

Grupa Allegro. Wirtualny świat – realne miejsce pracy

Grupa Allegro to dziś najbardziej rozwinięta platforma handlu internetowego w Europie Środkowo-Wschodniej. To wciąż rosnący zespół specjalistów pracujących nad innowacyjnymi projektami w polskim Internecie. Swoją niewątpliwą sukces Grupa Allegro zawdzięcza każdemu z nich. To właśnie oni pracują nad ciągłym doskonaleniem narzędzi umożliwiających użytkownikom wygodne, skuteczne i bezpieczne handlowanie w sieci. Grupa Allegro wciąż się rozwija, co przekłada się na rosnące potrzeby rekrutacyjne i na nieustanne powiększanie zespołu.

Serwisy Grupy Allegro skupiają ponad dziesięć milionów użytkowników. Pracownicy Grupy codziennie spotykają się z milionami opinii, preferencji i potrzeb, które dyktują polskie-commerce. Dzięki temu tworzą bardzo dobrze rozpoznawalną markę zaufanego partnera w interesach, a także stanowią miejsce wymiany doświadczeń oraz spotkań e-społeczności. W strukturze firmy ważne miejsce zajmują zagraniczne platformy handlowe: czeska, rosyjska, ukraińska, słowacka, bułgarska, rumuńska i węgierska. Wzorując się na polskich serwisach, wprowadzają one na lokalnych rynkach rozwiązania, które już teraz sprawiają, że wiele z nich staje się pionierami e-commerce w swoim kraju.

Serwis aukcyjny Allegro.pl wystartował dziewięć lat temu. Jego twórcy wierzyli, że stanie się on po prostu popularnym miejscem zrzeszającym osoby handlujące w Internecie. Z czasem okazało się jednak, że www.allegro.pl przyciąga nie tylko osoby indywidualne, ale też i firmy. Sprawia także, iż użytkownicy takowe za-

kładają. Dzięki serwisowi powstały w Polsce setki małych przedsiębiorstw. Okazuje się więc, że Allegro.pl wywarło wpływ na stylizowanie przedsiębiorczości Polaków.

Grupa Allegro zatrudnia w Polsce ponad 500 osób, a jedną z jej najważniejszych wartości jest praca oparta na partnerskich relacjach oraz kultura organizacyjna firmy. Każdy wnosi do niej swoją wiedzę i talenty. Ma też możliwość doskonalenia własnych umiejętności, co z kolei przyczynia się do rozwoju całej organizacji.

Nasz zespół budujemy na zasadach współpracy, wspierając się przy tym nawzajem. Każdy może liczyć na możliwość rozwoju oraz interesujące i innowacyjne projekty. Cieszymy się, kiedy tworzymy dla użytkowników coś nowego. Lubimy słowo „rozwój” – i to nas łączy. Kiedy użytkownicy są zadowoleni z owoców naszej pracy, wiemy, jak bardzo jest ona potrzebna – wyjaśnia **Daria Siwka** z Działu Personalnego QXL Poland.

Pracownicy Grupy Allegro korzystają z bogatego pakietu świadczeń socjalnych. Obejmuje on m.in. szkolenia z zakresu

kompetencji merytorycznych oraz miękkich, prywatną opiekę medyczną, kursy językowe, pakiet sportowy, dofinansowania do nauki, dofinansowania do wczasów itp. Zarząd firmy stara się też zapewnić pracownikom takie warunki pracy, aby mogli swoim najbliższym poświęcić jak najwięcej czasu, godząc przy tym rozwój zawodowy z osobistym. Dlatego też młodym mamom proponują rozwiązania wykraczające nawet poza Kodeks Pracy. Mają one prawo, przy zachowaniu pełnego etatu, do skróconego dnia pracy. Poza tym każdy rodzic może otrzymać rodzinny pakiet medyczny, a także dofinansowanie do przedszkola dla swojej pociechy.

W skład Grupy Allegro wchodzi: poznńska spółka QXL Poland, wrocławskie Ceneo.pl oraz toruńska Cokupic.pl. W tym roku Grupa zdobyła nominację do tytułu Solidny Pracodawca Roku 2008.

Dariusz Kwiatkowski

Allegro.pl

Pracuj w najlepszej grupie! W Grupie Allegro

Monika Ciechomska, pracownik Działu Obsługi Użytkownika w QXL Poland

Pierwszym zaskoczeniem było dla mnie to, że mój przyszły pracodawca, gdy dowiedział się na rozmowie, że jestem w ciąży powiedział, że najważniejsze dla niego jest to, że jestem odpowiednim kandydatem i że ciąża nie przeszkadza w zatrudnieniu. Mało jest firm, które się na to decydują. Koleżanki i koledzy przyjęli mnie bardzo życzliwie. Gdy poszłam na urlop macierzyński, współpracownicy przejęli moje obowiązki, ale moje biurko czekało na mnie. Po powrocie do pracy wróciłam na wcześniejsze stanowisko. Zaskoczyła mnie życzliwość, z jaką każdego dnia spotykałam i nadal spotykam się ze strony współpracowników i przełożonych. Mogę nawet elastycznie ustalać godziny pracy, dzięki temu dłużej przebywam z dzieckiem.

Grupa Allegro to miejsce, gdzie z szacunkiem traktuje się każdego pracownika. Patrząc z perspektywy czasu - nie mogłam lepiej trafić! Na razie nie myślę o awansach, ale wiem, że ta droga też stoi przede mną otworem. Grupa Allegro to bardzo dobre miejsce pracy.

Łukasz Zych, członek zarządu Ceneo.pl

Wejście naszej firmy w skład Grupy Allegro pozytywnie wpłynęło na rozwój spółki. Szczególny wpływ miało wdrożenie procesów i procedur, które funkcjonowały już w Grupie. To właśnie one zmieniły nasze postrzeganie wielu spraw. Zaczęliśmy opracowywać ścieżki kariery, więcej też inwestujemy w szkolenia i doskonalenie pracowników. W całej Grupie realizujemy autorski projekt - Akademia Menedżera. Kierujemy go do menedżerów średniego szczebla. Trwa on rok. Nieraz wszyscy pracownicy zatrudnieni na tych szczeblach mogą skorzystać z tej oferty, czyli zdobywać i doskonalić swoje umiejętności zarządzania zespołem. Jestem tu od kilku lat, wcześniej moim miejscem pracy był bank. Dziś nie zastanawiałbym się ani chwili nad wyborem Grupy Allegro jako pracodawcy. O unikalności tej firmy świadczy atmosfera, ludzie oraz możliwość tworzenia rzeczy unikalnych. To wciąga każdego z nas.

Michał Nowostawski, programista w QXL Poland

Allegro to sztab ludzi tworzących to, co kojarzy się z serwisem Allegro.pl. Bardzo liczną grupę stanowią programiści pracujący nad poszczególnymi projektami. Zaletą tej pracy jest tworzenie czegoś wyjątkowego, znanego nie tylko w Polsce, ale też poza jej granicami. Pracuję w Grupie od września 2007 roku. Nauczyłem się tu współpracy z innymi programistami, ale też zdałem sobie sprawę, że tworzę coś naprawdę innowacyjnego. Grupa Allegro jest społecznością bardzo otwartą. Jeśli mamy własne pomysły, które uważamy za interesujące - zawsze możemy przedstawić je przełożonym.

Każdy z nas ma ogromną satysfakcję z tego, że tworzy pewną nową jakość i wyznacza standardy w e-commerce. Gdy słyszę od znajomych: „Widziałem na allegro...”, czuję się dumny z tego, że pracuję w firmie o tak znanej marce.

Michał Klar, dyrektor ds. międzynarodowych w QXL Poland

Jestem jednym z pierwszych pracowników Allegro, a znalazłem się tu trochę przez przypadek. Zarejestrowałem się na portalu w pierwszym miesiącu jego istnienia. Sporo wówczas sprzedawałem i kupowałem. To zwróciło uwagę założycieli portalu - otrzymałem od nich propozycję pracy, która miała polegać na doradztwie sprzedającym i kupującym. Spodobało mi się to i przez kolejne miesiące na dobre „wsiaknąłem” w tę pracę.

W następnych latach awansowałem, doszedłem w ten sposób do stanowiska dyrektora ds. międzynarodowych. Czasem żartuję, że jestem doskonałym przykładem na to, jakie szanse daje ludziom Grupa Allegro. Od zawsze doceniała i ceniła nadal zaangażowanie, pomysłowość i innowacyjność. Zawsze wiedziałem, że warto dbać o swój rozwój, bo to procentuje i daje możliwości awansu. Dlatego też dla mnie największym atutem pracy tutaj jest to, że tu można „iść do przodu”.

Robert Calka, specjalista ds. bezpieczeństwa informacji w QXL Poland

Zajmowałem się sprawami bezpieczeństwa informacji w firmach na Dalekim Wschodzie. Jednak w pewnym momencie doszedłem do wniosku, że chcę więcej czasu poświęcić rodzinie. W ten sposób wróciłem do Poznania i trafiłem do Allegro. Tu też zajmuję się bezpieczeństwem informacji, do którego, z racji działalności firmy, przywiązujemy bardzo dużą wagę. Firma daje mi możliwości rozwoju, zapewnia bardzo dobre warunki pracy, a także możliwość realizacji własnych pasji. Od wielu lat nurkuje - mam uprawnienia instruktorskie. Od kilku miesięcy w spółce, dzięki mojej inicjatywie, działa grupa skupiająca miłośników tego sportu. W maju 2009 roku wyjeżdżamy na wspólne nurkowanie. Dla mnie Grupa Allegro to zatem nie tylko miejsce pracy, to pewien sposób na życie.

Dobry bank – dobra lokata

Tegoroczna edycja konkursu Laur Klienta w kategorii „Lokaty” nie pozostawiła złudzeń – według Polaków – najlepszy jest GETIN Bank. Na temat oferty banku i planów na przyszłość z wiceprezesem GETIN Banku S.A. Michałem Handzlikiem rozmawia Aleksandra Danielczyk.



- Panie Prezesie, gratulacje, jak zareagowaliście Państwo na zdobycie Złotego Lauru Klienta?

- Zdajemy sobie sprawę, jak wielu konkurentów działa na polskim rynku finansowym, stąd uznanie przez klientów naszych lokat jako numer 1 w konkursie Laur Klienta przyjęliśmy z wielkim zadowoleniem. Mogę jednak zapewnić, iż nie spoczniemy

na... laurach (śmiech) i będziemy robić wszystko, aby stale podnosić atrakcyjność naszej oferty, a także wzbogacać ją o nowe produkty.

- Jak Pan myśli: co decyduje o atrakcyjności Waszej oferty?

- Jestem realistą. Wiem, iż klienci, wybierając najatrakcyjniejszy według nich produkt finansowy, kierują się głównie propozycją oprocentowania. Staramy się, i w tę stronę kierujemy wysiłki, aby nasz produkt był konkurencyjny nie tylko cenowo, ale pod każdym względem - dostępności, jakości i szybkości obsługi. Co również ważne: staramy się rozsądnie budować wizerunek marki, stąd współpraca na tym polu z panem Piotrem Fronczewskim, który jest twarzą naszej kampanii. Zresztą wybór nie był przypadkowy, gdyż znaczną część naszych klientów stanowią oso-

by zbliżone profilem do pana Piotra.

- Jaki produkt w portfolio GETIN-u jest według Pana najlepszy?

- Na obecną chwilę bez wątpienia lokaty. Nasza obecność w rynku depozytów i lokat zostanie niebawem dosyć mocno poszerzona. Pracujemy obecnie nad zaferowaniem klientom bardzo atrakcyjnego i ciekawego rachunku, a jednocześnie szykujemy troszkę zmian w zakresie oferty kredytowej. Pragniemy się otworzyć również na klientów młodych, wchodzących na rynek bankowy. Uważających, iż dynamicznie rozwijający się bank, jakim jesteśmy, to dobre miejsce do lokowania swego kapitału i poszerzania współpracy w zakresie obsługi bankowej.

- Stale się rozwijacie, otwieracie nowe placówki, jak za rozwojem firmy nadąża Wasz personel?

- Jeżeli chodzi o budowanie kompetencji i rozwój kadry, to programy związane ze szkoleniami i technikami sprzedaży obejmują praktycznie wszystkich naszych pracowników. Z własnego

doświadczenia powiem, iż system motywacyjny zarówno w części finansowej, jak i pozafinansowej jest często ciekawszy i bardziej zaangażowany niż w poprzednich bankach, w jakich miałem okazję pracować. Mam nadzieję, że również w ocenie pracowników GETIN Bank nie odstaje od standardów, a nawet jest krok przed konkurencją.

- Co w związku z nadchodzącymi świętami pragnie Państwo klientom?

GETIN Bank jest w 100% instytucją o kapitale polskim. Biorąc pod uwagę rozwój konkurencyjnych produktów, szybki wzrost liczby placówek oraz rosnące aktywa, stał się jednym z najbardziej dynamicznie rozwijających się banków w Polsce. Jako jedna z nielicznych firm w kraju, poprzez specjalny program społeczny aktywizuje zawodowo osoby po 40. roku życia. Działa zgodnie z mottem: „GETIN Bank. Wystarczy wejść”. Oznacza to pełną dostępność produktów poprzez wiele kanałów sprzedaży: w placówkach, poprzez sieć kompetentnych pośredników i Internet. W ofercie bank posiada m.in.: prowadzenie rachunków bankowych (osobistych i firmowych), kredyty (gotówkowe, samochodowe, hipoteczne - realizowane poprzez wyspecjalizowany oddział Dom), linie kredytowe dla firm, karty płatnicze i kredytowe, jedne z najlepszych lokat terminowych w złotych i walutach obcych, przeprowadzanie rozliczeń pieniężnych krajowych i zagranicznych, udzielanie oraz przyjmowanie poręczeń i gwarancji bankowych, faktoring. Bieżące promocje i oferta jest dostępna na stronie www.getinbank.pl lub w każdym oddziale Banku w całej Polsce. Po prostu - wystarczy wejść.

- Święta to specyficzny i magiczny okres dla każdego z nas, możemy się na chwilę oderwać od szarżowności codzienności i spraw, które przytłaczają nas każdego dnia. To jest moment, kiedy sprawiamy sobie radość i uśmiech. Chciałbym obiecać naszym klientom, iż poprzez stałe budowanie relacji, podnoszenie jakości obsługi i poprawę atrakcyjności oferty będziemy robić wszystko, aby ten świąteczny uśmiech nie zniknął z ich twarzy również w nadchodzącym 2009 roku. Wreszcie zapraszam wszystkich Państwa, także tych z Was, którzy jeszcze nie jesteście klientami GETIN Banku, do odwiedzenia naszych ponad 330 placówek w całym kraju. Poznacie, gdzie dzięki Wam doszliśmy w ciągu 6 lat od chwili powstania banku, za co w imieniu własnym, ale przede wszystkim całego zespołu GETIN Banku bardzo Państwu dziękuję. Mam też nadzieję, że w ten sposób uda się nam rozdać kilka prezentów.

getinbank

Elita Zarządzania 2008

Klucze do sukcesu

Dobra współpraca, wzajemne zaufanie oraz przejrzysty podział obowiązków to podstawowe wartości, jakimi kieruje się Zarząd Powiślańskiego Banku Spółdzielczego. Połączenie powyższych zasad z atmosferą bliskości i indywidualnym traktowaniem klienta stanowi najlepszy klucz do osiągnięcia sukcesu. Jego potwierdzeniem jest czwarte miejsce w ogólnopolskim programie Elita Zarządzania 2008 i miano Spółdzielczego Zarządu Roku.

Dla Powiślańskiego Banku Spółdzielczego rozwój jest sprawą priorytetową. Poważne inwestycje, modernizacje i nowo powstałe placówki są potwierdzeniem skutecznej polityki realizowanej przez zarząd. W 2008 r., prócz modernizacji istniejących oddziałów, PBS zainwestował w otwieranie kolejnych placówek. Solidny kapitał umożliwił uruchomienie filii w Bydgoszczy, Elblągu i Gdańsku, a także budowę placówki w Garde, po wyburzeniu starego budynku banku. Prócz inwestycji budowlanych, zarząd zadbał o modernizację sfery IT. – *Zdajemy sobie sprawę, że inwestycje tego typu muszą być działaniem ciągłym.*

Aktualizacja programów i zdobywanie nowych systemów są na stałe wpisane w listę naszych najważniejszych planów – mówi **Irena Kopik**, prezes zarządu PBS. Fundamentem obecnego sukcesu banku jest fuzja, do której doszło 10 lat temu. Pięć odrębnych banków spółdzielczych: w Kwidzynie, Gardzie, Ryjewie, Sadlinkach oraz Gronowie Elbląskim, połączyło się w jedną strukturę. – *Z chwilą, kiedy dokonaliśmy fuzji, PBS nabrał siły* – mówi **Barbara Warczak**, członek zarządu. – I dla lokalnej społeczności, i dla samego banku połączenie okazało się bardzo korzystne. Klienci są zadowoleni, a my wciąż się rozwijamy.

Liczy się wewnątrz

Stałą pozycję na liście zadań zarządu zajmuje troska o dobrą współpracę wewnątrz banku: między członkami kadry zarządzającej oraz pomiędzy zarządem a pracownikami PBS. Budowanie porozumienia, zaufanie i umiejętność rozmowy to wartości najczęściej podkreślane przez członków zarządu. – *Ważnym jest zrozumienie oczekiwań, obowiązków, a przede wszystkim dobry przepływ informacji, to cała tajemnica sukcesu* – komentuje **Anna Baprawska**, członek zarządu PBS. Stała motywacja, wyznaczanie dobrej strategii działania oraz jasne określenie celów stanowią kolejne punkty dobre-

go zarządzania bankiem. Nie bez znaczenia jest także dobór pracowników. – *Większość sukcesów banku to zasługa dobrych relacji między zarządem a pracownikami* – mówi **Tomasz Jankowski**, członek zarządu. – *Kadra zarządzająca odpowiada za organizację i nadzór działań* – dodaje **Baprawska**. – *Ale to poszczególne pracownicy zajmują się realizacją wyznaczonych zadań, wpływając na postrzeganie banku. Chciałabym mocno podkreślić ich udział w tym sukcesie.*

Bliskość i elastyczność

Efektywne zarządzanie sferą wewnętrzną przenosi się na relację bank-klient. Wypracowa-



nie dobrych metod organizacji pracy stwarza możliwość zapewnienia klientowi skuteczniejszych i szybszych rozwiązań. Prócz opcji bankowości elektronicznej, którą w swojej ofercie ma PBS, klient może liczyć także na solidne i mobilne podejmowanie decyzji przez zarząd. – *Postanowienia ważniejsze, określone w odpowiednich regulacjach, podejmowane są wspólnie, na zebraniach zarządu, które odbywają się raz w tygodniu* – komentuje **Barbara Pietrzak**, członek zarządu PBS. – *Staramy się być bankiem przyjaznym dla klienta, więc jeżeli istnieje potrzeba, zarząd obraduje częściej. Klient banku traktowany jest indywidualnie. Jego po-*

trzeby oraz oczekiwania spotykają się ze zrozumieniem, a oferta produktów jest na bieżąco dostosowywana do wymagań rynku. – *PBS dba o swoich klientów, ale w taki sposób, by i dla nich, i dla banku inwestycja była korzystna. Zarząd musi dbać o interesy i zadowolenie każdej ze stron* – opowiada **Romuald Korociński**, członek zarządu. Nadzorowanie przyjętych przez bank standardów, tworzenie szerokiej oferty usług oraz dostrzeganie specyfiki działania na rynku lokalnym to mocne strony zarządu PBS. Dzięki nim zbudowano skojarzenie: PBS to dobry bank, z którym warto współpracować.

Agnieszka Deleska

Zepter – ludzie z pasją...

Z Grzegorzem Wilkoszem, prezesem Zepter International Poland Sp. z o.o., firmy nominowanej do tytułu Solidny Pracodawca 2008, rozmawia Grzegorz Kozicki.



starannie dobieramy pracowników i oferujemy dostosowane do ich potrzeb możliwości rozwoju zawodowego. Wiemy, jak ważna jest atmosfera pracy i poczucie wsparcia ze strony firmy. Staramy się wychodzić naprzeciw potrzebom naszych pracowników.

– **Czym wyróżnia się Zepter na tle innych firm z Państwa branży?**

– Misją firmy Zepter jest dążenie do poprawy warunków życia jak największej liczby osób na całym świecie. Zepter korzysta z najnowocześniejszych rozwiązań technologicznych, by udoskonalać i dostosowywać nasze produkty do indywidualnych potrzeb klientów. Wszystkim naszym działaniom przyświeca jeden cel: zdrowsze, dłuższe i szczęśliwsze życie. Nasi profesjonalnie wyszkoleni przedstawiciele każdego dnia docierają do tysięcy osób, by podzielić się swoją wiedzą i dostarczyć rozwiązania najbardziej uciążliwych problemów, trapiących nas w codziennym życiu.

– **Jak ważną rolę odgrywają pracownicy firmy w kształtowaniu jej wizerunku?**

– Zepter sprzedaje swoje produkty głównie w drodze sprzedaży bezpośredniej, dlatego ważne jest dla nas, aby przedstawiciele godnie reprezentowali naszą firmę.

Zepter zapewnia swoim pracownikom możliwość poszerzania umiejętności, oferując szerokie możliwości rozwoju zawodowego, a także troszczy się o komfort ich pracy. Pracownicy są wizytówką firmy. Wyróżnia ich profesjonalizm w zakresie wykonywania swoich zadań i obowiązków, znajomość wymagań rynku oraz indywidualne podejście klienta.

– **Jacy ludzie znajdują zatrudnienie w firmie Zepter? Czy Państwa pracownicy to osoby o szczególnych predyspozycjach?**

– Na pierwszym miejscu stawiamy na doświadczenie, poparte rzetelnymi kwalifikacjami i komunikatywność naszych pracowników. Cechy, jakich poszukujemy, to kreatywność, samodzielność w działaniu oraz umiejętność pracy z ludźmi.

– **Dlaczego warto być pracownikiem firmy Zepter?**

– Zepter oferuje pracę, która przynosi wiele satysfakcji oraz możliwość zarówno rozwoju zawodowego, jak i osobistego – szczególnie dla ludzi odważnych i przedsiębiorczych. To szansa na zdobycie doświadczenia w sprzedaży oraz umiejętności budowania i kierowania zespołami. Osoby, które dzięki firmie Zepter odnoszą sukcesy finansowe, dobrze wiedzą, jak radzić sobie w biznesie i jak wykorzystać istniejące możliwości – tego uczymy i tego wymagamy. Dodatkowo mogą spełnić swoje marzenia o dalekich podróżach i cieszyć się życiem. Ważne jest, aby lubić swoją pracę. Zepter docenia swoich pracowników i pomaga im realizować się zawodowo, a także spełniać marzenia. Każdy pracownik może liczyć na stałe wsparcie firmy i stać się częścią naszej światowej misji – Misji Zdrowia i Urody.

Zepter International jest firmą o światowym zasięgu, która produkuje, sprzedaje i dystrybuje produkty przede wszystkim w drodze sprzedaży bezpośredniej, ale także poprzez luksusowe sklepy na całym świecie. Produkty Zepter wytwarzane są przy użyciu najnowocześniejszych technologii w 7 zakładach zlokalizowanych w Niemczech, Włoszech i Szwajcarii. Firma posiada ponad 120 000 konsultantów na całym świecie. Ponad 65 milionów usatysfakcjonowanych klientów oraz ponad 600 milionów sprzedanych produktów świadczy o tym, że gdziekolwiek pojawia się nazwa Zepter, jest ona synonimem: NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI, PRESTIŻOWEGO STYLU I NIEPRZEMIJAJĄCEJ WARTOŚCI!

MAGIA ŚWIĄT W JEDNEJ FILIŻANCE

WŁOSKI SMAK, SZWAJCARSKA PRECYZJA, JAKOŚĆ ZEPTER

ZESPRESSO CAFE

WWW.ZESPRESSOCAFE.COM ★ INFOLINIA 0801 300 300

Salon Wystawowy Zepter: Warszawa, ul. Nowy Świat 64, tel. 022 828 59 59

Żywnienie z myślą o przyszłości

NUTRICIA jest kojarzona na całym świecie z wysoką jakością produktów dla ludzi w każdym wieku. Podstawowym zadaniem firmy jest zapewnienie niemowlętom i małym dzieciom pełnej oferty odpowiednich odżywek, które zaspokoja ich specyficzne potrzeby żywieniowe i zapewnią prawidłowy rozwój w okresie pierwszych trzech lat życia.

Firma NUTRICIA została założona w 1901 roku w Holandii, aby przez produkcję wysokiej jakości mleka dla niemowląt roz-

Edukowanie rodziców w zakresie zdrowego żywienia niemowląt i dzieci jest jednym z filarów działalności firmy. Dlatego stale przygotowywane

Celem tego programu jest dostarczanie rodzicom najbardziej aktualnej wiedzy naukowej na temat prawidłowego karmienia niemowląt i dzieci od 0 do 3 roku życia, podanej w przystępny i zrozumiały sposób. Aby ułatwić mamom wdrażanie tych porad w życie, jednym z filarów programu jest zamieszczanie porad żywieniowych na etykietach opakowań, żupek i deserów w słoiczkach BoboVita lub opakowaniach kaszek BoboVita.

- Kontynuując edukację rodziców na temat żywienia dzieci, w tym roku przedstawiliśmy wynik wspólnej pracy naukowców, lekarzy pediatrów i specjalistów w postaci „Schematu żywienia Juniora”, czyli dziecka po 1 roku życia. Jest to pierwszy taki „dietetyczny rozkład jazdy”, mający służyć pomocą mamom, niewiedzącym dokładnie, jak prawidłowo karmić dziecko, które nie jest już niemowlęciem, a do dorosłości mu jeszcze

głównych filarach, tj. wytwarzaniu produktów najwyższej jakości, ustawicznym wprowadzaniu nowych propozycji żywieniowych, dystrybucji zapewniającej szeroką dostępność produktów oraz ścisłej współpracy ze środowiskiem medycznym, w celu edukacji rodziców w zakresie zdrowego odżywiania niemowląt i małych dzieci. Dzięki takiej strategii NUTRICIA, oferując produkty pod markami Bebiłon, Bebiłon i BoboVita, jest w Polsce liderem rynku żywności dla niemowląt. - Chcąc utrzymać obecną pozycję, nadal będziemy stymulować wzrost segmentu żywności dla niemowląt poprzez systematyczne wprowadzanie na rynek innowacyjnych oraz nowych produktów w atrakcyjnych opakowaniach, które będą zaspokajały potrzeby małych konsumentów - dodaje Angelika Ryfińska.

Receptury wszystkich produktów firmy NUTRICIA opracowywane są przez eks-

percie problem zagrożenia życia niedożywionych dzieci. Nazwa NUTRICIA powstała od łacińskiego słowa „nutrire” - żywić, karmić i miała pomóc przekonać matki do nowego produktu - zastępczego mleka dla niemowląt. Obecnie asortyment firmy, oprócz mleka modyfikowanego, obejmuje również inne produkty dla dzieci i niemowląt oraz żywność dla konsumentów wymagających specjalnych diet.

NUTRICIA Polska powstała z połączenia firmy polskiej i zagranicznego inwestora w 1993 roku. Od 2007 roku jest częścią grupy Danone. W Polsce NUTRICIA to dwie firmy - działająca w obszarze produkcji NUTRICIA Zakłady Produkcyjne z siedzibą w Opolu, oraz - zajmująca się sprzedażą żywności dla niemowląt i produktów żywienia enteralnego, NUTRICIA Polska z siedzibą w Warszawie.

są materiały informacyjne dla rodziców, które dystrybuowane są do nich bezpośrednio. Aktualizowane są również strony - merytoryczna, jak i wizualna portalu internetowego (bobovita.com.pl) - serwis poświęcony żywieniu z myślą o przyszłości, bebiłon.com.pl oraz bebiłon.com.pl). - Wspólnie z naszymi ekspertami ułatwiamy mamom dostęp do najnowszej wiedzy na temat właściwego żywienia dzieci i niemowląt, pomagając w ten sposób podjąć decyzję, co będzie najlepsze dla małej pociechy - podkreśla Angelika Ryfińska, dyrektor ds. personalnych NUTRICIA Polska Sp. z o.o. - Matki mogą skorzystać też z porad udzielanych przez nasz serwis konsumencki, z informacji opublikowanych na naszych stronach internetowych oraz zgromadzonych w programie edukacyjnym „Żywnienie z myślą o przyszłości”, który stworzyliśmy w 2007 roku.



daleko. Wskazaliśmy na błędy żywieniowe niezadko popełniane przez rodziców, a także samych lekarzy, pokazując jak powinna wyglądać optymalna dieta malucha, który intensywnie się rozwija - wyjaśnia Angelika Ryfińska.

Strategia rozwoju NUTRICIA Polska opiera się na czterech

perspektyw w dziedzinie żywienia, z uwzględnieniem zaleceń Światowej Organizacji Zdrowia i Komisji Żywieniowej Unii Europejskiej.

Justyna Koziarska

NUTRICIA

O polityce personalnej oraz możliwościach rozwoju pracowników opowiada **Johannes Klompe** - dyrektor zarządzający Dywizji Żywności dla Dzieci NUTRICIA Sp. z o.o.



- Państwa firma otrzymała nominację do tytułu Solidny Pracodawca 2008. Jakie znaczenie ma dla Państwa to wyróżnienie?

- Nominacja do tytułu Solidny Pracodawca 2008 oznacza, iż jesteśmy postrzegani jako firma, której jednym z głównych priorytetów jest dbałość o kapitał ludzki. Mam nadzieję, że ta nominacja zostanie odebrana z dumą przez naszą załogę, jak również będzie pozytywnym bodźcem dla potencjalnych przyszłych utalentowanych pracowników, aby dołączyli do naszej organizacji.

- Koncepcja prowadzonej przez Państwa polityki personalnej...

- Naszą strategią jest przekonanie, iż każdy pracownik posiada talent. Nasza firma pragnie rozwijać talenty, które kształtują kulturę wysokiej wydajności.

- Czy w ostatnim czasie zatrudnienie się powiększyło?

- Z roku na rok dość prężnie się rozwijamy, w związku z czym ilość zatrudnienia sukcesywnie wzrasta.

- Jakimi są możliwości rozwoju zawodowego u Państwa?

- W ramach wspierania rozwoju kariery zawodowej traktujemy w sposób uprzywilejowany kandydatury wewnętrzne na wszystkie wakaty w firmie - bez względu na to, czy chodzi o nowe tworzone stanowisko, czy już istniejące. Zachęcamy naszych pracowników do zgłaszania kandydatur, informując ich o wszystkich prowadzonych procesach rekrutacyjnych. Każdy z zatrudnionych otrzymuje taką informację drogą mailową.

Wszystkie osoby mają szansę podnoszenia kwalifikacji zawodowych, dotyczy to zarówno pracowników wykonujących swoje obowiązki na terenie całej Polski, jak i osób wykonujących działalność zawodową w biurze. Tematyka szkoleń jest różnorodna i zależy od aktualnych potrzeb i specyfiki danego działu. Należy podkreślić, że szkoleniami objęte są osoby ze wszystkich działów przedsiębiorstwa.

- Jakimi świadczeniami oferuje Państwo swoim pracownikom?

- Zapewniamy naszym ludziom możliwość podnoszenia poziomu znajomości języka angielskiego poprzez kursy grupowe, organizowane w biurze oraz zajęcia indywidualne dla pracowników wykonujących swoje obowiązki na terenie całego kraju, których stanowisko wymaga dobrej znajomości tego języka. Pracownicy mają możliwość ubiegania się o dofinansowanie studiów, jeżeli wybrany kierunek jest zgodny z charakterem wykonywanej aktualnie pracy lub stanowiska, które przewidziano w ramach ścieżki kariery dla danej osoby.

- Jaka jest polityka jakości firmy?

- W ciągu mijającego roku przeprowadziliśmy dwie ankiety: ankietę zadowolenia z firmy, w której brali udział wszyscy pracownicy (z późniejszymi sesjami omawiającymi wyniki, które odbyły się w każdym departamencie przy udziale wszystkich pracowników), oraz ankietę dot. miejsca pracy dla osób zatrudnionych w biurze. Informacje płynące z tych ankiet zainicjowały kilka projektów. Ich celem jest dalsze ulepszanie naszego sposobu pracy oraz jej warunków.

- Na jakie nowości rynkowe kładziecie Państwo teraz nacisk?

- Nieustannie pracujemy nad innowacjami oraz odnawianiem naszych linii produktowych. Działania te mają tak szeroki zakres, że każdy produkt naszej firmy został albo niedawno wprowadzony na rynek lub zmieniony, albo jego wizerunek w ostatnim roku został odświeżony.

- W jakim kierunku planowany jest rozwój spółki?

- Jako lider w segmencie odżywek dla dzieci będziemy starali się powiększać udział w rynku. W tym celu musimy skupić się na rozwoju naszego potencjału kierowniczego, przyciągać największe talenty na polskim rynku oraz świadomie inwestować we własny rozwój. Odpowiedni zespół, który potrafi stworzyć oraz wypracować strategię, jest kluczem do dalszego sukcesu firmy.



Anna Trzebińska, starszy specjalista ds. rekrutacji i rozwoju zasobów ludzkich:

- Pracę w firmie NUTRICIA rozpoczęłam 1 lipca 2008 roku. Cieszę się, że należę do zespołu, który odnosi sukcesy, wpływa na pozytywne na moją motywację i zwiększa satysfakcję z pracy. Przed pracownikami stawiane są ambitne zadania, a tempo pracy jest bardzo szybkie. Odnoszenie sukcesów w tak wymagającym środowisku byłoby trudne, gdyby nie bardzo dobra atmosfera, która panuje w firmie.



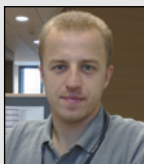
Małgorzata Kołodrub, kierownik ds. komunikacji:

- W mojej pracy każdy dzień przynosi nowe zdarzenia, to w niej lubię najbardziej. Jednym z miłych dni był ten, w którym otrzymałam osobiste, bardzo wzruszające podziękowania od fundacji Anny Dymnej „Mimo wszystko” za pomoc przekazaną jednej z rodzin czworaczek. NUTRICIA podjęła zobowiązanie wobec każdego nowonarodzonego w Polsce czworaczki czy pięcioczki - towarzyszy im, przekazując mleko i posiłki na pierwszy rok życia. W firmie korzystam ze świadczeń oferowanych wszystkim pracownikom - dofinansowania do rekreacji w postaci bonów. W ramach określonej puli każdy wybiera interesującą go formę spędzania czasu wolnego.



Konrad Kowalik, customer development manager:

- W firmie zajmuję się zarządzaniem 5-osobowym zespołem. Każdego dnia bardzo chętnie tu przychodzę, ta praca sprawia mi przyjemność. Jako zespół wygraliśmy międzynarodową nagrodę, było to duże wyróżnienie dla polskiej organizacji, gdyż w konkursie brało udział 60 krajów, około 400 projektów i właśnie nasz projekt uzyskał I miejsce.



Sebastian Poznański, kierownik medyczny marki Bebiłon:

- Zaczęłam pracę w firmie NUTRICIA pół roku temu. Zajmuję się przygotowaniem i kreowaniem strategii oraz aktywności w sektorze medycznym marki Bebiłon. Jest to firma, w którą mam zamiar zainwestować swój czas, energię oraz inicjatywę.



Zofia Kępka, specjalista ds. transportu:

- W firmie przeszedłam wiele specjalistycznych szkoleń, które dają mi nowe kwalifikacje oraz pomagają lepiej radzić sobie w wykonywanych obowiązkach oraz sytuacjach, które spotykam każdego dnia. Jako mama 4-letniej córeczki, zdarzało mi się, że musiałam zadzwonić z informacją, że nie mogę przyjść do pracy, gdyż zachorowało moje dziecko. Przełożeni zawsze traktowali to z wyrozumiałością.



Dorota Romaniuk, księgowa:

- Na co dzień w firmie operujemy językiem polskim, jak i angielskim, co bardzo podnosi nasze kwalifikacje. Oprócz tego organizowane są szkolenia oraz wyjazdy integracyjne. Ja korzystałam ze szkoleń zawodowych oraz ogólnorozwojowych. Są na wysokim poziomie, dużo wnoszą do pracy oraz pomagają w wykonywaniu codziennych zadań.

KWB „Adamów” chroni środowisko

Kopalnia Węgla Brunatnego „Adamów” w Turku znajduje się na 16. pozycji rankingu wyników finansowych jednoosobowych spółek Skarbu Państwa za rok 2007. Wysokie zyski to nie jedyny atut spółki. Jako kopalnia odkrywkowa jest ona krajowym prekursorem w aspekcie zagospodarowania terenów poeksploatacyjnych.

- Z uwagi na rosnące zapotrzebowanie na wodę w lokalnym środowisku i stopowanie okolicznych terenów zmieniliśmy sposób rekultywacji obszarów poeksploatacyjnych - opowiada **Dariusz Orlikowski**, prezes zarządu Kopalni Węgla Brunatnego „Adamów” SA. - Sami przystąpiliśmy do budowy zbiorników wodnych, i to jako pierwszy w Polsce - nie po zakończeniu eksploatacji wyrobisk, ale w jej trakcie.

Metoda wydobywania węgla brunatnego wymusza konieczność wypompowywania wody ze złóż. Przez dziesiątki lat była ona bezpowrotnie tracona i kierowana rzekami do morza. Dziś KWB zatrzymuje wodę u siebie, i to zarówno w celach gospodarczych, do ponownego wykorzystania w działalności przemysłowej, jak i rekreacyjno-przyrodniczych. Odnawia lub buduje „od zera” całe struktury ekologiczne. Dzięki tym działaniom na wyspie utworzonej na jeziorze Przykonia zagnieżdżyła się np. populacja rzadkich mew, pojawia się także niespotykana wcześniej roślinność. Przyroda wraca do Adamowa bardzo szybko, bo kopalnia stwarza dla niej przyjazne warunki. Zakład buduje małe akweny, celowo dbając o urozmaicenie budowy ich dna czy linii brzegowej, jak i stwarzając strefę bagienną, zapewniającą korzystne warunki życia roślinom czy zwierzętom - czyli zachowuje najwyższe reżimy ekologiczne. Tym samym

przekształcanie środowiska naturalnego „Adamów” rekompensuje z nawiązką, a za poniesione wysiłki zbiera nagrody. Jest laureatem Narodowego Konkursu Ekologicznego „Firma Przyjazna Środowisku”, ma tytuły: Mecenasa Polskiej Ekologii - przyznawane przez Prezydenta RP w 2006 roku, i Partnera Polskiej Ekologii - otrzymanego w zeszłym roku od Narodowej Rady Ekologicznej. A ponieważ całe lokalne otoczenie czerpie wymierne korzyści ekonomiczne z działalności górniczej, dobrze też układa się współpraca z samorządami terytorialnymi.

Dobry wynik finansowy

Kopalnia Węgla Brunatnego „Adamów” SA eksploatuje złoża węgla w okolicach Turku na trzech odkrywkach: Adamów, Koźmin i Władysławów. Wynik netto bliski 19 mln zł za zeszły rok daje spółce aż 16. miejsce wśród polskich JSSP. Powód dobrej koniunktury jest prosty: zwiększone zapotrzebowanie na węgiel ze strony Zespołu Elektrowni PAK. To z kolei wywołane jest coraz wyższym popytem na energię, która na rynku zaczyna być towarem deficytowym. Zysk „Adamowa” to w 98% wynik z czystej działalności operacyjnej, gdyż spółka jest jedynym dostawcą węgla brunatnego do elektrowni Adamów.

Co ciekawe: przedsiębiorstwo z Turku jest najmniejszą w Polsce państwową kopalnią węgla brunatnego dla potrzeb przemysłu i ma najmniejszy potencjał wydobywczy. Jednak zarówno mocno sprofesjonalizowana kadra, jak i rozwiązania organizacyjne sprawiają, że KWB „Ada-



mów” jest efektywnym przedsiębiorstwem. Taki status firma osiągnęła nie bez pewnych zmian restrukturyzacyjnych. Ale po pierwsze: nigdy nie doprowadziła do masowych zwolnień, lecz bazowała wyłącznie na odejściach naturalnych, a po drugie: połączyła bezpośrednio obsługę z zapleczem technicznym, wprowadzając element wielozawodowości pracowników. W sumie umożliwiło to nie tylko znaczne zmniejszenie za-

trudnienia - z 3500 do 1735 osób, ale też redukcję ilości stanowisk kierowniczych o 1/3. O ile zatem możliwości zwiększania przychodów kopalni są niewielkie, bo istnieje tylko jeden odbiorca, o tyle wynik finansowy mógł być znacznie poprawiony dzięki minimalizacji

kosztów. Te ostatnie wzrosły zresztą w roku 2007 tylko o ok. 2%, czyli o wiele mniej, niż wynosiła inflacja.

- W tym roku wzrost cen energii od stycznia do października był gigantyczny, bo sięgał 46% - przyznaje prezes Orlikowski. - Odczuliśmy to w finansach, bo energia elektryczna, zaraz po kwestiach płacowych, jest drugim co do wielkości kosztem, jaki ponosimy. Ale radzimy sobie i nie przeszkadza to nam restruktury-

zować się głównie w aspekcie jakościowym.

Investycje w przyszłość

Na dzień dzisiejszy złożyła, jakimi dysponuje KWB „Adamów”, zapewniają eksploatację do roku 2023. Termin ten jest skorelowany z kresem technologicznym elektrowni „Adamów”, których bloki energetyczne po kilkudziesięciu latach istnienia zakończą funkcjonowanie. Z drugiej strony Pątnów, Adamów i Konin to rejon o strategicznym znaczeniu energetycznym dla Polski. Obok dwóch kluczowych elektrowni - Ostrołęka i Dolna Odra - nie ma na północy kraju producentów dostarczających dużych ilości energii, a zapotrzebowanie wciąż rośnie. Pojawia się pytanie: Co dalej?

- Aktywnie szukamy zabezpieczenia naszego biznesu na przyszłość - zapewnia Dariusz Orlikowski. - Będziemy współpracować albo z ZE PAK, albo z innymi inwestorami. Podpisaliśmy list intencyjny z KWB Konin w sprawie wspólnego zagospodarowania złoża Piaski. Niezależnie od tego, idziemy w kierunku poszukiwania nowych złóż. Szczególne nadzieje pokładamy w strategicznym i perspektywicznym złożu Rogoźno w gminie Zgierz, o zasobach szacowanych na ok. 700 mln ton. Znajduje się ono wprawdzie ok. 70 km od Turku, ale ten biznes się opłaca. Czekamy już na koncesję na rozpoznanie złoża.

Druga duża sprawa to złożo Grochowy-Siąszyce - jesteśmy w trakcie przygotowywania wniosku o koncesję na rozpoznanie. Którykolwiek zatem inwestor będzie potrzebował paliwa do produkcji energii - my mu je dostarczymy.

Droga prawna do uzyskania wszystkich koniecznych dokumentów jest długa, trudno też o uzyskanie szybkich decyzji. Warto jednak nadmienić, że pewne procedury rozwojowe są spowolnione przez brak jasnej sytuacji własnościowej. - Wciąż pozostają nierozstrzygnięte kwestie własnościowe zarówno PAK-u, jak i kopalni - podkreśla Dariusz Orlikowski. - Gdybyśmy wiedzieli, jaka przyszłość czeka głównego odbiorcę naszego węgla, moglibyśmy znacznie przyspieszyć prorozwojowe działania.

Tymczasem kopalnia inwestuje, głównie w celu zapewnienia określonego poziomu wydobywania. W latach 2005-2007 przeznaczyla na nie ponad 68 mln zł, na rok 2008 plan przewiduje ponad 58 mln zł. Poniesione nakłady już przynoszą wymierne korzyści w postaci wzrostu wskaźników. Wydobywanie węgla na jednego zatrudnionego wzrosło z 2 249 MG w 2005 do 2 780 MG w 2007 roku, rentowność z 1,6% w 2005 do 7,3% w 2007 roku, a wskaźnik płynności bieżącej z 1,87 w 2005 do 2,16 w 2007 roku. Pozostaje trzymać kciuki za dalsze sukcesy.

Jakub Lisiecki

Komunalni dalecy od komuny

Jarosławskie PGKiM na dobre rozprawiło się z wiekrunkiem skostniałej struktury pamiętającej jeszcze czasy PRL. Dziś jest to nowoczesna i konkurencyjna spółka doskonale radząca sobie na trudnym rynku usług komunalnych, której najsilniejszy potencjał stanowi profesjonalna kadra.

Rozwój Przedsiębiorstwa Gospodarki Komunalnej i Mieszkaniowej w Jarosławiu to nie tylko poszerzenie zakresu i obszaru świadczonych usług, czy też kolejne inwestycje. O sile firmy decyduje przede wszystkim grupa 150 pracowników, codziennie zaangażowanych w prosperowanie miasta oraz całego powiatu. - Zmiany w sposo-



Zwycięska drużyna PGKiM.

bie funkcjonowania spółki wpłynęły również na rozwój samych zatrudnionych, którzy niebawem ułożą się z firmą - podkreśla **Krzysztof Sopol**, prezes zarządu PGKiM Sp. z o.o. w Jarosławiu. - Wspólnie walczyliśmy i wygrywamy kolejne przetargi. Dzięki temu zapewniamy sobie nie tylko płynność finansową, ale również najwyższe, a to daje naszym ludziom poczucie bezpieczeństwa.

Stabilna praca, terminowe wypłaty, a także dobre warunki so-

cialne to nie jedyne zalety podmiotu nominowanego do tytułu Solidny Pracodawca Podkarpacia 2008. Zarówno dla kadry umysłowej, jak i fizycznej organizowane są liczne szkolenia, np. z zakresu zarządzania nieruchomościami, jak również operowania wózkami widłowymi. O zatrudnionych dba nie tylko zarząd spółki, ale także dwa związki zawodowe funkcjonujące na jej terenie. To m.in. w ich gestii leży coroczne rozdysponowywanie oraz zarządzanie funduszem świadczeń socjalnych rzędu 100 tys. zł, przeznaczanym głównie na dopłaty do wczasów, obozów, czy też na paczki świąteczne i wyjazdy integracyjne do własnego ośrodka wypoczynkowego w Radawie. - Grono naszych pracowników poszerza się kilka razy w roku o praktykantów oraz stażystów. Niejednokrotnie najlepsi z nich pozostają z nami na stałe - dodaje Krzysztof Sopol. - Praca u nas jest atrakcyjna także dzięki rozwinięciu systemowi premiowania dla najaktywniejszych zawodowo. Bardzo dobra współpraca z władzami miasta pozwala spółce na nieustanny rozwój. W planach jest już uruchomienie nowoczesnej sortowni odpadów, w której zatrudnienie znajdą kolejne osoby.

Anna Rok

Europejskie standardy w gazowym świecie

„Irex-Gaz” przymierza się do wydatnego umocnienia rynkowej pozycji. W najbliższym czasie, obok standardowej działalności, spółka planuje rozpocząć produkcję nowych wyrobów, skierowanych do specyficznych odbiorców z branży gazowej. Najwyższe wymogi prowadzenia działalności spełnia jednak już od dawna, za co została uhonorowana tytułem i godłem EU Standard 2008.

Początkowo działalność przedsiębiorstwa opierała się na sprzedaży urządzeń oraz montażu punktów redukcyjno-pomiarowych gazu.

- Do dnia dzisiejszego główną działalnością firmy jest produkcja nowych, modernizacja oraz eksploatacja istniejących stacji redukcyjno-pomiarowych gazu I i II stopnia redukcji - mówi **Ireneusz Paruzel**, prezes „Irex-Gaz” Sp. z o.o. - a także budowa i remonty sieci gazowych wysokiego i średniego ciśnienia oraz montaż wraz z konserwacją systemów bezpieczeństwa instalacji gazowej zgodnie z certyfikatem ISO 9001:2000 oraz uznaniem zakładu przez UDT.

Oprócz tego przedsiębiorstwo dokonuje przeglądów okresowych i przyjmuje w eksploatację stacje gazowe. Na dzień dzisiejszy pod opieką spółki znajdują się stacje redukcyjno-pomiarowe gazu, instalacje gazowe oraz system bezpieczeństwa w ponad 100 obiektach. Ponadto spółka jest operatorem sieci ciepłowniczej w Miasteczku Ślą-

skim. W swej codziennej pracy „Irex-Gaz” mocno postawił na solidność i jakość oferowanych usług. Potwierdzeniem tych działań jest uzyskanie przez firmę certyfikatu jakościowego ISO 9001:2000. Ale firma nie spoczywa na laurach. Zarząd postawił na szeroko zakrojone inwestycje. W ostatnich latach wybudowana została hala magazynowo-serwisowa oraz hala produkcyjna. Już wkrótce asortyment oferowanych wyrobów ma się powiększyć o filtry gazowe, których produkcja rozpocznie się na przełomie roku, a także szafki i obudowy do stacji gazowych.

- Godło EU Standard, obok posiadanych już certyfikatów „Solidna Firma” oraz „Przedsiębiorstwo Fair Play”, to kolejne potwierdzenie naszych wysokich standardów jakościowych - cieszy się Paruzel. - Towarzysząc nam one każdego dnia, pomagając tworzyć silną, konkurencyjną markę.

Tomasz Popławski



BERNDSON: pracuj mniej - zarabiaj więcej

Nieodwracalne zmiany, jakie zaszły w ostatnich latach na polskim rynku, sprawiły iż szkolenia rozwijające wiedzę i kompetencje pracowników stały się niezbędne. Jednocześnie rynek pracy stał się w coraz większym stopniu rynkiem wyszkolonego i wykwalifikowanego pracownika, posiadającego wiedzę i praktyczne umiejętności.

Podstawowe wartości dla uczestników szkoleń intuicyjnie zasada: „Pracuj mniej - zarabiaj więcej”, którą kieruje się firma szkoleniowa BERNDSON. Dobrze dobrane szkolenia, podnoszące kompetencje pracowników, pozwalają budować poczucie wartości i wpisują się w ich długofalowy rozwój zawodowy. Z punktu widzenia pracodawcy specjalistyczne szkolenia są sposobem na docenienie dotychczasowych wysiłków oraz zatrzymanie w firmie najcenniejszych ludzi. Szkolenia zwiększają ich efektywność, oszczędzają czas, praca staje się bardziej twórcza, a to przekłada się na wzrost jej wartości. Ponadto inwestycje w wiedzę i kompetencje budują więź między pracownikiem i pracodawcą, co jest niezwykle istotne w czasach stale przyspieszającej rotacji kadr. - Już od pięciu lat cieszymy się zaufaniem klientów w całej Polsce - wyjaśnia **Bartosz Soczówka** - dyrektor merytoryczny firmy BERNDSON. - Serdecznie dziękujemy wszystkim, którzy skorzystali już z naszych szkoleń oraz tym, którzy w dowód uzna-

nia nominowali nas do nagrody Złoty Laur Klienta 2008. Tak prestiżowe wyróżnienie stanowi dla nas ogromną nobilitację, ale i zobowiązanie do tego, aby jeszcze intensywniej poszukiwać dla Państwa nowej jakości i możliwości. Jesteśmy przekonani, że dzięki temu stale będziemy oczekiwania. Eksperti i trenerzy gwarantują wyjątkową jakość szkoleń przeznaczonych dla pracowników wszystkich poziomów organizacji firmy. Pomagają podnosić kompetencje w obszarach zarządzania, negocjacji, sprzedaży, marketingu i finansów, a unikalna koncepcja szkoleń polega na postawieniu pracownika oraz jego rozwoju zawodowego na centralnym miejscu. Eksperti firmy nie tylko pełnią rolę trenerów, ale także partnerów i doradców kadry kierowniczej na szlaku ich osobistego rozwoju. Każdy trener jest wysokiej klasy ekspertem o bogatym doświadczeniu w obszarze swojej specjalizacji i jednocześnie wyjątkową osobowością, która może być źródłem dodatkowej inspiracji.

Michał Czyżyło

Tyle misji, ile oglądalności

Telewizja Polska S.A. z powołanym półtora roku temu prezesem przechodzi spore zmiany. Dobre efekty widać nie tylko na szklanym ekranie, ale i na koncie firmy. W rankingu wyników finansowych jednoosobowych spółek Skarbu Państwa za rok 2007 TVP S.A. zajmuje aż 10. miejsce.

Zobrotem przekraczającym 2,131 mld i zyskiem ponad 86 mln zł TVP S.A. znalazła się w szczytowej dziesiątce polskich JSSP. Wynik finansowy cieszy, a w jego ocenie warto dodać pewien istotny fakt. W różnych publikacjach podaje się mianowicie, że stacje komercyjne osiągnęły wyższe przychody. Mało kto jednak wspomina o istotnym ograniczeniu ustawowym związanym z finansowaniem z abonamentu radiowo-telewizyjnego: TVP nie może przecież przerywać programów reklamami, stąd też ma o wiele mniejsze możliwości sprzedaży czasu antenowego. – *Oznacza to, że nigdy nie możemy konsumować wzrostu rynku reklamowego w takim tempie, jak to telewizja komercyjna* – opowiada Andrzej Urbański, prezes zarządu Telewizji Polskiej S.A. – *Ale za to z biurem reklamy współpracujemy nową, lepszą strategię. Zamiast niebotycznie windować ceny, jednocześnie rozdając olbrzymie zniżki, tak jak robi to konkurencja, zachowujemy twarde zasady gry. Rzetelnie wywiązujemy się z umów, za to z rabatami o wiele bardziej umiarkowanymi. Zwracam uwagę, że dane porównawcze nie uwzględniają zwykle cen faktycznych, tylko te oficjalne, a to pozwala przypuszczać, że koledzy ze stacji komercyjnych sprzedają czas reklamowy dużo taniej niż wynika z zestawień.*

REKLAMA

Obok najpopularniejszych seriali, kluczowe dla biznesu TVP są programy informacyjne i to zarówno ze względu na udział w rynku, jak i najsilniejsze przychody. Obok *Wiadomości*, należą do nich *Teleexpress* z prawie 5-milionową widownią, *Celownik* z prawie taką samą, a także *Panorama*, która teraz jest mocno wzmacniana (odświeżone studio i nowy zespół). Te czasy antenowe mają najwyższą opłacalność dla całej korporacji pod względem stawek za reklamę. Są zawsze wypełnione do maksimum.

Wygrywać jakością programów

Pierwszy i bodaj najważniejszy punkt przewagi nad konkurencją dotyczy oferty programowej TVP. W jednym z przeprowadzonych w 2007 r. badań na 20 najbardziej oglądanych programów aż 18 pochodziło z Telewizji Polskiej. Mieściły się w nich zarówno takie produkcje jak „M jak miłość” czy „Ranczo”, których oglądalność sięga 8 mln widzów, jak i debaty przedwyborcze (których nie chciała wyemitować konkurencja). Oczywiście nie brak wydarzeń nietypowych, jak choćby relacje z Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy, obejrzone przez 12 mln widzów. Jest jeszcze jedna ważna rzecz: telewizja publiczna łącznie nadaje 253 godzin programów na dobę. Żadna inna stacja nie ma takiego



wyniku. Niedawno otwarty kanał TVP Info stał się *de facto* kanałem „piątego wyboru”, mając dwukrotną przewagę nad swoim najpoważniejszym konkurentem tematycznym, TVN 24. I wbrew pozorom, nie odgrywa tu roli różnica w zasięgu, gdyż oba kanały docierają do identycznej widowni. Okazuje się zatem, że Polak, mając wybór, najczęściej decyduje się na telewizję publiczną, czyli TVP 1, Dwójkę czy Info, a także TVP Kultura – bo właśnie te kanały oferują mu to, czego potrzebuje.

Zgodnie z konwencją Komisji Europejskiej

– *Kiedy obejmowałem stanowisko, przyjąłem dewizę: tyle misji, ile oglądalności* – opowiada prezes Urbański. – *Było ono przez niektórych postrzegane jako kon-*

trowersyjne, bo przecież jesteśmy medium publicznym. Ale tłumacząc od zawsze współpracownikom, że dzisiejsza telewizja nie może realizować swoich zadań w oderwaniu od widowni. Program bez publiczności nie jest bowiem programem, tylko półproduktem. Gdy twórcy kreują audycję skierowaną do bardzo wąskiego, wyspecjalizowanego i wykształconego grona, to tak naprawdę lekceważą szerszo rozumianą przeciętną publiczność. Zresztą, proszę zauważyć, że żadna europejska telewizja publiczna nie inwestuje tak jak my w Teatr Telewizji czy inne programy kulturalne. A dla nas i tak najważniejsza jest grupa docelowa +4, czyli dotarcie do wszystkich Polaków powyżej wieku 4 lat.

Misja, według instrukcji Komisji Europejskiej, to powszechność dostępu. Kluczowe zatem dla zarządu jest stwierdzenie: to, co związane z misją, ma być oglądane. Taka polityka przynosi profity. Zeszły rok TVP zakończyła bowiem nie tylko znakomitym wynikiem finansowym, ale też jako stacja nr 1 w całej Europie – mowa o rankingu zasięgu telewizji publicznych. A przecież warunki po temu są coraz trudniejsze...

... bo nadchodzi cyfryzacja

Ta jest procesem nieuchronnym. W Polsce nastąpi do 2014 r., ale jej skutki można przewidzieć już dziś. We Francji np. w trzecim roku po wprowadzeniu cyfry-

zacji stacjom komercyjnym zaczęło grozić bankructwo. Powód? Gdy przybywa kanałów, to gwałtownie musi wzrosnąć rynek reklamy, a on nie wytrzymuje takiego tempa. We Francji znalazło się już rozwiązanie: prezydent Sarkozy przeprowadził ustawę, aby telewizja publiczna, zasilana już ze środków publicznych, otrzymała dodatkowe środki, a w zamian ustąpiła z rynku reklamowego na rzecz stacji prywatnych. To sensowna droga, ratująca zarówno rynek komercyjny, jak i media publiczne. A jak ma się do tego dziś TVP? – *Działając według obecnej ustawy, chcemy nie dopuścić do krachu, który zdarzył się w innych krajach, np. na Węgrzech, gdzie wskutek nierozważnych działań politycznych telewizji publicznej prawie nie ma* – opowiada Urbański. – *Jesteśmy otwarci, będziemy jednak dążyć do tego, żeby telewizja działała w warunkach konkurencyjności: aby nie skostnieć, obok wpływów z abonamentu musi też umieć zarabiać na rynku. Jednocześnie podkreślam, że jakiegokolwiek rozwiązanie musi być konieczne zgodne z wymogami unijnymi, a przecież każda nowa forma pomocy publicznej wymaga notyfikacji w Brukseli.*

A do cyfryzacji Telewizja Polska przygotowuje się od dawna: już trzeci rok inwestuje setki milionów złotych rocznie w przejście z całych systemów analogowych na cyfrowe. Czekają ją restrukturyzacja, ale jak zapowiada prezes – spółka zmierzy się

zarówno z radykalnym spadkiem przychodów z abonamentu, jak i z kryzysem finansowym.

Marka = dobro narodowe

Mało kto zdaje sobie sprawę na co dzień, że telewizja publiczna jest jedną z najsilniejszych marek w Polsce. Przez ponad 50 lat tradycji w świadomości Polaków powstała *brand* uznawany przez naród za wielką wartość. Walka, by ten stan utrzymać, jest bardzo trudna, ale się udaje. Kiedy Urbański przychodził na Wroniczą, TVP była na 5. miejscu rankingu zaufania do instytucji w Polsce. W tym roku spółka zajmuje *ex aequo* (razem z Wojakiem Polskim) miejsce numer 1.

– *Zrobiliśmy profesjonalne badania, których wnioski mocno nas zaskoczyły* – uśmiecha się Andrzej Urbański. – *Otóż większość Polaków uważa, że TVP to po pierwsze: dobro publiczne, a po drugie: instytucja niezbędna dla poczucia wspólnoty, do budowania więzi w społeczeństwie. Mało tego, Polacy chcą, żeby TVP robiła to jeszcze lepiej. I tak właśnie będziemy działać. Udało mi się ściągnąć do TVP wspaniałych fachowców i gwiazdy, które dziś zbierają laury dla siebie i dla nas. Dzięki temu śpię o wiele spokojniej. Spokojnie mogą też spać nasi reklamodawcy. Mogą być pewni, że zaoferujemy im najlepsze oglądalności i będziemy bardzo solidnym partnerem.*

Jakub Lisiecki

*gęsty,
kremowy...*

**Wybór
ze smakiem**

Z przyjemnością informujemy, że **pierwsze miejsce w kategorii „Majonezy” zajęła marka Winiary.** Dziękujemy za to zaszczytne wyróżnienie i składamy naszym Konsumentom życzenia pysznych Świąt Bożego Narodzenia!

dobre pomysły - dobry smak

Bezpieczna droga do sukcesu

Hispano-Suiza Polska powiększyła w tym roku hale produkcyjne o osiem tysięcy metrów kwadratowych, a zatrudnienie o 100 osób. Firma jest jednym z najnowocześniejszych producentów komponentów lotniczych na Podkarpaciu, a dziś co trzeci Boeing 737 latający na świecie ma w swym silniku elementy wyprodukowane przez specjalistów z Sędziszowa Małopolskiego.

Kończący się 2008 rok był dla Hispano-Suiza Polska rokiem dynamicznego rozwoju i licznych sukcesów. Spółka powiększyła powierzchnie produkcyjną i administracyjną, zatrudnienie, a także zdobyła dwie prestiżowe nagrody: Solidny Pracodawca Podkarpacia 2007 oraz Pracodawca Równych Szans.

Na gruncie stanowiącym własność spółki powstały dwie hale produkcyjne. Inwestycja kosztowała 20 mln euro. W jednej z nich powstał Wydział Komponentów Strukturalnych z najnowocześniejszą linią produkcyjną polskiej branży lotniczej. Poszczególnymi procesami technologicznymi sterować będzie zintegrowany system komputerowy.

Wprowadzenie rozwiązań z branży samochodowej do branży lotniczej było do tej pory niespotykane na skalę światową – ocenia

Ryszard Łęgiewicz, prezes zarządu Hispano-Suiza Polska. – Dzięki wprowadzeniu innowacyjnych roz-



Gondola silnika CF34-8 (produkowana przez Aircelle w kooperacji z Aermacchi), do której Hispano-Suiza Polska będzie produkować części.

wiązań w produkcji lotniczej, skróciły cykl wytwórczy, a tym samym podnieśliśmy wydajność oraz obniżymy koszty. Wykorzystamy nowe linie do wyrobu elementów ze stopów aluminium i tytanu montowanych w gondolach silników lotniczych. Je-

stem przekonani, że nowa inwestycja umocni naszą pozycję rynkową i przyniesie wymierne korzyści.

Hispano-Suiza Polska specjalizuje się w produkcji części do silników lotniczych. Głównymi ich odbiorcami są wspaniali liderzy branży: Rolls-Royce plc., Rolls-Royce Deutschland Ltd. Snecma, General Electric, Pratt & Whitney.

Solidny pracodawca

Od chwili powstania, czyli od 2001 roku, Hispano-Suiza Polska wciąż zwiększa swoją konkurencyjność na rynku, dbając równocześnie o jak najwyższe standardy zatrudnienia. Ukoronowaniem tych działań było zdobycie w 2008 roku dwóch prestiżowych

nagród: Solidny Pracodawca Podkarpacia 2007 oraz I miejsce w kategorii „firma duża” w konkursie Pracodawca Równych Szans.

W tym roku w firmie rozpoczęła się realizacja dwóch programów skierowanych do pracowników: Hispano-Suiza Polska – firma wolna od dymu papierosowego, drugi to powołanie drużyny ratowników medycznych. Pierwszy program miał dwie edycje, na początku oraz na końcu roku. Celem programu jest pomoc pracownikom w rzuceniu palenia. Spółka realizuje te działania we współpracy z Wojewódzkim Ośrodkiem Medycyny Pracy. Pracownikom, którzy do niego przystąpili, została zagwarantowana pomoc medyczna, badania lekarskie, test uzależnienia oraz terapia farmakologiczna. Powołanie drużyny ratowników medycznych wiązało się z poprawą bezpie-

czeństwa zatrudnionych w Hispano-Suiza Polska. Dwudziestu pracowników spółki zostało przeszkolonych z zakresu udzielania pierwszej pomocy medycznej. Jeden z elementów nauki to obsługa defibrylatora docelowo zostanie przekazany firmie. Docelowo zostanie przeszkolonych 20 osób, które będą mogły udzielić pomocy w wypadkach zagrożenia zdrowia i życia. Obecnie na 20 pracowników przypada jeden ratownik medyczny. Co więcej, na liniach produkcyjnych o podniesionym stopniu ryzyka będzie osoba, która w razie wypadku szybko i profesjonalnie udzieli pomocy.

– Stale prowadzimy działania w zakresie bhp – wyjaśnia Tadeusz

Marnik, specjalista nadzoru jakości i bezpieczeństwa pracy. – Rejestrujemy, analizujemy, a następnie likwidujemy potencjalne przyczyny zdarzenia wypadkowych oraz odchyleń od przepisów.

– Bezpieczeństwo pracowników to rzecz nadrzędna – stwierdza Ryszard Łęgiewicz. – Dzięki takiej polityce wewnętrznej od początku działalności w spółce odnotowaliśmy jedynie dwa lekkie wypadki. W porównaniu z innymi firmami z naszej branży jest to bardzo niski wskaźnik.

W tym roku Hispano-Suiza Polska otrzymała nominację do tytułu Solidny Pracodawca 2008.

Dariusz Kwiatkowski

Agata Szatko, dyrektor finansów i zasobów ludzkich

Wprowadziliśmy szereg programów, których celem jest podniesienie atrakcyjności naszej firmy, jako miejsca pracy, a co za tym idzie – związane z pracownikami. Zdajemy sobie sprawę, że to właśnie stabilny, zaangażowany, identyfikujący się z firmą zespół ludzi jest główną siłą napędową naszej działalności. Mamy bogaty pakiet świadczeń socjalnych, opiekę medyczną, program dodatkowych ubezpieczeń pracowników, rozwinięty system premii motywacyjnych i nagród, program refundacji szkoleń pracowników, w ramach którego refundujemy do 90% kosztów nauki, pokrywamy koszty dodatkowe oraz wypłacamy nagrody po ukończeniu szkoły. Jesteśmy firmą oferującą bardzo dobre warunki pracy i bogate możliwości rozwoju zawodowego, a na dodatek oferujemy zatrudnienie w branży najbardziej wyrafinowanych technologii.

CLEANMAG® – unikalny do ostatniej drobinki

Kopalnia Magnezytu „GROCHÓW” S.A. wprowadziła na rynek CLEANMAG® – magnezytowy uzdatniacz wody. Ceglasty proszek to unikat na skalę europejską. Jego głównym zadaniem jest uzdatnianie wód miękkich i kwaśnych. Firma została niedawno nagrodzona tytułem i godłem EU Standard 2008 oraz uzyskała Dolnośląski Certyfikat Gospodarczy.

– Ostatnie lata to dla nas czas inwestycji – mówi Adam Pierzga, prezes zarządu Magnezytu „GROCHÓW” S.A. – Zmodernizowaliśmy cały zakład: od części wydobywczej, aż po przerób i systemy logistyczne. Kupiliśmy też nowoczesne ciągi technologiczne sortowania optycznego, a także wiele urządzeń do przerobu magnezytu. Obecnie przygotowujemy się do kolejnych przedsięwzięć. Jesteśmy w trakcie działań zmierzających do uruchomienia nowej kopalni gabra, minerału wykorzystywanego jako materiał drogowy i budowlany.

Kopalnia magnezytu znajduje się we wsi Grochowa w powiecie ząbkowickim na Dolnym Śląsku. To jedyna tego typu kopalnia w Polsce, a historia jej datuje się od 1862 roku. Wtedy kopalnię wydobywano podziemnymi robotami górniczymi. Dziś spółka

REKLAMA



prowadzi eksploatację metodą odkrywkową, a to niesie ze sobą wymóg wyjątkowej sprawności i dbałości w trakcie prowadzenia wszelkich prac górniczych.

Użyteczny materiał

Magnezyt wydobywany w stare unowocześnianej kopalni wykorzystywany jest w wielu dziedzinach gospodarki: w procesie produkcji wieloskładnikowych nawozów sztucznych, związków magnezu, jako składnik mas ceramicznych, mas ogniotrwałych, jako topnik, w hutnictwie (tzw. slag splashing), do produkcji soli fizjologicznych, jako dodatek mineralny do pasz oraz przy neutralizacji kwaśnych ścieków. Do grupy odbiorców grochowskiego magnezytu należą najwięksi polscy producenci nawozów sztucznych, sektor

hutniczy i chemiczny. Część produkcji trafia także za granicę, np. do Czech.

Ostatnie lata to dla spółki okres dynamicznego rozwoju.



Wiodącą misją działania spółki jest oprócz oczywistego sukcesu ekonomicznego, redukcji kosztów i modernizacji – także ciągła poprawa jakości produkcji wraz z inwestycjami w nowe technologie.

Medalowy CLEANMAG®

Magnezytu GROCHÓW S.A. opracowała nowy, unikatowy produkt CLEANMAG®. Jego

zadaniem jest oddzielanie i odmanganianie wody bez konieczności dozowania substancji koagulujących. Produkt podnosi jednocześnie pH wody, a obniża zawartość amoniaku, azotanów i azotynów. Odmanganianą zaletą produktu jest to, iż wzbogaca on wodę w pierwiastek życia – magnez. CLEANMAG® stosuje się też do oczyszczania ścieków, neutralizacji metali ciężkich i odpadów oraz odsiarczania spalin. Walory wyrobu potwierdza posiadany Atest Higieniczny



ny HK/W/0586/01/2008 wydany przez Państwowy Zakład Higieny z przeznaczeniem do stosowania w procesach uzdatniania wody przeznaczonej do spożycia oraz oczyszczania ścieków.

– Prezentowaliśmy ten produkt na targach POLEKO, spotkał się z dużym zainteresowaniem odbiorców – dodaje Adam Pierzga. – To unikalny wyrób na polskim rynku, mam nadzieję, że wzbudzi zainteresowanie w całej Europie.

Anna Ręczkowska

Osiągnięcie takiego sukcesu wymaga nie tylko olbrzymiego nakładu finansowego, ale głównie wysiłku organizacyjnego i technicznego powiązanego z koniecznością fachowej wiedzy wyspecjalizowanej załogi. Pozostaje życzyć kopalni dalszych sukcesów.

Zasoby komunalne pod solidnym zarządem

MZZK w Chrzanowie w 2007 roku uzyskał ok. 13,0 mln zł obrotu. Rok bieżący zamknie na poziomie 12,0 mln zł, a dzięki profesjonalnemu zarządzaniu pozycja zakładu jest stabilna, co pozwala jej generować nowoczesne miejsca pracy. MZZK otrzymał nominację do tytułu Solidny Pracodawca Małopolski 2008.

– Solidny pracodawca to taki, który regularnie wypłaca wynagrodzenie, szkoli i zatrudnia fachowców wpływających bezpośrednio na jakość samej firmy – mówi Maria Góra, dyrektor Miejskiego Zarządu Zasobów Komunalnych w Chrzanowie. – Takimi się też czujemy. Nie tylko na bieżąco odprowadzamy zobowiązania wobec instytucji państwowych, ale przede wszystkim dajemy poczucie bezpieczeństwa ekonomicznego naszej kadrze oraz przedsiębiorcom świadczącym dla nas różne usługi i roboty budowlane.

W 2007 roku siedziba zarządu została przeniesiona do nowoczesnego budynku spełniającego wszystkie normy bhp, który wyposażono w nowy sprzęt komputerowy oraz biurowy. Aktualny biurowiec umożliwia sprawne funkcjonowanie zintegrowanego systemu ob-

sługi klientów, jak również stanowi doskonałe zaplecze socjalne dla załogi.

Priorytetem MZZK jest innowacyjność. Firma wprowadza nowatorskie rozwiązania dotyczące organizacji pracy oraz form zatrudnienia, co również determinuje polityka zakładu zorientowana na ludzi młodych. Dyrekcja nie tylko wspomaga finansowo pracowników kształcących się, ale przede wszystkim regularnie kieruje ich na szkolenia, by tym samym byli jak najlepiej przygotowani do zadań merytorycznych.

W kalendarz zakładu na stałe wpisali się już spotkania integracyjne z okazji Dnia Komunalnika, wyjazdy do teatru oraz wycieczki. Wszystkie te działania zbliżają załogę i budują lepszą atmosferę w mieście zatrudnienia. – Swoich pracow-

ków oceniam bardzo wysoko za ich kreatywność, wiedzę i umiejętności. Dlatego pragnę dzielić z nimi radość z nominacji do tytułu Solidnego Pracodawcy Małopolski 2008 – z dumą dodaje dyrektor Góra.

Dobra organizacja przyciąga kontrahentów z całego kraju, którzy chcą brać udział w przetargach, a także świadczyć usługi na rzecz MZZK w Chrzanowie. Duża skala robót remontowych i inwestycyjnych pozwala na zaangażowanie młodych podwykonawców. Dzięki racjonalnemu działaniu firmy, miasto dysponuje dobrym stanem substancji mieszkaniowej, a w 2009 roku wzbogaci się o 40 mieszkań socjalnych w wysokim standardzie, w tym odrestaurowanym budynkiem z ok. XIX wieku.

Janusz Koralewski

...Piękna jest radość w Święta
Ciepłe są myśli o bliskich,
Niech Pokój, miłość i szczęście
Otoczy dzisiaj nas wszystkich...

..Wesołych Świąt Bożego Narodzenia
oraz Szczęśliwego Nowego Roku 2009
Czytelnikom Przeglądu Gospodarczego

życzą
Właściciele oraz Pracownicy
FFiL Śnieżka S.A.

DZIĘKUJEMY ZA ZAUFANIE!

Śnieżka

REMAG: kombajny dla świata

REMAG SA zajął wysokie, 28. miejsce w rankingu wyników finansowych jednoosobowych spółek Skarbu Państwa za 2007 rok. Sukces ekonomiczny firmy opiera się na stosowaniu sprawdzonej od lat, przyjaznej dla klientów formy sprzedaży kombajnów chodnikowych poprzez wynajem. REMAG w ten sposób udostępnił ich już około 250. 85% kombajnów pracujących w polskim górnictwie węgla kamiennego pochodzi właśnie od tego producenta.

Wysoka liczba sprzedanych maszyn mogła być osiągnięta tylko dzięki dopasowaniu oferty do potrzeb klientów. Producent dostarcza urządzenia bardzo wysokiej jakości i wydajności urabiania, ciągle unowocześniane, objęte stałą opieką serwisową, przy stosunkowo niskich kosztach użytkowania. Przychody ze sprzedaży spółki w 2007 roku wyniosły przeszło 120 mln zł, z czego eksport stanowił około 25%. 54% sprzedaży realizowane jest w formie usług wynajmu.

REMAG, datujący początki swojej historii na rok 1946, dziś znany jest w wielu krajach świata. W Hiszpanii od 1994 roku posiada własny zakład serwisujący oraz remontujący kombajny chodnikowe, który prowadzi też roboty górnicze. Maszyny z Katowic-Kostuchny pracowały już w Kolumbii, gdzie REMAG założył kopalnię głębinową, na Gran Canarii, Majorce i Gijon przy budowie podziemnych garaży, ponadto w Czechach, na Węgrzech, w Argentynie. Obecnie firma mocno rozbudowuje bazę w Wietnamie, gdzie sprzedała do tej pory już 14 kombajnów chodnikowych.

REMAG zabiega o dominującą pozycję w branży w krajach o dużym potencjale rozwoju

podziemnego górnictwa węgla kamiennego – i leży to w realnym zasięgu możliwości spółki. Dysponuje bowiem profesjonalną kadrą, która nie tylko potrafiła otworzyć przedsiębiorstwu drogę na światowe rynki, ale też zapewniła stabilny, zrównoważony rozwój finansowy i technologiczny.



Kombajny R-200 i R-120 na Międzynarodowych Targach Górniczo-Geologicznych w Katowicach.

Producent dostarczał do roku 1995 urządzenia górnicze, początkowo głównie na licencji Voest-Alpine, a potem na dokumentacji własnej. W 1995 roku przy współpracy szerokiego zaplecza naukowego powstał kombajn KR-150 o całkowicie polskim rodowodzie. Obecnie REMAG ma w ofercie nowoczesne kombajny w różnych wersjach i wyposażeniu. Przeznaczone są do drążenia chodników oraz tuneli w każdych warunkach górniczo-geo-

logicznych zarówno w podziemnych, jak i na powierzchni. Specjalistyczne wersje kombajnów pozwalają na urabianie skał w kamieniołomach, starych fundamentów betonowych, piasków kwarцовych, spieczonych lub przepalonych skał płonnych na hałdach przykopalnianych. Najnowszymi produktami REMAG-u są:

lekki kombajn R-120, kombajn RO-100K do pracy w odkrywkowych kopalniach surowców mineralnych, średni kombajn R-130 oraz ciężki R-200.

– Osiągnięte w ostatnich latach wyniki finansowe świadczą o naszej dobrej kondycji – mówi Jerzy Gruszczyk, prezes zarządu REMAG SA.

– Mamy ugruntowaną pozycję na rynku. Konkuruje- my jakością oferowanych produktów i jej znakomitą relacją do ceny. Przewidujemy też w pozyskiwaniu nowych rynków zagranicznych. Poprawiliśmy efektywność pracy, redukując koszty produkcji, a równocześnie zwiększając przychody dzięki wzrostowi popytu na maszyny. To daje nam perspektywę dalszego wzrostu zysków i stwarza idealne warunki do rozwoju spółki na długie lata.

Jakub Lisiecki

Inwestycje z gwarancją sukcesu

Pomorska Specjalna Strefa Ekonomiczna jest jedną z najdynamiczniej rozwijających się stref. Powód? Preferencyjne warunki, jakie gwarantuje Strefa, a także atrakcyjność gospodarcza 1.162 ha powierzchni, którymi zarządza.

Pomorska Specjalna Strefa Ekonomiczna (PSSE) jest narzędziem rozwoju gospodarczego na obszarach województwa pomorskiego, zachodniopomorskiego i kujawsko-pomorskiego.

Celem zarządu PSSE Sp. z o.o. jest, by przy dużych inwestorach lokowały się polskie małe i średnie przedsiębiorstwa z tej samej branży. Firmy te wykorzystują unijne dofinansowanie na podniesienie standardu technologii, stając się bliskimi kooperantami „gigantów”. Wzorcowym przykładem takiego właśnie klastra jest inwestycja największego producenta cementu na świecie, firmy Lafarge Cement w gminie Barcin, gdzie na sąsiadującym z cementownią terenie, w granicach Strefy, zaczynają lokować się małe polskie firmy, działające w szeroko rozumianej branży budowlanej.

Jednym z najważniejszych zakończonych projektów PSSE jest Sharp Crystal Park, mieszczący się w miejscowości Ostaszewo, gmina Łysomice. Warto też wspomnieć o objęciu pod koniec ubiegłego roku przez Pomorską SSE jednej z najnowocześniejszych i najpotężniejszych na świecie fabryk papieru – Mondy Świecie S.A.

Ponadto, w najbliższym czasie planowane jest objęcie terenu w gminie Rypin pod inwestycję firmy „Pol-Aqua” S.A. z Piaseczna, która zamierza wybudować zakład produkujący konstrukcje stalowe.

Profesjonalne podejście do każdego z inwestorów przyczyniło się do wypracowania przez Pomor-



Gdański Park Naukowo-Technologiczny.

ską Specjalną Strefę Ekonomiczną wysokiej pozycji biznesowej.

Gdański Park Naukowo-Technologiczny: transfer zaawansowanych technologii

W 2006 roku – przy wykorzystaniu środków UE – rozpoczął działalność Gdański Park Naukowo-Technologiczny. Dzięki współpracy Pomorskiej SSE, Samorządu Województwa Pomorskiego oraz Politechniki Gdańskiej z władzami Gdańska powstał Park, którego misją opiera się na stworzeniu jak najlepszych warunków dla

nowo powstających małych i średnich przedsiębiorstw. Od początku mierzącego do ułożenia na obszarze 2,6 ha nowoczesnych powierzchni technologiczno-produkcyjnych, laboratoriów badawczo-naukowych, sal konferencyjno-biurowych oraz wszelkich jednostek doradczych i finansowych. A wszystko to w celu zwiększenia wydajności kontaktów środowiska naukowego z liderami przemysłu high-tech. – Lokalizacja GPNT w bliskim sąsiedztwie centrum Gdańska i największych uczelni na Pomorzu to dodatkowy atut obiektu, w którym działa również inkubator firm technologicznych – mówi Teresa Kamińska, prezes zarządu Pomorskiej SSE Sp. z o.o. – Jakkolwiek na tym nie poprzestajemy. Chcemy zapewnić zaplecze dla Bałtyckiego Centrum Biotechnologii i Diagnostyki Innowacyjnej. W efekcie powstanie międzyuczelniany ośrodek badawczo-wdrożeniowy prowadzący badania z zakresu szeroko rozumianej biotechnologii, którego rozwiązania znajdą zastosowanie w polskiej biogospodarcze.

Dynamiczny rozwój Pomorskiej SSE, będącej nie tylko solidnym, ale także zaufanym partnerem, został dostrzeżony oraz uhonorowany tytułem EU Standard 2008 oraz nagrodą Forbesa.

Anna Rok

Stomil-Poznań: mocny wzrost finansowy

Stomil-Poznań, datujący swoje początki na rok 1928, dziś w rankingu jednoosobowych spółek Skarbu Państwa za 2007 rok zajmuje mocne, 34. miejsce. Osiągnął wysokie zyski dzięki sprawnemu wykorzystaniu możliwości rynkowych. Teraz będzie mógł sobie pozwolić na spory rozmach inwestycyjny.

Rośnie rynek na zamówienia poznańskiego Stomilu. Firma w zeszłym roku świetnie wykorzystwała okazję do dużych kontraktów, głównie dla górnictwa i armii. Ponadto po okresie zmian oraz restrukturyzacji przyszedł moment dobrej kondycji wraz ze stabilnym wzrostem finansowym. Wreszcie jakość, konkurencyjne ceny, a także doświadczenie przekuły się na przekonanie klientów, że to właśnie wielkopolskiego producenta powinni wybrać jako partnera w biznesie.

– Cieszymy się tak wysoką pozycją w rankingu, bo świadczy ona, że zdecydowanie wyróżniamy się na tle podobnych spółek – mówi Andrzej Klimek, wiceprezes zarządu Stomil-Poznań S.A. – Jesteśmy żywym dowodem na to, że można bardzo dobrze zarządzać majątkiem jako JSSP. Bo nie tylko zarabiamy na siebie, ale wypracowaliśmy dużą nadwyżkę finansową, która teraz pozwoli nam na inwestycje rzędu nawet kilkudziesięciu mln euro.

Firmę czekają zmiany: w 2010 ma nastąpić jej prywatyzacja i teraz zarząd chce się do niej należycie przygotować. Właśnie temu ma posłużyć odważny, rozbudowany program inwestycyjny w połączeniu

z jeszcze lepszym wykorzystaniem majątku spółki. Poznański Stomil chce bowiem, obok produkcji opon w technologii diagonalnej, uruchomić równoległe radialną. Projekt ma szansę realizacji w ciągu 3-4 lat. Dla przedsiębiorstwa oznacza to znaczne zwiększenie możliwości rynkowych, a w perspektywie – wzrost wyniku finansowego.

Sila od lat

Stomil-Poznań to pionier przemysłu oponiarskiego w Polsce. Funkcjonuje od 80 lat. Jest jedynym w tej chwili w kraju dostawcą zarówno wyrobów gumowych, jak i półfabrykatów sprzedawanych innym wytwórcom.

Odbiorcami firmy są klienci, których maszyny pracują w ekstremalnych warunkach: kopalnie miedzi, cynku, ołowiu, ale przede wszystkim szeroko rozumiany odbiorca wojskowy, od lotnictwa (myśliwce odrzutowe MiG eksploatowane są właśnie na oponach Stomilu), poprzez transport czolgowy aż po słynnego „Rosomaka”. Poznański Stomil zna więc też coraz więcej w branży ogumienia dla przemysłu rolniczego i budowlanego.

– Ważne też są dla nas zamówienia indywidualne – opowiada Andrzej Klimek. – Jesteśmy zainteresowani uruchamianiem krótkich, niepowtarzalnych serii, bo posiadamy odpowiednie zaplecze, doświadczenie i moce produkcyjne. Tu też tkwi nasza przewaga na rynku: wielkie, światowe koncerny niechętnie podejmują się nietypowych zadań, gdyż mają zupełnie inne priorytety. My za to potrafimy bardziej elastycznie reagować, podjąć się trudnych wyzwań. Pozwalają nam na to zarówno unikatowy park maszynowy, jak i pewne uwarunkowania historyczne.

A te są nie bez znaczenia. Firma zawsze była związana z przemysłem obronnym. Poza tym wygrywa dzięki bliskości do klienta. Wbrew pozorom, wielu producentom opon w Polsce to w rzeczywistości zakłady produkcyjne, a nie centra podejmowania decyzji. Mimo więc, że konkurencja ma świetny poziom technologiczny, Stomil-Poznań potrafi się wsluchać w potrzeby klienta i wygrać: know-how, logistyką, szybkością terminów realizacji nawet nietypowych zleceń. Udać mu się skutecznie wypełniać lukę na rynku.

Jakub Lisiecki

Zdobywca Złotego Laura Konsumenta 2008

Dziękujemy za zaufanie!

Rodzina mleka
Enfamil Premium
z **LIPILEM**
to solidna podstawa
lepszego rozwoju
niemowlęcia
i małego dziecka

Ważna informacja: Karmienie piersią jest najlepszym sposobem żywienia niemowlęcia. Aby osiągnąć najlepsze efekty, należy dbać o dietę w czasie ciąży i po urodzeniu dziecka oraz nie decydować się na nieuzasadnione dokarmianie. Karmienie butelką może powodować osłabienie laktacji. Podczas przygotowywania posiłku należy przestrzegać instrukcji podanej na opakowaniu oraz zasad higieny. Przed rozpoczęciem karmienia butelką należy rozważyć korzyści finansowe płynące z karmienia piersią. W sprawach dotyczących żywienia niemowląt rodzice powinni zasięgnąć porady lekarza.

Bristol-Myers Squibb Services Sp. z o.o.
Al. Armii Ludowej 26, 00-609 Warszawa, tel. (+48 22) 579 66 66, fax (+48 22) 579 66 77

Producent wiedzy wspiera przemysł

Centrum Elektryfikacji i Automatykacji Górnictwa EMAG od ponad półwiecza jest ważnym i cenionym dostawcą nowoczesnych rozwiązań technologicznych dla wielu gałęzi krajowego i światowego przemysłu.

Marka, mającej siedzibę w Katowicach jednostki badawczo-rozwojowej, jest dobrze znana w wielu krajach świata, zwłaszcza tam, gdzie prowadzone są procesy przemysłowe związane z działalnością wydobywczą – m.in. w Chinach, Rosji, Białorusi, Wietnamie czy na Ukrainie. Ponad 50-letnie doświadczenie (choć w obecnej formule organizacyjno-prawnej EMAG funkcjonuje od 1975 roku, to tradycje, które kontynuuje, są dłuższe), znakomita kadra oraz potencjał naukowo-badawczy pozwoliły na wypracowanie bogatego dorobku naukowego, a także zdobycie doświadczenia w opracowywaniu i wdrażaniu urządzeń, systemów oraz technologii. EMAG jest dziś uznanym producentem wiedzy potrzebnej do usprawniania i podnoszenia bezpieczeństwa procesów przemysłowych oraz cenionym eksporterem polskiej myśli technicznej poza granice kraju.

Lider rynku

Centrum EMAG jest realizatorem prac naukowych, badawczo-rozwojowych, konstrukcyjnych oraz ekspertyz w zakresie elektrotechniki, automatyki, łączności, informatyki, racjonalnego użytkowania paliw i energii oraz ochrony środowiska.

Ofertę uzupełniają małoseryjna produkcja aparatury i urządzeń, badania specjalistyczne, usługi Atestacji oraz Laboratorium Badawczego i Wzorcującego z Pracownią Badań Kompatybilności Elektromagnetycznej. To lider w segmencie rynku.

– Szczególnym powodem do dumy jest osiągnięta przez EMAG mocna pozycja w zakresie opracowywania oraz wdrażania systemów bezpieczeństwa i monitorowania zagrożeń naturalnych, aparatury, a także systemów automatyki kontroli parametrów jakościowych węgla, układów zasilania czy energooszczędnego sterowania napędów – wyjaśnia Piotr Wojtas, dyrektor Centrum EMAG. – W pewnych segmentach rynku jesteśmy absolutnym „number one”, np. około 87 proc. systemów metanometrii zainstalowanych w polskich kopalniach jest naszym autorstwa. W naszej ofercie jest kilkadziesiąt produktów usprawniających i podnoszących bezpieczeństwo procesów przemysłowych, z których kilka jest naprawdę wyjątkowych i unikatowych na światową skalę. Należą do nich m.in. technologiczny analizator jakości węgla GAMMA NATURA, system diagnostyki i sterowania maszynami górniczymi MAKS DBC, przenośny analizator węgla

WALKER, rewelacyjny audiometr służący do wykonywania badań przesiewowych słuchu u noworodków, system monitorowania zagrożeń środowiska SMP-NT/A, czy systemy wykrywania zagrożeń tąpnięciami ARAMIS oraz ARES.

W gronie najlepszych

Realizując zadania naukowo-badawcze, Centrum EMAG współpracuje z instytutami i katedrami prestiżowych krajowych oraz zagranicznych wyższych uczelni. – Jesteśmy też uczestnikiem kilkunastu sieci naukowych, klastrow i innych przedsięwzięć o podobnym charakterze, organizatorem wielu cieszących się uznaniem konferencji i seminariów naukowych oraz wydawcą „MIAG-u”, jedynego w Polsce cyklicznego wydawnictwa naukowego poświęconego kwestiom automatyzacji i mechanizacji górnictwa – dodaje Piotr Wojtas.

Od kilku lat w Centrum EMAG realizowany jest proces restrukturyzacji wewnętrznej, którego głównymi elementami są: zwiększenie i zróżnicowanie oferty kierowanej do potencjalnych odbiorców rozwiązań technicznych, intensyfikacja transferu nowych technologii do małych i średnich przedsiębiorstw reprezentujących różne gałęzie przemysłu,



racjonalizacja kosztów i aktywniejsze poszukiwanie środków z krajowych i unijnych funduszy przeznaczonych na finansowanie badań i rozwoju. Dyrekcja EMAG-u za jeden z głównych celów na najbliższe lata stawia sobie zwłaszcza zwiększenie tzw. stopnia komercjalizacji wyników prac naukowo-badawczych, czyli jak najszybsze przekazywanie odbiorcom przemysłowym efektów pracy zatrudnionych w jednostce naukowców, inżynierów i konstruktorów: urządzeń, systemów i technologii.

Siedem nagród w dwa tygodnie

Centrum EMAG jest właścicielem prawie 450 patentów, praw ochronnych, zarejestrowanych znaków towarowych

oraz laureatem licznych, polskich i międzynarodowych nagród oraz wyróżnień. W ostatnim czasie do tego grona dołączyły kolejne – siedem prestiżowych nagród katowicka jednostka zdobyła tylko w ciągu dwóch tygodni listopada!

Pierwszy sukces osiągnięto w Brukseli. Laboratorium technologicznych analizatorów jakości węgla GAMMA NATURA oraz system sterowania i diagnostyki maszyn górniczych MAKS DBC zostały wysoko ocenione podczas odbywających się w stolicy Unii Europejskiej tegorocznych, 57. Targów Wynalazczości, Badań Naukowych i Nowych Techniki „Brussels Innovation 2008”. GAMMA NATURA otrzymała Złoty, a MAKS DBC Srebrny Medal w towarzyszącym targom Konkursie Innowacji „Eureka”. Podczas Targów Krzyż Kawalerski Orderu Wynalazczości, nadany przez Najwyższą Komisję Odznaczeń Królestwa Belgii, otrzymał za wybitne osiągnięcia w dziedzinie wynalazczości dyrektor Centrum EMAG, Piotr Wojtas. EMAG został również laureatem Ogólnopolskiego Rankingu Liderzy Eksportu. W tegorocznej edycji imprezy Centrum EMAG zdobyło tytuły nagrody: wyróżnienie Kapituły Konkursu w edycji regionalnej w kategorii „Certyfikaty i wyróżnienia”, statuetkę i tytuł Regionalnego Lidera Eksportu w kategorii „Osiągnięcia” oraz najważniejszą – statuetkę i tytuł Ogólnopolskiego Lidera Eksportu w kategorii „Certyfikaty”. Nagrodzona w Brukseli GAMMA NATURA znalazła też uznanie w oczach kapituły

Konkursu Polski Produkt Przyszłości. Urządzenie zostało wyróżnione przez Kapitułę Konkursu w kategorii „Wyrób przyszłości w fazie wdrożeniowej”. Warto w tym miejscu podkreślić, że eksport innowacyjnych rozwiązań jest jednym z bardziej perspektywicznych kierunków rozwoju Centrum EMAG. Przez pierwszy 9 miesięcy 2008 roku jednostka zanotowała ponaddwukrotny wzrost sprzedaży na rynkach zagranicznych (w stosunku do analogicznego okresu roku poprzedniego). Rozwiązania i urządzenia opracowane w Centrum EMAG są sprzedawane m.in. do Rosji, Wietnamu, Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Francji, Niemiec, Grecji i RPA, a ostatnio także na Ukrainę do kopalń o bardzo trudnych warunkach eksploatacji pokładów węgla. Ostatni z uzyskanych w listopadzie zaszczytów to tytuł EU Standard 2008, uzyskany w programie organizowanym przez redakcję „Przeglądu Gospodarczego Gazety Prawnej”. Potwierdza on, że Centrum EMAG stosuje najlepsze europejskie i międzynarodowe standardy w produkcji, usługach, inwestycjach, podjęciu do pracownika i ogólnie pojętej kulturze organizacyjnej firmy.

Tomasz Popławski

Centrum Elektryfikacji i Automatykacji Górnictwa EMAG
40-189 Katowice
ul. Leopolda 31
tel. 032 2007-700,
faks 032 2007-701 do 704
e-mail: centrum@emag.pl
www.emag.pl

Thinking of you
Electrolux

Idealne chłodzenie bez konieczności rozmrażania

Chłodziarko-zamrażarka Side by Side

Nowa technologia połączona z funkcjonalnością nagrodzona Odkryciem Roku 2008

Z myślą o tych, którzy cenią sobie spokój i ciszę

Odkurzacz Ultrasilencer ZUS3365

Odkurzacz nagrodzony Złotym Laurem Klienta 2008 w kategorii Odkurzacze

www.electrolux.pl

Marka Electrolux została odznaczona kryształową statuetką European Trusted Brand 2008. Nagroda przyznawana jest markom uznanym przez konsumentów za godne zaufanie.

Europejskie standardy odzysku ciepła

Wiele ciepła powstającego w trakcie produkcji stali, a także innych procesów technologicznych, pozostaje niewykorzystywane. Dzięki spółce Eko-mik-System nie traci się ono bezpowrotnie, ale zagospodarowywane jest w zakładowych lub miejskich systemach ciepłowniczych. Innowacyjność tych rozwiązań pozwoliła firmie zdobyć godło i tytuł EU Standard 2008.

Eko-mik-System specjalizuje się w projektowaniu oraz wykonawstwie systemów odzysku ciepła z chłodzenia pieców przemysłowych, odciąganych z nich gazów w stalowniach, walcowniach, kuźniach, odlewniach itp. Odzyskane ciepło służy następnie do wytwarzania pary lub gorącej wody i jest wykorzystywane w instalacjach centralnego ogrzewania lub do produkcji ciepłej wody

znaczeniu. Nie trzeba również dodawać, że rozwiązania Eko-mik-System wpływają w sposób pozytywny na stan środowiska, mając proekologiczny charakter. Zainwestowane w system pieniądze potrafią zwrócić się już po roku jego użytkowania. Z doświadczeń przedsiębiorstwa skorzystały m.in. Huta i Kuźnia Batory Chorzów, HSW-HSJ i HSW-Kuźnia Stalowa Wola, czy CMC-Huta Zawiercie i CELSA Ostrowiec Św. Ale system odzysku ciepła to nie jedyna oferta spółki. Eko-



dzają uprawnienia nadane przez Urząd Nadzoru Technicznego w zakresie wykonywania napraw, a także modernizacji m.in. rurociągów przesyłowych, kotłów parowych i wodnych etc.

Skuteczne prowadzenie biznesu owocuje. Eko-mik-System na początku lipca otworzył oddział w Stalowej Woli.

– Otrzymanie prestiżowego godła EU Standard 2008 to kolejne potwierdzenie, że wyznaczony przez nas kierunek rozwoju znajduje uznanie wśród ekspertów – mówi członkowie zarządu Eko-mik-System Sp. z o.o. z Gliwic. – Jesteśmy dumni, że znaleźliśmy się w gronie firm dbających o jakość produktów, spełniających najbardziej szczegółowe wymagania i standardy.

Tomasz Popławski



użytkowej. Łatwo zatem zauważyć, że firmy decydujące się na taką inwestycję dysponują własnym, tanim źródłem ciepła, które mogą zagospodarować na swoje potrzeby, a nadwyżki sprzedawać na zewnątrz. Przy dzisiejszych wzrostach cen ten argument zyskuje dodatkowo na

mik-System realizuje również zlecenia związane z projektowaniem, kompletacją dostaw, prefabrykacją podzespołów i konstrukcją, robotami budowlano-montażowymi oraz rozruchem obiektów z zakresu energetyki przemysłowej. Jakość oferowanych przez firmę usług potwier-

TOP MARKA 2008

SORAYA – w domu... i na scenie

Marka dla firmy jest tym, czym dobry PR dla artysty: wpływa na popularność, kreuje styl, a dobrze wykorzystana procentuje na całe życie. Jeśli jest rozpoznawalna, wzbudza zaufanie i wywołuje poczucie bezpieczeństwa, staje się wartością ponadczasową. Dla konsumentów dobra marka jest znakiem solidności. To sygnał, że kupiony produkt ma sprawdzoną jakość, a jego użycie nie będzie wiązało się z ryzykiem. Dla polskiej firmy kosmetycznej SORAYA dobra marka to połączenie oczekiwań klienta z zaskoczeniem, kiedy dostaje więcej, niż się spodziewa.

Według badań zachowania klientów, średnio 5 sekund wystarczy, by podjąć decyzję o wyborze jednego produktu z gamy silikonu podobnych. Dlatego KILUNASTA, by wybory kosmetyków wiązały

nej nici zależności pomiędzy firmą a jej klientami. Z jednej strony polega ona na rozumieniu oczekiwań konsumenta; z drugiej – czyli z punktu widzenia klienta – opiera się na łatwym rozpoznawaniu tożsamości fir-

zostały przebadane ginekologicznie i dermatologicznie, by pielęgnacja była bezpieczniejsza i bardziej skuteczna.

SORAYA – artystom

Rozumiejąc współczesne wymagania rynku i oczekiwania konsumentów, SORAYA – obok już istniejącej bazy i make-upu – wprowadza gamę produktów do pielęgnacji twarzy Artist Care. Są to kosmetyki stworzone, by dbać o skórę narażoną na ekstremalne warunki, takie jak: nadmierne nasłonecznienie, wiatr, mróz, ale i scena ze światłami reflektorów czy duszne i zadymione pomieszczenia. Określając specyfikę nowej linii, SORAYA stworzyła unikalną linię kosmetyków, dostosowanych do warunków pracy ludzi sceny. Składniki zawarte w preparatach mają przeciwdziałać starzeniu się skóry. Na rynku znajdzie się płyn do demakijażu scenicznego, bogaty w ekstrakty roślinne z bratki polnego i opuncji, które nawilżą i ukoją zmęczoną skórę. Dodatkowo, przed wysuszeniem skóry będzie chronił Soraya Artist Care Hydro – Krem Sceniczny, do którego dodano egzotyczne ekstrakty: z arbuza z pustyni Kalahari i peruwiańskiej rośliny tara. Innowacyjność jest silnym atutem produktów nowej serii. – Mocną stroną marki jest pierwszeństwo w działaniach. Jako pierwsi wprowadzaliśmy nowe rozwiązania i nowe aktywne składniki – opowiada dyrektor Cybulski. Innowacyjność Liftingu Scenicznego dla cery normalnej i mieszanej oraz suchej i bardzo suchej polega przede wszystkim na dwufazowości produktu, w którym działają preparaty: czerwony żel,

przygotowujący skórę do głębokiego liftingu, i biały krem – wygładzający i liftingujący.

Uczciwość to dotrzymywanie obietnic

Stopień przywiązania, jakim obdarzamy firmę, zależy w dużym stopniu od tego, czy cechy nadawane firmie są cechami uznanymi za pozytywne w naszym kręgu kulturowym. Zaufanie i szacunek oraz wywiązywanie się z obietnic to wartości

ki dobrane są w taki sposób, by jak najefektywniej eliminować istniejące zmarszczki, a innowacyjne substancje hamują działanie niekorzystnych enzymów i usuwają przyczyny starzenia się skóry.

Innowacyjność i wyróżnianie się

Podstawą dobrej marki jest czytelny i rozpoznawalny wizerunek. Wyróżnianie się to proces budowania swojej tożsamo-

czość, celuje w szybkość i skuteczność działań. Dzięki umiejscowieniu produkcji kosmetyków w Polsce, gwarantuje klientom dostępne ceny. Firma postawiła przed sobą zadanie: każda Polka powinna mieć wysokiej jakości produkt, nieustępujący w niczym produktom wiodących firm zachodnich, ale przy dużo niższej cenie. – *Zawsze dawaliśmy więcej, jeśli chodzi o produkt: więcej, niż spodziewa się tego klient i więcej, niż wynika to z ceny kosmetyku* – dodaje dyrektor generalny. Efektywnym sposobem wprowadzania innowacyjności i wyróżniania marki jest jej zróżnicowanie pod względem designu. Pod koniec września SORAYA wprowadziła na rynek nową odsłonę produktów serii Care & Control. Nowością są nowoczesne opakowania, ulepszona formuła oraz inwestycja w rozszerzenie linii. W odpowiedzi na potrzeby młodszej grupy klientów, gamę produktów przeznaczonej dla cery trądzikowej zamieniono na dwie linie. Jedną to C&C Antybakteryjną, drugą – C&C Oczyszczającą.

Marka z osobowością

Prócz wyróżnienia i zastosowania innowacyjnych metod, dobrą markę cechuje charyzma i charakter. Typowo ludzkie wartości służące mają ugruntowa-

się z bezpieczeństwem i zadowoleniem, od prawie 25 lat inwestuje w zaplecze laboratoryjne i technologiczne. Podnosząc jakość i innowacyjność swoich produktów, stała się firmą znaną ze światowych rozwiązań. W tegorocznej edycji ogólnopolskiego programu Laur Konsumenta, SORAYA okazała się najlepiej postrzeganą marką wśród firm produkujących artykuły kosmetyczne, chemiczne i farmaceutyczne. Przedsiębiorstwo kończy rok nie tylko prestiżową nagrodą, ale również wprowadza szereg nowości, które w najbliższym czasie, razem ze znanymi już produktami marki, zagospodzą i w domach, i na scenie.

Dwie relacje

Model skutecznego budowania marki zakłada istnienie pew-



Małgorzata Foremniak:

Bardzo się cieszę, że jestem ambasadorem SORAYI, ponieważ kosmetyki są bliskie każdej kobiecie. Moje ulubione to Beauty Creator Przeciwmarszczkowy Program Enzymatyczny, są rewelacyjne! A w jesienne wieczory z przyjemnością zanurzam ciało w kąpieli z dodatkiem lawendowej soli Soraya.



Andrzej Brzozowski i Zbyszek Rojek (kabaret Kaczki z Nowej Paczki):

Minęły czasy, kiedy rozmowy na temat kosmetyków prowadziły tylko panie. My mężczyźni mamy to do siebie, że lubimy zmiany, chyba że trafimy na coś, co nam pasuje i tak też jest z kosmetykami. Z produktami firmy SORAYA nie spotkałem się przypadkowo, polecił mi ją jeden z kolegów. Wypróbowałem i jestem zadowolony. Ponieważ nie mogę używać dezodorantów zawierających alkohol (ze względu na podrażnienia skóry), z powodzeniem używam antyperspiracyjne Roll-ony: Active Men i Cool Men. Są bardzo łagodne, nie powodują zdrażeń, nie brudzą ubrań i zapewniają uczucie świeżości przez długi okres czasu. Podobnie jest z płynem do kąpieli Family Fresh Wiosenny Deszcz, którego kremowa konsystencja znakomicie odświeża ciało nie tylko po długiej podróży czy występie. Podczas nagrywania programów telewizyjnych, kiedy nie zawsze jest obecna pani od make-up-u, zawsze mam pod ręką bazę i make up marki SORAYA. Jest to specjalna seria kosmetyków scenicznych, znakomicie dopasowujących się do karnacji. Polecam wszystkim koleżankom i kolegom nie tylko z branży estradowej.

* * *

Co roku zawsze wraca temat, jakie prezenty kupimy swoim bliskim pod choinkę. Przed tym problemem stanęliśmy kolejny raz, a wybór podarunków dotyczył naszych żon. Chodziło nam o coś praktycznego, co jednak trafi w gusta naszych pań. Przypomnieliśmy sobie, że właśnie SORAYA może wybaczyć nam z tego ambarasu. Nic przecież nie poprzeciwnie kobiecie, jak dobry kosmetyk. I tu pojawił się problem, jaki wybrać. W dziedziny damskich kosmetyków nie jesteśmy niestety ekspertami. Z pomocą przyszła nam uroczą pani ekspedientka w jednym z salonów kosmetycznych w Olsztynie. Doradziła, wyjaśniła i poleciła te, których sama używa i są chętnie kupowane przez klientki. Oferta była bardzo szeroka, ale po krótkich konsultacjach zdecydowaliśmy się na Balsam Soraya Professional, krem Soraya Special Care oraz ulubiony blizniak do ust naszej rozmówczyni – Lip Gloss. Po tym wyborze jesteśmy pewni, że małżonki będą mile zaskoczone, a Mikołaj nie dostanie po uszach.



najczęściej pożądane. W oczach klientów SORAYI, jedną z jej najwyraźniejszych cech jest uczciwość. – *Stanowi to duży atut* – komentuje dyrektor firmy. – *Jest to marka, do której konsument ma zaufanie i na której się nie zawiodł*. Dotrzymanie obietnic jest gwarancją, że klient produkt kupi, zapamięta i będzie chciał kupić ponownie. Jest sygnałem, że marka się sprawdziła i można na niej polegać. Dzięki laboratorium firmy SORAYA, mianowanemu Europejskim Centrum Badań i Rozwoju, możliwa jest koncentracja zespołu wokół zapewnienia jak najlepszego poziomu prestiżu nad niezawodnością produktów pracującą specjalistą z dziedziny chemii, medycyny i biotechnologii. Liczne badania wpływają na wysoką efektywność produktów linii Summer Slim, w skład której wchodzi Antycelulitowy Korektor Kofeiny do Ciała. Intensywne działanie wyszczuplające i antycelulitowe wspomagane jest poprzez zawartość kofeiny i mentolu. Spalające tkankę tłuszczową i pobudzające mikrokrążenie składniki gwarantują widoczny rezultat już po 14 dniach. Także produkty linii Beauty Creator – Przeciwmarszczkowy Program Enzymatyczny odznaczają się wysoką skutecznością. Składni-

ści poprzez różne środki. Mogą być nimi ciekawe i niespotykane linie produktów, charakterystyczne dla danej marki substancje czy unikalne technologie. Wszystkie przykłady odnoszą się do jednej wspólnej ce-



chy – innowacyjności produktów. – *Od początku istnienia marki naszym założeniem było dostarczanie kobietom najnowocześniejszych technologii w przystępnej cenie* – stwierdza Cybulski. – *SORAYA była zawsze aktywna, jeśli chodzi o działania na rzecz wyszukiwania najnowszych światowych rozwiązań*. Firma kieruje się wartościami, które przyświecają jej od dziesięcioleci: cenii innowacyjność, wspiera poświęcenie i przedsiębior-

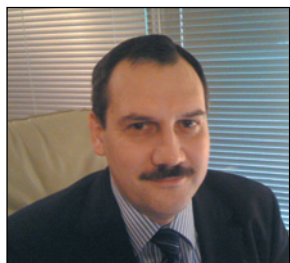
niu wizerunku marki i zbudowaniu sieci skojarzeń. Charakterystyczną filozofią SORAYI, aby oferować Polkom dobre gatunkowo kosmetyki za przystępną cenę, wzmocniona została inną wyróżniającą kampanią. SORAYA zaprasza do współpracy gwiazdy, które – jako ambasador czy twarz firmy – wspierają jej działania. Poprzez swoją osobowość kreują wizerunek marki i wpisują go w wyobrażenie światowego stylu życia. – *Obecnie prowadzimy kampanię reklamową z nową twarzą SORAYI – panią Małgorzatą Foremniak, aktorką, profesjonalistką, mistrzynią empatii*. Dla klientów przygotowaliśmy tak reklamowane produkty, a zwłaszcza zestaw upominkowy dla bliskich z okazji zbliżających się świąt Bożego Narodzenia. Jeżeli chodzi o dalszą przyszłość, wielkimi kontynuować politykę wielkiej innowacji. Czekamy na nas wiele nowinek, które niebawem wprowadzimy na rynek polski – podsumowuje Jarosław Cybulski.



Agnieszka Deleska

Życie jest zbyt piękne, aby nie być zdrowym!

Z Januszem Grohs, z prezesem zarządu Marinex International, rozmawia Michał Czyczyło.



co dzień w naszym otoczeniu. Jednocześnie preparat ma niezwykle istotny wpływ na prawidłowe funkcjonowanie narządów krwiotwórczych, poprawiając ich wydolność. Chroni również krew przed oksydacją, potrafiąc podnieść jej potencjał antyoksydacyjny aż o 30%. Poprawia także przepływność błon komórkowych, dzięki czemu komórki są lepiej odżywczo i dotlenione. Reasumując, preparat ten wzmacnia odporność organizmu i przedłuża vitalność.

- Zaburzenia odporności są powodem większości chorób...

- Owszem, a przebieg, brak powikłań lub ich nadmierna ilość, a także wynik leczenia każdej z nich zależy od sprawności układu immunologicznego. Udowodniono, iż regularne przyjmowanie preparatu bezpośrednio wzmacnia naszą podwójną odporność. Zmniejsza to ryzyko wywołania przez wirusy i bakterie szeregu groźnych chorób niszczących nasze zdrowie. Życie przecież jest zbyt piękne, aby nie być zdrowym!

- Czym Wasz produkt wyróżnia się na tle innych preparatów tego typu dostępnych na rynku?

- Jego skład jest całkowicie unikalny w porównaniu do innych olejów z wątroby rekina. Metody pozyskiwania zostały opracowane przez rządowy ośrodek naukowy w Australii -

CSIRO. BioMarine570® to silny i precyzyjny immunomodulator, o najwyższej skuteczności w tej grupie preparatów. Swoją wartość potwierdził w 8 badaniach klinicznych i 21 badaniach populacyjnych. Uważam, że powinno się stosować jedynie preparaty posiadające badania kliniczne. Tylko wtedy możemy mówić o skuteczności i efektywnym inwestowaniu w zdrowie. To właśnie potwierdzona jakość preparatów gwarantuje nam satysfakcję, a co najważniejsze i o czym nie możemy zapominać bezpieczeństwo.

- A na co wskazują wyniki przeprowadzonych badań?

- Zmieniały obowiązujące standardy. Dowiodły, że naturalna i nabyta odporność u zdrowego człowieka nie działają na zadowalającym poziomie.



mie. Aby mogły sprawnie walczyć z bakteriami, wirusami, nowotworami i innymi czynnikami chorobotwórczymi, muszą być silne i działać precyzyjnie. Badania wykazały, iż obie odporności działają zdecydowanie lepiej po odpowiednim odżywieniu kwasami tłuszczowymi zawartymi w BioMari-

ne570®. Duże ilości oleju rybiego wspomagają również pracę wątroby i trzustki. Efekty prac przerosły oczekiwania badaczy. Okazało się, iż BioMarine570® może podnieść odporność zdrowego człowieka aż o 135% - taki wynik osiągnięto po raz pierwszy na rynku. Efekty stosowania preparatu na grupie zdrowych osób odbiły się poważnym echem na rynku medycznym. Zaowocowało to zaproszeniem naukowców z Zakładu Immunologii Klinicznej Instytutu Centrum Zdrowia Matki Polki w Łodzi do zaprezentowania wyników w Akademii Medycznej w Korei Południowej. Listy gratulacyjne od naukowców z Japonii, Francji, Włoch umocniły nas w przekonaniu, jak przełomowego dokonaliśmy odkrycia. Regularne przyjmowanie preparatu, zawierającego olej o najwyższej jakości, to zgodny z potrzebami naszego organizmu i potwierdzony naukowo sposób na rozsądne zarządzanie swoim zdrowiem.

- A dla kogo przeznaczony jest preparat BioMarine570®?

- Może go stosować każdy, kto uważa, że jego zdrowie jest wartościowe. W krótkim przedziale czasu osoby borykające się z efektami osłabionej odporności. W średnim i długim jako podstawowy składnik diety śródziemnomorskiej, która wykazała w bada-

niach najwyższą skuteczność ochrony zdrowia przed wieloma chorobami. Nasz preparat jest dietą zdrowia i długowieczności. Zdrowie człowieka opie-



ra się na tłuszczach. Kiedy są właściwe, żyjemy długo i zdrowo. Takie „superłuszcze”, o wyjątkowej, najwyższej jakości i kompozycji zawiera właśnie Wielka Trójka diety śródziemnomorskiej, której elementem jest BioMarine570®. My wiedzieliśmy o tym od dawna, dlatego od dziesięciu lat propagujemy na rynku polskim odpowiedni styl życia wspomagany modelową suplementacją. Kwasy omega-3, alkiloglicerole, skwalen, koenzym Q10 zamknięte w kapsułkach Wielkiej Trójki w znakomity sposób podnoszą jakość życia. Badania jednoznacznie wskazują - nasz organizm potrzebuje tych składników do prawidłowego funkcjonowania. Natomiast ich niedobory w decydujący sposób przyczyniają się do rozwoju wielu choro-

b, w tym tych najcięższych, z którymi walka jest bardzo trudna. Suplementacja codziennej diety Wielką Trójką uzupełnia niedobory niezbędnych nienasyconych kwasów tłuszczowych zawartych w diecie śródziemnomorskiej. Oferujemy najlepsze preparaty, ponieważ sami je używamy całymi rodzinami. Propagujemy dietę śródziemnomorską, którą również stosujemy. Pragnę podziękować za zaufanie, jakim rodacy obdarzyli nasze produkty - to dzięki nim otrzymaliśmy prestiżowy Złoty Laur Konsumenta 2008. Zapewniam jednak, iż z pewnością nie spoczniemy na laurach. Prowadzimy nieustannie badania kliniczne, aby jeszcze lepiej poznać potencjał naszych preparatów. Naszemu funkcjonowaniu przyświeca bowiem idea: działać w zgodzie z naturą, ale zawsze w oparciu o naukę. Wszystkim życzymy z okazji nadchodzących świąt i zbliżającego się Nowego Roku przede wszystkim zdrowia. Doskonale bowiem wiadomo, że tylko człowiek zdrowy może być w pełni szczęśliwy i dzielić to szczęście z najbliższymi. Dobre zdrowie to fantastyczne samopoczucie zarówno psychiczne, jak i fizyczne, umożliwiające stały rozwój, naukę, gwarantujące kreatywność i błyskotliwość.

- Dziękuję za rozmowę.

PZN: pokoleniowa wymiana doświadczeń

Z Jerzym Zalegą, prezesem zarządu Przedsiębiorstwa Zarządzania Nieruchomościami Sp. z o.o.

- rozmawia Magdalena Ryś.



- Obecnie zatrudniamy około 600 pracowników na etatach oraz około 200 pracujących na zlecenie. Działają oni w całej Polsce - posiadamy oddziały w Lublinie, Szczecinie, Łodzi i Warszawie. Ponadto nasi ludzie obsługują klientów w ok. 100 miejscowościach na terenie kraju. Rzeszta, właścicielami firmy. Zresztą, właścicielami firmy. Zresztą, właścicielami firmy. Zresztą, właścicielami firmy.

- Od początku dużą wagę przywiązują Państwo do kwestii szkoleń kadry...

- Tak, każdy z pracowników ma możliwość podnoszenia kwalifikacji. Naszą uwagę koncentrujemy na doskonaleniu umiejętności zawodowych, ale nie tylko. Duży nacisk kładziemy na pokoleniową wymianę doświadczeń. Staramy się, by starsi pracownicy swoją wiedzę merytoryczną i umiejętność kontaktu z klientami przekazywali młodszym. Taki system jest przecież jedną z najważniejszych i najcenniejszych form edukacji.

- Bardzo ważnym elementem funkcjonowania współczesnego przedsiębiorstwa jest także stwarzanie takiego miejsca pracy, w którym kobiety

spokojnie mogą planować rodzinę...

- Zgadza się, macierzyństwo sprzyja szybszemu dojrzewaniu zawodowemu kobiet. Nabyte doświadczenie oraz odpowiedzialność mają bezpośrednie przełożenie na wykonywanie obowiązków

służbowych. Dlatego wiadomość o ciąży pracownika nie stanowi dla nikogo problemu i jest przyjmowana życzliwie. Kobiety powracające po urlopach macierzyńskich mogą z całą pewnością liczyć na dalszą karierę w naszej firmie.

- Dziękuję za rozmowę.

Przedsiębiorstwo Zarządzania Nieruchomościami rozpoczęło działalność w 1996 roku jako spółka córka Banku Pekao S.A. W 2001 roku stało się niezależną spółką, będącą w 100% własnością jej menedżerów i pracowników. Sztandarową usługą przedsiębiorstwa jest zarządzanie oraz administrowanie nieruchomościami wraz z ich kompleksową obsługą techniczną. Ponadto świadczy usługi utrzymania czystości, realizuje inwestycje budowlane, pośredniczy w obrocie nieruchomościami. Na tym polu jej działania jednak się nie kończą. Oferuje również kontrole realizacji inwestycji w ramach kredytów budowlanych, inwentaryzację środków trwałych. Posiada Centrum Konferencyjno-Szkoleniowe w Serocku nad Zalewem Żegrzyńskim, które jest chętnie wynajmowane na różnego rodzaju sympozja i seminaria. Jest to także miejsce narad i integracji pracowników PZN. Przedsiębiorstwo obsługuje ponad 2000 obiektów tak renomowanych podmiotów jak: Bank Pekao, Bank PKO BP, Bank Zachodni WBK, Kredyt Bank, Bank Ochrony Środowiska, Polbank, BRE Bank etc. Stara się każdą wykonywaną usługę dostosowywać do indywidualnych potrzeb zleceniodawcy. Wszystkie obszary działalności realizuje, opierając się na wypracowanych procedurach Systemu Zarządzania Jakością ISO 9001:2000. Ostatnie lata były latami systematycznego rozwoju PZN i racjonalnych inwestycji w załogę oraz nowoczesny sprzęt. Sposób działania i jakość usług firmy zyskują coraz szersze uznanie na forum krajowym, czego efektem stały się m.in. nagroda polskiego biznesu „Firma roku 2003”, przyznawana przez Polski Klub Biznesu za wdrożenie i stosowanie nowoczesnej technologii zarządzania nieruchomościami, tytuł „Gazeta Biznesu 2007”, czy nominacja do tytułu Solidnego Pracodawcy 2008.



Od lewej: Edyta Wójcik, Przemysław Lewiński, Agnieszka Sternik, Paweł Okoń.

Agnieszka Sternik, kierownik zespołu w Pionie Serwisu Kredytów Budowlanych:

- Z PZN związałam się sześć lat temu, kiedy to otrzymałam pracę na stanowisku referenta w Pionie Serwisu Kredytów Budowlanych. W niedługim czasie uzyskałam awans na stanowisko specjalisty, a następnie na kierownika zespołu. Rozwój zawodowy udało mi się połączyć z bardzo ważnym wydarzeniem - dziewięć miesięcy temu zostałam mamą. Możliwość samorealizacji w życiu osobistym stanowiła dla mnie największą motywację do powrotu do pracy.

Edyta Wójcik, dyrektor Pionu Nieruchomości:

- Swoją pracę rozpoczęłam w 1999 roku zaraz po skończeniu liceum oraz studium ekonomicznego. Firma umożliwiła mi dalszy rozwój intelektualny, kierując mnie na studia. Dzięki swoim ambicjom, zaangażowaniu oraz doskonałemu na szkoleniach - trzy lata temu awansowałam na stanowisko dyrektora całego pionu. Cenię pozytywną atmosferę, która tu panuje. Ludzie są pracowici i kompetentni, zarówno kierownictwo, zarząd, jak i personel podstawowy. W międzyczasie zostałam szczęśliwą mamą 2 dzieci i dzięki klimatowi życzliwości w firmie udaje mi się godzić rozwój zawodowy z życiem rodzinnym.

Przemysław Lewiński, zastępca dyrektora Pionu Utrzymania Czystości i Usług Ogólnoadministracyjnych:

- Do firmy PZN trafiłem 16 października 2000 roku. Zostałem wówczas administratorem budynku instytucji z sektora ubezpieczeń. Następnie pracowałem na stanowisku administracyjno-technicznym w centrali spółki. Potem przeniesiono mnie do Pionu Serwisu Kredytów Budowlanych. Nie mogłem się tam odnaleźć, dlatego zaoferowano mi pracę w Pionie Utrzymania Czystości i Usług Ogólnoadministracyjnych, gdzie od dwóch lat z powodzeniem kieruję zespołem. Mam satysfakcję z pracy w firmie, która daje mi poczucie stabilizacji.

Paweł Okoń, zastępca dyrektora w Pionie Techniki i Zabezpieczeń:

- Moja kariera przebiega bardzo dynamicznie. Pracę w PZN rozpocząłem w 2004 roku jako praktykant logistyk w Pionie Czystości, w którym to doszedłem do stanowiska kierownika zespołu. W międzyczasie ukończyłem studia, a potem zaproponowano mi pracę w Pionie Techniki i Zabezpieczeń. Starałem się wykonywać powierzone obowiązki dobrze, a w efekcie objąłem stanowisko zastępcy dyrektora pionu. Moją ambicją jest m.in. motywowanie podwładnych serwisantów do działania i uświadamianie im, że każda praca ma sens i może stać się początkiem czegoś nowego.

Desirable odkrywa piękno natury

W wyniku połączenia kolagenu biologicznie aktywnego z naturalnymi witaminami oraz ekstraktami z roślin powstała innowacyjna linia kosmetyków *Desirable*. Jej producentem jest gdyńska firma 3-Helisa Sp. z o.o. – obecnie jeden z czołowych graczy na kosmetycznym rynku.

Laboratorium biotechnologiczne 3-Helisa jako jedyne w Polsce otrzymuje kolagen biologicznie aktywny. Preparat ten jest efektem kilkunastu lat badań prowadzonych przez prof. Józefa Przybylskiego i jego zespół. Kolagen stanowi podstawę nowo tworzonej serii *Desirable*, w skład której wchodzi dostępny już na rynku produkt dla kobiet i mężczyzn.

Dla niego
– *Black Comfort...*

Żel do twarzy *Black Comfort* został stworzony z myślą o mężczyznach w celu zapewnienia im naturalnej i skutecznej ochrony przed podrażnieniami. Kosmetyk stosowany codziennie po goleniu poprawia wygląd cery, intensywnie nawilża i wygładza skórę, która staje się dzięki temu bardziej elastyczna. Składnikiem aktywnym tego preparatu jest przede wszystkim uwodnio-

ny kolagen morski, wykazujący działanie odmładzające. Ale to nie wszystko. *Black Comfort* zawiera w sobie także tzw. oczar wirginijski oraz olej z drzewa sandałowego – komponenty skutecznie przyspieszające proces regeneracji skóry. Wykazują one działanie ściągające, hamują drobne krwawienia, mają właściwości przeciwpadaczkowe i przeciwbakteryjne.

... a *White Comfort*
– dla niej

Z kolei *White Comfort* jest nową generacją delikatnym kolagenowym żelem do twarzy dedykowanym kobietom dojrzałym. To wysoce wyspecjalizowany preparat, którego formuła zawiera specjalistyczny kompleks wkomponowanych w uwodniony morski kolagen witamin. Mowa tu o zamkniętych w nanosomach silnych antyoksydantach, substancjach nawilżających i eks-



traktach roślinnych. Poprawiają one elastyczność skóry, redukują zmarszczki, pozwalając odzyskać młody wygląd. Żel wzbogacony został także jedwabiem oraz

aloesem. Białka jedwabiu utrzymują wodę w naskórku, dzięki czemu skóra jest właściwie nawilżona, miękka i jedwabście gładka. Aloes wykazuje natomiast dzia-

łanie nie tylko nawilżające, ale również regenerujące i łagodzące podrażnienia.

Dla obojga
– *Amino Pro Mask*

Kolejnym preparatem z linii *Desirable* jest *Amino Pro Mask* – intensywna, specjalistyczna kuracja do pielęgnacji włosów bardzo suchych i zniszczonych. Kosmetyk dostępny jest w pięciu optymalnych, łatwych w użyciu dawkach. Są to maski zawierające unikalną formułę odżywiającą, nawilżającą i zmiękczającą włosy. Terapia zapobiega rozdławianiu końcówek i odbudowuje strukturę włosów zniszczoną przez zabiegi fryzjerskie, chemikalia oraz promienie UV. Pomaga przywrócić im blask, miękkość oraz elastyczność. Innymi słowy, *Amino Pro Mask* to pięć kroków do naturalnej i szybkiej regeneracji. Zawarte w składzie kosmetyku proteiny jedwabiu

nie tylko odżywiają włosy, ale też ułatwiają ich rozczesywanie, nadając intensywny połysk i wzmacniając ich uszkodzoną strukturę. Ponadto występujący w preparacie olej *makadamia* działa regenerująco, nabłyszcza, a także wygładza włosy. Dla mężczyzny atrybut stanowi tu fakt, iż kolagen, wbudowując się w mieszki włosowe, pobudza je do pracy, przyspieszając porost włosów, a jednocześnie chroniąc wrażliwą skórę głowy przed wszelkiego rodzaju podrażnieniami.

Nieustannie rozwijana linia *Desirable* już wkrótce poszerzy się o nowe produkty, starannie opracowane przez specjalistów z 3-Helisy. Wśród nowości znajdzie się m.in. preparat do wrażliwej i delikatnej skóry wokół oczu, narażonych na działanie czynników zewnętrznych dłoni czy stóp oraz wymagającego specjalnej troski biustu. Pojawia się również kosmetyki przeznaczone do pielęgnacji skóry z rozstępami czy cellulitem. Tak więc linia *Desirable* stanowić będzie już wkrótce kompleksowy i naturalny program upiększający przeznaczony do pielęgnacji całego ciała.

Joanna Drzazga

KONSUMENTY O KOLAGENIE:

Agnieszka Marchaj (35 l.), Częstochowa:

– Moja skóra zawsze wymagała specjalnej pielęgnacji, ze względu na liczne zaczerwienienia i wypryski. Od ponad pół roku stosuję Kolagen prof. Przybylskiego. Codziennie aplikuję go na skórę twarzy, szyi i dekoltu. Efekt jest naprawdę znakomity, nawet rozszerzone naczynka przestały być widoczne. Moja sucha cera doskonale przyjmuje preparat, który w sposób dogłębny ją nawilża, a także wygładza.

Iwona Mokranowska (26 l.), Szczecin:

– Nie mogę stosować większości dostępnych na rynku kremów pielęgnacyjnych, gdyż jestem od urodzenia alergikiem. Kolagenu używam jednak bez najmniejszego kłopotu – nie wywołuje u mnie żadnych uczuleń. Moja skóra jest zadbaną, a w okresie letnim chroniona dodatkowo przed negatywnym działaniem promieni słonecznych. Pod wrażeniem jestem nie tylko ja, ale i lekarz dermatolog, u którego leczyłam się przez wiele lat.

Monika Kowalik (39 l.), Gliwice:

– Zawsze byłam bardzo sceptyczna w stosunku do kosmetycznych nowości. Ogromnie się jednak cieszę, że dwa miesiące temu zdecydowałam się zaufać i wypróbować Kolagen. Od tamtej pory jest to jedyny krem, którego używam. Cieszę się też, że firma 3-Helisa ciągle wzbogaca swoją ofertę i proponuje m.in. preparaty do włosów oraz kremy przeznaczone dla mężczyzn. Dzięki temu nie będę miała problemu z wyborem świetnych prezentów dla najbliższych.

Teresa Pawelec (58 l.), Piaseczno:

– Nie jest tajemnicą, że kosmetyki w życiu kobiet i mężczyzn odgrywają bardzo dużą rolę, przede wszystkim te do pielęgnacji twarzy. Sama stosowałam wiele produktów uznanych marek, jednak żadna z nich nie jest, moim zdaniem, tak skuteczna jak Kolagen prof. Przybylskiego. Po pierwsze, fantastycznie wpływa on na kondycję skóry, czyniąc ją wyraźnie rozświetloną i pozbawioną śladów zmęczenia. Ale co najważniejsze w moim przypadku – dzięki temu preparatowi wyraźnie spłyły mi się zmarszczki. W naturalny sposób więc chronię swoją skórę przed procesem starzenia, bez uciekania się do bardziej inwazyjnych sposobów zatrzymywania czasu.

Adam Hryniewicz (49 l.), Łódź:

– Od pewnego momentu zacząłem dostrzegać, że twarz mojej żony wygląda jakby młodszej. Jest gładziej, mam wrażenie, że znikają z niej zmarszczki i liczne posłoneczne przebarwienia. Spytałem, jak to możliwe i dostałem odpowiedź: Kolagen prof. Przybylskiego. O ile wiem, istnieje też wersja dla mężczyzn. Będę chciał ją wypróbować, ponieważ od lat odczuwam niewygodne pieczenie skóry twarzy po goleniu, którego nie udaje mi się niczym zniwelować. Wierzę, że ten preparat mi pomoże.

3-HELISA DESIRABLE
LIMITOWANA EDYCJA

ŚWIĄTECZNA PROMOCJA DLA CZYTELNIKÓW PRZEGLĄDU GOSPODARZCZEGO

TYLKO TERAZ W PROMOCYJNYCH ZESTAWACH

DLA NIEJ
WHITE COMFORT
+ AMINO PRO MASK
CENA ZESTAWU TYLKO **58,9 PLN**

DLA NIEGO
BLACK COMFORT
+ AMINO PRO MASK
CENA ZESTAWU TYLKO **58,9 PLN**

CAŁKOWITA NOWOŚĆ !!!

3H

CZAS TRWANIA PROMOCJI DO WYCZERPIANIA ZAPASÓW
www.3-helisa.pl

Producent: 3-Helisa Sp. z o.o., Gdynia, ul. Norwida 4D, tel. 058/ 662 40 30

Salony firmowe AP BOSS – wyłącznego dystrybutora kosmetyków w Polsce: Gdynia, ul. Świętojańska 81, tel. 058/ 661 33 18, tel. kom. 502 292 025

Kraków, ul. Starowiślna 82, tel. 012/ 430 15 83, tel. kom. 501 087 886, Warszawa, Al. Jerozolimskie 65/79, tel. 022/ 630 70 61

Wrocław, ul. Kazimierza Wielkiego 64, tel. 071/ 343 51 00, tel. kom. 502 306 200

3% 22% 0% 19% 7%

forum podatkowe 2009

28-29.01.2009 Warszawa, Hotel Marriott *****

**P I T
C I T
V A T**




Nowelizacja ustawy o VAT
Podatek dochodowy
od osób prawnych 2008/2009
Planowane zmiany
w podatku dochodowym
od osób fizycznych w 2009 roku
Ordynacja podatkowa

Partnerzy medialni

MONITOR księgowego

BIULETYN
RACHUNKOWOŚCI

BIULETYN VAT

INFOR.PL

RYNEK
kapitałowy

www.konferencje.infor.pl

Informacje: Marta Głowala, tel.: (22) 531 48 04, e-mail: marta.glowala@infor.pl

Zostań profesjonalistą HR
Zdobądź kwalifikacje
potwierdzone certyfikatem

licencja HR plus

III sesja: 07-09.01.2009

Trening dla trenerów wewnętrznych

Prowadzący: Joanna Jadach i Anna Subocz-Polańczyk

IV sesja: 19-20.02.2009

Trening profesjonalnej rekrutacji

Prowadzący: Małgorzata Fryszkiewicz

Diagnoza kandydatów metodą DEEP HIDE

– zastosowanie współczesnych osiągnięć
psychodiagnostyki w selekcji personelu

Prowadzący: Jakub Spyra

V sesja: 19-20.03.2009

Assessment Centre

Prowadzący: Małgorzata Fryszkiewicz

VI sesja: 16-17.04.2009

Zarządzanie szkoleniami

(poziom zaawansowany)

Prowadzący: Joanna Jadach

VI sesja: 14-15.05.2009

Opisy i wartościowanie stanowisk pracy

Prowadzący: Wojciech Michałek

VIII sesja: 18-19.06.2009

HR partnerem w biznesie

Prowadzący: Joanna Jadach

Miejsce szkoleń:

Centrum Konferencyjne CFKT Warszawa

ul. Puławska 15

UWAGA:

Certyfikat Licencji na Zarządzanie HR PLUS
otrzymają osoby, które odbędą minimum 5 sesji
i zaliczą testy po każdej sesji.

www.licencje.infor.pl

Informacje:

Marzena Wojtasik-Warczyk
tel. (22) 531 49 66, 510 024 836
marzena.wojtasik@infor.pl



Patronat merytoryczny i medialny:

**personel
zarządzanie**

nowy VAT

Marzena Paćkowska
tel.: (22) 530 40 42

marzena.packowska@infor.pl

www.nowy-vat.pl

VAT – długo oczekiwana nowelizacja

29.12.2008 Poznań

Podatki i rachunkowość – teraźniejszość i przyszłość

07-09.01.2009 Warszawa

Nowelizacja ustawy VAT 2009

08.01.2009 Warszawa

09.01.2009 Lublin

23.01.2009 Gdańsk

26.01.2009 Wrocław

27.01.2009 Kielce, Szczecin

28.01.2009 Katowice

30.01.2009 Poznań

VAT po nowelizacji – przepisy podatkowe i celne

27-28.01.2009 Szczecin

▶ Transakcje wewnątrzwspólnotowe w podatku VAT z uwzględnieniem zmian od 1 stycznia 2009

14.01.2009 Kraków

22.01.2009 Wrocław

29.01.2009 Poznań

▶ Zasady dokonywania zgłoszeń celnych

– zmiany w przepisach
celnych na rok 2009

22.01.2009 Kraków

27.01.2009 Warszawa

30.01.2009 Wrocław

▶ Jak zawierać umowy agencyjne i dystrybucyjne w obrocie międzynarodowym?

30.01.2009 Warszawa



Centrum Edukacji EURODIRECT – INFOR Training Sp. z o.o.
spółka należy do grupy kapitałowej INFOR PL S.A.
Oddział Kraków: tel. (12) 428 48 20,
biuro.krakow@eurodirect.pl