

Wspólny sukces



>> 2

interREGIO

>> 6



>> 7



>> 8

BRANŻA CHEMICZNA | Podkarpacki LERG wyróżniony tytułem JAKOŚĆ ROKU 2010

Spoiwo na miarę XXI wieku

Rozmowa z **Agnieszką Kozubek-Bespalenko**, dyrektorem generalnym LERG S.A.

■ **Podkarpacka spółka jest nowoczesną, proekologiczną i stale doskonalącą się firmą branży chemicznej, której początki sięgają lat 30. XX wieku. Czy dzisiejszy LERG czerpie doświadczenie z wieloletniej historii zakładu?**



- Zdecydowanie tak. Nasz zakład powstał w 1937 roku. Przez blisko 75 lat firma przeszła wiele zmian, które miały niewątpliwy wpływ na jej dzisiejszą pozycję. Z pośród ważniejszych można wyróżnić przekształcenie przedsiębiorstwa w 1992 roku w jednoosobową Spółkę Akcyjną Skarbu Państwa, a w roku 2004 jej przejęcie przez obecnego właściciela pana Mariana Kwietnia. Jeśli chodzi o wyroby, to żywiec mocznikowe firma produkuje od roku 1948, fenolowe od 1950 roku, a poliestrowe od 1966 roku, co skutkuje wytworzeniem tysięcy różnych oprawań technologicznych do dziś. Takiego doświadczenia nie da się zbagatelizować. Dzięki wielu inwestycjom w technologię i park maszynowy, regularnemu poszerzaniu oferty produktów oraz sukcesywnemu wdrażaniu planów rozwojowych jesteśmy dziś jednym z najważniejszych producentów żywic syntetycznych w Europie.

■ **Dzięki jakim czynnikom uzyskują Państwo tak wysoką pozycję w branży?**

- Nasza praca to synergia wiedzy, jakości oraz wspólnej odpowiedzialności za człowieka i środowisko. W zakładzie chemicznym, takim jak nasz, nie ma miejsca na pomyłki czy zaniedbania. Dlatego, pomimo zatrudniania około 450 osób, działamy każdego dnia tak, aby zminimalizować błąd czynnika ludzkiego. Wprowadziliśmy najnowocześniejszą, w pełni zautomatyzowaną linię produkcyjną. Poza tym posiadamy własny dział rozwoju i laboratorium badawcze, dzięki któremu możemy elastycznie reagować na indywidualne potrzeby klientów. Szybka i sprawna dostawa oraz niezawodny serwis cieszą się również dużym uznaniem i wpływają pozytywnie na naszą opinię rynkową. Ponadto realizujemy proekologiczną politykę w firmie, dbając, aby nasz zakład był jak najmniej szkodliwy dla środowiska. Dlatego też przy produkcji żywic używamy recyklatu, czyli zużytych butelek typu PET.

■ **A jak ważna jest jakość w Państwa procesie produkcyjnym?**

- U nas jakość jest standardem. Postrzega się ją nie tylko

w aspekcie parametrów gotowego wyrobu. To także wspomniany szybki serwis i fachowa obsługa klienta. Posiadamy rozbudowany system kontroli jakości na każdym etapie produkcji i pomiędzy nimi. Potwierdza to wdrożony w firmie system ISO 9001:2008. Dodatkowo wyspecjalizowana kadra cały czas czuwa nad zapewnieniem najlepszych parametrów wytwarzanych żywic. Klienci, z którymi współpracujemy od lat, wiedzą, że zamówiony surowiec sprosta ich oczekiwaniom pod każdym względem.

■ **Dostrzegła to również kapituła największego pro jakościowego konkursu w Polsce, przyznając firmie LERG tytuł JAKOŚĆ ROKU 2010.**

- Zdobyty certyfikat jest uznanie naszej pracy. Nagroda została przyznana w kategorii produkt za Estromal - żywicę poliestrową, nasz wiodący wyrób. Jest bardzo innowacyjny, ponieważ powstał w oparciu o naszą myśl technologiczną. Zawiera on duży procent recyklatu, posiadamy też autorski system filtrowania, który sprawia, że produkt finalny niczym nie różni się od wyrobu z surowców pierwotnych.

■ **Gdzie można zastosować ten produkt?**

- Nienasycone żywice poliestrowe, o których mowa,



posiadają bardzo szerokie możliwości użycia. Są wykorzystywane m.in. w produkcji sprzętu pływającego, w budownictwie jako rury lub elementy mostów, lub też jako zbiorniki na różne media. Stosuje się je również w produkcji wanien i brodzików, sztucznych marmurów, figurek ozdobnych, guzików, laminatów poliestrowo-szkłanych czy też szpachli do naprawy samochodów.

■ **Jak planują Państwo dalszy rozwój firmy?**

- Chcemy wzmocnić naszą pozycję na rynku, a tytuł JAKOŚĆ ROKU 2010 stanowi kolejny krok w tym kierunku. Ponadto mamy zamiar dalej inwestować w poszerzenie oferowanego asortymentu wyrobów. Liczymy na przychyłność rynku i zobowiązujemy się ciągle dbać o wysoką jakość naszych produktów.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Monika Klimczyk

REKLAMA

REKLAMA

BUDOWNICTWO | JAKOŚĆ ROKU SREBRO dla TRASKO-INWEST

Projekty dla wymagających

Rozmowa z **Leszkiem Faltyniakiem**, prezesem zarządu Trasko-Inwest Sp. z o.o.

■ **Trasko-Inwest jest bardzo dobrym przykładem przedsiębiorstwa, które w krótkim czasie, realizując inwestycje krajowe i zagraniczne, wypracowało silną pozycję w branży budowlanej. Jak osiąga się sukces na tak konkurencyjnym rynku?**

- To prawda, że w niedługim czasie, ponieważ rozpoczęliśmy działalność w 1999 roku. Nauczyliśmy się spełniać oczekiwania wymagających klientów oraz oszczędzać czas i koszty w straconych szansach i odsetkach bankowych. Zdobytą doświadczenie pozwala nam być nie tylko wykonawcą, ale partnerem dla inwestorów. Stanowi to dużą wartość dodaną dla klientów i dla nas.

■ **Co dokładnie ma Pan na myśli?**

- Nie jesteśmy ani najstarsi, ani najwięksi, dlatego musimy być maksymalnie elastyczni i efektywni. W naszej pracy wiemy, co to jakość i terminowość. Oferujemy kompleksowe usługi - od propozycji lokalizacji projektu w oparciu o analizę marketingową pod kątem jej przydatności dla danego biznesu do uzyskania dla klienta pozwolenia na użytkowanie danego obiektu. Posiadamy własne biuro projektowo-konstrukcyjne i dysponujemy serwisem 24 godziny na dobę. Dajemy wszystko,



co niezbędne do dobrej współpracy, a pozytywne referencje klientów są sensem naszej pracy.

■ **Państwa projektowe podejście do pracy zostało również docenione przez kapitułę konkursu JAKOŚĆ ROKU, która przyzna-**

ła Państwa firmie tytuł JAKOŚĆ ROKU SREBRO. Proszę przyjąć moje gratulacje.

- Dziękuję. Nagrody są nieodłącznym elementem budowania naszego wizerunku. Jesteśmy dodatkowo laureatem Diamentów Forbesa, tytułu Teraz Polska oraz Orłów Polskiego Budownictwa. Będąc nagradzanym w różnych konkursach, w tym jakościowych, budujemy naszą wiarygodność. Przy referencjach od klientów jest to dla nas ważny element marketingu.

■ **Jaki jest zasięg Państwa działania?**

- Nasza praca jest doceniana w całej Europie. Wybudowaliśmy obiekty od Niemiec, Chorwacji, Węgier, przez całą Polskę po Białoruś, Ukrainę i Rosję. Realizujemy centra logistyczne, zakłady produkcyjne, obiekty handlowe, magazynowe czy nawet mieszkalne. Zaufali nam między innymi Auchan, Kronospan Grupa Polska, Classen, Międzynarodowe Targi Poznańskie, Black Red White,



Toruńskie Zakłady Materiałów Opatrunkowych, 7R Logistic, Centauris i Smurfit Kappa.

■ **Jaką rolę w procesie inwestycyjnym odgrywa klient?**

- Jego rola jest kluczowa. Każdy jest inny i ma swoje oczekiwania wobec planów budowy. A końcowa opinia i jego zadowolenie z naszej pracy są po prostu bezcenne. Często dopiero po pierwszych spotkaniach z klientem poznajemy jego potrzeby. W strukturze firmy posiadamy menadżerów, którzy zajmują się indywidualnymi kontaktami z klientami - od prac projektowych do chwili rozpoczęcia eksploatacji obiektu. Osoby te stają się partnerami w procesie inwestycyjnym. Nasi klienci oczekują profesjonalizmu, dlatego od początku budujemy zespół fachowców. Specjalistyczne kompetencje generalnego wykonawcy łączymy z bogatym doświadczeniem. Dzięki temu realizujemy

nawet najbardziej skomplikowane projekty.

■ **Jakie nowe cele stawia przed sobą firma Trasko-Inwest?**

- W ostatnich latach rozszerzyliśmy ofertę o budownictwo mieszkaniowe, które chcemy nadal rozwijać, ponieważ widzimy w tym zakresie duży potencjał. Ponadto struktury naszej firmy cały czas się zmieniają. Otworzyliśmy nową wioskę 2010 roku spółkę w Emiratach Arabskich. To nasz nowy kierunek rozwoju oferty poza Europą. Trwają tam już pierwsze realizacje w zakresie podstawowej oferty firmy. Wiążemy duże nadzieje z tym kierunkiem rozwoju.

Jednocześnie chciałbym podziękować wszystkim stałym klientom i polecić kompleksowość naszej usługi potencjalnym. Z nami można nawiązać współpracę w każdym czasie, miejscu i zakresie robót.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Monika Klimczyk

WYKOŃCZENIE WNĘTRZ | CERAMIKA PARADYŻ po raz trzeci wyróżniona ZŁOTĄ NAGRODĄ JAKOŚĆ ROKU

Jakość wpisana w DNA

Rozmowa z **Piotrem Tokarskim**, prezesem zarządu Ceramika Paradyż Sp. z o.o.

■ W minionym 2010 roku odczuwalne były jeszcze echa kryzysu gospodarczego, który dotknął również branżę budowlaną. Jak ocenia Pan sytuację spółki na tle innych przedsiębiorstw w tym czasie?



- Pomimo słabych wyników wielu firm działających na rynku materiałów budowlanych i wyposażenia wnętrz Grupa Paradyż może pochwalić się kilkuprocentowym wzrostem sprzedaży, który zamknął 2010 rok. Dobry wynik został wypracowany dzięki wdrożeniu nowych produktów do oferty, a także dzięki owocnej współpracy z naszymi odbiorcami - zarówno w kraju, jak i na rynkach zagranicznych. Jesteśmy zadowoleni również ze wzrostu wartości marki Paradyż, która obecnie wyceniona jest na ponad 144 mln PLN.

W minionym roku nasze produkty zdobyły wiele nagród - między innymi po raz piąty z rzędu „Wielką Perłę Ceramiki UE” czy po raz drugi z rzędu „Laur Konsumenta”. Firma została również doceniona za wyniki finansowe oraz wkład w rozwój regionu i najbliższego otoczenia, w którym funkcjonujemy - jesteśmy laureatem konkursów „Filary Polskiej Gospodarki 2010”, „Inwestor Roku 2009/2010” oraz „Regional Forbes CSR Awards”. W zakresie jakości w 2010 roku otrzymaliśmy bardzo ważne nagrody. Przede wszystkim zostaliśmy wyróżnieni Złotem w największym ogólnopolskim konkursie JAKOŚĆ ROKU, tytułem JAKOŚĆ ROKU w kategorii „Produkt”, a także Perłą Quality International oraz tytułem „Najwyższa Jakość w Budownictwie”.

■ Serdecznie gratuluję zdobycia wszystkich wspomnianych wyróżnień. Jak je Państwo przyjmujecie?

- Prestiżowe nagrody mają dla nas ogromne znaczenie. Są bardzo ważnym elementem uzupełniającym ofertę, którą kierujemy do rynku - zarówno do dystrybutorów, jak i klientów indywidualnych - zwłaszcza, jeśli chodzi o laury zdobywane w kolejnych edycjach rankingów i konkursów. Dla naszych klientów jest to gwarancja naszej konsekwencji w zakresie zarządzania jakością, ofertą produktową i szerzej - każdym z wielu aspektów i obszarów funkcjonowania przedsiębiorstwa.

■ W konkursie JAKOŚĆ ROKU, oprócz otrzymywanej rocznie nagrody za produkty, zostaliście Państwo także wyróżnieni w kategorii ekologia.

- To dlatego, że nasze produkty nie stanowią żadnej uciążliwości dla środowiska, a do ich wytwarzania używane są sprawdzone i bezpieczne surowce. W spółkach Grupy realizowanych jest wie-

le projektów nastawionych na ochronę środowiska i recykling. Funkcjonują między innymi procedury ograniczające zanieczyszczenie powietrza, ograniczające poziom hałasu i zanieczyszczenie do wód powierzchniowych czy ograniczające odpady przemysłowe. Te fakty z pewnością nie uszły uwadze konkursowej kapituły.

■ Otrzymane nagrody to z pewnością wynik chęci stałego rozwoju, która wpisana jest w misję firmy. W jakich obszarach ten rozwój był najsilniejszy?

- Najważniejsze nowości w 2011 roku dotyczą marki My Way. Z myślą o wymagających klientach, którzy poszukują produktów o ciekawym, niestandardowym wzornictwie i wysokiej jakości wykonania stworzyliśmy kolekcję Premium w dwóch liniach - odwzorowując naturalne drewno i kamień. Jest to propozycja złożona z wielu formatów, kolorystyk oraz rodzajów wykończenia powierzchni, dodatkowo wzbogacona szeroką gamą interesujących dekoracji. Znakoma część wpisuje się w światowe trendy - obecnie płytki jako materiał wykończeniowy znacznie rozszerzają swoje funkcje i właściwości. Z jednej strony poprzez nowoczesne technologie zastosowane w procesie produkcji, m.in. druk cyfrowy, wzornictwo nie odbiega od oryginalnych motywów graficznych będących jego inspiracją, z drugiej - znacznie przewyższa je pod względem właściwości technicznych i użytkowych. Nowości My Way to doskonale odwzorowanie marmuru i trawertynu, a także dębowych desek, włoskiego orzecha oraz egzotycznych gatunków drewna, takich jak wenge i heban.

■ Nowości w ofercie są w równie nowoczesny sposób komunikowane rynkowi.

- Zgadza się. Grupa Paradyż to firma nowoczesna, która nie tylko podąża za światowymi nowościami, ale również inicjuje nowe pomysły i rozwiązania. Jesteśmy jedynym polskim producentem płytek ceramicznych, który prowadzi komunikację z klientami w najbardziej popularnym medium społecznościowym, jakim jest Facebook. Fun-

page Grupy Paradyż dział



ła od lipca 2009 roku i może pochwalić się grupą fanów w liczbie 23 tysięcy, którzy towarzyszą marce. Na Facebook'u prezentujemy nasze nowe kolekcje płytek ceramicznych w formie projektów aranżacji wnętrz oraz gotowych zdjęć, opowiadamy o trendach w światowym wzornictwie, a także dyskutujemy o architekturze, sztuce i ciekawych pomysłach związanych z designem. Są to naturalne obszary, w których funkcjonuje marka Paradyż. W ten sposób budujemy relacje, docierając do nowych grup potencjalnych klientów, uzupełniając jednocześnie i wzmacniając komunikację prowadzoną tradycyjnymi kanałami.

■ W jaki sposób zapewniamy Państwu jakość swoim wyrobom?

- W procesie produkcji wykorzystujemy nowoczesny park maszynowy znaj-

dający się w pięciu zakładach produkcyjnych oraz najbardziej zaawansowane technologie i rygorystyczne procedury kontroli jakości oparte na Polityce Zintegrowanych Systemów Zarządzania Jakością ISO 9001:2008, System Zarządzania Środowiskowego ISO 14001:2004 oraz System Zarządzania BHP wg PN-N 18001 oraz OHSAS 18001:2007.

■ Do kwestii jakości podchodzicie Państwo ze szczególną uwagą.

- Można powiedzieć, że wysoka jakość jest wpisana w DNA marki Paradyż. To jest nasz znak firmowy. W dzisiejszych czasach rynek płytek ceramicznych w Polsce jest rynkiem trudnym - łącznie moce produkcyjne największych krajowych wytwórców są znacznie większe niż fak-

tyczny popyt. O klienta z bardziej zasobnym portfelem walczą znane od lat marki z Włoch i Hiszpanii. Coraz więcej produktów z Chin wybierają klienci wrażliwi zwłaszcza na cenę. W warunkach tak silnej konkurencji jedynie dobry produkt gwarantujący nie tylko długi czas użytkowania, ale również umożliwiający realizację indywidualnych projektów wymarzonego, estetycznego wnętrza domu czy mieszkania ma szansę na sukces handlowy. Taka jest oferta Grupy Paradyż - jakość i wzornictwo na światowym poziomie za przystępną cenę. Dzisiejszy rozwój technologii pozwala tworzyć produkty nie tylko trwałe, ale i piękne. Dzięki ciągłym inwestycjom i innowacjom możemy realizować coraz bardziej odważne, coraz ciekawsze wzorniczo projekty.

■ Państwa działania od lat charakteryzuje nastawienie na rozwój i stałe zwiększanie efektywności prowadzonego biznesu. W jakim kierunku podąża Ceramika Paradyż w najbliższym czasie?

- W planach na ten rok mamy zakończenie istotnych inwestycji, które prowadzimy obecnie w dwóch z pięciu naszych zakładów produkcyjnych - w Wielkiej Woli koło Paradyża oraz w Opocznie. Ich łączna wartość przekracza kwotę 250 mln PLN. Nowe linie produkcyjne oraz nowoczesne technologie pozwolą na dalszy rozwój oferty w dwóch markach - My Way oraz Paradyż, a tym samym umożliwią dalszą ekspansję firmy zarówno na rynku krajowym, jak i rynkach zagranicznych.

■ Dziękuję za rozmowę.
Krzysztof Stadler

OPAKOWANIA | TETRA PAK nagrodzony tytułem JAKOŚĆ ROKU 2010

Dbając o jakość, chronimy to, co dobre

Polacy, rezygnując z mleka i soków w tradycyjnych szklanych butelkach, pozwolili kartonowym opakowaniom na dobre zadomowić się w swoich lodówkach. Nie trudno bowiem zauważyć zalety takich opakowań - pozwalają one zachować wartość odżywczą produktów, ich smak, zapach i wysoką jakość. Ponadto: są wygodne, funkcjonalne, łatwe w dystrybucji i mogą być poddawane recyklingowi. Naprzeciw oczekiwaniom coraz bardziej wymagających konsumentów wychodzi Tetra Pak - potentat na rynku opakowań kartonowych.

Wchodząc na polski rynek w 1990 roku, Tetra Pak zainicjował zasadnicze zmiany w rodzimym przemyśle płynnej żywności, które pozwalają na stopniową modernizację procesu przetwarzania, pakowania i dystrybucji. Od 1993 roku spółka oferuje kompletne linie technologiczne do produkcji, fabrykacji i pakowania mleka, przetworów mlecznych, soków i napojów z owoców i warzyw oraz innych przetworów owocowo-warzywnych.

W ciągu ostatnich 20 lat firma Tetra Pak konsekwentnie wzmacnia swoją pozycję w Polsce poprzez zapewnianie wysokiej jakości produktów, usług, rozwiązań technicz-



nych, doradztwa oraz innowacyjnego myślenia. Wprowadzając system zarządzania jakością w 1995 roku, Tetra Pak był jedną z pierwszych firm w Polsce, która otrzymała certyfikat jakości ISO 9001 wydany przez Det Norske Veritas (DNV). Certyfikat ten potwierdził, że spółka spełnia standardy jakości powszechnie uznawane na całym świecie. Od tego czasu firma jest cyklicznie poddawana audytowi. Ponadto nieprzerwanie stara się zwiększać bezpieczeństwo oraz dostępność żywności w ścisłej współpracy ze swoimi klientami. W 1999 roku przedsiębiorstwo rozpoczęło długoterminowy program badania zadowolenia klientów, co pozwoliło mu lepiej zrozumieć ich potrzeby i odpowiadać na nie jeszcze efektywniej i wydajniej.

Spółka została także uhonorowana tytułem JAKOŚĆ ROKU 2010 za „Aseptyczną technologię przetwarzania i pakowania żywności płynnej”. - Zdobyty tytuł jest potwierdzeniem tego, w co zawsze wierzyliśmy w Tetra Pak, czyli w to, że położenie nacisku na jakość to gwarancja długofalowego rozwoju naszej firmy – mówi **Brian McGuinness**, Dyrektor Generalny Tetra Pak Sp. z o.o. - To również wyróżnienie w zakresie innowacyjności, bowiem jako pierwsi w 1961 roku wprowadziliśmy system aseptycznego pakowania żywności w kartony. Metoda ta, wraz z wykorzystaniem technologii UHT, pozwala na przechowywanie przez długi czas żywności płynnej, takiej jak mleko czy soki, bez potrzeby chłodzenia lub stosowania konser-

wantów. W 1989 roku Instytut Technologii Żywności w Stanach Zjednoczonych uznał aseptyczne opakowanie kartonowe za jedną z największych innowacji przemysłu spożywczego w XX wieku – podkreśla dyrektor McGuinness.

Aseptyczna technologia pakowania żywności płynnej w znacznym stopniu przyczyniła się do poprawy jakości soków i mleka oraz do transformacji branży mleczarskiej i przetwórstwa owocowego, a także do rozwinięcia nowych segmentów rynku. Po zainstalowaniu pierwszej w Polsce maszyny napełniająco-pakującej w firmie Hortex w 1989 roku, Tetra Pak kontynuował wprowadzanie kolejnych innowacyjnych rozwiązań z zakresu technologii pakowania płynnej żywności. Przykładem takich dzia-



łań może być A3 iLine, czyli superszybka linia produkcyjna o wysokiej wydajności, która do dziś wyznacza nowe standardy w integracji i automatyzacji systemów pakowania, a jednocześnie zmniejsza koszty operacyjne klienta. Innym przykładem jest maszyna napełniająca A3 Compact Flex, umożliwiająca napełnienie 9 tysięcy aseptycznych kartonów na godzinę.

W motto firmy Tetra Pak - „Chroni to, co dobre” - wpisana jest także polityka ochrony środowiska naturalnego, która stanowi kluczowy punkt długoterminowej strategii biznesowej. Nieustanna redukcja wpływu systemów opakowaniowych na środowisko, realizowana przez spółkę na całym świecie, oparta jest na odnawialności zasobów, recyklingu, redukcji emisji CO₂ oraz ograniczeniu zużycia wody. Ponadto same opakowania Tetra Paka są ekologiczne. Składają się one głównie z celulozy, a więc surowca odnawialnego, pochodzącego z odpowiednio zarządzanych i certyfikowanych lasów,

w których każde ścięte drzewo zastępowane jest następnym.

Tetra Pak aktywnie wspiera także polskie parki narodowe. Jest autorem programu „Posadź drzewo dobrym zakupem”, a liczba drzew zasadzonych w ramach tego przedsięwzięcia w 2011 roku wyniesie 500 tysięcy sztuk. Aby wesprzeć rozwój systemu zbierania i recyklingu kartonów do żywności płynnej, Tetra Pak pomógł stworzyć Program REKARTON, który jest dobrowolną inicjatywą branży mleczarskiej i sokowej oraz producentów opakowań. Konsekwentnie zwiększając poziom recyklingu, Program REKARTON zdołał osiągnąć bardzo ambitne cele w ciągu zaledwie trzech lat od rozpoczęcia działalności. W 2010 roku program wsparł zbiórkę niemal 5,5 tysięcy ton kartonów do płynnej żywności, co daje ponad 270 pełnych ciężarówek, które ustawione jedna za drugą uformowałyby linię o długości ponad czterech kilometrów!

Dzięki bogatemu doświadczeniu, dbałości o doskonałą jakość, rozumianą jako umiejętność wsłuchiwanie się w potrzeby klientów i dopasowanie się do potrzeb rynku, Tetra Pak umacnia pozycję lidera rynku nie tylko pod względem sprzedaży, ale także wyznaczania nowych standardów.

Oprac. Marta Prusek-Galińska

KSIĘGARNIE INTERNETOWE

KSIĘGARNIA INTERNETOWA GANDALF zdobywcą tytułu JAKOŚĆ ROKU 2010

Poszerzamy horyzonty

Rozmowa z **Anettą Wilczyńską**, prezesem Księgarni Internetowej Gandalf

■ Na początek pragnę pogratulować godła JAKOŚĆ ROKU otrzymanego w największym projekcji konkursie w Polsce.

- Dziękujemy za to wyróżnienie. To dla nas ogromna radość i dowód, że zmierzamy w dobrym kierunku.

■ Proszę przypomnieć, jak narodził się pomysł na księgarnię internetową?

- Z miłości do książek! Od samego początku byłam wielką entuzjastką czytania i pragnęłam зараzić swoją pasją innych. Obserwując powodzenie zachodnich księgarni internetowych, postanowiliśmy otworzyć polską. 1 marca firma skończyła siedem lat.

■ Jak określiliby Państwo misję firmy?

- „Poszerzamy horyzonty” - to hasło, które stało się jednocześnie filozofią naszej firmy. Chcemy, aby dostępność książki - zarówno papierowej jak i w wersji e-booka - była coraz bardziej powszechna dla każdego. Poszerzamy horyzonty również dlatego, że wspieramy wszelkie akcje dotyczące czytelnictwa, konkursy li-



terackie, biblioteki szkolne w najbardziej ubogich regionach. Na stałe współpracujemy z Łódzkim Centrum Szkolenia Nauczycieli, gdzie organizowane są konkursy z wiedzy dla młodych ludzi.

Pragniemy zaszczepić w nich chęć sięgania po książkę.

■ Co jest najważniejsze w prawidłowym funkcjonowaniu Państwa księgarni?

- Najważniejsze dla nas jest systematyczne rozwijanie działu jakości i obsługi klienta. Cały czas usprawniamy ten proces tak, żeby nasi odbiorcy byli w pełni usatysfakcjonowani. Ogromną rolę na tym etapie odgrywa biuro obsługi klienta, w którym zatrudniamy wyłącznie wykwalifikowanych specjalistów, którzy dbają o bezpośredni kontakt z klientem oraz rozwiązywanie jego problemów na każdym etapie.

■ Coraz więcej mówi się o spadku czytelnictwa. Jak Państwo zapatrują się na ten problem?

- W naszej działalności ta tendencja nie jest odczuwalna. Jesteśmy przekonani, że wkrótce księgarnie internetowe wyprą standardowy handel detaliczny. Naszym plusem jest duża dostępność pozycji książkowych, nie mamy przecież żadnych ograniczeń lokalowych, tak jak to bywa w przypadku zwykłych księgarni.



■ Jakie jest największe osiągnięcie Księgarni Internetowej Gandalf?

- Po niespełna roku działalności znaleźliśmy się w pierwszej dziesiątce rankingów sklepów internetowych ogólnopolskiego tygodnika Wprost i Money. Była to ogromna motywacja i powód do dumy. Warto dodać, że po pięciu latach pracy usatysfakcjonowali się na pierwszym miejscu tego rankingu! ■ Co ważnego dla firmy wydarzyło się w ostatnim czasie?

- Wprowadziliśmy sprzedaż publikacji elektronicznych. Wydania, czyli audiobooki i e-booki są już dostępne w naszej ofercie. W tym roku byliśmy jednym z pionierów, jeśli chodzi o elektroniczne publikacje.

■ Dziękuję za rozmowę.
Natalia Zarzeka

ROLNICTWO | Innowacyjność **OHZ W OSIĘCINACH** nagrodzona tytułem JAKOŚĆ ROKU 2010

Lider polskiej hodowli

Rozmowa z **Jackiem Wyrębskim**, prezesem zarządu Ośrodka Hodowli Zarodowej w Osiecinach Sp. z o.o.



■ **Panie Prezesie, Państwa spółka jest laureatem wielu prestiżowych nagród. W ostatnim czasie zostali Państwo nagrodzeni również tytułem JAKOŚĆ ROKU 2010. Proszę przyjąć serdeczne gratulacje!**

- Bardzo dziękuję. Faktycznie, na koncie mamy wiele wyróżnień, m.in. prestiżową Nagrodę Prezydenta RP w kategorii Najlepsze Gospodarstwo Rolne 2002. JAKOŚĆ ROKU 2010 natomiast jest dla nas pewnego rodzaju ukoronowaniem dotychczasowych osiągnięć - zwłaszcza w obszarze innowacyjności - oraz potwierdzeniem, że wybrane kierunki działalności są właściwymi dla spółki, o znaczeniu strategicznym dla polskiej hodowli.

■ **Produkcja zwierzęca odgrywa znaczącą rolę w gospodarce polskiej oraz innych krajów europejskich, a spółka Osiecin jest obecnie jednym z wiodących ośrodków hodowli bydła w Polsce. W jaki sposób sprostają Państwo trudnym realiom gospodarczym?**

- Uwarunkowania rynkowe oraz nasze dotychczasowe doświadczenia w prowadzeniu gospodarstwa rolnego nauczyły nas podejmowania trafnych decyzji. Wprowadzenie nowych technologii, doskonalenie jakości produktów i zwiększenie wydajności pracy to czynniki, które umożliwiają nam zdobycie wysokich wyników produkcyjnych oraz zadawających wyników finansowych.

■ **Jakie nowoczesne technologie ma Pan na myśli?**

- Posiadamy własny ośrodek embriotransferu [transferu zarodków - przyp. red.], który umożliwia stosowanie w inseminacji nasienia najlepszych buhajów amerykańskich, europejskich i krajowych. Od własnych krów, wyróżniających się najlepszymi cechami, pozyskujemy zarodki, z których otrzymujemy męski i żeński materiał o wysokiej wartości genetycznej. W 2010 roku urodziło się ponad 20 cieląt z embriotrans-



feru, poddano płukaniu 10 dawczyń, uzyskując 60 zarodków. Najważniejszym dla nas osiągnięciem jest uzyskanie wysokiego poziomu hodowli bydła, o czym świadczy fakt, że jedna z naszych krów uplasowała się w pierwszej dziesiątce nagrodzonych zwierząt w Europejskim Championacie Bydła Holsztyńskiego w Cremonie. Jej zakupem zainteresowani byli hodowcy z Francji i Holandii, dla nas jednak ważniejsze jest zatrzymanie tak cennego potencjału genetycznego w naszej firmie. Takich właśnie rozwiązań i zachowań oczekujemy również od osób i instytucji, od których zależy kształt polskiej hodowli i rolnictwa.

■ **Jakie założenia stawiają sobie Państwo na najbliższy czas?**

- Obecnie skupiamy się na doskonaleniu cech funkcjonalnych i podwyższeniu cech genotypowych bydła w ramach Centrum Genetycznego oraz Ośrodka Embriotransferu i takie też są nasze plany na najbliższą przyszłość. Ponadto będziemy doskonalić i unowocześniać warunki odchovu bydła, szczególnie młodzieży oraz kontynuować zwiększanie i modernizację powierzchni magazynowych.

■ **Dziękuję za rozmowę.**
Marta Prusek-Galińska

WODA | NESTLÉ WATERS POLSKA nagrodzona tytułem JAKOŚĆ ROKU ZŁOTO

Woda – wspólne dobro

Rozmowa z **Włodzimierzem Pytlakiem**, Country Business Manager Nestlé Waters Polska S.A. Oddział Dar Natury w Warszawie

■ **Będąc członkiem międzynarodowego koncernu Nestlé Waters, piastują Państwo pozycję lidera na polskim rynku wód 5-galonowych. Jak to jest być czołowym i tak wysoce cenionym dostawcą wody do klientów biznesowych i indywidualnych?**



- To wielka odpowiedzialność, na którą składa się konsekwentnie realizowana polityka jakościowa i proekologiczna w firmie oraz działanie zgodnie z międzynarodowymi standardami Nestlé. Nasza pozycja jest wynikiem wspólnego wysiłku pracowników w kreacji i realizacji celów strategicznych. Jesteśmy przedsiębiorstwem ciągle się rozwijającym. A nasza kultura organizacyjna, spójna z kulturą korporacyjną, jest nastawiona na takie kluczowe wartości jak: innowacyjność, zadowolenie klienta oraz odpowiedzialność.

■ **Posiadają Państwo dwie marki: Dar Natury i Nestlé Aquarel. Czym różnią się one od siebie?**

- Przede wszystkim inne ujęcia wody zlokalizowane w naszych fabrykach warunkują indywidualne i niepowtarzalne właściwości oferowanych artykułów.

Różnią się one składem chemicznym, jednak procesy produkcji i konfekcjonowania są takie same. Ponadto ich przeznaczenie jest sprecyzowane dla odpowiedniej grupy docelowej. Nestlé Aquarel jest brandem rodzinnym, skierowanym do indywidualnego klienta. Stanowi nowoczesny i wygodny sposób zaopatrywania domu w wodę do picia i gotowania z estetycznym, nowoczesnym urządzeniem dozującym, mieszczącym się w każdej kuchni. Oferujemy ją w bardzo szerokim wachlarzu pojemności od 0,33l do 11-litrowej butli. Dzięki temu jest marką najbardziej uniwersalną, dostępną nie tylko w sieciach sklepów w najpopularniejszej pojemności 1,5l, ale i na zamówienie przez nasze call center w pakiecie Eko Dom. Skład mineralny wody Nestlé Aquarel jest taki, aby można było ją bezpiecznie spożywać w nielimitowanych ilościach.

■ **A Dar Natury?**

- Jest to naturalna, niegazowana woda źródłana przeznaczona do bezpośredniego spożycia w temperaturze pokojowej, po podgrzaniu

lub schłodzeniu. Oferowana z urządzeniami dozującymi, posiada pojemność 18,9l, a docelowo przeznaczona jest przede wszystkim dla klientów biznesowych. Jest to produkt bardzo wysokiej jakości, tak samo jak Nestlé Aquarel, zbilansowany w najlepszy i najbezpieczniejszy sposób dla uzupełnienia diety w wodę z zawartymi w niej minerałami, szczególnie bogata w wapń i magnez.

■ **Trzy lata z rzędu kapituła konkursu JAKOŚĆ ROKU weryfikowała jakość Państwa produktów i nagradzała je. Zeszłoroczna edycja zakończyła się przyznaniem najwyższego odznaczenia – tytułu JAKOŚĆ ROKU ZŁOTO. Co to oznacza dla firmy?**

- Odczuwamy dużą satysfakcję, że jako jedyni z branży zostaliśmy w tym konkursie docenieni i tak wysoko nagrodzeni. Dla Nestlé Waters jakość jest sprawą priorytetową i ma wiele znaczeń. To nie tylko produkt i proces jego produkcji, to także sposób zarządzania. Zdobyta nagroda jest kolejnym dowodem na to, że to, co robimy jest zauważane i ma znaczenie. JAKOŚĆ ROKU ZŁOTO jest ponadto potwierdzeniem konsekwentnie prowadzonej polityki jakości w firmie.



■ **To znaczy?**

- Konsekwencja w działaniu jest kluczem naszego sukcesu. W 2005 roku koncern Nestlé wykupił 100% udziałów firmy Dar Natury i wtedy rozpoczął się proces intensywnej inwestycji w jakość. W 2008 roku przeprowadziliśmy certyfikację trzech obszarów - bezpieczeństwa, środowiska i samego produktu. Otrzymaliśmy ISO 14001, 18001 oraz 22000. Uzupełnieniem konsekwentnego podnoszenia poziomu jakości było wdrożenie Nestlé Quality Management System, którego podstawą jest ISO 9001. Pozyskaliśmy go w grudniu 2010 roku. Ale to nie wszystko. Naszym celem jest uży-



skanie spójności systemów z celami firmy i zadowoleniem klientów.

■ **Jakie znaczenie w budowaniu marek ma zrozumienie potrzeb i oczekiwań klientów?**

- W dzisiejszych czasach najczęściej kobiety decydują o zakupach, dlatego to ich potrzeby są dla nas najważniejsze. Stąd wynika też rosnąca konsumpcja wody niegazowanej - bardziej preferowanej przez płeć piękną.

Do niedawna nie było na rynku urządzeń dozujących wodę przystosowanych tak, aby spełniały potrzeby klientów prowadzących gospodarstwo domowe. My stworzyliśmy projekt takiego dozownika z butlą 11l. Zo-

stał on zaprojektowany tak, żeby mógł łatwo zmieścić się między szafkami, a blatem kuchni. To produkt, w którym pokładamy wielkie nadzieje, ponieważ zmieniający się świat i świadomość klientów na temat prawidłowo zbilansowanej diety oraz istotnej roli w niej wody ciągle rośnie.

■ **Jakie plany na najbliższą przyszłość stawia sobie Nestlé Waters?**

- Dla naszych priorytetowych klientów, czyli kobiet, ważne jest zdrowie i dobro rodziny, dlatego zamierzamy rozwijać naszą usługę w segmencie Home. Planując naszą pracę, szczerzymy się stałymi, terminowymi dostawami wody bezpośrednio do jej konsumentów. Dlatego chcemy dodatkowo wprowadzić dostęp do naszego systemu zamówień 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu. Będzie to nowoczesna platforma internetowa, która umożliwi klientom realizację usługi poprzez Internet oraz dostarczy niezbędną wiedzę na temat ich zamówień, umożliwi wygodną formę płatności czy sprawdzenie najbliższego terminu dostawy.

■ **Dziękuję za rozmowę.**
Monika Klimczyk

BRANŻA CUKIERNICZA | DAN CAKE POLONIA zdobywcą tytułu JAKOŚĆ ROKU 2010

Luksus słodczy dla każdego

Rozmowa z **Małgorzatą Chudzik**, prokurentem Dan Cake Polonia Sp. z o.o.

■ **W imieniu kapituły największego pro jakościowego konkursu w Polsce gratulujemy ogromnego sukcesu, jakim jest otrzymanie tytułu JAKOŚĆ ROKU 2010. Jakimi słodkimi nowościami firma ucieszyła podniebienia swoich fanów w ostatnim czasie?**

- Na początku chcielibyśmy podziękować za to wyróżnienie. Ciężko pracowaliśmy, aby otrzymać godło JAKOŚĆ ROKU 2010, cieszymy się więc, że nasze starania zostały docenione. Cały czas produkujemy z pasją, zaangażowaniem i najwyższą jakością.

Jeśli chodzi o nowości w naszej ofercie to poszerzyliśmy nasze portfolio o nowe luksusowe produkty z linii Premium. Te wyroby z najwyższej jakościowej półki smaków z pewnością zaskoczą nawet klienta o najbardziej wyrafinowanym guście kulinarnym. W linii Premium znajdziemy tort Sachera na oryginalnej wiedeńskiej recepturze, dwa sękacze w czekoladzie gorzkiej i ciemnej, babkę z amaretto oraz dwa keksy - marmurkowy i czekoladowy. Produkty nie zawierają konserwantów, są wypiekane według tradycyjnych receptur i z użyciem naturalnych aromatów. Jest to linia luksusowa nie tylko ze względu na wyjąt-

kowy smak, ale także na piękne, prezentowe opakowania. Jesteśmy prekursorem, jeśli chodzi o linię Premium w kategorii słodkich wypieków. Niedawno zaproponowaliśmy naszym konsumentom także wyborne ciastko firmowe.

■ **W branży spożywczej, gdzie standardy i wymogi produkcyjne są bardzo rygorystyczne, polityka jakości jest wyjątkowo istotna. Jak spełniają Państwo najwyższe standardy?**

- Na politykę jakości składają się sprawdzone surowce, tradycyjne, powtarzalne receptury i nieustanna kontrola jakości na każdym etapie wytworczym - począwszy od zakupu surowca, skończywszy na linii produkcyjnej i wysłaniu finalnego produktu do sklepów. Nie są to tylko slogany, jakość przejawia się w codziennym działaniu każdego z naszych pracowników. Jakość naszych artykułów ma być stała. Zdajemy sobie sprawę, że tylko z najwyższej jakości surowca jesteśmy w stanie upiec coś naprawdę dobrego.

■ **W jaki sposób dobierają Państwo najlepszych dostawców?**

- Dostawcy są wybierani według długiej procedury, każdy z nich musi być certyfikowany i zgadzać się z naszą specyfikacją jakościową, w której określamy parametry

każdego surowca. IFS (International Food Standard - przyp. red.) zobowiązuje nas do bardzo rygorystycznej rekrutacji dostawców. Kilka razy w roku audytujemy naszych nowych i strategicznych kontrahentów. Każdy surowiec, który pojawia się w Dan Cake jest sprawdzany.

■ **Co jest dla Państwa największym sukcesem i powodem do radości?**

- Każdy usatysfakcjonowany klient jest dla nas ogromnym sukcesem. Zawsze podkreślamy, iż tajemnicą naszego powodzenia jest jakość domowego ciasta. Uzyskujemy ją poprzez dbałość o jakość surowca, staranność, wysoką higienę produkcji i pakowania. Dan Cake piecze swoje ciasta z prawdziwych jaj, tylko z naturalnymi aromatami, bez dodatku jakichkolwiek konserwantów czy utwardzanych tłuszczów. Obecny tryb życia gospodyń domowych sprawia, że sięgają one po gotowe produkty. Jeśli kupują wyroby Dan Cake, mogą mieć pewność, że podają swoim najbliższym najlepszą jakość, do której chętnie wrócą. Znajdu-



jemy uzasadnienie tych słów w wynikach sprzedaży, które pokazują, że zyskujemy coraz więcej stałych konsumentów.

■ **Dan Cake zapewnia naturalny dobór składników najlepszej jakości. W jaki sposób udaje się więc zachować długotrwałą świeżość produktów?**

- Dan Cake nie stosuje konserwantów. W tej sytuacji jedyną możliwością, na utrzymanie trwałości wyrobów jest podwyższona higiena pakowania. Pomaga nam w tym wdrożona technologia produkcji. Odizolowaliśmy cały dział pakowania w strefie podwyższonej higieny, czyli miejscu, w którym wymogi sterylności są niezwykle zastrzeżone i rygorystyczne.

Warto dodać, że Dan Cake jako jedyna firma w Polsce oferuje chleb tostowy na tradycyjnym zakwasie, dzięki temu uzyskując w naturalny

sposób, bez dodatku konserwantu, długotrwałą świeżość oraz wysokie walory jakościowe chleba.

■ **Jak ważną wartością dla firmy są ludzie?**

- Polityka jakości nie jest suchym zbiorem zapisów i punktów. Sukcesem firmy są pracownicy. To oni tworzą i kreują rzeczywistość, są gwarantem najwyższej jakości naszych produktów.

■ **Co jest tajemnicą powodzenia firmy wśród konsumentów?**

- Najwyższa jakość za dobrą cenę - to klucz do sukcesu. Jedyną możliwością pozostania konkurencyjnym na dzisiejszym rynku jest proponowanie naszemu klientowi najwyższej jakości wypieków.

Nie oszczędzamy na jakości, aby zachować konkurencyjność cenową staramy się nieustannie optymalizować nasze koszty, szukając



oszczędności w usprawnieniu procesów produkcji oraz logistyki.

Pracujemy także nad rebrandingiem marki. Budujemy markę parasolową, która kryje pod jednym logiem i jednym brandingiem wszystkie wyroby, dzięki czemu nasi klienci kupują Dan Cake ze względu na markę, a nie dany produkt.

■ **Czy Dan Cake jest firmą odpowiedzialną społecznie?**

- Równie istotnym elementem naszej działalności jest niesienie pomocy innym oraz angażowanie się w różne akcje społeczne. Czynnie wspieramy Caritas. Współpracujemy z Operą Krakowską, organizujemy różnego rodzaju eventy, staramy się mocno wspierać lokalne społeczności - przedszkola, szkoły oraz domy dziecka.

■ **Dziękuję za rozmowę.**
Natalia Zarzeka

GOSPODARKA KOMUNALNA | STRZELECKIE WODOCIĄGI I KANALIZACJA zdobywcą tytułu EKO JAKOŚĆ ROKU 2010

Jakość u źródła

Rozmowa z **Marianem Waloszyńskim**, prezesem zarządu

Strzeleckich Wodociągów i Kanalizacji Sp. z o.o. w Strzelcach Opolskich

■ **Strzeleckie Wodociągi i Kanalizacja Sp. z o.o. zdobyła tytuł EKO JAKOŚĆ ROKU 2010 w największym projałowości konkursie w Polsce. Co dla Państwa oznacza zdobycie tej nagrody?**

- Niewątpliwie jest to dla naszej spółki ogromne wyróżnienie. Równocześnie jest to potwierdzenie zasadności promowanych przez nas ekologicznych i jakościowych wartości w naszej codziennej pracy, a tym samym oferowanych przez nas produktów i usług. Nasz udział w konkursie JAKOŚĆ ROKU miał utwierdzić nas w przekonaniu, iż przyjęta przez zarząd polityka projałowości – oparta o Zintegrowany System Zarządzania – jest we współczesnych realiach gospodarczych w pełni akceptowalna, uzasadniona i doceniona.



Nasi klienci otrzymali informację, że oferowane przez nas produkty i usługi spełniają oczekiwany standard jakościowy.

■ **Co, Pana zdaniem, zdecydowało o przyznaniu spółce nagrody?**

- Spółka nasza znajduje się w elitarnym gronie firm posiadających Zintegrowane Systemy Zarządzania oparte na 4 normach: ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, ISO 22000:2005 oraz

PN-N-18001:2004. Zarządzanie jakością, bezpieczeństwem i higieną pracy, środowiskiem i zapewnieniem bezpieczeństwa żywności sprawia, że oferowany przez nas produkt – jakim jest woda – spełnia nie tylko wymogi prawne, ale również oczekiwania i potrzeby naszych klientów.

■ **Czy zatem to właśnie klient ostatecznie weryfikuje jakość Państwa pracy?**

- Dostarczana przez spółkę woda posiada szereg potwierdzonych właściwości, dzięki którym jest ona smaczna i zdrowa. Klient bardzo często nie ma takiej świadomości i ocenia nasz produkt przez pryzmat tendencyjnych kampanii reklamowych. Trzeba jednak w tym miejscu zaznaczyć, iż jedyną rzetelną weryfikacją jakości dostarczanej przez nas wody odbywa się w specjalistycznych, akredytowanych laboratoriach.

■ **Jakie są w takim razie właściwości wody dystrybuowanej przez spółkę?**

- Nasz produkt spełnia wszystkie parametry wynikające z przepisów prawa, przy czym istotnym jest fakt, iż w większości naszym odbiorcom dostarczana jest woda podziemna o naturalnych właściwościach, bez ingerencji w jej skład w procesach uzdatniania. Charakterystycznym walorem naszej wody jest obecność w jej składzie jonów wapnia i ma-

gnezu, co jest szczególnie istotne w profilaktyce większości chorób cywilizacyjnych.

■ **Czy tak wyjątkowe zasoby wody podziemnej eksploatowane przez spółkę są wystarczająco chronione?**

- Spółka dokłada wszelkich możliwych starań, aby tak było. W tym celu pozyskała m.in. środki finansowe z UE na realizację projektu „Poprawa gospodarki wodno-ściekowej w aglomeracji Strzelce Opolskie”. Nadrzędnym celem tego planu jest ochrona zbiornika wód podziemnych GZWP 333 przed zanieczyszczeniami. Jednocześnie spółka aktywnie występuje przeciwko budowie tzw. oczyszczalni przydomowych, które – ze względu na specyfikę geologiczną naszego rejonu oraz fakt bycia poza jakąkolwiek kontrolą – stanowią realne zagrożenie dla jakości wód podziemnych.

■ **Czy poza tytułem EKO JAKOŚĆ ROKU 2010 spółka otrzymała jeszcze jakieś inne wyróżnienia?**

- Spółka została ponownie wyróżniona w organizowanej przez PULS BIZNESU XI edycji rankingu najbardziej dynamicznych firm, a tym samym już po raz kolejny potwierdzono jej przynależność do elitarnego Klubu Gazet Biznesu. Na uwagę zasługują również fakt, iż spółka w rankingu dziennika RZECZPOSPOLITA znalazła się na 39 pozycji wśród przedsiębiorstw, które otrzymały najwyższe dotacje z UE.

■ **Jakie cele wyznaczył zarząd spółki do realizacji w bieżącym roku?**

- Wśród licznych zamierzeń spółka będzie zapewne koncentrowała się głównie na terminowej realizacji projektu współfinansowanego przez UE, przygotowaniu do recertyfikacji w zakresie ZSZ oraz wdrożeniu na przestrzeni dwóch kolejnych lat w pełni elektronicznego systemu wspomagania obsługi klientów – tzw. eBOK-u.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Monika Klimczyk

PASAŻERSKI TRANSPORT KOLEJOWY | interREGIO nagrodzony tytułem JAKOŚĆ ROKU 2010

Tanio, szybko i bezpiecznie

W dobie permanentnego pośpiechu i zabiegania, któremu towarzyszy zgilek zakorkowanych ulic, coraz ważniejszą rolę odgrywa szynowy transport publiczny. Kolej staje się popularnym środkiem komunikacji, który zapewnia szybki, bezpieczny i tani dojazd do celu. Widać również coraz większą konkurencję między polskimi przewoźnikami pasażerskimi. Największym z nich są Przewozy Regionalne – spółka, która za interREGIO została nagrodzona prestiżowym tytułem JAKOŚĆ ROKU 2010. Podczas Gali Finałowej konkursu nagrodę odebrała prezes zarządu spółki – pani Małgorzata Kuczeńska Łaska.

- Zdobyty tytuł to nobilitacja i prestiż, ale przede wszystkim dowód, że nasze działania na rzecz jakości idą w dobrym kierunku. Nagroda ta jest dla nas tym ważniejsza, że zostaliśmy dostrzeżeni przez specjalistów z niezależnej jednostki, jaką jest Polskie Centrum Badań i Certyfikacji – mówi **Danuta Bodzek**, członek zarządu Przewozów Regionalnych sp. z o.o. - Wyróżnienie daje wielką satysfakcję nie tylko zarządowi, ale i pracownikom naszej spółki, bo wszyscy

tworzymy jej wizerunek i wszyscy się z nią utożsamiamy. Cieszy również fakt, że nagrodzony interREGIO zyskuje coraz większą popularność wśród podróżnych, bo to ich zadowolenie jest dla nas najważniejsze – podkreśla Danuta Bodzek.

InterREGIO to pociągi łączące stolicę z największymi aglomeracjami w kraju - m.in. z Gdańskiem, Białymstokiem, Szczecinem, Poznaniem, Krakowem, Wrocławiem, Rzeszowem, Lublinem - wprowadzone przez



Przewozy Regionalne w marcu 2009 roku. Atuty marki interREGIO to atrakcyjna cena i krótki czas podróży. Pociągi te są więc adresowane do podróżnych, którzy mogą zrezygnować np. z wygodnych foteli na rzecz ceny, czyli do młodzieży uczącej się, studentów oraz osób codziennie dojeżdżających do pracy. Każdego dnia na tory wyjeżdża sto tego typu jedno-

stek, a w 2010 roku skorzystało z nich ok.18 milionów podróżnych. Liczba ta wskazuje, że co szósty pasażer PR podróżuje pociągami interREGIO. - Rekordy popularności bije pociąg w relacji Warszawa-Rzeszów, który każdego dnia przewozi blisko tysiąc osób! – mówi **Anna Lenarczyk**, dyrektor pionu handlowego spółki. - Wysoką frekwencją pasażerów wyróżnia

się także relacja weekendowa Warszawa-Lublin, uruchomiona z początkiem marca bieżącego roku. Połączenie to jest świetnym rozwiązaniem głównie dla studentów - z myślą o nich dodaliśmy kolejne składy. Na uwagę zasługują również połączenia z Warszawy do Szczecina i Poznania, które obsługują nowoczesne pociągi z klimatyzowanymi, przestronnymi wagonami i wi-fi na pokładzie – dodaje.

Przewozy Regionalne są obecnie na etapie wdrażania Zintegrowanego Systemu Zarządzania Jakością ISO 9001. Ponadto spółka stale urozmaica ofertę, dopasowując ją do potrzeb pasażerów, wśród których coraz liczniejszą grupę stanowią seniorzy. Propozycją jest REGIOkarta, uprawniającą stałych klientów do przejazdów tańszych nawet o 30%, oraz REGIOkarnet, który uprawnia do nieograniczono-

nej liczby przejazdów pociągami PR, a także pociągami Arriva RP i Kolei Dolnośląskich. - Pozytywne opinie bardzo nas cieszą, ale jesteśmy świadomi, że jeszcze wiele mamy do zrobienia. Chcemy sukcesywnie modernizować tabor, zadbać o czystość i właściwą obsługę w każdym pociągu PR, który wyjeżdża na polskie tory. Staramy się także o pozyskanie dofinansowania z różnych źródeł, które pozwoli nam na realizację założonych celów. We współpracy z odpowiednimi organizacjami zamierzamy także promować ekologiczny aspekt podróżowania koleją – mówi Danuta Bodzek. - Najistotniejsze dla nas jest zadowolenie klientów. Chcemy, aby czuli się u nas dobrze, bo to dla nich tworzymy tanią, szybką i bezpieczną koleję – dodaje na zakończenie.

Marta Prusek-Galińska

Pierwszorzędna informacja

Trudno wyobrazić sobie udaną podróż bez dobrej obsługi informacyjnej. Szczególnie ważna jest odpowiednia prezentacja rozkładu jazdy. Dobrą i skuteczną informację zapewniają Kolejowe Zakłady Łączności z Bydgoszczy – spółka nagrodzona tytułem JAKOŚĆ ROKU 2010. Jej oferta skierowana jest głównie na rynek kolejowy, ale również do właścicieli infrastruktury, przewoźników i firm uczestniczących w modernizacji polskiej kolei, a także do samorządów i przedsiębiorstw komercyjnych. Coraz częściej produkty z logo KZŁ pojawiają się w centrach dużych miast i centrach handlowych.

Spółka dostarcza certyfikowane systemy łączności technologicznej (SLK) dedykowane do obsługi lokalnych centrów sterowania oraz najnowocześniejsze systemy informacji pasażerskiej. Obecnie większość polskich dworców kolejowych wyposażona jest w tablice informacyjne KZŁ. W ofercie znajdziemy najnowocześniejsze tablice elektroniczne LCD, a także

szeroką ofertę automatów biletowych, w tym parkomaty. Wszystkie wyroby cechuje wysoka jakość. - Wkładamy wiele wysiłku, aby sprostać naprawdę wysokim wymaganiom jakościowym, jakie się przed nami stawia. Otrzymana nagroda jest potwierdzeniem utrzymania naszej oferty na wysokim poziomie jakościowym, co z kolei przekłada się na zadowolenie klientów –



mówi Andrzej Mrówczyński, prezes zarządu Kolejowych Zakładów Łączności Sp. z o.o. - Ich potrzeby nie tylko uwzględniamy, ale i kreujemy. W ten sposób powstają u nas innowacyjne rozwiązania, zarówno pod względem funkcjonalności jak i stosowanych technologii – dodaje.

KZŁ planuje udział w modernizacji największych dworców kolejowych w Polsce, a także głównych korytarzy kolejowych. Chce także bardziej zaistnieć z automatami biletowymi i parkomatami na rynku pozakolejowym. Przyszłość bydgoskiej spółki wygląda bardzo pozytywnie, ważne jednak, by „boom inwestycyjny” nie zakończył się na Euro 2012.

Marta Prusek-Galińska

Szybko do celu

Zapewnienie szybkiego przemieszczania się oraz pewny i bezpieczny dojazd – tak w skrócie można ująć misję Szybkiej Kolei Miejskiej w Trójmieście. Wartością nadrzędną przewoźnika jest klient, którego wymagania i oczekiwania stara się na bieżąco identyfikować i monitorować. Poza troską o zadowolenie pasażerów na jakość usług SKM składają się: szybkość, regularność ruchu, bezpieczeństwo, ekologia i zdolność przewozowa. Te właśnie cechy zadecydowały o przyznaniu PKP SKM w Trójmieście prestiżowego tytułu JAKOŚĆ ROKU 2010!

Spółka obsługuje połączenia aglomeracyjne, tj. codzienne, masowe przewozy osób w Aglomeracji Trójmiejskiej i jej najbliższym otoczeniu, operując na odcinku pomiędzy Tczewem a Słupskiem o długości 164 km. Rocznie przewozi ponad 37 mln pasażerów i uruchamia 265 pociągów dziennie. Oferta kierowana jest głównie do mieszkańców Metropolii Zatoki Gdańskiej, dojeżdżających do pra-

cy, szkoły i na uczelnie. Udział spółki w krajowym sektorze kolejowych przewozów pasażerskich przekracza 14%, co daje jej 4 miejsce. Spółka jest w trakcie opracowywania zintegrowanego Systemu Zarządzania Jakością ISO 9001:2009. - Do końca 2012 roku chcemy skupić się na pozytywnym zakończeniu projektu „Rozwój szybkiej kolei miejskiej w Trójmieście”, który umożliwi jakościową przemianę w oferowa-

nej usłudze przewozowej - zarówno w eksploatowanym taborze, jak i na zarządzanej przez nas infrastrukturze kolejowej linii nr 250 Gdańsk Główny – Rumia – mówi **Maciej Lignowski**, prezes zarządu PKP SKM w Trójmieście Sp. z o.o. - Dzięki tym działaniom nasza pozycja rynkowa ulegnie znaczącemu wzmocnieniu, co umożliwi realną poprawę wskaźników przewozowo-przychodowych - dodaje. W dalszych planach przewoźnik zamierza pozyskać całkowicie nowy tabor oraz zapowiada aktywny udział we wszelkich przedsięwzięciach zewnętrznych, które umożliwią rozwój transportu kolejowego w obszarach Metropolii Zatoki Gdańskiej.

Marta Prusek-Galińska



interREGIO



TEKSTYLIA | FABRYKA FIRANEK WISAN nominowana do tytułu JAKOŚĆ ROKU SREBRO

Postaw na piękne wnętrze

Rozmowa z **Wojciechem Bubrowskim**, prezesem zarządu Fabryki Firanek WISAN S.A.

■ **Panie Prezesie, w tym roku mija 60 lat od momentu, kiedy firany ze skopańskiej fabryki zagrościły w oknach polskich domów. Co zmieniło się przez te lata?**

- Przede wszystkim zmiana uległa sposobowi postrzegania firan i zasłon. Teraz, zamiast zasłaniać okna – tę funkcję przejęły rolety i żaluzje – pełnią one przede wszystkim rolę dekoracji: upiększają wnętrza pomieszczenia. Aspekt wzorniczy jest dzisiaj o wiele ważniejszy niż funkcjonalność. Z tego względu, jako producent, musimy nieustannie podążać za obowiązującymi trendami i modą, a nawet je kreować, dostarczając naszym klientom produkty, które będą doskonale komponowały się kolorystycznie i ornamentacyjnie z pozostałymi elementami wnętrza: z meblami, dywanem czy ścianą.

■ **W jaki sposób realizują Państwo te założenia?**

- Ilość wzorów i kolorów naszych produktów pozwala każdemu klientowi odnaleźć firany i zasłony, które spełniają jego oczekiwania. Tak szeroką gamę różnorodnych artykułów możemy zaprezentować dzięki doskonale rozwiniętemu Działowi Wzornictwa. Dysponujemy nowoczesnym studium kom-



puterowym – w tym roku wzbogaconym o trzy nowe stanowiska. Wybitni, kreatywni specjaliści przy zastosowaniu najnowszych systemów graficznych, pozwalają nam stwarzać niemal nieograniczoną ilość fasonów i wzorów.

■ **Z okazji 60-lecia fabryki przygotowali Państwo specjalny projekt - kolekcję RETRO. Ideą towarzyszącą jej powstaniu było stworzenie pomostu pomiędzy tradycją a nowoczesnością. Jak tego Państwo dokonali?**

- To kolekcja sześćdziesięciu zupełnie nowych projektów nawiązujących stylistycznie do sześciu dekad naszej obecności w polskich domach. Są one inspirowane modą z lat 60., 70., 80. XX wieku aż po tę najnowszą. RETRO powstało w oparciu o produkty, któ-

re sprzedawaliśmy w różnych okresach działalności, jednak nie są to już te same wzory. Stare fasony zostały przetworzone i dostosowane do obowiązujących trendów: dołożono nowe elementy, wykorzystano wybrane motywy, skutecznie łącząc przeszłość i teraźniejszość.

■ **Firany z kolekcji RETRO, jak i wszystkie inne produkty oferowane przez Państwa, można bardzo łatwo kupić: między innymi za pośrednictwem Internetu oraz w ponad stu sklepach firmowych i patronackich. Skąd decyzja o połączeniu produkcji z bezpośrednią sprzedażą?**

- Detaliczna działalność handlowa była świadomą i, jak się okazało, trafną decyzją. Dom Sprzedaży Wysyłkowej z pewnością jest naszym ważnym atutem – jako jedni



z nielicznych skutecznie łączymy produkcję z handlem detalicznym. Początki internetowej sprzedaży przypadają na czas, gdy Internet w Polsce jeszcze raczkował, a więc na lata 1996-1997. WISAN rozwijał się wraz z nim. Teraz, po niemal 15 latach, zdobyte doświadczenie procentuje i pozwala nam na sprawne działanie na polu nowoczesnych form promocji. W naszym sklepie internetowym można bez problemu zapoznać się z ofertą i kupić wybrane produkty. Są one dostarczane prosto do domu. Dodatkowo w 2005 roku stworzyliśmy własną sieć handlową w oparciu o sklepy firmowe i patronackie.

■ **Kluczem do sukcesu jest również wysoka jakość produktów marki WISAN. Taka opinia towa-**

rzyszy Państwu od lat, a w roku ubiegłym została potwierdzona nagrodą JAKOŚĆ ROKU 2010. Jak Państwo dbacie o jakość?

- Najwyższą jakość dzianin i tkanin jest dla nas priorytetem. Nie konkurujemy z tanimi surowcami z Chin, Pakistanu czy Turcji, które nie spełniają w żadnej mierze kryteriów jakościowych. Stosujemy najlepsze materiały i środki chemiczne dostępne na rynku, ponieważ zależy nam na dostarczaniu klientom trwałych i doskonałych kolorystycznie produktów, którymi będą mogli dekorować wnętrza swoich mieszkań przez lata. Potrzeba wymiany firan motywowana jest więc koniecznością podążania za najnowszą modą, nie zaś niską wytrzymałością produktu.

■ **Nie można zapomnieć również o ludziach – to przecież dzięki pracownikom WISAN działa tak prężnie zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym.**

- Zgadza się, to dzięki sprawnej kadrze zarządzającej, wysoko wykwalifikowanemu specjalistom i wszystkim pracownikom produkcji możliwe jest osiągnięcie wysokiej mocy wytwórczej. Równocześnie, jako największy pracodawca w regionie, stale współpracujemy z lokalnymi

władzami oraz społecznością. Te działania są dla nas bezdyskusyjne tu mieszkają całe pokolenia naszych pracowników.

■ **W jaki sposób dbają Państwo o ekologię?**

- To oczywiście, że odpowiedzialne i nowoczesne przedsiębiorstwo musi zwracać szczególną uwagę na otaczające je środowisko naturalne. Już dawno zrezygnowaliśmy z kotłowni węglowej na rzecz bardziej ekologicznych kotłów gazowych. Zainwestowaliśmy także w oczyszczalnię ścieków, przekazaną obecnie w ręce gminy. Dodatkowo wybudowaliśmy nową oczyszczalnię chemiczną, aby ładunek ścieków docierający z fabryki do gminnej oczyszczalni był wstępnie oczyszczony i spełniał warunki ścieków komunalnych. W procesie produkcji nie unikniemy stosowania środków chemicznych – na przykład barwników. Dbamy jednak, aby były one najwyższej jakości, bezpieczne dla środowiska i dla ludzi.

■ **Jak widać, skuteczne połączenie tradycji z nowoczesnością pozwoliło Państwu zdobyć nieustające zaufanie i uznanie klientów. Życzę, aby kolejne 60 lat działalności było dla Państwa również owocne. Dziękuję za rozmowę.**

Magdalena Pułym

FOTOWOLTAIKA | OPA-LABOR w gronie nominowanych do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2011

Potencjał naturalnej energii

Rozmowa z **Henrykiem Kleinem**, wiceprezesem zarządu OPA-LABOR Sp. z o.o.

■ **Wzrost cen paliw konwencjonalnych oraz troska o ochronę środowiska przyczyniły się do spopularyzowania odnawialnych źródeł energii elektrycznej. Jednym z nich jest fotowoltaika, którą zajmuje się firma OPA-LABOR. Co to takiego?**

- Jest to dziedzina nauki i techniki polegająca na wykorzystywaniu energii słonecznej. Ogniwa fotowoltaiczne – podstawowe elementy przetwarzające energię słoneczną na elektryczną – łączą się w układy zwane modułami. W celu dostosowania parametrów energii wytwarzanej w modułach do parametrów sieci elektrycznej – moduły łączy się ze sobą w grupy, a te z kolei przyłącza się do sieci poprzez urządzenia zwane falownikami.

■ **Co wpływa na ilość wytworzonej energii?**

- Największy wpływ ma poziom promieniowania słonecznego docierającego do Ziemi, odpowiednie ustawienie modułów oraz dobór odpowiedniego falownika. W warunkach krajowych optymalnym rozwiązaniem jest ustawienie modułów w kierunku południowym pod kątem 30° do powierzchni ziemi.

■ **Czy moduły są odporne na zróżnicowane warunki atmosferyczne?**

- Tak. Są to mocne i niezwykle wytrzymałe konstrukcje, któ-



rych powierzchnia pokryta jest hartowanym szkłem, a deklarowana przez producentów żywotność modułu wynosi 25 lat.

■ **Czy zajmują się Państwo jedynie montażem paneli?**

- Wykonujemy pełen zakres usług, począwszy od inspekcji powierzchni do zabudowy, poprzez projektowanie aż po montaż instalacji fotowoltaicznej. Przygotowujemy także wszystkie dokumenty pozwalające na przebrnięcie przez skomplikowane procedury związane z uzyskaniem koncesji oraz przyłączeniem elektrowni do sieci elektroenergetycznej. Każda oferta tworzona jest indywidualnie dla klienta w taki sposób, aby zmaksymalizować

ilość wytwarzanej energii. Po zamontowaniu instalacji gwarantujemy monitoring oraz serwis urządzeń.

■ **W jaki sposób zapewniają Państwo jakość swoich usług?**

- Wszystkie komponenty instalacji są sprawdzone i posiadają certyfikaty. Oferowane przez nas urządzenia spełniają najwyższe standardy techniczne. Zespół naszych pracowników stanowią wykwalifikowani specjaliści o wieloletnim doświadczeniu zdobywanym zarówno w Polsce, jak i za granicą.

■ **Jak ocenia Pań, na tle Unii Europejskiej, przemysł fotowoltaiczny w Polsce?**

- W krajach UE fotowoltaika od dawna świetnie prosperu-

je. Wystarczy spojrzeć na naszych sąsiadów, np. Czechy lub Niemcy, gdzie w ostatnich latach nastąpił gwałtowny rozwój w tej dziedzinie. W Polsce sytuacja fotowoltaicznych źródeł energii niestety nie wygląda dobrze. Obawiam się, że zostaniemy daleko w tyle za większością państw europejskich, przez co będziemy zmuszeni do korzystania z dóbr pochodzących od innych krajów.

■ **Co hamuje rozwój fotowoltaiki w Polsce?**

- Przede wszystkim prawne i polityczne utrudnienia. Konieczne są diametralne zmiany polityki państwa wobec energii odnawialnej.

■ **To znaczy?**

- Konieczne jest sprawiedliwe „wyrównanie” zasad finansowania inwestycji w sektorze źródeł odnawialnych.

Rząd nie dostrzega realnego potencjału energetyki słonecznej. Nie docenia możliwości, jakie dają nam odnawialne źródła energii. Potrzebne jest uproszczenie i dostosowanie prawa do przyłączenia małych, rozproszonych źródeł.

■ **Co zrobić, aby wszystkie bariery zniknęły?**

- Trzeba całą sprawę nieustannie nagłaśniać w świecie polityki i mediów. Należy uświadomić polskiemu społeczeństwu, jak ważne i potrzebne są źródła energii odnawialnej. Jeśli temat ucichnie, Polska nigdy nie będzie mogła konkurować z krajami Unii Europejskiej, w których w większości istnieje polityka wspierająca rozwój fotowoltaiki. Dzięki takiemu wsparciu ze strony państwa jest szansa na szybki wzrost opłacalności inwestycji w tym zakresie. Z pewnością temat fotowoltaiki zainteresuje wtedy szersze grono inwestorów gotowych zaangażować się w rozwój tej niedocenionej w naszym kraju dziedziny.

■ **Mimo utrudnień, o których Pań powiedział, firma realizuje duże projekty.**

- Tak, to prawda. Obecnie zakończyliśmy pierwszą w województwie śląskim dużą inwestycję fotowoltaiczną. To dla naszej firmy ogromny sukces, w który

włożyliśmy wiele starań i wysiłku. Zbudowaliśmy elektrownię fotowoltaiczną o powierzchni 500 m² na dachu Sanktuarium Matki Bożej Nieustającej Pomocy w Jaworznie, o mocy 71 kWp, która przyłączona jest do krajowego systemu elektroenergetycznego. Obecnie przygotowujemy się do kolejnego przedsięwzięcia.

■ **Dlaczego warto inwestować w fotowoltaikę?**

- Jestem przekonany, że za jakiś czas stanie się ona podstawowym źródłem energii odnawialnej. Ta technologia ma mnóstwo zalet. Przede wszystkim czerpie energię elektryczną z bezpłatnego, wszechobecnego i niewyczerpalnego źródła jakim jest Słońce. Kolejną zaletą jest jej bezobsługowość, wysoka niezawodność i lokalizacja blisko odbiorców energii, co zmniejsza straty przesyłowe. Systemy fotowoltaiczne bardzo dobrze wpływają na sferę ekologiczną, ponieważ podczas procesu wytwarzania energii nie hałasują ani nie wydzielają żadnych odpadów czy innych substancji ubocznych. Z całą pewnością jest to źródło energii przyjazne człowiekowi i środowisku. Warto zauważyć, że w Niemczech do 2010 roku w branży fotowoltaicznej kilkadziesiąt tysięcy osób znalazło pracę. Rozwój tej technologii może mieć zatem pozytywny wpływ na rynek pracy i rozwój polskiej gospodarki.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Katarzyna Czenczek

POMPY CIEPŁA | NATEO laureatem konkursu JAKOŚĆ ROKU 2010

Ekologia - czysty zysk dla Ciebie

Rozmowa z **Pawłem Kociębą-Żabskim**, prezesem zarządu Nateo Sp. z o.o.

■ **Działalność firmy Nateo na rzecz ekologii i środowiska spotkała się w tym roku z uznaniem kapituły największego projakościowego konkursu w Polsce JAKOŚĆ ROKU 2010!**

- Jest to ogromne wyróżnienie, a cieszy nas tym bardziej, że jego przyznanie pokryło się w czasie z dwudziestolecie istnienia naszej firmy. To dowód na najwyższą jakość naszej pracy, zaangażowanie i ekologiczne rozwiązania, które propagujemy poprzez produkty oferowane naszym klientom.

■ **Jaka jest oferta firmy Nateo?**

- Obecnie jesteśmy producentami trzech typów pomp ciepła - instalacji dla klientów indywidualnych, takich jak Smart Vega



i Smart Plus oraz Pompy Gemini dedykowanej dla przemysłu.

■ **Pompa ciepła to nie tylko korzyść dla ekologii, ale także dla Państwa klientów - z ekonomicznego punktu widzenia?**

- W przypadku pomp ciepła zaledwie ¼ mocy grzewczej urządzenia pochodzi z prądu, resztę stanowi energia pochodząca z ziemi. Dyrektywa unijna jednoznacznie wskazuje, że pompy ciepła są częścią OZE i przyczyniają się do ochrony środowiska. Jeśli chodzi o kwestię kosztów inwestycji jest porównywalna z węzłem gazowym czy olejowym - koszty eksploatacji natomiast są znacznie niższe. Dla przykładu dom o powierzchni 200 m²

jest ogrzewany pompą ciepłą za kwotę 3 200 zł rocznie! Od dwóch lat koszty instalacji pomp ciepła regularnie spadają, powodem jest obniżający się koszt metra odwiertu. Na zachodzie pompy ciepła są dominującym systemem grzewczym. W Polsce w nowo oddanych budynkach ta metoda stanowi jedynie 3-4%. Chcemy to zmienić! W tym celu propagujemy pompy ciepła jako najbardziej ekologiczne i ekonomiczne rozwiązanie - zarówno dla przemysłu jak i dla klienta indywidualnego.

■ **Co decyduje o przewadze jakościowej Państwa produktów?**

- Fakt, że jako jedyni w Polsce produkujemy wyłącznie pompy ciepła, sprawia, że mamy możliwość skupić się na jakości w sposób szczegól-

ny. Proces kontroli tego, co odbywa się przed oddaniem naszego produktu do użytku jest podzielony na trzy etapy. Na początku weryfikujemy części i sprawdzamy, czy wszystkie urządzenia mechaniczne są bezawaryjne. Drugi szczegół kontroli jakości to osobne testowanie sterownika i pompy. Ostatni etap obrazuje pracę produktu, symulując działanie pompy z dolnym i górnym źródłem u finalnego użytkownika. Dopiero wtedy urządzenie dopuszczane jest do sprzedaży. Ponadto współpracujemy wyłącznie z certyfikowanymi instalatorami, którzy biorą pełną odpowiedzialność za montaż i późniejsze funkcjonowanie pompy. Szybkość reakcji i sprawność serwisu to czyniki, które w sposób szczegól-

ny cenione są przez naszych klientów.

■ **Jakie jest największe osiągnięcie firmy Nateo?**

- Ogromnym sukcesem technologicznym jest pompa ciepła Smart Plus - kompaktowy węzeł cieplny zamknięty w niewielkiej szafie. Jest to nasz sztandarowy produkt, który wyróżnia się nie tylko na rodzimym, ale również europejskim rynku pomp ciepła. Bardzo cieszymy się również z pozyskania nowych stabilnych kontrahentów, między innymi deweloperów, hoteli, zakładów mięsnych - co wskazuje na coraz większą świadomość, odpowiedzialność oraz potrzebę zaangażowania się w ochronę środowiska.

■ **Jakie są Państwa plany na przyszłość?**



- Zaproponujemy nowe typy szeregi urządzeń dedykowanych zarówno dla przemysłu jak i klientów indywidualnych. W maju uruchomimy typosereg Smart Standard, który jest półkompaktem z buforem ciepłej wody użytkowej umiejscowionej na zewnątrz. Planujemy także rozwój sterownika nadrzędnego, który zapewni kompleksową obsługę całego systemu u klienta.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Natalia Zarzeka

OBUWIE | BARTEK nagrodzony SREBRNĄ JAKOŚCIĄ ROKU

Bezpieczne pierwsze kroki



Pierwsze kroki dziecka pamięta się do końca życia. Gdy już potrafi chodzić, najważniejsze jest jego bezpieczeństwo. Rodzice, decydując się na zakup butów dla swojej pociechy, muszą zadbać przede wszystkim o to, by nie zaszkodzić delikatnym, kształtującym się dziecięcym stopom. Powinni również pamiętać, że lepiej kupić jedną parę dobrych butów niż np. trzy kiepskiej jakości oraz mieć pewność, że wybrane buty są najlepszymi z możliwych. Niewątpliwie dobrym wyborem będzie BARTEK - polska marka, będąca synonimem komfortu, wygody i bezpieczeństwa.

BARTEK jest liderem na polskim rynku w produkcji komfortowego i zdrowego obuwia dziecięcego. Co roku przygotowuje ok. 300 wzorów dla dzieci w przedziale wiekowym 1-10 lat. Wszystkie kolekcje BARTKA charakteryzują się bogatym wzornictwem odzwierciedlającym najnowsze trendy mody. - Dzięki współpracy z krajowymi i zagranicznymi projektantami zdobywamy wiedzę na temat najnowszych tendencji rynkowych, technologii i materiałów. By zapewnić nie tylko ładne i modne, ale i bezpiecz-

ne buty, ich wzory opracowujemy wspólnie ze specjalistami z dziedziny medycyny i antropologii. Takie podejście sprawia, że każdy przygotowany bucik dopasowany jest do anatomii dziecięcych stóp - mówi **Monika Klimczak**, marketing manager BARTEK S.A. - Zastosowanie innowacyjnych technologii przy tworzeniu podeszwy oraz umieszczenie w niej specjalnej pianki gwarantuje elastyczność i sprężystość butów oraz swobodę ruchu młodych stóp, a specjalna konstrukcja dodatkowo zabezpiecza przed nad-

miernym poślizgiem. Ponadto wykorzystujemy skóry naturalne i wysokogatunkowe materiały tekstylne, które spełniają obowiązujące normy jakościowe, posiadają odpowiednie atesty oraz parametry zapewniające najwyższy komfort użytkowania. Dzięki temu nasze obuwie jest miękkie i lekkie - dodaje.

Odpowiadając na potrzeby najbardziej wymagających rodziców, BARTEK wprowadza nowoczesne rozwiązania. Jednym z nich jest zastosowanie w produkcji obuwia jesiennozimowej membrany SYMPA-TEX REFLEXION - materiału nieprzemakalnego, umożliwiającego jednocześnie oddychanie stopy, dzięki odprowadzaniu pary wodnej na zewnątrz buta. Unikatowym rozwiązaniem jest także umieszczenie na bucikach elementów odbaskowych, zwiększających widocz-

ność dzieci, a wewnątrz - specjalnej wkładki antygrzybiczej i antybakteryjnej, dzięki której obuwie BARTEK dłużej zachowuje świeżość, chroniąc stopę dziecka przed drobnoustrojami.

BARTEK już po raz kolejny uruchomił ogólnopolski program Akademii Zdrowej Stopy. W ramach akcji w wybranych salonach firmowych prowadzone są bezpłatne badania stóp dzieci, wykonywane przez lekarzy ortopedów oraz antropologów. - Celem programu jest poinformowanie rodziców o konieczności regularnego sprawdzania, czy stopa ich pociech prawidłowo się kształtuje. W wielu przypadkach zniekształcenia stóp, różne choroby i wady postawy powstają w rezultacie niewłaściwego doboru butów - podkreśla Monika Klimczak.

Buty BARTKA można kupić w 56 salonach firmowych, a także

w ponad 200 sklepach multibrandowych w Polsce i 250 za granicą. Ogromną popularnością cieszy się także sprzedaż internetowa za pośrednictwem strony: www.sklep.bartek.com.pl. W ofercie znajdziemy drugą naszą markę własną - „bb” - obuwie tekstylne z profilowaną wkładką skórzaną, będące świetnym uzupełnieniem asortymentu BARTKA, ale także wybrane modele obuwia Puma, Columbia, Etnies, Geox oraz asortyment dodatkowy - kalosze, parasole skarpetki, rajstopy, czapki, piżamy, plecaki i inne.

O ogromnej popularności butów BARTEK świadczy szereg prestiżowych nagród, jakie firma otrzymała - w tym SREBRNA JAKOŚĆ ROKU. Renoma i wieloletnie doświadczenie przekłada się na dynamiczny rozwój spółki nie tylko w kraju, ale i na rynkach zagranicznych.

Marta Prusek-Galińska

REKLAMA

Górski Spa Hotel JAWOR
zaprasza na wspaniały wypoczynek

JAWOR SPA HOTEL

SPA & Wellness

5 profesjonalnych sal konferencyjnych

106 komfortowo wyposażone pokoje

2 niepowtarzalne restauracje, sala bankietowa, kawiarenka i Night Club

SPA HOTEL JAWOR ****
43-384 Jaworze k/Bielska-Białej, ul. Turystyczna 204
tel.: +48 (33) 819 86 00, fax: +48 (33) 819 86 02
www.spahoteljawor.pl repcja@spahoteljawor.pl

REKLAMA

PROMOCJE:

Podrózuj.com.pl
biuro najlepszych podróży

1 SOBOTA Z NAGRODĄ
- w każdą sobotę dla wszystkich osób, które zarezerwują u nas wycieczkę
PREZENT!
- w każdym tygodniu inna nagroda*.
*promocja do wyczerpania zapasów

Przyjdź do biura i sprawdź

2 Tydzień TEMATYCZNY
- w każdym tygodniu zabierzemy Państwa w inny zakątek świata
- do każdej rezerwacji atrakcyjny prezent*
*promocja do wyczerpania miejsc

ZAPLANUJ Z NAMI SWÓJ WYMARZONY URLOP

CH Auchan Bielsko-Biała
ul. Bohaterów Monte Cassino 421, 43-300 Bielsko-Biała
T: 33/8223169, F: 33/8223169, M: biuro@podrozuje.com.pl
www.podrozuje.com.pl