

Oblicza kobiecości

 BARTEK

>> 2

SORAYA

>> 3

BIELIZNA  UNDERWEAR

>> 4

Kobietą być...

Dzisiejszy świat stawia przed kobietami ogromne możliwości i wyzwania. Każda z nas stara się im sprostać. W naszej codzienności chcemy się spełniać na każdej płaszczyźnie. Sukcesy zawodowe pragniemy pogodzić z życiem rodzinnym, a nasz rozwój duchowy i intelektualny z doskonałym wyglądem i samopoczuciem.



gać kobietom odnaleźć się na każdym etapie ich życia - zarówno w momencie: gdy realizują się zawodowo, są dynamiczne, pełne energii i chęci do działania, jak i w czasie ciąży, gdy ich priorytety

i podejście do życia często diametralnie się zmieniają. Gdy kobiecość nabiera pełnej wartości najważniejsze w życiu stają się nasze potrzeby, lecz przecież w dalszym ciągu pragniemy spełniać się, być atrakcyjne i podziwiane. W kwestii workoutu do formy niezwykle pomocni okazują się producenci bielizny, którzy pomagają nam odzyskać dawną sylwetkę i pewność siebie. Nie ma przecież lepszego sposobu na poprawę samopoczucia niż świadomość, że realizujemy się w każdej sferze życia, budzimy zachwyt otoczenia i... po prostu akceptujemy siebie. To recepta na szczęście, które jest przecież przedmiotem pożądania każdej z nas.

Drogie Panie! Uczmy się więc czerpać z życia garściami, kochajmy siebie i korzystajmy z wszelkich uroków, które dają nam zwyczajne codzienne przyjemności. Niech każda wybierze coś dla siebie! Zapraszam do lektury!

Natalia Zarzeka

OBUWIE | BARTEK PRETENDUJE DO SREBRNEJ JAKOŚCI ROKU

Innowacja i BARTEK idą w parze

Rozmowa z **Moniką Klimczak**, marketing managerem BARTEK SA

■ **BARTEK jest najbardziej rozpoznawalną marką obuwia dziecięcego w Polsce, co raz bardziej docenianą i pożądaną za granicą. Co wpłynęło na zdobycie pozycji lidera?**

- Myślę, że przede wszystkim przejrzysta wizja i bezkompromisowe przestrzeganie wartości, którymi od samego początku naszej działalności są troska o komfort i zdrowy rozwój dziecięcych stóp. Priorytetem jest dla nas zrozumienie potrzeb młodej stopy, która kształtuje się do 8 roku życia. Co roku przygotowujemy ok. 300 wzorów, wśród których znajdziemy obuwie dopasowane do różnych warunków atmosferycznych, ale także obuwie tzw. szkolne czy domowe.

■ **Co wyróżnia BARTKA na tle innych marek?**

- BARTEK zachwyca oryginalnym wzornictwem, niezwykłą wygodą, a jednocześnie trwałością oraz jakością wykonania, przy szczególnej dbałości o każdy detal. Nasze kolekcje to głównie autorskie projekty, opracowane przez naszego głównego projektanta i dział przygotowania produkcji. Wszystkie wzory butów są opracowywane we współpracy ze specjalistami z dziedziny medycyny i antropologii, co



pozwala na dopasowanie butów do wymagań dzieci, aby ich stopy prawidłowo się rozwijały. Współpracujemy także z zagranicznymi projektantami, co przekłada się na ofertę bucików o oryginalnym wzornictwie przygotowaną w zgodzie z najnowszymi tendencjami rynkowymi i technologicznymi. Jesteśmy jednym z nielicznych producentów obuwia w Polsce, stosującym najnowsze rozwiązania konstrukcyjno-technologiczne.

■ **O jakie rozwiązania chodzi?**

- Innowacją jest wykorzystywanie do produkcji obuwia jesienno-zimowego membrany SYMPATEX - materiału nieprzemakalnego, dodatkowo umożliwiającego oddychanie stopy wewnątrz buta, poprzez odprowadzanie pary wodnej na zewnątrz. W wybranych wzorach z najnowszej kolekcji jesienno-zimowej 2010 zastosowaliśmy unikatową, bardziej zaawansowaną technologicznie odmianę tej membrany - SympaTex Reflexion.

■ **Na czym polega unikatowość takiej technologii?**

- SympaTex Reflexion odprowadza nadmiar wilgoci wydzielany przez stopę, pozwalając na jej oddychanie i chłodzenie podczas wysiłku. Regulując tempe-



raturę stóp, zapewnia im utrzymanie odpowiedniego mikroklimatu. SympaTex Reflexion to wodo- i wiatroszczelność przy równoczesnej oddychalności. Ale również - dzięki zastosowaniu aluminiowej powłoki membrany - zmniejszenie utraty ciepła nawet o 3,6 stopnia. Mając na uwadze zdrowie i bezpieczeństwo dziecka, wprowadziliśmy również do produkcji bardziej nowoczesne spody.

■ **To znaczy?**

- Nasze podeszwy mają zapewnić idealny komfort i ochronę w każdym terenie oraz w każdych warunkach pogodowych. Dlatego do produkcji spodów stosowany jest termoplastyczny kauczuk, który w naszym klimacie, zwłaszcza w niskich temperaturach, cechuje się miękkością, elastycznością, wysoką odpornością na poślizg i ścieralność. Wysokie walory użytkowe podeszew potwierdzają świadec-



stwa jakości, a także przeprowadzone badania laboratoryjne.

■ **Co nowego zaproponuje nam BARTEK w najbliższym czasie?**

- Oczywiście pracujemy nad najnowszą kolekcją wiosenno-letnią, jak również nad rozszerzeniem asortymentu dodatkowego.

W naszych sklepach proponujemy wybrane modele obuwia Puma, Columbia, Etnies, Geox oraz skarpetki, rajstopy, plecaki, czapki, piżamki, parasolki, płaszcze przeciwdeszczowe czy impregnaty do pielęgnacji obuwia. Szkolimy personel, by fachowym doradztwem zapewnić profesjonalną obsługę. Poza tym do końca tego roku chcemy dysponować siecią 60 sklepów firmowych w największych polskich centrach handlowych. Intensywnie pracujemy również nad rozwojem sieci poza granicami kraju. Sądzę, że ostatnie poważne kampanie reklamowe w światowych stacjach telewizyjnych, uczestnictwo w licznych targach i cieszący się coraz większą popularnością sklep internetowy www.sklep.bartek.com.pl nadadzą nową dynamikę naszemu rozwojowi.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Marta Prusek - Galińska

BRANŻA BIELIŹNIARSKA | KRIS LINE NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2010

Dla ciała, dla zmysłów...

Rozmowa z **Marzeną Pudłowską**, współwłaścicielką Kris Line Sp. z o. o.

■ **Kris Line pobudza zmysły swoich klientów, proponując bieliznę w niemal każdym rozmiarze. Kiedy rozpoczęła się Państwa przygoda na rynku w tej branży?**

- Firma powstała w 1992 roku. Założyciel i właściciel

firmy - Krzysztof Pudłowski postanowił otworzyć własną działalność obejmującą produkcję bielizny osobistej. Początki były trudne. Byliśmy niewielką firmą, która zatrudniała tylko 20 szwaczek. Teraz zatrudniamy ponad 120 osób i zlecamy produkcję innym zakładom. W tym roku Kris Line przekroczyła próg dorosłości. Jesteśmy na rynku już 18 lat!

■ **W ciągu osiemnastu lat z niewielkiej firmy stał się więc Państwo prężnie działającym przedsiębiorstwem produkcyjnym. Proszę przedstawić pełną ofertę firmy.**

- Od początku istnienia staramy się spełniać wszelkie wymagania kobiet. Na dzień dzisiejszy oprócz standardowych rozmiarów bielizny oferujemy także największe - dochodzące do R. Kris Line produkuje biustonosze typu push-up, półuszywane i miękkie, duże miseczki do małych obwodów z szerokimi ramiączkami, gorsety, body - w tym rów-



nież body modelujące sylwetkę, peniary, pasy do pończoch, podwiązki, haleczki na specjalne okazje, stringi, stringoszorty, figi - również modelujące sylwetkę. W naszej ofercie znajduje się także elegancka bielizna dla kobiet

w ciąży i matek karmiących.

■ **W jaki sposób firma Kris Line przyczynia się do komfortowego i zmysłowego samopoczucia kobiet w każdym wieku i rozmiarze?**

- Każda kobieta jest inna. Ma różne oczekiwania i gusta, dlatego też oferujemy zarówno wzory w klasycznej kolorystyce i fasonach, jak i nietuzinkowe kolekcje bielizny dla odważnych kobiet, które lubią czuć się oryginalnie i seksownie. Kwestia kroju nie jest dla nas jedynym priorytetem. Naszą misją jest przede wszystkim sprawić, by kobieta - także ta nosząca rozmiary biustonosza uznawane za nietypowe - zawsze czuła się komfortowo oraz aby te wymiary nigdy nie wpływały negatywnie na jej samopoczucie. Kobiety obdarzone dużym biustem często borykają się z problemem doboru rozmiaru biustonosza. Zdarza się, że zniekształcają swoje piersi w zbyt ciasnej lub źle dobranej bieliznie.

Kris Line oferuje pełną gamę rozmiarów od A do R, dzięki czemu posiadaczka dosłownie każdego rozmiaru znajdzie biustonosz dla siebie w dowolnej kolorystyce i w niemal każdym fasonie. Warto podkreślić że kobiety, które często narzekają na wygląd swojego biustu, mogą dzięki dobranej bieliznie naszej firmy i bez ingerencji chirurga plastycznego w znacznym stopniu go poprawić.

■ **W jaki sposób?**

- Wystarczy dobrać właściwy rozmiar biustonosza, który będzie w odpowiedni sposób zbierał biust i formował sylwetkę. W ten sposób figura może wyglądać na nawet o dwa rozmiary mniejszą! Instrukcje na naszej stronie internetowej www.krisline.com. Nie wspomnę o całej gamie naszych gorsetów oraz bielizny delikatnie formującej sylwetkę, która kształtuje i wyszczupla, a zarazem ozdabia ciało.

■ **Dowodem na najwyższą jakość Państwa produktów jest tegoroczna nominacja do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2010. Proszę**



opowiedzieć o polityce jakości realizowanej w Państwa firmie?

- Nasza firma przygotowuje się obecnie do wdrożenia systemu zarządzania jakością ISO. Dbamy o logistykę i przepływ informacji wewnątrz firmy, by skuteczniej zaspokoić wymagania klientów. Mamy sprawdzonych dostawców surowców, którzy współpracują z najbardziej znanymi francuskimi markami w Europie. Zatrudniamy własnych projektantów, których stale szkolimy. Dzięki temu możemy zaproponować naszym klientom wzory zgodne z najnowszymi trendami mody, a nasi konstruktorzy i dział jakości dbają o komfort noszenia naszej bielizny.

■ **W jaki sposób walczą Państwo o klienta na konkurencyjnym rynku?**

- Jesteśmy otwarci na oczekiwania klientów. Całą swoją energię i zaangażowanie wkładamy w zaspokajanie ich potrzeb. Warto podkreślić, że w naszym przypadku nie są to puste slogany. Namacalnym przykładem są kobiety z różnych regionów Polski, borykające się z problemem zakupu bielizny na duży biust, które zwróciły się do Kris Line o pomoc. Zgodnie z ich sugestiami oraz oczekiwaniami została zaprojektowana specjalna kolekcja bielizny.

■ **Czy na Państwa zmysłowe kolekcje może pozwolić sobie każdy, niezależnie od zasobności portfela?**

- Zdecydowanie! W naszej rozbudowanej ofercie znajdują się zarówno produkty ekskluzywne, jak i bielizna w dostępnym dla każdego portfelu średnim pułapie cenowym. Zapraszamy do naszego sklepu internetowego: www.krisline.com. Znajdują się tam zarówno aktualne kolekcje, jak i wyprzedaże. Każdy z pewnością znajdzie coś dla siebie!

■ **Jaka jest pozycja firmy Kris Line na rynku branży bieliźniarskiej?**

- Nasza marka jest obecnie rozpoznawalna na rynku branży bieliźniarskiej jako lider w segmencie bielizny w dużych rozmiarach. Nawet push-upy rozwijamy do większej rozmiarówki.

■ **Jak Kris Line planuje najbliższą przyszłość?**

- Przede wszystkim w dalszym ciągu pragniemy się rozwijać! Już teraz mamy mnóstwo pomysłów na kolejne kolekcje. Nowe projekty czekają już na opracowanie. Pragnę, by kobiety uświadomiły sobie, że bielizna jest ich ozdobą i jest zdolna zdziałać cuda. Więc zamiast zadreżać się, że nie jesteśmy posiadaczkami idealnych wymiarów i kształtów, pokochajmy siebie takimi, jakimi jesteśmy. Zgodnie z naszym hasłem: „Moja figura, moja bielizna, mój wybór - KRIS LINE”. Zapraszamy. www.krisline.com

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Natalia Zarzeka



URODA | **SORAYA** LIDEREM POLSKIEGO RYNKU KREMÓW PRZECIWMARSZCZOWYCH

Znamy potrzeby Polek

Rozmowa z **Jarosławem Cybulskim**, dyrektorem zarządzającym Soraya S.A.

■ Dlaczego Polki tak chętnie wybierają Państwa produkty?

- Myślę, że przede wszystkim dlatego, że dobrze znamy ich potrzeby. Zdecydowanie lepiej niż globalne koncerny. Kosmetyki Soraya powstają w Polsce i są dostosowane do mieszkających tu kobiet.

■ Czy skóra Polek aż tak bardzo różni się od cery Europejki z południa czy północy kontynentu, że koniecznym jest stworzenie dla nich specjalnej linii produktowej?

- W dużej mierze rzeczywiście tak jest. Wynika to ze specyfiki klimatu w naszej szerokości geograficznej. Cera inaczej się zachowuje i wymaga innej pielęgnacji podczas ciepłego, słonecznego lata, deszczowej, wilgotnej jesieni czy mroźnej zimy. Soraya, komponując skład kosmetyku, bierze pod uwagę te czynniki i dostosowuje go do konkretnego zastosowania. W ten sposób zdobyliśmy zaufanie Polek, które wiedzą, że nasz produkt będzie zawsze skuteczny i dopasowany do aktualnych potrzeb skóry.

Właśnie takie podejście pozwoliło nam stać się liderem



na polskim rynku w produkcji i sprzedaży kremów przeciwzmarszczkowych. Jesteśmy także w pierwszej trójce polskich producentów preparatów pod oczy i maseczek do twarzy.

■ Czy taka polityka nie ogranicza Państwa ekspansji na rynki europejskie?

- Nie. Jesteśmy bowiem częścią międzynarodowego koncernu Cederroth. Soraya specjalizuje się w tworzeniu i rozwijaniu linii kremów dla całej grupy. Nasza polska fabryka produkuje kremy dla innych marek, dedykowanych

na rynki zagraniczne. To pokazuje naszą wszechstronność i umiejętność przygotowania kosmetyków, dających różne efekty. Potwierdza to także zaufanie ze strony koncernu, który dostrzegł wysoki poziom polskiego know-how. To właśnie w naszym oddziale znajduje się centralne laboratorium badawcze pracujące nad rozwojem kosmetyków do twarzy dla innych oddziałów na świecie.

■ Firma Soraya kojarzona jest głównie z produktami do twarzy. Czy tak już zostanie?

- Z pewnością nadal będzie to główny kierunek naszych działań. Jednak musimy reagować na stale zmieniające się zapotrzebowanie na rynku. Klientki, które znają nas od lat, mają zaufanie do naszych produktów. Oczekują, że pomożemy im także w pielęgnacji całego ciała, nie tylko twarzy. Dlatego, odpowiadając na ich potrzeby, wprowadziliśmy nową linię kosmetyków tzw. body. Z przyjemnością obserwujemy, jak dużym zainteresowaniem się cieszą.

■ Jak takie działania wpływają na pozycję firmy na rynku?

- Należy podkreślić, że rynek kosmetyczny w Polsce bardzo dynamicznie się rozwija. To dlatego, że coraz więcej kobiet odczuwa potrzebę pielęgnacji twarzy i ciała. Soraya różni się zatem z rynkiem. Ale - co ważne odnotowania - rośnie również nasz udział w rynku. Odnieśliśmy bardzo duży sukces w Polsce dzięki poszerzeniu oferty o kremy do opalania oraz preparaty antycellulitowe czy ujędrniające. To duże zaskoczenie, ponieważ naszym core business'em jest pielęgnacja twarzy.

■ Czy równie ważne są dla Państwa relacje wewnątrz firmy?

- Z pewnością tak. Jesteśmy producentem preparatów, które pielęgnują twarz i chcemy być firmą z ludzką twarzą. Pracownicy Soraya są bardzo istotnym elementem spółki. Stanowią o jej sile, mocno się z nią utożsamiają. Mamy na uwadze, by to, co robimy, dawało im satysfakcję. Ponieważ w dużej mierze pracują u nas kobiety, stworzyliśmy system zastępstw na czas urlopów macierzyńskich. Nasze pracownice - świeżo upieczone mamy - są więc spokojne, bo wiedzą, że firma czeka na ich powrót. Takie podejście skutkuje tym, że pracowni-

cy są związani z firmą aż do emerytury. Są też tacy, którzy zrezygnowali ze współpracy z nami, a następnie wrócili. I takich pracowników przyjmujemy z otwartymi rękami.

■ Na koniec naszej rozmowy proszę powiedzieć, czym Soraya zaskoczy rynek w najbliższym czasie?

- Szykujemy dużą niespodziankę dla naszych klientów. Nie mogę zdradzić jeszcze szczegółów, ale polecam śledzenie wprowadzanych nowości. Nowe produkty wejdą do oferty jeszcze w tym roku.

■ Dziękuję za rozmowę.

Krzysztof Stadler

KOSMETYKI | **SORAYA** UBIEGA SIĘ O NAGRODĘ JAKOŚĆ ROKU ŻŁOTO

Byś czuła się jeszcze piękniejsza



„Jak pięknie dziś wyglądasz!” - to zdanie chce słyszeć każda kobieta. Najlepiej codziennie, nie tylko od koleżanek, ale szczególnie od mężczyzn. O pięknym wyglądzie, oprócz stroju, świadczy przede wszystkim zdrowy i zadbany wygląd. By taki osiągnąć, warto stosować dobre i skuteczne kosmetyki. W ofercie firmy Soraya panie znajdą ich bardzo wiele.

Soraya to niezwykle znana i ceniona w Polsce marka. Na jej olbrzymią popularność i rozpoznawalność złożyło się wiele czynników. Pomyśleć można, że najważniejszym z nich jest skuteczna działalność marketingowa i wizerunkowa. Dobór ambasadorów marki - w osobach aktorki Małgorzaty Foremniak czy tancerki Edyty Herbuś - oraz szeroko zakrojone kampanie reklamowe sprzyjają budowaniu pozytywnego odbioru wśród konsumentów. Ale nawet najlepsza promocja nie wystarczy.

Soraya swój sukces zawdzięcza przede wszystkim profesjonalizmowi działania na każdym szczeblu organizacyjnym i produkcyjnym. - Najważniejszy jest dla nas produkt. Musi być skuteczny i bezpieczny. Dlatego też nieustannie śledzimy wyniki badań naukowych w kosmologii i farmacji. Chcemy dysponować najnowszą wiedzą - np. o nowo odkrytych substancjach aktywnych - aby natychmiast zastosować ją w produktach. Nasz dział badań i rozwoju monitoruje rynek surowcowy w poszukiwaniu szans. Szans na jeszcze lepszy, jeszcze skuteczniejszy kosmetyk - mówi **Jolanta Furman**, dyrektor działu badań i marketingu Soraya S.A.

Zanim taki produkt trafi na sklepową półkę, poddawany jest wnikliwym badaniom i testom. Warto zauważyć, że Soraya wykazuje postawę proekologiczną i nie testuje kosmetyków na zwierzętach. Co więcej, nie współpracuje z fir-

mami, które takie praktyki stosują. Działania produktów sprawdzane jest w pierwszym etapie na sztucznej, a następnie na ludzkiej skórze.

Gdy laboratorium Soraya ma już pewność, co do skuteczności i bezpieczeństwa kosmetyku, trafia on na sklepową półkę. I w tym miejscu zaczyna się rzeczywisty kontakt firmy z jej klientkami. - Zawsze mamy na uwadze dobro i zadowolenie naszych klientów. W drogeriach sprzedających nasze produkty można liczyć na fachową pomoc i poradę ze strony sprzedawców. Dysponują oni fachową wiedzą, którą przekazujemy im podczas cyklicznych szkoleń i konferencji. Wszystko po to, aby potrafili dobrać odpowiedni kosmetyk do danego typu cery - mówi **Beata Maciejczyk-Fołtyn**, PR manager Soraya S.A. Linie produktowe Soraya podzielone są na dwie grupy: te dostosowane do wieku i te związane z problemami skóry. Ten podział występuje we wszyst-

kich miejscach sprzedaży - od aptek po drogerie. Wybór ułatwia również jasne i czytelne nazewnictwo poszczególnych preparatów, pozwalające na intuicyjny dobór produktu.

Soraya od początku swojego istnienia znana jest z innowacyjności i wprowadzania na rynek zarówno nowatorskich substancji czynnych, jak i odkrywczych rozwiązań w pielęgnacji. Doskonałym tego przykładem są samoopalacze. Soraya jako pierwsza firma kosmetyczna w Polsce wprowadziła do sprzedaży tego typu produkt, co więcej - nadała mu także nazwę, którą przejęli potem inni producenci z branży. Kolejną innowacją była przed wielu laty linia kosmetyków z kolagenem, która stale udoskonalana, cieszy do dzisiaj ogromną popularnością.

Soraya dwukrotnie poddawała się ocenie kapituły konkursu JAKOŚĆ ROKU. W latach 2008 - 2009 zdobywała

nagrody w tym największym programie promującym jakość w polskich przedsiębiorstwach. W związku z tym w roku bieżącym pretenduje do Złotej Nagrody JAKOŚĆ ROKU. Nie byłoby tego sukcesu, gdyby nie bardzo poważne i restrykcyjne podejście do polityki jakościowej. Spółka już w 1999 roku wdrożyła system ISO 9001, by regulować wszystkie zachodzące w niej procesy. A jakość postrzega przede wszystkim przez pryzmat skutecznego i bezpiecznego produktu. System zapewnienia mu odpowiednich parametrów zaczyna się już u dostawcy komponentów, przez sposób ich dostarczenia do spółki, aż po obróbkę na linii technologicznej.

- Nasz dział badań czuwa nad tym, by właściwie dobrać i skomponować składniki preparatu. Następnie, na każdym etapie produkcji monitorujemy przebieg jego wytwarza-

nia. Nasz dział kontroli jakości sprawdza każdy kosmetyk pod kątem mikrobiologicznym i fizykochemicznym. Bierzemy zatem pełną odpowiedzialność za produkt finalny i efekty jego stosowania - podkreśla **Jolanta Furman**. Soraya profesjonalnie podchodzi również do kwestii kontaktu z klientami po zakupie produktów. W spółce funkcjonuje specjalny dział reklamacji. Okazuje się jednak, że negatywnych opinii jest bardzo niewiele. Znacznie częściej klienci chwalą producenta za rzetelność i przekazują informacje o skutecznym działaniu jego preparatów. Tym samym inspirują firmę do rozwoju i stałego ulepszania swojego portfolio.

Soraya nie spoczywa na laurach i ciągle wkłada serce w swoją pracę. Po to, by klientka stosująca jej produkty jak najczęściej słyszała: „Jak pięknie dziś wyglądasz!”

Krzysztof Stadler



BIELIZNA KORYGUJĄCA | MITEX NOMINOWANY DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU SREBRO

Więcej niż bielizna

Rozmowa z **Wojciechem Kunikowskim**, prezesem zarządu Mitex Sp. z o.o.

■ W 1994 roku spółka Mitex zaczęła na rynku jako firma kupa, która w założeniu miała zajmować się dystrybucją i handlem tekstyliami. Dzisiaj są Państwo prężnie działającą spółką nominowaną do tytułu JAKOŚĆ ROKU SREBRO w największym projekcyjnym konkursie w Polsce. Proszę przypomnieć czytelnikom, jak wyglądały początki firmy Mitex.

- Firma powstała dokładnie 16 lat temu. Zaobserwowaliśmy wówczas, że na rynku polskim zdecydowanie brakuje bielizny korygującej i modelującej sylwetkę kobiety. Byliśmy prekursorem w dziedzinie bielizny bezszwowej. Dostępne były wówczas wyłącznie kolekcje bielizny koronkowej, której brakowało zastosowania w modelowaniu sylwetki. Postanowiliśmy wypełnić tę lukę na rynku. Zadanie to realizujemy na tyle skutecznie, że dziś możemy cieszyć się sukcesem w postaci kolejnej nominacji do tytułu JAKOŚĆ ROKU.

■ Są Państwo jedynym - na skalę europejską - producentem bielizny korygującej dla mężczyzn. Jest to ogromny sukces, a jednocześnie wyzwanie, aby przekonać polskich mężczyzn do tego specyficznego rodzaju bielizny.

- W kwietniu bieżącego roku, jako pierwsza firma w Europie, wprowadziliśmy na rynek bieliznę korygującą dla mężczyzn, stając się jedynym w Europie pro-

ducentem tego niszowego rodzaju bielizny. Nasza oferta obejmuje koszulkę i pas korygujący. Od dawna zauważyliśmy tendencję, że polscy mężczyźni zapominają, że zgrabna sylwetka to nie tylko sylwetka szczupła, ale i zwarta. Nasz produkt sprawia, że męska sylwetka może osiągnąć rozmiar dwa razy mniejszy, nadając jej jednocześnie sprężysty kształt. Warto podkreślić również paramedyczne zastosowanie naszych produktów. Koszulki i pasy korygujące firmy Mitex powinny być obowiązkową bielizną dla zawodowych kierowców, którzy bardzo często narażeni są na niebezpieczne i uciążliwe dolegliwości związane z uciskiem czy nawet przesunięciem żołądka. Pas powoduje, że kręgosłup jest cały czas wzmacniany. W tym przypadku, naszym zadaniem jest nie tylko produkcja bielizny najwyższej jakości, ale również misja uświadczenia męskiej części społeczeństwa, że warto zainwestować w swoje zdrowie, wygląd oraz dobre samopoczucie! Polski mężczyzna jest bardzo trudnym i zachowawczym klientem, dlatego Mitex liczy również na kobiety, które z pewnością staną się pierwszymi propagatorkami naszych kolekcji, a poprzez swoje estetyczne i praktyczne podejście do życia uda się im zachęcić swoich mężczyzn do tego doskonałego produktu.

■ Mitex w dalszym ciągu jest firmą, której produkty z oddaniem hołdują kobiecej naturze.

- Zgadza się. Cały czas głównym nurtem naszej działalności jest bielizna korygująca dla kobiet w ciąży. Zapewniamy naszym klientkom pełen komfort i wygodę na ten piękny i wyjątkowy czas. Pamiętajmy, że dbałość o ciało zaraz po ciąży sprawia, że sylwetka kobiety znacznie szybciej dochodzi do równowagi. Gdy ciało traci elastyczność, jesteśmy pomocni w odzyskaniu dawnej smukłej sylwetki i skorygowaniu pewnych zniekształceń ciała, które wynikają z naturalnych zmian w ciele każdej świeżo upieczonej mamy. Zawsze podkreślamy, że pełnowartościową ofertę bielizniarską stanowi jedynie oferta z wyrobami Mitex. Łączymy ze sobą wszystkie rodzaje bielizny. W bogactwie naszych wyrobów każda kobieta znajdzie coś dla siebie: biustonosz, figi, półgorsety, gorsety i inne. Mitex pomaga udoskonalic wygląd niemal wszystkich części kobiecego ciała. Nasze produkty można kupić w każdym dobrym sklepie bielizniarskim. Do dyspozycji klientów są także nasze dwa sklepy internetowe.

■ Jakich nowych przedsięwzięć podjęli się Państwo w ostatnim czasie?



- Jesteśmy w przededniu wypuszczenia nowej kolekcji majtek modelujących z elementami koronki. Rozbudowaliśmy ofertę o 3 kolejne modele bielizny bezszwowej korygującej. Jak co roku sukcesywnie zwiększamy ilość produkowanych sztuk bielizny. Warto dodać, że trafiamy do nowego segmentu rynku, jakim są młode i nowoczesne kobiety, których

sywetki w wyniku wrodzonych predyspozycji lub nieodpowiedniego trybu życia nie wpisują się w tradycyjny kanon urody. Sukcesem jest również wejście na rynek węgierski. Poza tym eksportujemy także do Niemiec i krajów skandynawskich. Obecnie kończymy pracę nad specjalną kolekcją fig damskich przeznaczonych na rynek zachodni.

■ Jak uzyskanie tytułu JAKOŚĆ ROKU za rok poprzedni wpłynęło na Państwa działalność?

- Zdecydowanie mobilizująco. Namacalnym tego przykładem może być fakt, że liczba zwrotów i reklamacji zmniejszyła się o ponad 50%. Wysoka jakość bielizny była i jest dla nas najważniejszą i priorytetową sprawą. Do tej pory reklamacje wynikały głównie z powodu źle dobranej rozmiaru oferowanej przez nas bielizny. Dlatego tak ważne jest, aby każda kobieta była świadoma swojego ciała. W tym celu na każdym opakowaniu naszych produktów umieszczona jest tabela rozmiarów. W naszej działalności ważny jest przede wszystkim surowiec, który kupowany jest od sprawdzonych dostawców z całej Europy z odpowiednimi certyfikatami jakości. Warto także dodać, że tylko surowce posiadające atesty antyalergiczne są dopuszczane do naszej produkcji. Weryfikacja jakościowa zaczyna się już w krojowni, kolejny etap ma miejsce podczas kontroli międzyoperacyjnej w trakcie szycia naszej bielizny. Po procesie szycia gotowy produkt powtórnie trafia do kontroli w tzw. komórce kontroli jakości i pakowania. Choć brzmi to stosunkowo prosto, to jednak wymaga od nas niezwykłej dokładności i precyzji w działaniu.

■ Czego można Państwu życzyć?

- Zdecydowanie sukcesów!

■ Dziękuję za rozmowę.

Natalia Zarzeka

reklama

Ewa Bien ubiega się o JAKOŚĆ ROKU SREBRO!

- ponad 20-letnia tradycja
- oryginalne i nowoczesne wzornictwo
- tysiące zadowolonych klientek w każdym rozmiarze
- czołowa pozycja wśród producentów bielizny i strojów kąpielowych

Tworzymy z pasją

Zmysłowa elegancja, odrobina pikanterii i nowoczesne wzornictwo to składniki pewnego przepisu na sukces w branży bielizniarskiej. Potwierdzając tę teorię, marka Passion nieprzerwanie od kilku lat święci triumfy na polskim rynku bielizny na specjalne okazje.

- W walce o klienta zwyciężamy nie tylko oryginalnymi kolekcjami, lecz przede wszystkim jakością za przystępną cenę - mówi **Jarosław Gryła**, twórca marki Passion. - Nominacja do tytułu JAKOŚĆ ROKU SREBRO jest dla nas dowodem, że zmierzamy w dobrym kierunku. Jesteśmy przekonani, że dzięki konsekwencji naszych działań osiągniemy sukces, a za rok powalczymy o najwyższe odznaczenie w tym prestiżowym konkursie - dodaje.

Oprócz ciągłej dbałości o jakość, Passion nieustannie potwierdza swój stały rozwój. Już na wiosnę firma przenosi się do nowej siedziby o powierzchni 1200 m², by w komfortowych i sprzyjających warunkach realizować swoją misję oraz produkcję.



Passion

Touch of luxury

Passion współpracuje ze znanymi projektantkami, które wyłącznie na potrzeby firmy opracowują nietuzinkowe projekty figlarnych i zmysłowych kolekcji.

- Nasze założenia pomagają nam dążyć do celu. Nazwa marki nawiązuje nie tylko do wzbudzanych przez nasze produkty emocji, ale obligeuje do wykonywania wszystkich zadań z pasją i zaangażowaniem - mówi **Jarosław Gryła**.

Od roku na wyraźne życzenie klientek do opakowań dołączane są specjalne nakładki, zapewniające poczucie komfortu i intymności przy zakupie tej specyficznej bielizny. W najbliższym czasie Passion zamierza podbić rynek, proponując klientkom dwie nowe, zaskakujące marki Bassaya i Anssi. - Będzie to niespodzianka i ucztą dla zmysłów nawet najbardziej wymagających klientów - zdradza **Jarosław Gryła**.

Natalia Zarzeka

Hean - poczuj różnicę

Hean

Fabryka Kosmetyków Hean z Krakowa to producent z 30-letnim doświadczeniem. W ostatnich latach z sukcesem zakończyła proces rewitalizacji marki, poszerzając jednocześnie swoją ofertę.

Fabryka specjalizuje się w produkcji kosmetyków kolorowych. Wiedza doświadczonego zespołu laboratorium badawczo-rozwojowego w połączeniu z kreatywnością i zaangażowaniem

młodych kadr firmy z każdym rokiem owocuje wieloma nagrodami i wyróżnieniami dla marki jak i produktów - m.in.: Perły Rynku Kosmetycznego 2006 i 2008, Qłtowy Kosmetyk 2008 czy nagroda specjalna za NOWOCZESNOŚĆ W DOBREJ CENIE. W tym roku produkty Hean pretendują do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2010 w największym projekcyjnym konkursie w Polsce.

- Nominacja do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2010 to dla nas duże wyróżnienie, a jednocześnie potwierdzenie, że zmierzamy we właściwym kierunku. Jakość i bezpieczeństwo kosmetyków to nasz priorytet - mówi **Henryk Kuśnierz**,



właściciel Fabryki Kosmetyków Hean.

Wartość firmy stanowią ludzie skoncentrowani na

ciągłym podwyższaniu jakości produktów oraz relacji z klientami i partnerami biznesowymi. Ponadto spółka stale doskonali systemy wewnętrznego zarządzania jakością spisane w Księdze Jakości. Realizuje w ten

sposób wymagania normy PN-EN ISO 22716, stosując wytyczne Dobrej Praktyki Produkcyjnej. - Dotrzymywanie obietnic złożonych klientowi i realizowanie zobowiązań - to motto w naszej codziennej pracy. Dostosowujemy procedury do rosnących standardów i wymagań rynkowych. Staramy się udoskonalać produkty i procesy produkcyjne, aby móc śmiało konkurować nie tylko na rynku polskim, ale również na rynkach światowych. W 2009 roku pozyskaliśmy nowych dystrybutorów w Hiszpanii, Portugalii i Arabii Saudyjskiej, co świadczy o stale rosnącym potencjale marki - podkreśla właściciel firmy.

Monika Klimczyk