych kolekcji, natomiast kaskadowy system kontroli jakości gwarantuje wysoki komfort użytkowania bielizny.

Konsekwentna polityka jakości zdobyła zaufanie i zbudowała trwałe relacje z klientami.



reklama

70 000
tysięcy przeszkolonych osób

4000
certyfikatów wydanych w obszarze systemów zarządzania

Czy stać Cię na ryzyko innego wyboru?



Polskie Centrum Badań i Certyfikacji S.A.
www.pcbc.gov.pl, e-mail: pcbc@pcbc.gov.pl

50
lat doświadczeń i tradycji

30 000
tysięcy wydanych certyfikatów na wyroby

reklama



Podróżuj.com.pl
agencja turystyczna

LUKSUS W STANDARDZIE!

SUPER LASTY, MEGA PROMOCJE, NAJWIĘKSZY WYBÓR



CH Auchan, Bielsko-Biała, ul. Bohaterów Monte Cassino 421, tel/fax: 033/ 822 31 69, e-mail: biuro@podrozuj.com.pl

reklama

nipplex
www.nipplex.pl

Bielizna to nie wszystko!

Ładna bielizna to nieodczyny element stroju każdej eleganckiej kobiety. Dzięki niej panie czują się atrakcyjne i piękne, czują się kobieco. Bielizna to jednak nie wszystko! Równie istotnym dla przedstawicieli płci pięknej jest podkreślenie urody ich nóg. Tę wartość Polki mogą zdobyć dzięki produktom firmy ARGES.

Ta dolnośląska spółka może poszczycić się już ponad 15-letnią tradycją. Zdobyte w tym okresie doświadczenie procentuje skutecznym działaniem w branży pończoszniczej. ARGES jako priorytetowe traktuje zadowolenie swoich klientek. To właśnie z myślą o nich podąża za najnowszymi światowymi trendami mody damskiej. Rajstopy, podkolanówki, skarpety i pończochy marki ARGES charakteryzują się ponad-

to najwyższymi walorami użytkowymi.

- Przede wszystkim dbamy o jakość naszych produktów - mówi Gerard Szwarczyński, współwłaściciel Fabryki Rajstop i Skarpet ARGES S.C. - Ten cel osiągamy poprzez wykorzystanie tylko najlepszych, wysokogatunkowych surowców renomowanych wytwórców. Stale rozbudowujemy i modernizujemy nasz park maszynowy. Dodatkowo o wysoką jakość wszystkich oferowanych przez nas produktów dba wyspecjalizowana kadra pracownicza. Zwracając przy tym baczną uwagę na nieustannie zmieniające się kanony mody, między innymi poprzez uczestniczenie w międzynarodowych targach, co natychmiast znajduje odzwierciedlenie w naszych kolekcjach - kończy.

Podstawową ofertę firmy ARGES tworzą rajstopy

i pończochy w wygodnej i eleganckiej linii, produkowane w szerokiej gamie kolorów. Jej uzupełnieniem są niezwykle popularne ostatnio kabletki. Zarząd spółki nie zapomina również o potrzebach mężczyzn, dla których przygotował kolekcję eleganckich i wygodnych skarpet garniturowych. Pamięta także o dzieciach - na ich małe stopy szyje wesołe kolorystycznie skarpetki o ciekawych wzorach.

Wszystkie starania spółki zyskały uznanie kapituły konkursu JAKOŚĆ ROKU, która po raz kolejny nominowała fabrykę do nagrody, tym razem w edycji na rok 2009.

Krzysztof Stadler