

Cenimy wełny marki Rockwool

Stosowane w budownictwie produkty ze skalnej wełny mineralnej Rockwool zimą skutecznie zatrzymują ciepło, latem chronią przed upałem i zawsze doskonale tłumią hałas. Dają nam też poczucie bezpieczeństwa: są niepalne i chronią przed ogniem. To zaledwie kilka zalet produktów tej marki...

Asortyment wyrobów firmy Rockwool Polska pozwala na wykonanie kompleksowej izolacji całego budynku – od fundamentów, poprzez ściany i przegrody wewnętrzne, aż po dach bez względu na rodzaj obiektu. Skalną wełną mineralną – a taką produkuje Rockwool – z powodzeniem można ocieplić budynki mieszkalne jedno- i wielorodzinne, obiekty przemysłowe i użyteczności publicznej.

Doświadczenie i jakość

Rockwool Polska Sp. z o.o. należy do Grupy Rockwool – światowego lidera w produkcji skalnej wełny mineralnej. Firma specjalizuje się w dostarczaniu produktów, systemów i rozwiązań, służących poprawie efektywno-

ści energetycznej, akustyki i bezpieczeństwa pożarowego obiektów budowlanych. Koncern posiada 70-letnie doświadczenie,

Polski oddział Grupy działa od 1993 roku. W dwóch zakładach zlokalizowanych w Cigacach i Małkini wytwarzane są

ła w zakładzie w Małkini już 7 nowoczesna, niezwykle wydajna oraz gwarantująca najwyższą jakość produktów linia produkcyjna. Równoległe z jakością szerokiego asortymentu około 60 produktów w kilku segmentach sprzedażowych, cenione przez odbiorców są również ich właściwości.

Skuteczne rozwiązanie: skalna wełna Rockwool

Obok wspomnianych wcześniej właściwości, skalne wełny mineralne przekonują do siebie również innymi zaletami. Produkcowane ze skal bazaltowych płyty Fasrock i Fasrock L są odporne na korozję biologiczną, a odpowiednio zastosowane zachowują stabilność wymiarową w trakcie eksploatacji, nawet w warunkach



ponad 8 tysięcy pracowników w przeszło 35 krajach obsługuje klientów na całym świecie.

wysokiej jakości produkty ze skalnej wełny mineralnej. We wrześniu minionego roku ruszy-

zmiennej temperatury i wilgotności. Elewacje wykonane w tych systemach są trwałe, a właściwości izolacyjne nie zmieniają się w czasie. Kolejną cechą ważną dla użytkownika jest paroprzepuszczalność, szczególnie istotna w przegrodach zewnętrznych. Na tym nie koniec: wełna Rockwool jest hydrofobowa (woda spływa po powierzchni wełny – nie wnikać do wnętrza) i nie chłonie wilgoci z powietrza.

Profesjonalna obsługa

Wysoka jakość dotyczy również relacji z licznymi klientami. – Rockwool należy do ścisłej czołówki naszych dostawców – ocenia Wiesław Józefowiak, prezes składu budowlanego PEAMCO z Leszna. – Ceny doradztwo reprezentantów tego producenta. Pracownicy firmy Rockwool posiadają niezbędną, głęboką wiedzę na temat produktów. Działają szybko, bezproblemowo. Ich profesjonalizm i wysoka kultura sprawiają, że współpraca jest owocna i przyjemna. Warto też podkreślić bardzo sprawną logistykę. Wszystkie etapy są monito-

rowane, otrzymujemy bieżące informacje od momentu złożenia zlecenia aż po jego terminową dostawę. Na terenie całego kraju sprzedaż wyrobów prowadzi ponad 1000 dystrybutorów, a wśród nich pojedyncze sklepy budowlane, sieci, tj. PSB, WKT, Saint-Gobain Dystrybucja Budowlana, Woodcote, Wodan. Wełny marki Rockwool dostępne są również w marketach DIY (Castorama, Leroy Merlin, NOMI, Praktiker, OBI, Bricomarche, Bricomart, Bricedepot) oraz mają swoje zastosowanie w produktach wyspecjalizowanej grupy SWP (Sandwich Panel), czyli producentów płyt warstwowych, np. RUUKKI, Marcegaglia, Kingspan czy Barda.

Wysoką pozycję rynkową szerokiej gamy wyrobów firmy Rockwool Polska potwierdzają liczne nagrody zdobywane w konkursach i rankingach. Marka Rockwool należy obecnie do najbardziej rozpoznawalnych i cenionych w całej branży budowlanej, czego potwierdzeniem jest jej najwyższa pozycja w programie Laur Klienta.

Robert Kowalski

Solidny jak Hispano-Suiza Polska

W Sędziszowie Małopolskim na Podkarpaciu powstają elementy silników montowanych w największych samolotach pasażerskich i najnowocześniejszych myśliwcach i śmigłowcach. Spółka jest częścią francuskiej Hispano-Suiza S.A., która należy do globalnej Grupy Safran, znanej na świecie przede wszystkim z produkcji napędów lotniczych i kosmicznych, wyposażenia samolotów oraz obrony i bezpieczeństwa. Na Podkarpaciu Hispano-Suiza stała się synonimem nowoczesności, innowacyjności oraz znakomitego miejsca pracy.

Historyczny Centralny Okręg Przemysłowy, który był zlokalizowany na Podkarpaciu, to teren od lat międzywojennych ubiegłego wieku słynący z wdrażania innowacyjnych technologii. W 2001 roku koncern Snecma, szukając terenu pod nowoczesną fabrykę, rozważał kilka możliwości. Analizując wady i zalety poszczególnych lokalizacji – między innymi tak egzotycznych jak Indie i Chiny – zdecydowano jednak o wyborze podkarpackiego Sędziszowa.

– Najważniejszym czynnikiem okazali się wówczas ludzie – wspomina Ryszard Łęgiewicz, prezes Hispano-Suiza Polska Sp. z o.o. – Budynki czy maszyny można zbudować lub ustawić wszędzie, fachowców potrafiących pracować na najnowocześniejszym sprzęcie pozyskać nie jest już tak łatwo. Jeśli na rynku brakuje takich specjalistów, trzeba ich wykształcić. Przes ten jednak nie trwa dwa, trzy miesiące – czasem potrzeba nawet kilku pokoleń. Na Podkarpaciu jest wysoka kultura techniczna, są szkoły średnie i wyższe kształcące doskonałych specjalistów. To był jeden z najważniejszych czynników, który zdecydował o powstaniu fabryki w naszym regionie.

Spółka powstała w 2001 roku. Początkowo utworzono Wy-

dział Kół Zębatach, na którym już w 2002 roku wdrożone zostały standardy zarządzania wynikające z norm ISO 9001:2001. W 2005 roku zakład miał wytwarzać pięć tysięcy kół zębatach – takie zadanie postawili właściciele przed sędziszowskim zakładem. Wyniki przeszły najsmielsze oczekiwania. W założonym terminie produkcja wyniosła bowiem niemal dziewięć tysięcy sztuk, a więc niemal dwa razy więcej!

– Nasze doskonałe wyniki skłoniły właściciela firmy (Grupę Safran) do podjęcia decyzji o kolejnych dużych inwestycjach.

Dobry pracodawca

Agata Szatko, dyrektor finansów i zasobów ludzkich
Najważniejszym w naszej firmie jest człowiek, każdy człowiek. Prezes Ryszard Łęgiewicz wielokrotnie podkreśla, że naszą rolą jest zapewnienie jak najlepszych warunków pracy załozce. Przestrzegamy prawa pracy, oferujemy wiele świadczeń dodatkowych, staramy się też dbać o rozwój indywidualny pracowników. Stąd różnego rodzaju programy, akcje, kursy, szkolenia. Wciąż myślimy o nowych rozwiązaniach, które podnosiłyby atrakcyjność naszej firmy jako pracodawcy. Staramy się dać pracownikom poczucie stabilności zatrudnienia. To procentuje zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz firmy. Zdobył tytuł Solidny Pracodawca 2008 jest dla nas wszystkich ogromnym wyróżnieniem.

Maria Różycka, Dział Komunikacji

Hispano-Suiza Polska to doskonałe miejsce pracy dla osób lubiących zmiany, stale szukających nowych wyzwań. Wiem, że w tej firmie można nauczyć się nowych rzeczy, a dotyczy to każdego ze stanowisk. Jest to firma, która dba o pracownika, jednak także wymaga pełnego zaangażowania w swoją pracę oraz lojalności i solidności.

Dzisiaj firma niewiele przypomina tę sprzed kilku lat. Na terenie spółki zbudowano kolejne obiekty, a na nich cztery wydziały: kół zębatach, kadłubów, komponentów silnikowych oraz komponentów strukturalnych.

Głównymi elementami opuszczającymi mury sędziszowskiej firmy są koła zębata. Ten z pozoru prosty produkt, pod kątem technologicznym należy do najtrudniejszych w wykonaniu. W ekstremalnie trudnych warunkach koła z Sędziszowa mają pracować przez co najmniej 30 000 godzin, a więc około 30 lat! Potwierdzeniem najwyższej jakości i do-



skonałości produktów jest fakt, iż Rolls-Royce w 2008 powierzył Hispano-Suiza Polska produkcję kół zębatach do nowej generacji silników BR 725 oraz XWB do najnowszego Airbusa A350.

Produkcja lotnicza nie jest łatwym zadaniem. Elementy z Sędziszowa obrabiane są z dokładnością do tysięcznych części milimetra i spełniają bardzo wysokie wymagania jakościowe stawiane przez klientów. Bez względu na to, czy są to łopatki turbin niskiego ciśnienia, aparaty kierujące sprężarkę niskiego ciśnienia, korpusy przekładni, wtryskiwacze czy tytanowe wspomniki łożysk, cel jest jeden: wyprodukowanie niezawodnej części. One z kolei zostaną zamontowane w silnikach samolotów, między innymi takich jak: Airbus A 320, A 340, A 350, Boeingach 737 oraz najnowocześniejszych komercyjnych samolotach: Airbus A 380 i Boeing 787 Dreamliner.

W 2008 roku spółka wybudowała dwa nowe obiekty, w których oprócz hal produkcyjnych znalazły się także nowe biura. Jeden z nich to nowoczesna hala produkcyjna z innowacyjnymi liniami obróbki ciągłej pięciosiowej, których procesami technologicznymi steruje zintegrowany system zarządzający.

– Wprowadziliśmy zupełnie nowatorskie rozwiązania wywodzące się z branży samochodowej – ocenia Ryszard Łęgiewicz. – Do tej pory nikt takich rozwiązań w naszej branży nie stosował na taką skalę. Dzięki tym innowacyjnym pomysłom skróciliśmy cykl produkcyjny, podnieśliśmy wydajność i obniżyli koszty. Wykorzystujemy nową linię do produkcji rodziny elementów montowanych w gondolach silników lotniczych.

Od początku istnienia stale realizowane są programy skierowane do pracowników.

W 2008 roku był nim projekt: „Hispano-Suiza Polska – firma wolna od dymu tytoniowego”. W tym samym czasie powstała drużyna ratowników medycznych. Pierwszy program miał dwie edycje, na początku oraz na końcu roku. Jego celem jest pomoc pracownikom w rzuceniu palenia. Osobom, które do niego przystąpiły, firma zagwarantowała pomoc medyczną, badania lekarskie, test uzależnienia oraz terapię farmakologiczną. Zadaniem ratowników medycznych jest umiejętność niesienia pierwszej pomocy. Jeden z najważniejszych elementów szkolenia to obsługa defibrylatora kupionego przez spółkę. Wkrótce na 20 pracowników będzie przypadał jeden ratownik medyczny.

Spółka Hispano-Suiza Polska zdobyła tytuł Solidny Pracodawca 2008!

Dariusz Kwiatkowski



GRUPA MEDIA PARTNER
40-096 Katowice
ul. 3 Maja 12
tel./fax (032) 205 55 90

PRZEGLĄD GOSPODARCZY plus
www.grupamediapartner.com
e-mail: redakcja@grupamediapartner.com

Redaktor naczelny: Robert Kowalski, tel. (032) 205 55 90 • Zastępca redaktora naczelnego: Jakub Lisiecki • Zespół redakcyjny: Anna Rok, Tomasz Popławski, Marzena Libura, Przemysław Gogola, Maria Młynarczyk-Stras, Dariusz Kwiatkowski, Michał Czyżycio, Łukasz Osiński, Joanna Drzazga, Grzegorz Kozicki, Justyna Kozłarska, Magdalena Ryś, Tomasz Bochnia • Dyrektor artystyczny: Anna Górska • Zastępca dyrektora artystycznego: Patrycja Piłaneta • Korekta: Aneta Brzoza • Fotoskład: KorGraF • Wydawca: Grupa Media Partner
Piotr Owczar jest płatnikiem VAT • NIP 634-197-20-49

Lider w polskiej energetyce

PGE Elektrownia Belchatów S.A. jest największą w Polsce i Europie elektrownią konwencjonalną. Posiada ponad 50% udziału w krajowej produkcji energii elektrycznej wytwarzanej na bazie węgla brunatnego. Moc pracujących bloków energetycznych wynosi obecnie 4450 MW i stanowi około 15% mocy zainstalowanej w całej polskiej energetyce zawodowej.



Podstawowy zakres działalności belchatowskiej elektrowni to sprzedaż energii elektrycznej, stanowiąca około 98,2% przychodów ogółem. Moc zainstalowana elektrowni w momencie przekazania do eksploatacji ostatniego z dwunastu bloków w 1988 roku wynosiła 4320 MW. W latach 1997-2005 była sukcesywnie zwiększana w wyniku przeprowadzonej

Aktualna moc znamionowa elektrowni to 4450 MW, stopień wykorzystania mocy zainstalowanej w roku 2008 wyniósł 73,7%. Dyspozycyjność kształtowała się na poziomie 85%, awaryjność natomiast wynosiła 1,3%. Są to, zdaniem Krzysztofa Domagały, bardzo dobre wyniki, biorąc pod uwagę, że pierwsze bloki pracują od ponad 25 lat. Zużycie węgla za rok 2008 wyniosło 32,5 mln ton, co przełożyło się na produkcję 28,8 TWh (18% produkcji krajowej).

W celu zachowania pozycji lidera na rynku wytwórców energii elektrycznej, belchatowska spółka prowadzi szereg inwestycji rozwojowych i modernizacyjnych. Strategiczne założenia proekologiczne elektrowni to zmiana technologii składowania odpadów paleniskowych na

spowodowały, że przed Elektrownią Belchatów stanęły nowe zadania. Szczególnego znaczenia nabrała troska o budowę wiarygodności podmiotu w otoczeniu i oczach kontrahentów. – *Wprowadzenie do praktyki poszczególnych systemów opartych na normach ISO wiąże się z jednym z celów naszej strategii. Chcemy skutecznie dbać o naszą pozycję na coraz bardziej konkurencyjnym rynku energii, realizować działania na rzecz środowiska naturalnego i poprawiać warunki BHP naszych pracowników* – wyjaśnia prezes belchatowskiej elektrowni.

Po rozeznaniu potrzeb, możliwości doskonalenia oraz funkcjonowania systemów zarządzania na rynku krajowym, zarząd elektrowni zdecydował w 2000 roku o podjęciu działań w zakresie budowy Zintegrowanego

otrzyma zawsze to, czego oczekuje – komentuje Krzysztof Domagała.

W trosce o środowisko naturalne Elektrownia Belchatów podejmuje wiele działań. Jednym z nich było wdrożenie Systemu Zarządzania Środowiskowego. Jego funkcjonowanie w przedsiębiorstwie ma na celu usystematyzowanie działań na rzecz ekologii, tj. dążenie do zmniejszenia wpływu procesu produkcyjnego na otoczenie oraz zapobieganie wszelkim zanieczyszczeniom. Elektrownia system ten opiera na wymaganiach normy PN-EN ISO 14001. Zobowiązuje to spółkę do stałej identyfikacji aspektów środowiskowych. A więc ograniczaniem jest wpływ na otoczenie poprzez zmniejszenie emisji do powietrza pyłów, gazów, zrzutów ścieków, zanieczyszczenia gruntu, wytwarzania różnego rodzaju odpadów oraz zmniejszenie wykorzystania zasobów naturalnych.

Nowoczesne zarządzanie BHP wymaga również systemowego podejścia, polegającego m.in. na określeniu zagrożeń wraz z ustaleniem ryzyka zawodowego. Z tych ustaleń wynikają cele szczegółowe elektrowni realizowane przez określone zadania. – *System Zarządzania BHP umożliwia spełnienie wymagań obowiązujących aktów prawnych i norm technicznych, szybkie reagowanie na ich zmiany oraz wykazywanie zgodności z tymi wymaganiami wobec instytucji nadzorujących i kontrolnych* – komentuje prezes spółki.

Elektrownia Belchatów wdrożyła System Zarządzania BHP dla dobra zatrudnionych pracowników, jak również dla podniesienia rangi firmy na rynku krajowym oraz zagranicznym. – *Certyfikowanie Zintegrowanego Systemu Zarządzania Jakością, Środowiskiem i BHP stanowi niewątpliwie wyróżnienie elektrowni i powoduje, że nasz wizerunek jako firmy spełniającej wymagania norm systemów jest bardziej pozytywny od spółek, które nie udowadniają swoim klientom profesjonalizmu w tym zakresie* – podsumowuje prezes zarządu.

W belchatowskiej elektrowni funkcjonują również systemy zarządzania jakością wg normy PN-EN ISO/IEC 17025, które są uzupełnieniami ZSZ ISO, a certyfikowane przez Urząd Dozoru Technicznego i Polskie Centrum Akredytacji.

Funkcjonowanie zintegrowanego systemu zarządzania w elektrowni jest formą zapewnienia otoczenia, jak również klientowi zarówno wewnętrznym, jak i zewnętrznym o ciągłym doskonaleniu, czyli dostosowywaniu do zmieniających się wymagań prawnych, a także o podejmowaniu dalszych działań na rzecz ochrony środowiska oraz poprawy warunków pracy i ochrony zdrowia pracowników.

Pracownicy: podstawa każdego sukcesu

Przeciętne zatrudnienie w PGE Elektrowni Belchatów S.A. za 2008 rok wynosi 4255 osób. Spółka prowadzi działania w zakresie optymalizacji zatrudnienia w celu przygotowania się do efektywnego i skutecznego funkcjonowania na konkurencyjnym rynku energii. Zmniejszenia zatrudnienia w ostatnich latach wynikają z naturalnych odejść pracowników na emeryturę oraz z realizacji Programu Dobrowolnych Odejść.

Będąc jednym z największych pracodawców województwa łódzkiego, spółka stara się stworzyć pracownikom optymalne warunki pracy. Podejmowane są wszelkie możliwe działania, aby załoga pracowała w warunkach bezpiecznych, za swój wysiłek otrzymywała godziwe wynagrodzenie oraz miała możliwość podnoszenia kwalifikacji, awansu i rozwoju zawodowego.

Szkolenia w PGE Elektrowni Belchatów S.A. organizowane są metodą tradycyjną i elektroniczną – e-Learning. Do szkoleń tradycyjnych należą szkolenia wewnątrzzakładowe, realizowane w bazie szkoleniowej elektrowni. Stanowią one ok. 70% realizowanego planu. Zewnętrzne, czyli wyjazdowe, obejmują pozostałe 30%.

W bazie szkoleniowej przedsiębiorstwa prowadzone są szkolenia BHP, kursy obsługi programów komputerowych, spawalnicze, obsługi wózków jezdniowych oraz prowadzenia urządzeń dźwigowych. Ze szkoleń wyjazdowych korzystają pracownicy, którzy podwyższają wiedzę specjalistyczną z zakresu zarządzania i ekonomii, ISO, automatyki, obsługi urządzeń technicznych oraz w obrębie programów komputerowych, zarządzania sieciami, czy bazą komputerową.

W belchatowskiej elektrowni w 2008 roku liczba osób dokształcających się to 194 pracowników. Dokształcanie realizowane jest na poziomie studiów wyższych. Preferowane przez pracowników kierunki w roku ubiegłym to: zarządzanie i marketing, inżynieria kształtowania środowiska, inżynieria procesowa i ochrony środowiska, zarządzanie i inżynieria produkcji, energetyka, mechanika oraz budowa maszyn, elektrotechnika, informatyka, zarządzanie środowiskiem oraz transport.

PGE Elektrownia Belchatów S.A. oferuje pracownikom szeroki wachlarz świadczeń w ramach funduszu socjalnego. Polityka jest realizowana opierając się na Zakładowym Regulaminie Świadczeń Socjalnych. W całej działalności szczególne znaczenie mają świadczenia z zakresu wypoczynku dorosłych, dzieci i młodzieży. W roku 2007 ze wszystkich form skorzystało ogółem 9460 osób.

Polityka socjalna realizowana w przedsiębiorstwie odpowiada potrzebom pracowników: refundacja wczasów i innych form wypoczynku w obiektach spółek zależnych PGE Elektrowni Belchatów S.A., dofinansowanie ustalonej kwoty na zasadzie wypłat ekwiwalentu pieniężnego do wczasów, wypoczynku profilaktyczno-leczniczego i sanatoryjnego, wczasów z udziałem dzieci, jak również zimowisk oraz dofinansowanie do zielonych szkół organizowanych w okresie roku szkolnego.

Pracownicy oraz członkowie ich rodzin mają też duże możliwości udziału w wycieczkach turystycznych, które są bardzo dobrą formą integracji oraz różnych form rekreacji sportowej (karnety na basen, korty, lodowisko, sale gimnastyczne, boiska) i kulturalnej (bilety do teatru, kina, na widowiska estradowe). W ramach środków przeznaczonych na działalność kulturalno-oświatową pokrywane są częściowo wydatki związane z zakupem kart wstępu i biletów itp.

Załoga może skorzystać z refundacji części kosztów czesnego za pobyt dziecka pracownika w przedszkolu. Dzieci w wieku od 1-15 lat otrzymują paczki noworoczne. Zakładowy Regulamin Świadczeń Socjalnych przewiduje również pomoc rzeczowo-finansową oraz zapomogę losową dla osób, które znalazły się w trudnych warunkach spowodowanych śmiercią najbliższego członka rodziny, trwałym kaleczeń lub długotrwałą chorobą, kłęską żywiołową, czy innym nagłym wypadkiem.

Na uwagę zasługują także świadczenia mieszkaniowe, w ramach których realizowana jest pomoc w formie pożyczek na budowę i rozbudowę domu czy kupna mieszkania lub jego remontu. W tym zakresie pomocy przyznano w 2007 roku – 576 pracownikom.

Przy PGE Elektrownia Belchatów S.A. powołane zostało Towarzystwo Sportu i Rekreacji „Jupiter”, które umożliwia pracownikom udział w licznych sekcjach sportowych oraz rekreacyjnych (zawody, spotkania zespołów sportowych, imprezy wyjazdowe i na miejscu).



– *Każda firma to przede wszystkim pracownicy, to oni są jej głównym potencjałem* – podkreśla prezes Domagała. – *Dzięki zaangażowaniu, twórczej postawie, efektywnej i sumiennej pracy na każdym stanowisku, w dużej mierze załoga stanowi o naszej pozycji na rynku. To ona kształtuje nasz wizerunek zarówno gospodarczy, jak również społeczny.*

Przedsiębiorstwo podejmuje wszelkie działania, mające na celu zwiększenie wkładu załogi w osiągnięcie lepszych wyników oraz właściwe wykorzystanie potencjału kadrowego.

Realizowana Deklaracja Społecznej Odpowiedzialności ułatwia załozę samorealizację, a przestrzeganie jej zasad pozwala na osiągnięcie najlepszych i długofalowych relacji z pracownikami, klientami i otoczeniem społecznym.

Działania zarządu spółki w zakresie polityki personalnej przyniosły belchatowskiej elektrowni nominację do tytułu Solidny Pracodawca 2008.

Marzena Libura



modernizacji turbin kolejno we wszystkich blokach – o 10 MW na każdym. PGE Elektrownia Belchatów S.A. jest najtańszym krajowym producentem energii elektrycznej, a zarazem pionierem i liderem technik proekologicznych w polskiej energetyce konwencjonalnej, spełniającym wszelkie najstrzeższe europejskie normy w zakresie ochrony środowiska.

W 2007 roku elektrownia weszła w skład obszaru wydobywa i wytwarzania PGE. Mówiąc o przynależności do holdingu, prezes spółki **Krzysztof Domagała** podkreśla działania elektrowni w procesie wewnętrznej integracji grupy oraz przygotowania do debiutu giełdowego. – *Aktualnie realizujemy bez przeszkód zarówno plan finansowy, jak i plan produkcji energii* – wyjaśnia Domagała. – *W ubiegłym roku, zgodnie z zamierzeniami, plany zostały wykonane praktycznie w 100%.*

Do szczególnych osiągnięć elektrowni, wśród działań modernizacyjnych i inwestycyjnych, zaliczane jest powstanie nowego bloku 858 MW jako największego, a zarazem najnowocześniejszego w Polsce. Niezwykle istotną dla niego kwestią stała się budowa instalacji CCS (Carbon Capture and Storage), czyli systemu wychwytywania i składowania dwutlenku węgla.

technologii suspensji, która praktycznie wykluczy pylenie. Planowany termin jej przekazania do eksploatacji to 2014 rok. Trzy lata wcześniej skończona ma być budowa instalacji odsiarczania dla bloków 1-2 i przekazanie ich do ruchu. W planach jest również produkcja energii ze źródła odnawialnego – biomasy. Planowana jest także realizacja instalacji CCS dla bloku 858 MW, czyli wychwytywanie i składowanie dwutlenku węgla.

Zintegrowany System Zarządzania Jakością, Środowiskiem i BHP

Współpraca i integracja gospodarza Polski z Unią Europejską oraz wprowadzenie w naszym kraju gospodarki rynkowej



Systemu Zarządzania Jakością, Środowiskiem, BHP i Ochroną Informacji.

Rynek charakteryzuje się coraz twardszymi regułami, więc aby sprostać rosnącym wymaganiom, wynikającym z konieczności dostosowania się do nich, a w szczególności warunków wzmoczonej konkurencji, wprowadzono w elektrowni sposób zarządzania skierowany na jakość wyrobów, procesów, projektów, jak również efektów działań. Takie podejście do zarządzania uzyskano poprzez wdrożenie, utrzymanie i doskonalenie Systemu Zarządzania Jakością, zgodnego z wymaganiami aktualnej normy PN-EN ISO 9001. – *Spełnienie wymogów normy, opartej na podejściu procesowym zapewnia, że klient, który ma określone wymagania,*

Standard godny Senatora

Nagrodzona godłem EU Standard 2009 spółka Senator Polska z siedzibą w Sulechowie jest liderem na polskim rynku wyrobów reklamowych. Firma, reprezentująca markę należącą do niemieckiej Grupy Merz, charakteryzuje się zarówno szerokim asortymentem produktów, jak i rzetelną obsługą ukierunkowaną na zadowolenie klienta.

Działające w branży marketingu przedsiębiorstwo wyspecjalizowało się w wielu technikach nadruku, stosując niektóre z nich jako unikatowe w skali europejskiej. W celu zaspokojenia rosnących potrzeb odbiorców, spółka każdego roku wprowadza nowe modele o nowoczesnym wzornictwie, by

ator Polska Sp. z o.o. – *Oferujemy wyroby na każdą kieszeń i wiem, że potrafimy zadowolić najbardziej wysublimowane gusta.*

Bogata oferta firmy – od długopisów reklamowych, poprzez porcelanowe i szklane kubki, a także tecki z różnych materiałów, aż po wieczne pióra ze złotymi stawkami – skierowana jest zarówno do klientów z Polski, jak i zagranicą. Zasięg eksportu Senatora Polska od dwóch lat obejmuje kraje bałtyckie. Bieżący rok przyniósł kolejne rynki zbytu w Czechach i na Słowacji.

Nowe rozwiązania produktowe i dobrze dobrana, szczegółowo przemyślana strategia rozwoju przekładają się na coroczny wzrost obrotów spółki o 5–10%. Ostatnia inwestycja podjęta w 2008 roku polegała na wybudowaniu nowej siedziby firmy, czterokrotnie większej od poprzedniej, co stało się fundamentem na nadchodzące lata.

– *Wraz z nowym budynkiem nadeszły kolejne inwestycje, np. ma-*

szyny drukarskie, które umożliwiają nam znaczne zwiększenie zakresu usług świadczonych dla centrali Senatora, przez co docieramy do całego świata – mówi Szczepan Siatecki. – Regularnie kupujemy nowy sprzęt, ponadto w ostatnich latach zwiększyliśmy zatrudnienie o 100%. Stałe doskonalenie technologii leży w interesie naszych klientów i marki produktów firmy Senator. Zmusza nas to do permanentnej współpracy z najlepszymi stylistami w branży.

Zapewnienie odpowiedniej logistyki, utrzymanie dobrych kontaktów z odbiorcami oraz kontynuowanie obranej strategii rozszerzania swej obecności na rynkach stało się głównym celem przedsiębiorstwa. Wszystko to opiera się na prawie 90-letnim doświadczeniu firmy Senator na świecie.

– *Chcemy, aby dalej produkty naszej marki były najwyższej jakości – mówi Szczepan Siatecki. – Stawiamy sobie za cel utrzymanie wizerunku firmy, z którą klienci chcieliby się wiązać na lata i na której mogą zawsze polegać. Otrzymamy przez nas tytuł wraz z godłem EU Standard 2009 potwierdza to znakomicie. Umożliwiło nam to pozyskanie nowych klientów i pielęgnowanie pracy z tymi, z którymi pomysłnie współdziałamy od lat.*

Tomasz Bochnia



zawsze być „na czasie”. Wraz z postępem technicznym rozszerzone zostały możliwości świadczonych usług. Wiąże się to z zwiększeniem atrakcyjności wyrobów, jak również rozszerzeniem grupy docelowej.

– *Staramy się być zawsze o jeden krok przed innymi z nowatorskimi rozwiązaniami – mówi Szczepan Siatecki, dyrektor Se-*

łowo przemysłowa strategia rozwoju przekładają się na coroczny wzrost obrotów spółki o 5–10%. Ostatnia inwestycja podjęta w 2008 roku polegała na wybudowaniu nowej siedziby firmy, czterokrotnie większej od poprzedniej, co stało się fundamentem na nadchodzące lata.

– *Wraz z nowym budynkiem nadeszły kolejne inwestycje, np. ma-*

Źródło przyjaznej energii

Gaspol SA jest największym dystrybutorem gazu płynnego LPG w Polsce. Zaopatruje największą część rynku gospodarstw domowych korzystających z gazu płynnego, samochodów o napędzie gazowym, a także szereg instytucji z różnych sektorów gospodarki. Niekwestionowany lider w branży zakończył rok 2008 z obrotami przekraczającymi 1,2 mld złotych.

Firma Gaspol SA jest powiązana z holenderskim koncernem SHV Gas, będącym międzynarodowym graczem na rynku LPG. Spółki siostrzane Gaspolu umiejscowione są w 24 krajach na świecie i łącznie zatrudniają prawie 12 tysięcy pracowników. Oferują indywidualne oraz kompleksowe rozwiązania energetyczne zarówno dla domów, jak i dla firm.

– *Sprzedajemy gaz we wszystkich segmentach branży – mówi Sylwester Śmigiel, prezes zarządu Gaspol SA. – Działamy zarówno na rynku gazu w zbiornikach, gazu w butlach, jak i autogazu, czyli paliwa służącego do napędzania silników samochodowych. Nasze doświadczenie jest gwarantem jakości połączonej z bezpieczeństwem.*

Gaspol dysponuje dwoma terminalami przeładunkowymi – kolejowym w Małaszewiczach oraz morskim w Gdańsku. Pierwszy służy importowi gazu ze Wschodu, drugi natomiast przeładunkowi gazu płynnego aż z Morza Północnego, dzięki czemu – w obliczu niepokojących informacji związanych z ograniczeniami podaży gazu ziemnego – nie ma ryzyka wystąpienia braku gazu płynnego. Tym samym Gaspol gwarantuje swoim odbiorcom ciągłość dostaw energii.

– *Dzieje się tak dlatego, że rynek gazu płynnego, w odróżnieniu od ziemnego, charakteryzuje się dużą niezależnością, co jest skutkiem dywersyfikacji źródeł zakupu – objaśnia prezes Śmigiel. – Tak więc nasze dostawy pozostają niezakłócone.*

Firma posiada siedem rozlewni, których obszar działania pokrywa teren całego kraju oraz zorganizowaną sieć transportową i dystrybucyjną. Na co dzień z Gaspołem współpracuje prawie 300 dealerów i 20 tys. punktów sprzedaży detalicznej.

Innowacje i ekologia na miarę XXI w.

Gaspol mocno postawił na innowacyjność. To właśnie ta firma w 1992 roku zbudowała pierwsze w Polsce instalacje zbiornikowe na gaz płynny. Nowoczesna technologia zwalnia klientów spółki z konieczności zamawiania gazu. Przedsiębiorstwo samo bowiem monitoruje poziom gazu w zbiorniku, dostarczając go wtedy, kiedy jest potrzebny. Warto dodać, że od kilku lat w ofercie Gaspolu znajdują się również parasole grzewcze zasilane gazem. To właśnie takie parasole ogrzewały kibiców podczas tegorocznych zawodów Pucharu Świata w skokach narciarskich w Zakopanem.



Sylwester Śmigiel, prezes zarządu Gaspol SA.

Jakość produktu oraz pewność dostaw gwarantowane są dzięki ciągłym inwestycjom. Wynikają one z dwóch przyczyn: dbałości o bezpieczeństwo, które jest filozofią pracy całej załogi, oraz poszanowania środowiska naturalnego. Negatywny wpływ oferowanego przez Gaspol autogazu na przyrodę jest bowiem minimalny w porównaniu do innych nośników energii ze względu na bardzo niską emisję CO₂ i brak zanieczyszczeń w postaci cząstek stałych. Ale to nie wszystko. Polski potentat łączył swój gaz z energią w 100% odnawialną – czyli słoneczną, stając się tym samym prekursorem w tej dziedzinie.

– *Jesteśmy z tego bardzo dumni, ponieważ na miarę możliwości, dzięki połączeniu tych dwóch źródeł energii potrafimy maksymalnie chronić środowisko. Ograniczamy dzięki temu zużycie gazu, a tym samym rachunki naszych klientów – zapewnia Sylwester Śmigiel.*

Polska ERGONomia z belgijskim know-how

Od ośmiu lat Ergon Poland pod szyldem belgijskiej marki Ergon – dziś wchodzącej w skład Grupy CRH – umacnia pozycję lidera na rynku producentów prefabrykatedów ze sprężonego betonu. Roczna zdolność produkcyjna na poziomie ok. 100 000 m³ wysokiej klasy elementów konstrukcyjnych to połączenie najnowszych technologii z zaangażowaniem młodej i kreatywnej załogi.

Budowa nowego zakładu na terenie Mszczonowa w 2000 roku była kolejnym krokiem Ergonu w kierunku zwiększenia udziału w rynku prefabrykacji, tym razem na terenie Europy Środkowo-Wschodniej. Na łączącą ok. 8 200 m² hali produkcyjnej stworzono doskonale zaplecze (montaż innowacyjnych wyciągów wentylacyjnych, redukcja szkodliwych hałasów itp.), umożliwiające realizację najbardziej wymagających kontraktów, przy wykorzystaniu światowych rozwiązań technologicznych. W przeciągu kilku lat spółka wykonała prefabrykatedy dla ponad 200 inwestycji m.in. dla firm Michelin, Sharp czy Toyota. Ostatnio zakład powiększył swoją infrastrukturę o kolejną halę produkcyjną o powierzchni blisko 5 000 m². Pozwoliło to na zwiększenie mocy wytwórczych, a co za tym idzie poziomu zatrudnienia. Dziś to załoga licząca ok. 200 osób. Zakres oferty firmy, obejmujący m.in. produkcję, a także montaż i transport elementów konstrukcyjnych (np. belek, słupów, płyt, ścian), jest rozszerzony również o projektowanie, którym trudni się własne 20-osobowe Biuro Projektowe.

– *Z nominacji do tytułu Solidny Pracodawca Mazowska cieszę się tym bardziej, że zamknęła ona trudny dla nas rok po zmianach w kierownictwie firmy – mówi Małgorzata Rogalska, dyrektor finansowy Ergon Poland Sp. z o.o. – Jasno wytyczona droga, jaką obraliśmy, okazała się słuszną. Praktyka potwierdziła, że nagradzanie za frekwencję, punktualność, jak i przestrzeganie przepisów BHP przekłada się również na jakość naszych wyrobów. Regularnie przeprowadzane szkolenia podnoszące kwalifikacje załogi to standard – zarówno dla pracowników biurowych, jak i produkcyjnych. Jakkolwiek w większości to bardzo młoda kadra, nie można jej zarzucić braku doświadczenia ani też ogromnego zaangażowania w budowę marki Ergon Poland. – Do firmy dołączyłem w listopadzie zeszłego roku – podkreśla Maciej Marciniak, dyrektor generalny. – Najbardziej zaskoczył mnie właśnie wiek pracowników na stanowiskach kierowniczych – to prawie wyłącznie bardzo młodzi ludzie. Już po kilku dniach dostrzegłem ich ogromną odpowiedzialność i autentyczne zainteresowanie losami przedsiębiorstwa. Od zawsze priorytetem spółki było bezpieczeństwo*

i rozwój, a świadczenia socjalne, dofinansowywanie studiów, czy opłacanie kursów językowych to tylko niektóre z licznych form wsparcia. Nie dziwi więc wszechobecna optymistyczna atmosfera pracy, z której władze firmy są najbardziej dumne.

Ostatnie lata udowodniły, że przyszłość budownictwa stoi pod znakiem prefabrykacji, gdzie liczy się nie tylko jakość wykonania, ale również jego wydajność. – *Przygotowanie oraz wdrożenie dobrego prefabrykatu wymaga dużej wiedzy technicznej i wręcz doskonałego kunsztu inżynierskiego – mówi Dariusz Łagan, dyrektor sprzedaży. – W Ergonie zatrudniamy naprawdę dobrych, świetnie rokujących inżynierów oraz techników obojga płci. Wiemy, że w czasach utrudnionego rozwoju gospodarczego wartość pracy i kompetencji pracowników wielokrotnie wzrasta. Dlatego też obszar ludzki będzie u nas zawsze tym ostatnim, którego dotkną ewentualne oszczędności.*

Anna Rok



czyli tym, co przecież stanowi podstawą do organizacji – mówi Arkadiusz Urbańczak, dyrektor ds. personalnych i rozwoju w Gaspolu SA. – *Jesteśmy w lokalnych społecznościach bardzo znaczącym pracodawcą. Obok ludzi zatrudnionych na stałe, w sposób ciągły współpracujemy z szeregiem partnerów, dając zatrudnienie wielu dodatkowym osobom.*

W firmie od lat funkcjonuje tzw. Akademia Umiejętności Gaspolu – program, którego wartością jest przede wszystkim różnorodność prowadzonych szkoleń. Gaspol zdecydował się też na wprowadzenie Systemu Kompetencji. W jego ramach wypracowano profile kompetencyjne, dzięki którym np. podczas rekrutacji doskonale wiadomo, jakich ludzi i o jakich kompetencjach potrzeba w firmie. Natomiast dzięki regularnym rozmowom rozwojowym wiadomo, które kompetencje należy w organizacji rozwijać. Na tej podstawie zostają zdefiniowane potrzeby szkoleniowe.

Szkolenia w Gaspolu to proces, a nie wydarzenie. Skrócił najpopularniejszych wśród jest m.in.: cały wachlarz kursów sprzedażowych, negocjacyjnych, rozwoju kompetencji kierowniczych. Zapotrzebowanie na tego typu doskonalanie wynika również wprost z badania potrzeb pracowników.

Są również szkolenia otwarte, ogólnorozwojowe dla wszystkich pracowników z szerokiego zakresu zainteresowań (np. nauka efektywnego uczenia się).

– *Oczywiście, nie zapominamy o szkoleniach obligatoryjnych, takich jak np. kursy BHP, ale stawiamy także na języki obce – stwierdza Arkadiusz Urbańczak. – Obecność naszych spółek na całym*

świecie daje ludziom z Gaspolu szansę udziału w wielu projektach międzynarodowych. Stąd od 2 lat prowadzimy intensywny program nauki języka angielskiego.

Wśród działań integrujących załogę tradycją stała się coroczna konferencja przygotowywana przez pracowników dla pracowników. Podczas niej jest miejsce zarówno na podsumowanie roku, na pracę warsztatową, jak i celebrowanie największych sukcesów. Co kwartał organizowane są także regionalne spotkania „Przedstawiciel Kwartału” oraz regularne zebrania działowe.

– *Jesteśmy organizacją, która tworzy klimat sprzyjający uczeniu się i wymianie doświadczeń pomiędzy pracownikami zajmującymi różne miejsce w strukturze organizacji – podkreśla prezes Sylwester Śmigiel. – Bardzo dużą wagę przywiązujemy do integracji załogi i ich najbliższych z naszą firmą. Duży wpływ ma na to organizowanie pikników rodzinnych, spotkań noworocznych, a także innych uroczystości związanych z naszą organizacją. Wiemy, że traktowany z szacunkiem, dumny ze swojej firmy pracownik, jest pozytywnie nastawiony do klienta i gotowy wyjść naprzeciw jego oczekiwaniom i w ten sposób te pozytywne relacje są źródłem naszego rozwoju.*

W pracy spędzamy 1/3 swojego życia, dlatego też jest niezwykle ważne, aby ludziami chciało się rano wstawać i tutaj przychodzić. Ciesząc się, że zarządzam organizacją, której misją „jesteśmy źródłem przyjaznej energii” urzędujemy w codziennym działaniu dla dobra pracowników i naszych klientów.

Joanna Drazgaj

Dializa – ratowanie życia bez barier

Działające od 10 lat Centrum Usług Medycznych „Dializa” Sp. z o.o. to dowód skuteczności rozwoju prywatnej służby zdrowia. Szybko rozrastająca się spółka zakłada własne stacje, maksymalizując dotarcie do pacjentów. Jej polityka jakości została niedawno doceniona – firma otrzymała tytuł i godło EU Standard 2009.

Jeszcze dziesięć lat temu chorzy na niewydolność nerek umierali z powodu braku możliwości dializowania. Dziś ok. 50% pacjentów leczy się chorobie w placówkach sektora niepublicznego. Centrum Usług Medycznych „Dializa” stawia sobie za cel wykrywanie choroby nerek w jej pierwszych etapach i wczesne rozpoczęcie leczenia.

– *Naszym głównym celem jest ratowanie ludzkiego życia – mówi Krzysztof Wruk, prezes spółki. – Chcemy być dostępni tam, gdzie jesteśmy potrzebni chorującym na niewydolność nerek. Inwestując prywatne środki, przyczyniamy się do rozwoju medycyny, szczególnie tam, gdzie zabrakło środków publicznych.*

Chorzy na niewydolność nerek muszą nieraz pokonywać znaczne odległości trzy razy w tygodniu w celu dializowania. Dziś „Dializa”, wychodząc naprzeciw tym niedogodnościom, zakłada swoje stacje również tam, gdzie rozwija się turystyka. Spółka w roku 2006 wygrała przetarg na prowadzenie i modernizację stacji dializ w Kolobrzegu. Placówka zapewnia całodobową możliwość udzielania zabiegów pa-

cientom hospitalizowanym w Szpitalu Regionalnym. Obok Kostrzyna i Kolobrzegu, firma posiada również swą stację w Miastku (woj. pomorskie) oraz wybudowaną od podstaw stację w Szczecinku (woj. zachodniopomorskie). Ta ostatnia jest największą ze wszystkich, a pierwszych pacjentów przyjmie już w I kwartale 2009 roku. Posiada 16 stanowisk do hemodializy, w tym jedno do zabiegów w trybie ostrym. Z tytułu zapotrzebowania na wykwalifikowaną do pracy w dziedzinie nefrologii kadre pielęgniarską, CUM „Dializa” uruchomiła w 2008 roku własny dział szkoleń. W ten sposób zadbano o profesjonalną opiekę pielęgniarską nad pacjentami w swoich jednostkach.

– *Zamierzamy nadal rozwijać działalność – mówi Krzysztof Wruk. – Chcemy dawać przykład, że polska medycyna potrafi działać sprawnie i skutecznie, a opieka świadczona przez niepubliczne zakłady uczy wielu nowych postaw. Preferujemy zdrowe podejście do jakości świadczonych przez nas usług. A przede wszystkim – chcemy ułatwiać życie chorym i pokonywać bariery.*

Tomasz Bochnia

Zbudują prawie wszystko

Kontener Sp. z o.o. działa na rynku od 1991 roku. Ponad 16-letnie doświadczenie w budownictwie modułowym przełożyło się dla firmy na miano jednego z europejskich liderów w dziedzinie produkcji wielofunkcyjnych segmentów budowlanych. Działania dotyczące zarządzania personelem zaowocowały nominacją do programu Solidny Pracodawca Roku 2008.

Spółka została doceniona za dbałość o dobro pracownika. W jej efekcie może się pochwalić doświadczoną, wysoko wykwalifikowaną kadrą, która w połączeniu z doskonałym zapleczem buduje gwarancję bardzo dobrej jakości wyrobów. Kryterium w programie Solidny Pracodawca Roku to przede wszystkim szeroko rozumiany wskaźnik solidności zatrudnienia. Obecnie firma zatrudnia blisko 150 pracowników, w tym osoby niepełnosprawne. Dużą wagę przykładają do bezpiecznych warunków pracy. Udostępnia pracownikom szkolenia (kończące się uzyskaniem certyfikatów), doskonalące umiejętności wymagane na zajmowanych stanowiskach.

Kontener Sp. z o.o. na początku istnienia zajmował się produkcją pojedynczych modułów kontenerowych. Wraz z rozwojem proste konstrukcje zostały zmodyfikowane i udoskonalone, tworząc oryginalne, wyróżniające się realizacje. Wygląd, wielofunkcyjność, a przede wszystkim wysoka jakość obiektów pozwoliła spółce pozyskać kontrahentów z całej Europy i nie tylko. Dziś Kontener swoim klientom oferuje szeroką gamę segmentów kontenerowych, m.in.

mieszkalne, socjalne, handlowe, biurowe, hotelowe, szpitalne, szkolne, sanitarne, magazynowe, na platformy wiertnicze, moduły stacje paliw, myjnie samochodowe, a także specjalistyczne: rentgenowskie, łącznościowe, energetyczne, technologiczne, wojskowe.

W produkcji wykorzystywane są nowoczesne urządzenia niepowodujące zagrożenia dla środowiska naturalnego. Firma posiada duże doświadczenie w dziedzinie ochrony środowiska. Jest producentem, a zarazem jedynym właścicielem licencji na pawilony do zbiórki i segregacji odpadów.

Profesjonalizm, dbałość o szczegóły, rygorystyczne sprawdzanie jakości produktów oraz właściwe podejście przedsiębiorcy to standard. Rzetelne realizowanie wyliczeń, sprawne przygotowanie zleceń oraz odpowiednia kontrola montażu dają kontrahentom Kontenera poczucie spokoju i zaufania.

Justyna Koziańska

P.P.E.B. „KONTENER” Sp. z o.o.



09-409 Plock, ul. Kostrzyński 8
tel. +48(0)24267-80-10, fax 267-80-11
www.kontener-plock.eu
www.kontener.com.pl

Wysokie notowania Genexo

Warszawska spółka Genexo znajduje się w pierwszej dziesiątce najszybciej rozwijających się przedsiębiorstw farmaceutycznych. Obok wzrostu zatrudnienia, regularnie podnoszą się także przychody przedsiębiorstwa. Podstawą rozwoju nominowanej do tytułu Solidnego Pracodawcy firmy są unikalne produkty oraz wdrożone nowoczesne metody zarządzania.

Wysokie obroty spółki generuje produkcja i sprzedaż glukometrów oraz paszków służących do pomiaru glukozy we krwi osobom chorującym na cukrzycę. Genexo jest w tym sektorze jednym z kilku niewidzianych krajowych liderów.

Obecnie wdraża absolutną nowość, mianowicie glukometr skierowany do pacjentów niewidomych lub słabowidzących.

Portfolio firmy na glukometrach się jednak nie zamyka. Producent posiada w ofercie zarówno leki wypisywane na receptę, jak i suplementy diety, czy inne wyroby medyczne.

– *Jako pierwsi wprowadziliśmy do obrotu w Polsce oryginalne rozgrzewające i chłodzące plastry hydrożelowe – Prel – mówi Tomasz Cześnik, prezes zarządu Genexo Sp. z o.o. – Nadal jednak nasz główny biznes stanowią glukometry, tak więc nie zaprzestaniemy naszych aktywności w tym segmencie.*

Ze swoim pierwszym produktem Genexo zadebiutowało w roku 2005. Od tamtego momentu zatrudnienie wrosło z 4 do ponad 100 osób. Polityka firmy zakłada rekrutację wewnętrzną na stanowiska menedżerskie. Dzięki temu

w ciągu ostatniego roku kilkunastu przedstawicieli medycznych zdobyło awans. Istotnym elementem dobrego HR-u w Genexo jest motywacja pracowników. Wprowadzono został m.in. system nagród specjalnych. Są to zarówno nagrody ilościowe (za realizowany przez pracownika wynik), jak i jakościowe (np. dla pracowników z większym doświadczeniem, którzy szkół tych młodszych stażem). Ponadto załoga regularnie uczestniczy w szkoleniach, kursach językowych, może liczyć także na dofinansowanie studiów podyplomowych.

W roku 2008 przedsiębiorstwo uzyskało certyfikat GMP, a także wdrożyło Systemy Zarządzania Jakością zgodnie z normami ISO. Warto dodać, że Genexo jest także wdrożoną innowacyjnej firmy biotechnologicznej Mabion Sp. z o.o. Jest to pierwsza strictly biotechnologiczna firma w Polsce i jedna z niewielu takich w Europie, która powstała w celu opracowania, wdrożenia do produkcji oraz sprzedaży leków onkologicznych opartych na tzw. monoklonalnych przeciwciałach. Przeciwciała te to obecnie największy rynek w biotechnologii.

Joanna Drzazga

Ludzie to podstawowy kapitał

Zatrudniające ponad 900 osób Konsorcjum Przedsiębiorstw Robót Górniczych i Budowy Szybów SA nie narzeka na zastój. Portfel kontraktów na 2009 rok ma już zawarty w przeszło 70%. W trudnych czasach śląski potentat tworzy wciąż nowe miejsca pracy. Niedawno otrzymał nominację do tytułu Solidny Pracodawca Śląska 2008.

– *Pomimo, że ubiegły rok był trudny dla branży, wiele osób odeszło z górnictwa, to nam robot wciąż przybywa – mówi Andrzej Michalik, prezes zarządu Konsorcjum Przedsiębiorstw Robót Górniczych i Budowy Szybów SA. – Dlatego prowadzimy ciągłą rekrutację.*

Konsorcjum PRGiBSz SA zajmuje się pracami górnictwami w kopalniach, a także projektowaniem i budową obiektów podziemnych. Doświadczenie kadry inżyniersko-technicznej oraz załogi, specjalistyczny sprzęt i skomputeryzowane zaplecze pozwalają spółce podejmować się najtrudniejszych zadań pod ziemią. Śląskie przedsiębiorstwo mieści się w ścisłej czołówce branżowej, a znane jest z dobrze wykonanych kontraktów nie tylko w śląskich kopalniach, ale w całym kraju (Wieliczka, Bochnia). Realizowało także kontrakty zagraniczne.

W trudnych czasach spółka może mówić o wzroście. Przetargi wygrywa nie tylko dzięki wypełnianiu wszystkich warunków stawianych przez inwestora, ale też optymalnymi cenami, a przede wszystkim zaufaniem budowanym po-

przez właściwą organizację pracy i rzetelność. Konsorcjum posiada wszelkie atesty oraz certyfikaty potrzebne do prowadzenia robót podziemnych, między innymi działając zgodnie z normami BHP PN-N 18001: 2004 oraz stosując politykę jakości zgodną z ISO 9001: 2000. Dysponuje nowoczesnymi, oszczędzonymi rozwiązaniami technologicznymi. Gwarantuje bezpieczeństwo prowadzonych robót przy korzystnych warunkach finansowych. Ostatnie obroty firmy wynosiły kilkadziesiąt mln zł/rok i corocznie ulegają zwiększeniu.

Jakość dzięki fachowcom

Istnieje tylko jeden sposób, aby konkurować usługami w wąskiej branży górniczej: fachowość załogi. KPRGiBSz przywiązuje wielką wagę do zarządzania zasobami ludzkimi. Już na poziomie rekrutacji i doboru pracowników stosuje ściśle procedury Zintegrowanego Systemu Zarządzania. Zatrudnionym firma stwarza bardzo dobre warunki pracy: wyposaża ich w odpowiednie narzędzia oraz ubiór, gwarantuje pełny pakiet socjal-

ny. Warto wspomnieć, że KPRGiBSz został już nagrodzony Odznaką Honorową „Za zasługi dla ochrony pracy”. Podstawę zatrudnienia stanowi etat. Ponadto spółka kieruje zainteresowanych na szkolenia doskonalące, które kończą się uzyskaniem odpowiednich uprawnień czy świadectw. Do finansowywania studiów specjalistycznych połączone z przyznawaniem dodatkowych urlopów to działanie standardowe. – *Namawiamy do zwiększania kwalifikacji, bo to przekłada się na konkretne profity dla pracowników – przekonuje Michalik. – Najistotniejsze jest dla nas to, że chcemy zachęcić załogę do rozwoju i motywować ją. Tworzymy więc dobry klimat. Nie zapominamy też o imprezach integracyjnych czy działalności rekreacyjno-sportowej. Po prostu praca nie musi kojarzyć się wyłącznie z szeregiem obowiązków, ale też dawać satysfakcję. Nominacja do tytułu Solidnego Pracodawcy bardzo nas cieszy. Jest dla nas ważna, czujemy się uwiarygodnieni i docenieni. A to kolejny atut dla firmy w codziennym biznesie.*

Jakub Lisiecki

VIRTUozi smaku

Opierając się na tradycyjnych recepturach, od ponad 17 lat firma Virtu wytwarza dania chłodzone i głęboko mrożone. Dzienna wydajność na poziomie ok. 40 ton gotowych wyrobów to w efekcie 23-procentowy udział spółki w rynku. Plany na przyszłość: zwiększenie sprzedaży i produkcji o 30%.

W ostatnich latach zawierająca spółka Virtu rozwinęła się dynamicznie. W 2008 roku inwestycje wewnętrzne osiągnęły bardzo wysoki poziom. Zmodernizowano m.in. linię produkcyjną oraz pakowalnię, co 3-krotnie podwyższyło wydajność produkcji. Obecnie miesięczne wyniki osiągają pułap prawie 900 ton gotowych dań chłodzonych oraz mrożonych. Bogata oferta firmy obejmuje blisko 30 rodzajów przysmaków polskiej kuchni tradycyjnej wytwarzanych na podstawie surowych wyciecznych systemu bezpieczeństwa HACCP. – *Kontrola jakości naszych wyrobów odbywa się na każdym etapie ich wytwarzania, począwszy od standardu przetwarzanych surowców, aż po czystość maszyn i środowiska pracy – zapewnia Daniel Czerwik, dyrektor handlowy Virtu Sp. j. Zawansowane technologiczne metody pakowania zapewniają pełne bezpieczeństwo konsumpcyjne. Stosunkowo niedługi okres przydatności produktów do spożycia (ok. 16 dni) – wynikający z niestosowania sztucznych komponentów – wymóg na firmie zorganizowanie sprawnego zaplecza logistycznego. Wyroby Virtu w szybkim tempie docierają do wszystkich kanałów dystrybu-*

cyjnych, począwszy od małych sklepów osiedlowych, po hurtownie oraz wielkie sieci handlowe. – *Śmiało mogę powiedzieć, że wyrobiliśmy sobie naprawdę dobrą markę zarówno wśród naszych klientów, jak i kontrahentów. Jako wiarygodny, a także solidny partner w biznesie staramy się każdorazowo realizo-*

wać zlecenia nie w 100%, tylko co najmniej w 110%. Nigdy nie schodzimy z jakości na rzecz niższej ceny – podkreśla Daniel Czerwik. Takie podejście biznesowe otworzyło spółce możliwość handlu poza granicami Polski. Dynamiczny wzrost eksportu, głównie na rynek brytyjski i irlandzki, to silny argument do mocniejszego wejścia w unijny rynek dań gotowych.

Kuchnia Polska na topie

W ostatnich latach Virtu odnotowało znaczny wzrost popularno-

ści swoich dań gotowych, a co za tym idzie wzrost sprzedaży. Wiodące serie produktów – *Kuchnia Polska i Dzieło Mistrza* – to odświeżona propozycja różnorodnych potraw, a także smaków. Bogata oferta m.in. pierogów, naleśników, krokietów, czy też gołąbków jest odpowiedzią na potrzeby wymagających konsumentów. Dziś liczy się już nie tylko jakość i cena, ale przede wszystkim prostota, a także szybkie przygotowanie. Stąd tak wysoka pozycja Virtu na polskim rynku. – *Od zawsze staramy się budować markę godną zaufania. Chcemy zaspokoić wymagania każdego klienta z osobna. Nie chcemy zawiązać konsumentów w żadnym aspekcie. Niezmiennie twierdząc, że naszą silną stroną jest po prostu szeroko rozumiana jakość. Dlatego np. promocyjne produkty wytwarzamy wedle tych samych standardów co dania w cenie regularnej – podsumowuje Czerwik. Firma może poszczycić się zaufaniem konsumentów i kontrahentów, jak również licznymi nagrodami – znakiem Poznań Dobrą Żywność oraz godłem TO jest TO! 2009. W przypadku tego drugiego wyróżnienia decydującą rolę odegrały wysokie wyniki sprzedaży.*

Anna Rok

POLKOMTEL: zaangażowanie, które zmienia rzeczywistość

Tatrzańskie, Górskie oraz Wodne Ochotnicze Pogotowie Ratunkowe czy Fundacja Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy – to tylko niektóre podmioty od lat wspierane przez Polkomtel S.A., operatora sieci Plus. Dzięki tej współpracy udało się uratować i pomóc wielu osobom. Spółka od początku swojej działalności konsekwentnie angażuje się w liczne projekty prospołeczne i z równą skutecznością stwarza bardzo dobre warunki pracy swoim pracownikom. Możliwość ciągłego podwyższania kwalifikacji i zdobywania nowych umiejętności, a także przyjazna atmosfera – to czynniki, które zdecydowały o przyznaniu Polkomtelowi nominacji do tytułu Solidny Pracodawca 2008.

Polkomtel oferuje swoje usługi pod markami Plus, Simplus, Sami Swoi i 36.6. Sieć skupia łącznie ponad 14 milionów użytkowników. Spółka stara się być odpowiedzialna społecznie – realizuje liczne działania o charakterze sponsoringowym, wspiera inicjatywy związane z bezpieczeństwem, edukacją, kulturą, sportem i ochroną zdrowia, współpracuje przy projektach charytatywnych. Działania podejmowane w tym obszarze ściśle korespondują z głównymi celami spółki. Polkomtel w pełni zasługuje również na miano odpowiedzialnego pracodawcy. Dzięki kreowaniu działań służących identyfikacji pracowników z miejscem pracy oraz tworzeniu przestrzeni do realizacji własnych pomysłów, Polkomtel otrzymał nominację do tytułu Solidny Pracodawca 2008. Czy to wyróżnienie jest ważne dla spółki? – O to zapytaliśmy **Monikę Lopińską**, dyrektora Departamentu Zarządzania Zasobami Ludzkimi.

– Tak, cieszymy się, że nasze zaangażowanie w sprawy bezpośrednio dotyczące zatrudnionych osób jest dostrzegane i doceniane. Świadczy to o tym, iż prowadzona przez nas polityka

wej, ale też stwarzającą dobre i przyjazne warunki pracy. Wysiłki skupiamy na wielu aspektach, mających wpływ na zadowolenie pracowników. Na przykład dbamy o zdrowie ich i ich rodzin, zapewniając im pakiet usług medycznych. Oprócz podstawowych narzędzi pracy, każdy członek załogi otrzymuje służbowy telefon komórkowy. Zachęcamy też naszych pracowników do rozwijania i realizowania własnych inicjatyw. Z szerokim odzewem spotykają się przeprowadzane regularnie z inicjatywą samych pracowników akcje honorowego krwiodawstwa, ratownictwa medycznego czy Dni Wiedzy. Te ostatnie umożliwiają prezentację na forum spółki własnych projektów z różnych dziedzin oraz udział w warsztatach przygotowanych przez kolegów. Przekazywana w ten sposób wiedza wzbogaca kolejnych naszych pracowników.

– **Jacy ludzie znajdują pracę w Polkomtelu?**

– Szukamy osób podziela-
jących reprezentowane przez

spółkę wartości. Najważniejsze jest zaangażowanie – to właśnie ono zmienia rzeczywistość. Zależy nam, aby każdy z pracowników miał szansę dołożenia „własnej cegiełki” do realizacji celów spółki. Dbając o właściwą atmosferę pracy, tak istotną z punktu widzenia zarówno pracowników, jak i całej spółki, poszukujemy jako kandydatów osób zyciowych i tolerancyjnych. Te cechy pozwalają naszym pracownikom postrzegać nowe zadania jako kolejną szansę i ciekawą przygodę, nawet jeśli stojące przed nimi wyzwania są trudne i wymagające.

– **Jakie określenie najprecyzyjniej obrazuje budowane przez Was relacje?**

– Partner – to określenie najtrafniej odzwierciedla nasze relacje pomiędzy pracownikiem a pracodawcą. Jesteśmy nastawieni na pracę zespołową. Każdy pracownik jest partnerem dla drugiego, kontakty z przełożonymi są



otwarte. Pomysły i uwagi każdej osoby brane są pod uwagę, a najlepsze rozwiązania realizowane. Wszyscy zwracamy się do siebie po imieniu, co sprzyja sprawnej komunikacji i otwartości pomiędzy współpracownikami.

– **Ma to przełożenie na wizerunek firmy?**

– Tak, pracownicy są duszą organizacji. Poprzez swoje postawy tworzą niepowtarzalną kulturę organizacyjną, odgrywającą ważną rolę w kształtowaniu pozytywnego wizerunku firmy. Satisfakcja z pracodawcy i samej pracy daje efekt silnej identyfikacji pracowników z firmą, jej marką, a to przekłada się na pozytywne opinie dotychczas spółki. Skutkuje to m.in. rekomendowaniem do pracy osób o wysokich kwalifikacjach.

– **Czym wyróżnia się Polkomtel na tle innych pracodawców?**

– Przede wszystkim tym, że dbamy nie tylko o rozwój zawodowy pracowników. Tworzymy zintegrowaną i zgraną społeczność, chętnie angażującą się w rozmaite projekty, nie tylko biznesowe. Od wielu lat w firmie działają różne sekcje sportowe, m.in. siatkówki, turystyki górskiej, narciarsko-snowboardowa, strzelecka, tenisa ziemnego, jeździecka, plewnurkowa, koszykówki, żeglarska, motocyklowa i wiele innych. Umożliwiamy też pracownikom korzystanie z basenu i hal sportowych. Fundujemy bilety wstępu na imprezy kulturalne sponsorowane przez Polkomtel. Wszystkie te działania sprawiają, że spotkania po godzinach pracy w innym otoczeniu stają się impulsem dodatkowo integrującym pracowników Polkomtela.

Magdalena Ryś

Przygoda pełna wyzwań

Polkomtel oferuje swoim pracownikom pracę przy tworzeniu i realizacji najnowocześniejszych rozwiązań technicznych i produktowych. Nowe technologie z jednej strony oznaczają wielkie wyzwania, z drugiej jednak sprawiają, że praca zamienia się w ciekawą i pełną wyzwań przygodę. Tak właśnie jest w Polkomtelu...

– *Miałam szansę brać udział w bardzo ciekawym przedsięwzięciu, jakim jest wprowadzenie nowej marki na rynek, tym samym mogłam zdobyć cenne doświadczenia, jakich nie udaloby mi się prawdopodobnie uzyskać w innym miejscu pracy. Współpraca z profesjonalistami o wysokich kompetencjach i możliwość uczenia się od nich zarówno w kwestiach merytorycznych, jak i sposobu postępowania w poszczególnych sytuacjach to na pewno elementy motywujące do dalszej pracy w Polkomtelu* – wyjaśnia **Hanna Jasińska**, starszy specjalista ds. reklamy w Departamencie Komunikacji Marketingowej.

Jednym z ważnych elementów decydujących o wyborze pracodawcy jest odpowiednia gratyfikacja pieniężna. Wiele osób poszukujących pracy dąży do tego, aby była ona adekwatna do reprezentowanej wiedzy i posiadanych umiejętności. Coraz częściej jednak czynnikiem wpływającym na podjęcie pracy w danej firmie jest możliwość realizacji osobistych zainteresowań i wykorzystania posiadanej wiedzy. Polkomtel stwarza zatrudnionym nie tylko doskonałe warunki do rozwijania swoich pasji, ale także daje możliwość łączenia ich z pracą – *Jestem studentem, w Polkomtelu pracuję w dziale, w którym mam szansę poznać od strony praktycznej zagadnienia związane z tematem mojej pracy magisterskiej. To dla mnie szczególnie ważne. Wiele z moich uczelnianych koleżanek i kolegów nigdy takiej możliwości nie będzie miało. Warto podkreślić, że szansa, jaką dostałam, nie jest wynikiem jakichkolwiek znajomości czy protekcji. Zasady przyjmowania nowych osób do Polkomtela są uczciwe, a co najważniejsze, jednakowe dla wszystkich. Dział rekrutacji we właściwy sposób weryfikuje przydatność na dane stanowisko i nie dyskwalifikuje studentów bez doświadczenia* – podkreśla **Jakub Radman**, inżynier NMC w Dziale Zarządzania Siecią.

Satisfakcja z wykonywanych zadań to element budujący motywację do pracy. Dodatkowo, bardzo ważnym aspektem jest świadomość stabilizacji. Pocucie bezpieczeństwa pozytywnie wpływa na wykonywanie obowiązków oraz budowanie relacji. Pracownicy Polkomtela są osobami kreatywnymi, a co najważniejsze pozytywnie nastawionymi do innych. – *W firmie panuje dobra atmosfera wpływająca na motywację. Najbardziej odpowiadają mi partnerskie relacje przełożony – podwładny, w dużej mierze oparte na koleżeństwie. W ten sposób załatwiamy większość spraw. Kiedy trzeba, oczywiście przechodzimy na relacje bardziej służbowe, ale i wówczas traktujemy się „po ludzku”. Ważne jest też to, że każdy w firmie rozmawia z innymi per „ty”, a nie per „pani/pan”* – podsumowuje **Marek Nowakowski**, koordynator w Departamencie Kompleksowej Obsługi Klienta.

Życie nie kończy się na praniu pieluch

Jednym z elementów budowania dobrej polityki pracowniczej są działania na rzecz młodych matek. Firma Polkomtel stara się stwarzać poczucie bezpieczeństwa, dbając o ich bezstresowy powrót do pracy.

– *Szczęście, z jakim przyjąłem wiadomość o tym, że spodziewam się dziecka, było ogromne. Tym bardziej, że miałam świadomość bezpieczeństwa swojego miejsca pracy, a przy planowaniu rozwoju rodziny jest to szczególnie ważne. Wiele koleżanek przede mną wróciło bez kłopotu do pracy po urloпах macierzyńskich i wychowawczych. Wiedziałam, że moja firma dba o zapewnienie młodym mamom miejsca pracy* – podkreśla **Monika Karpińska**, koordynator Sekcji ds. Administracji Regionalnej.

Polkomtel zachęca kobiety do powrotu do pracy po urodzeniu dziecka, stwarzając możliwości kontynuowania aktywności zawodowej i nierzeczywizowania z rozwoju intelektualnego oraz podjętej ścieżki kariery. Stara się propagować rozwiązania wspierające łączenie obowiązków matki i pracownika.

– *Przez moment, tuż po urodzeniu dzieci, byłam nastawiona tylko na macierzyństwo. Wprawdzie nie skorzystałam z urlopu wychowawczego, ale nie było mowy o dużych wyzwaniach. Zresztą podczas spotkań z przełożonymi zawsze stawiałam sprawę jasno. Dopiero teraz, kiedy dzieci poszły do szkoły, mam czas na wyzwania. Prowadzę duży projekt, najważniejszy w dziale. Zajmuje mi to mnóstwo czasu i energii. Ale też daje wiele satysfakcji. Wreszcie czuję, że codziennie uczę się czegoś nowego* – mówi **Alicja Smolewska**, starszy specjalista ds. rdzeniowej sieci głosowej.

Pracownicy powracające po urlopie macierzyńskim czy wychowawczym nierzadko obawiają się swych przyszłych obowiązków lub niełatwego dostosowania się po dłuższej przerwie do wymogów pracy. W Polkomtelu zarówno pracownicy, jak i osoby zarządzające starają się stworzyć atmosferę sprzyjającą ponownej adaptacji.

– *Miałam obawy, czy szybko uda mi się wdrożyć do pracy po tak długiej nieobecności – mój departament i spółka zmieniły się trochę, tak jak zmienia się rynek, na którym działamy. Zostałam przyjęta bardzo ciepło, otrzymałam wiele maili i telefonów z zapewnieniem o wsparciu w ponownym odnalezieniu się w firmie. Wicedyrektor mojego departamentu zaprosił mnie do siebie pierwszego dnia i opowiedziała o tym, co działo się i zmieniło podczas mojej nieobecności. Koleżanki, z którymi dzielił pokój, przygotowały moje stare biurko i sukcesywnie przekazują mi obowiązki, które przejęły ode mnie, kiedy musiałam przerwać pracę, żeby urodzić i odchowić swoją córeczkę. Dzięki ich postawie i motywacji mam energię, by sprostać wymaganiom zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym* – podsumowuje **Monika Karpińska**.



personalna jest na najwyższym poziomie. Pracownicy są naszym najcenniejszym kapitałem, a odpowiednie planowanie i określenie zasad zarządzania zasobami ludzkimi ma znaczący wpływ na funkcjonowanie spółki jako całości.

– **W jaki sposób buduje się swój zespół fachowców?**

– Jesteśmy firmą zapewniającą rozwój kariery zawodo-

Plus
RAZEM LEPIEJ

Inspirują nas marzenia

Podróżujemy, by poznać świat, oderwać się od rzeczywistości, nabrać dystansu do życia, zregenerować siły, odpocząć, odreagować stres. Jest milion powodów, a każdy znajdzie swój indywidualny impuls do wyruszenia w drogę. Podróże zmieniają nas, a wspomnienia z nimi związane pozostają w pamięci na zawsze. Uczą tolerancji, kształcą, czynią z nas smakoszy egzotycznych kuchni. A dokąd się udać, jak zaplanować trasę, w jaki sposób do niej się przygotować? To zadanie najlepiej jest już powierzyć profesjonalistom, takim jak Biuro Podróży ITAKA, które może się poszczycić dwudziestoletnim doświadczeniem i pozycją niekwestionowanego lidera usług turystycznych na polskim rynku.

Rozmowa z **Piotrem Heniczem** – dyrektorem sprzedaży i marketingu Biura Podróży ITAKA.



– Przed nami czas planowania wakacyjnych wyjazdów. Co Biuro Podróży ITAKA ma do zaoferowania na zbliżający się wakacyjny sezon?

– Rok 2009 to szczególnie, jubileuszowy rok dla naszego biura – w kwietniu obchodzimy bowiem jubileusz 20-lecia. Rok wyjątkowy i w związku z tym wyjątkowo bogata oferta wakacyjnego wypoczynku LATO 2009 zaprezentowana w aż 4 katalogach tematycznych – 3 wczasowych i 1 z ofertą wycieczek. A do lektury poszczególnych katalogów zapraszają nas ambasadorzy: Beata Tyszkiewicz, Justyna Steczkowska, Katarzyna Figura oraz Magda Gessler w cyklu „Moje Podróże z Itaką”. Dotychczasowa oferta została wzbogacona o atrakcyjne nowości: *Maroko, Djerba, Egipt-Hurghada, Ibiza oraz Włochy-Kalabria*. W katalogu Wycieczki oferujemy znane i sprawdzone programy imprez objazdowych, takie jak: *Bella Italia, Viva Iberia, Spacer po Paryżu czy Orient Express* – w sumie ponad 70 programów wycieczkowych, pozwalających poznać nie tylko niemal całą Europę, ale także kilka krajów dość odległych, jak Chiny, Indie i Kanada. Z okazji naszego 20-lecia przygotowaliśmy dla klientów specjalną jubileuszową wycieczkę „Piękni i dwudziestoletni”, która pozwoli na świętowanie urodzin ITAKI w malowniczej scenarii wło-

skich miast, w połączeniu z różnymi atrakcjami. Podążamy za rynkowymi tendencjami, ale staramy się również utrzymać jak najwięcej z tradycji wypracowanych w pierwszych latach.

– Na co warto zwrócić uwagę w szczególności?

– Polecam nową propozycję na wakacyjny wypoczynek – ITAKA RELAX CLUB, skierowaną dla wszystkich. To nowość w naszej ofercie, pierwszy hotel klubowy – Aegean Palace na Krecie. Wyjątkowe miejsce zarówno dla rodzin, dzieci, jak i dorosłych, gwarantujące niezwykle atmosferę i wspaniałe atrakcje dla całej rodziny. Najmłodszym proponujemy zajęcia sportowe, naukę języka angielskiego, liczne gry, zabawy i konkursy z nagrodami. Dorosłym w tym czasie zapraszamy na ćwiczenia jogi, jogging, czy nordic walking. Mogą również wziąć udział w zawodach bilardowych, aerobiku, rozgrywkach brydżowych, zagrać w szachy, czy scrabble. Nie zapomnieliśmy również o koneksach kina, dla nich przygotowaliśmy filmowe wieczory tematyczne. W naszym klubie każdy będzie mógł wypożyczyć popularną prasę lub ciekawą lekturę. Wszystko to zapewni nasz profesjonalny, stannie dobrany i przeszkolony zespół animatorów. Ta propozycja spotkała się z dużym zainteresowaniem ze strony naszych klientów.

– A na jakie udogodnienia mogą liczyć klienci ITAKI w tym sezonie?

– Znacząco zwiększyliśmy liczbę salonów firmowych z 45 do 56. W trosce o wygodę naszych klientów w okresie trwania promocji oferty LATO 2009 (grudzień-marzec) salony czynne są w soboty w godz. 10-16, a wybrane salony również w niedziele w godz. 10-14. Zarówno rezerwacji, jak i płatności za wybraną imprezę można dokonać on-line w naszym sklepie internetowym. Sklep internetowy www.itaka.pl czynny jest 7 dni w tygodniu przez całą dobę. Nie wychodząc z domu, można zaplanować wymarzone wakacje z ITAKĄ. Nowa propozycja to

po raz pierwszy również będziemy latać z Rzeszowa.

– Klienci wyruszają z ITAKĄ w świat już od dwudziestu lat z różnych powodów, mają również różnorakie preferencje i wymagania. Tysiące turystów podróżuje do tych samych miejsc, a każdy przywozi inne wspomnienia. To, co jednych wprawia w niemy zachwyt, innym tylko się podoba. W jaki sposób udaje się Wam sprostać gustom i oczekiwaniom tak wielu różnych klientów?

– Wsłuchujemy się w ich potrzeby i oczekiwania. Od dwudziestu lat mamy ogromne grono zaufanych klientów i przyjaciół. Chyba nikt nie zliczy, ile razem przemierzaliśmy kilome-

trów, by zapewnić najwyższej jakości usługi, a inspiracją do tego są marzenia naszych klientów. Na bieżąco również analizujemy szczegółowo wszystkie sygnały wpływające od klientów i zawsze staramy się na nie niezwłocznie reagować.

– Kiedy warto rezerwować wyjazdy wakacyjne?

– Już od dawna oplaca się korzystać z promocji, które oferujemy w pierwszych miesiącach sprzedaży oferty wakacyjnej (grudzień-marzec). Gwarantujemy ona niższe ceny, nawet 40% ceny katalogowej, szeroki wybór ofert oraz gwarancję niezmienności ceny. Zławsza w czasach, które są trudne do przewidzenia, nale-

żdecydują z kilkumiesięcznym wyprzedzeniem, faktycznie zostanie zrealizowana. Planowanie urlopu z takim wyprzedzeniem przynosi szereg korzyści. Przede wszystkim spokój i uniknięcie rozczarowania związanego z brakiem miejsc na wymarzony termin czy gorącą polowaniami na ofertę last minute, gdyż obecna nasza promocja jest bardziej korzystna niż niższe oferty w ostatniej chwili. Później będzie zdecydowanie mniejszy wybór i wyższe ceny. Niezwykle istotną jest również dostępność hoteli. Od kilku sezonów widać wyraźnie, że rodziny w układach 2+1 lub 2+2, które decydują się na wyjazd w ostatniej chwili, mają z tym



ITAKA. TV – możliwość obejrzenia filmów z hoteli, które są dostępne w naszej ofercie. W chwili obecnej ITAKA. TV to ponad 200 filmów hotelowych!

Wyjściem naprzeciw oczekiwaniom naszych klientów jest zwiększanie z roku na rok liczbę miejsc wakacyjnych dostępnych z lotnisk lokalnych. Obecnie, oprócz Warszawy, realizujemy wyloty z Poznania, Krakowa, Katowic, Wrocławia, Łodzi, Szczecina, Gdańska i Bydgoszczy, a w tym sezonie

trów, jakie miejsca zwiedziliśmy i jakich doznaliśmy wspólnie emocji. Dokładamy wszelkich możliwych starań i koncentrujemy się na zminimalizowaniu ryzyka i zagrożeń, jakie mogą towarzyszyć zagranicznym podróżom, aby ten wymarzony i długo wyczekiwany urlop upłynął w jak najlepszej atmosferze i pozostawił w świadomości wycieczkujących niezatarte i tylko pozytywne wspomnienia. Z myślą o naszych klientach nieustannie pracujemy nad udoskonalen-

iem oferty, by zapewnić najwyższej jakości usługi, a inspiracją do tego są marzenia naszych klientów. Na bieżąco również analizujemy szczegółowo wszystkie sygnały wpływające od klientów i zawsze staramy się na nie niezwłocznie reagować.

– Kiedy warto rezerwować wyjazdy wakacyjne?

– Już od dawna oplaca się korzystać z promocji, które oferujemy w pierwszych miesiącach sprzedaży oferty wakacyjnej (grudzień-marzec). Gwarantujemy ona niższe ceny, nawet 40% ceny katalogowej, szeroki wybór ofert oraz gwarancję niezmienności ceny. Zławsza w czasach, które są trudne do przewidzenia, nale-



BB Polska: gotowi na nowe wyzwania

Rok 2008 Billfinger Berger Polska zamknął z obrotami na poziomie 750 mln zł, koncentrując się głównie na realizacji zleceń od klientów państwowych. Nowy rok to walka o kolejne kontrakty. Firmie sprzyja nie tylko dobra kondycja finansowa, ale przede wszystkim ponad 60-letnie doświadczenie połączone z praktycznie nieograniczonymi możliwościami wykonawczymi.

Wyspecjalizowana m.in. w zakresie budownictwa drogowo-mostowego i inżynieryjnego spółka Billfinger Berger Polska powstała z połączenia Warszawskiego Przedsiębiorstwa Robót Drogowych S.A., Płockiego Przedsiębiorstwa Robót Mostowych S.A. oraz Hydrobudowy Service, budowlanych spółek należących do niemieckiego koncernu Billfinger Berger AG. Od lutego 2008 roku funkcjonuje w systemie od-

no kompleksowej obsłudze inwestycji przy jednoczesnej optymalizacji kosztów. A to sprawia, że firma jest naprawdę konkurencyjna. Inwestycje mogą liczyć na 60-letnie doświadczenie wsparcia innowacyjnymi rozwiązaniami oraz nowoczesnym sprzętem. – Wykonać naszego planu inwestycji uwzględniając jej okresłość przez uławić się – podkreśla Piotr Kleciak, prezes zarządu Billfinger Berger Polska S.A. – Jest to o tyle zua-

pracowników, przez który rocznie przepływa ponad 10 mld euro, pozwala spółce korzystać z ustronnych umów ramowych grupy. Stąd już tylko krok w kierunku wdrożenia najnowszych rozwiązań zwiększających wydajność i jakość usług na polskim rynku.

Solidni na 1150%

Prawdziwą siłą BB Polska jest załoga licząca ok. 1150 osób, pracujących w oddziałach tematycznych na terenie całego kraju. Zdecydowaną większość z nich stanowią pracownicy kontraktowi, jakkolwiek nie brak i osób zatrudnionych do realizacji jednozawodowych zleceń.

Stabilizacja i atrakcyjne warunki finansowe to stały pracy w firmie o ugruntowanej pozycji na świecie, jaką jest Billfinger

Berger AG. Polska jednostka jest przykładem sprawnie działającego organizmu, gdzie wiedza oraz kreatywność załogi wpływają na ekspansję firmy, a za pomocą wdrożenia innowacyjnych technologii umożliwia zakładać stały rozwój zawodowy. Standardem są zatem licznie realizowane szkolenia, które na początku roku planują kierownicy poszczególnych oddziałów, czemu uwarunkowanie przysługuje się sam przez zarząd. Jeden z ostatnich wdrożonych programów zakłada naukę języka angielskiego na różnych poziomach, w zależności od dotychczas posiadanych umiejętności. Jest to kluczowe dla podmiotu stanowiącego część dużego koncernu, gdzie komunikacja odbywa się właśnie w tym języku. Cyklicznie organizowane są także kursy mające wdrożyć załogę w nowo opracowane



Obwodnica Gdynia

schematy funkcjonowania firmy – wspólne dla wszystkich jednostek organizacyjnych spółki. Ujednolicenie zasad działalności było konieczne również ze względu na opracowanie (w porozumieniu ze związkami za-

wodowymi) tożsamości dla wszystkich oddziałów BB Polska funduszu świadczeń socjalnych. Z tego finansowane są tzn. polityki remontowe, zapomogi, uczasy pracowników, paczki świąteczne, jak również wszelkie działania rekreacyjno-sportowe integrujące załogę. Ponadto bieżące informacje dotyczące spółki kierownictwo przekazuje pracownikom za pomocą rozbudowanej sieci komunikacji wewnętrznej.

Sprawdzone na Zachodzie rozwiązania korporacyjne są zatem z powodzeniem realizowane w polskich realiach biznesowych, gdzie BB Polska wzmocniła markę pioniera budownictwa infrastrukturalnego z wysoko kwalifikowaną kadrą na czele.

Anna Rok



Stowarzyszenie Gdynia

działowym, a tworzą ją trzy jednostki operacyjne: Oddział Drogowy – WPRD, Oddział Mostowy – PPRM, a także Oddział Inżynieryjny.

Lider polskiego rynku budownictwa infrastrukturalnego w swych działaniach koncentruje się przede wszystkim

czepie, że w porównaniu z innymi firmami budowlanymi mamy o wiele większe możliwości zakupu nowych maszyn i urządzeń w korzystniejszych cenach. Oczywiście wyciąga z tego na potencjalnie Billfinger Berger AG. Przynależność do koncernu, zatrudniającego w sumie ponad 50 tys.

NOMINACJA DO TYTUŁU SOLIDNY PRACODAWCA 2008

Piotr Kleciak, prezes zarządu BB Polska: – Bardzo wdzięczny jestem za wyróżnienie do tytułu Solidnego Pracodawcy. To oznacza, że oddziałowi wdrożony został program w zakresie zarządzania personelem. Nie jesteśmy „drużynami kapitałowymi”, lecz ludźmi, którzy na solidne fundamenty chcą budować swoją przyszłość. Zarządzając wielkimi specjalistami, angażujemy się w nich w ich rozwój. Jest to o tyle nie do przecenienia w obsłudze firmy. Z dużą przyjemnością współpracujemy z kolegami z wieloletnim stażem. Dobra współpraca wewnętrzna jest przecież sprzątem przywilejem. Przechodzący tutaj, by doświadczyć, wiecie, że pracownikom zależy, co w naszym przypadku przejawia się w tym, że pracownicy nie tylko finansowo, ale i w innych aspektach kariery w naszej firmie. Jestem ja sam! Kilka lat temu byłem w 1985 r. z rodziną zamieszkały w konwencie jako uczeń szkoły. Następnie zostałem uczniem, dalej kierownikiem robót kierownikiem budowy grupy budowlanej. Chcąc spróbować czegoś nowego, przystąpiłem do swojej firmy na stanowisku dyrektora oddziału. Długo zastanawiałem się i postanowiłem do niemieckiej spółki, tam zacząłem na final prezesa zarządu. Nie jestem to odosobnionym przypadkiem. Często się z tego, że nawet jeśli ludzie nie chcą, to nie ma jak im pomóc, to i tak z czasem do nas wracają. Powołani zostają do tego, żeby robić dobrze dla właściciela i to robić, abiegaj przy tym solidnie o naszych ludzi.

MARKOWICZE wysoko w rankingu

Zakład Ceramiki Budowlanej MARKOWICZE SA uplasował się na wysokim, 38. miejscu w zeszłorocznym rankingu jednoosobowych spółek Skarbu Państwa. Skąd tak dobry wynik? Dzięki mądrym zarządzaniu jakością trafnym decyzjom, organizacji i operatywności. Spółka rokrocznie odnotowuje coraz wyższe zyski.

Zakład Ceramiki Budowlanej MARKOWICZE SA specjalizuje się w produkcji materiałów ściennych: pustaków, cegieł, pustaków wentylacyjnych i stropowych. Produkty firmy obecne są na coraz większym terytorium w Polsce: w woj. łódzkim, podkarpackim, małopolskim, śląskim, świętokrzyskim, mazowieckim i łódzkim. Dystrybuują je hurtownie, gdzie dostępne są dla inwestorów indywidualnych. Od ubiegłego roku spółka posiada odpowiedni certyfikat ukrainki i zaczyna wchodzić na tamtejszy rynek, a tak naprawdę – budować go niemal od zera. Szansa na sukces ma obrazy.

Naszym nadrzędnym celem jest zapewnienie w pełni satysfakcjonującej, najwyższej jakości i to dzięki niej możemy się rozwijać – opowiada Tadeusz Kania, prezes zarządu ZCB MARKOWICZE SA. – Nie co dzień jako „BSP” możemy gwarantować w pełni satysfakcjonującą, najwyższą jakość i to dzięki niej możemy się rozwijać. Jesteśmy pod ciągłym nadzorem PIP, PIB, firm kontrolerskich, co roku zlecamy przeprowadzanie audytów jakościowych, co kwartał wysyłamy produkty do dwóch niezależnych instytucji budowlanych w Polsce. Działania te nie pozostają bez echa. Spółka co dzień zyskuje

na zasięgu. Wyróżni konkurencją na rynku zasadniczym atutem: trwałością, za którą klient nie waha się zapłacić więcej, niż za produkty konkurencyjnych, nawet bardzo znanych marek. Wielu klientów indywidualnych sięga po produkty z Markowicz celowo, z polecenia zadowolonych sąsiadów czy rodziny. Często polecają go też ekipy malarzkie.

– Mówi, że nie jesteśmy wielką firmą, umacniany pozycję rynkową głównie dzięki aktywnym rekomendacjom – podkreśla prezes Kania. – Naszą najlepszą reklamą jest nasz wyrob. Reklamą i jubileuszowych produkty nie mamy. Wiesz, że inne firmy z branży wagi zaprzęta na placach magazynowych na 3-4 miesiące. U nas takich nie ma, cała produkcja natychmiast idzie w Polskę. Uklaj się nam sprzedawca! Produkt w znakomitych cenach i stał dobry wynik finansowy. A pamiętaj, że w kluczowym momencie oparliśmy się na swoim zwiększeniu produkcji licząc na jakość. Dziś zbieramy tego owoce.

inwestycje i mądre widoki na przyszłość

Spółka za rok będzie obchodziła 25-lecie istnienia od momentu pełnego rozpoczęcia, czyli

uruchomienia wyprawy technologicznej. Od samego początku, czyli 1985 roku, wdrażała kolejne inwestycje. Głównie to inwestycje o poprawę jakości i modernizację różnych punktów ciągu technologicznego. Mocnym krokiem napędził, a zarazem dużym wysiłkiem finansowym i organizacyjnym było stworzenie haldy surowcowej, mającej olbrzymie znaczenie dla jakości materiału. Ostatnio modernizację się też pracę pieca i suszarni, a także instalację maszyn do automatycznego pakowania wyrobów, likwidując ostatnie miejsce ciężkiej pracy fizycznej. Koszt inwestycji to ok. 6 mln zł, a środki na nią wypracowane zostały samodzielnie przez spółkę, bez kredytowania czy leasingu.

– Koncentrujemy się na zwiększeniu produkcji, przy uboższym utrzymaniu poziomu jakości – opowiada Tadeusz Kania. – Planujemy też pracę pieca i suszarni, a także instalację maszyn do automatycznego pakowania wyrobów, likwidując ostatnie miejsce ciężkiej pracy fizycznej. Koszt inwestycji to ok. 6 mln zł, a środki na nią wypracowane zostały samodzielnie przez spółkę, bez kredytowania czy leasingu.

Jakub Lisiecki

REKLAMA

źródło
Primavera
Kontakt: 022 628 41 41

Źródło uczuć
Źródło satysfakcji,
zaszczytu i wdzięczności...

Szczególnie dziękujemy za wyróżnienie wody źródlanej Primavera
Laurem Konsumenta 2008.

Jesteśmy dumni z wyróżnienia, które jest dla nas dowodem zaufania i akceptacji.

Dziękujemy! Jesteście dla nas Pożądane źródłem inspiracji do utrzymywania naszych produktów zawsze na najwyższym poziomie.

Podziel się pomysłem w Harper Hygienics

Harper Hygienics otrzymał nominację do tytułu Solidnego Pracodawcy Mazowsza 2008. Firma została doceniona za wzorowy sposób prowadzenia biznesu opierający się na budowie partycypacyjnej kultury zarządzania. Kulturę tę wyróżnia współuczestnictwo pracowników w zarządzaniu, otwarcie na ludzi, stworzenie doskonałych warunków pracy i skuteczność we wdrażaniu pomysłów zgłaszanych przez samych pracowników.



Robert Neymann, prezes zarządu spółki.

Harper Hygienics, właściciel marki Cleanic i producent między innymi płatków kosmetycznych, patyczków higienicznych oraz chusteczek nawilżanych, dwa lata temu postawił na nową kulturę organizacyjną przedsiębiorstwa, a stąd spółka miała już prostą drogę do znalezienia się na wiodącej pozycji w branży oczyszczania skóry i demakijażu. Nie doszłoby jednak do tak spektakularnego sukcesu, gdyby pasji tworzenia produktów o doskonałej jakości nie towarzyszyła idea budowania zespołu ludzi, potrafiących z autentycznym zapałem stać się źródłem ciągłego kreowania nowości i rozwoju sprzedaży na rynek kosmetyczny w kraju i za granicą.

Pracodawca klasy światowej

Harper Hygienics to firma polska. Od roku 1990 produkuje i sprzedaje wyroby o wyso-



kim standardzie i konkurencyjnej cenie. Swoje produkty eksportuje między innymi do krajów Europy Środkowo-Wschodniej, głównie do Rosji i na Ukrainę. Obecnie spółka dysponuje powierzchnią produkcyjno-magazynową przekraczającą 8500 m² oraz biurową powyżej 1000 m² w Mińsku Mazowieckim.

Przychody firmy przekraczają 150 mln złotych rocznie, a wzrost sprzedaży w perspektywie ostatniego roku wyniósł 25%. Jednak firma to

przede wszystkim ludzi. W chwili obecnej w Harper Hygienics zatrudnionych jest około 600 osób. Linie produkcyjne w Mińsku Mazowieckim dają pracę 498 osobom, w tym 264 pracownikom fizycznym. Natomiast w dwóch oddziałach dla osób niepełnosprawnych, które znajdują się w Warszawie, zatrudnienie znajduje około 180 osób. Odbywa się tam konfekcja zestawów promocyjnych pochodzących z Mińska.

Zmiany zachodzące w ostatnich latach na rynku pracy sprawiły, że rozwijanie wiedzy i kompetencji załogi stało się niezbędne. Zarząd Harper Hygienics stara się zatem na bieżąco zauważać i zaspokajać potrzeby kadry w tym zakresie. Pracownicy mogą liczyć nie tylko na dobrze dobrane szkolenia podnoszące kwalifikacje, które pozwalają im budować poczucie wartości i zapewniają długofalowy rozwój zawodowy, ale też mogą uczestniczyć w wielu konferencjach i szkoleniach zewnętrznych.

Spółka organizuje szkolenia z obszarów, w których pojawiają się luki kompetencyjne. Podnoszenie poziomu wiedzy i umiejętności, bezpośrednio wpływa na główny cel szkoleń – wzrost efektywności czy wydajności pracy. Czynniki te są ściśle określone, np. zmniejszenie wypadkowości, skrócenie czasu przebrojenia maszyn, osiągnięcie lepszych wyników sprzedażowych, zmniejszona liczba reklamacji, wzrost zadowolenia klientów. – *Dbamy o zdrowie ekonomiczne fir-*

my i jej rozwój poprzez wzrost poziomu wiedzy praktycznej i teoretycznej zatrudnionych – mówi Robert Neymann, prezes zarządu spółki. – Staramy się budować poczucie, że nasza załoga pracuje w firmie stabilnej i mającej koncepcję na przyszłość. My natomiast, aby się rozwijać i być coraz lepszym graczem na rynku, dokładamy wszelkich starań, żeby stwarzać ludziom warunki rozwoju w zależności od poziomu wykształcenia wyjściowego. Organizujemy różnego ro-

dzaju kursy, treningi, a nawet dofinansowujemy studia podyplomowe.

Warto dodać, że mińska firma stanowi jedno z głównych ogniw rozwoju lokalnego biznesu i poziomu infrastruktury miasta. Pełni także rolę jednego z największych pracodawców w lokalnym otoczeniu. Dlatego też spółka szczególnie troszczy się o kapitał ludzki. Pracownicy Harper Hygienics mają dostęp do zakładowego funduszu świadczeń socjalnych, dzięki któremu mogą uzyskać pomoc finansową. Zakład funduje też wczasy pod gruszą oraz bony na święta, a dla dzieci pracowników rozdawane są paczki z okazji Mikołajek i organizowany jest Dzień Dziecka. – *Staramy się być dobrym i prorodzinnym pracodawcą – opowiada Maria Wyźga, dyrektor personalny. – Na co dzień pomagamy naszym pracownikom nie tylko zawodowo, ale także w sprawach prywatnych. Dlatego bardzo cieszymy się z uzyskanej nominacji do tytułu Solidnego Pracodawcy Mazowsza – podsumowuje Maria Wyźga.*

Niestandardowe standardy

Podstawy, na których opiera się działalność Harpera, to wizja i cele strategiczne. Drogo wskazać w działaniu są wartości i kodeks etyczny spółki, a narzędziami kultura organizacyjna i kompetencje. Przestrzeganie tych zasad buduje fundament sukcesu mińskiego poten-

cialnego jest zachowanie najwyższych standardów podczas procesu produkcji i kontroli jakości. – *Nasz zakład w Mińsku Mazowieckim posiada nowoczesne, czyste hale produkcyjne oraz światowej klasy park maszynowy – podkreśla prezes Neymann.*

Deklaracja standardów Harper Hygienics:

1. Współuczestnictwo i współodpowiedzialność.
2. Szybkość i komunikacja w czasie rzeczywistym.
3. Tolerancja dla inteligentnych pomysłów.
4. Wiara w nieograniczoną możliwość ulepszenia wszystkiego i wszędzie.
5. Uśmiech w standardzie.

Firma skutecznie wdraża międzynarodowe normy Systemu Zarządzania Jakością. W marcu 2008 roku uzyskała certyfikat ISO 9001:2000. Jego zakres obejmuje procesy związane z projektowaniem, produkcją i sprzedażą produktów higienicznych oraz kosmetycznych. Dzięki temu jakość wyrobów kontrolowana jest na każdym etapie jego wytwarzania. – *Dajemy pewność obecnym i potencjalnym klientom, że jesteśmy zdolni dostarczać w sposób ciągły wyroby, które odpowiadają najwyższemu standardom – wyjaśnia prezes.*

„Podziel się pomysłem” – program dla kreatywnych

Zarząd spółki stara się stworzyć możliwe najlepszy klimat dla motywacji pracowników, opierając się na zaangażowaniu ich własnej kreatywności. Jednym z przykładów odpowiedzi pracowników jest inicjatywa zespołu produkcyjnego w ramach programu „Podziel się pomysłem”. Zasada się on na możliwości zgłaszania przez członków załogi indywidualnych pomysłów i własnych recept na usprawnienie pracy. – *W ciągu zaledwie dwóch miesięcy od uruchomienia projektu otrzymaliśmy ponad 100 pomysłów – mówi Neymann. – Najlepsze z nich są wdrażane w życie, pomysłodawcy zostają nagrodzeni, a cała załoga czuje wielką motywację do działania. I najważniejsze: dzięki takim rozwiązaniom każdy z naszych pracowników może się czuć współgospodarzem całej firmy.*

Być liderem rynku

Celem Harper Hygienics jest tworzenie wysokiej jakości produktów dopasowanych do potrzeb i upodobań odbiorców. Nowoczesne zaplecze technologiczne oraz świetnie wyszkolony personel, dbający o jakość oferowanego asortymentu, pozwoliły spółce osiągnąć domi-

nującą lub pierwszą pozycję na rynku. Tak więc klient i konsument mogą być spokojni, wybierając produkty Harpera. Kupują nie tylko jakość towaru, ale także najważniejsze standardy kultury organizacyjnej jego wytwórcy. – *Wynik ten został osiągnięty dzięki wysiłkowi wszystkich pracowników. Partnerskie traktowanie ludzi, którzy w swoim zakładzie czują się potrzebni, docenianie ich zaangażowania doprowadziło nasze przedsiębiorstwo do sukcesu – opowiada Robert Neymann.*

Osiągnięcie takiej pozycji nie byłoby możliwe bez nakładów. Władze spółki mogą się

pochwalić dużą inwestycją dokonaną w ostatnim czasie, jaką jest linia do produkcji taśmy bawełnianej; w tej chwili jedna z najnowocześniejszych w Europie. Jest w pełni nowoczesna, bezpieczna dla ludzi, łatwa w obsłudze i całkowicie ekologiczna. – *Zwiększyliśmy moce produkcyjne i to właśnie dzięki temu zdobyliśmy pozycję lidera na rynku – dodaje prezes. – Bez tej linii byliśmy w stanie wyprodukować więcej niż określony pulap. A tak – zdobywamy coraz większą rzeszę klientów.*

Marzena Libura

Marka Cleanic



Harper Hygienics jest właścicielem marki Cleanic, jednej z najsilniejszych polskich marek na rynku oczyszczania twarzy i pielęgnacji ciała. Jest także czołowym polskim producentem chusteczek nawilżanych: dla dzieci, do demakijażu, odświeżających, gospodarczych i do peelingu. Główne marki spółki to: Cleanic, Cleanic Dzidziuś, Cleanic Clean O'Peel, Cleanic Natural Beauty, Cleanic Intimate oraz Presto Clean. Jest też dostawcą wyrobów pod markami własnymi dla dużych sieci handlowych.

Historia marki Cleanic rozpoczyna się w świecie bawełny. To właśnie z niej w 100% wytwarzany jest od lat jeden z najbardziej delikatnych i skutecznych w działaniu produkt w formie płatków kosmetycznych i patyczków higienicznych. Aby swoim klientom dać widoczną gwarancję dbałości o najwyższą jakość produktów, w roku 2002 firma została członkiem Międzynarodowej Izby Bawełny w Gdyni. Odzwierciedleniem tego jest umieszczenie przez producenta na każdym produkcie certyfikatu jakości – gwarancji użycia czystej bawełny.

Współczesne kobiety żyją coraz szybciej i aktywniej. Poszukują jednocześnie wygodnych rozwiązań zapewniających komfortową i bezpieczną pielęgnację skóry. Dermatolodzy podkreślają wagę demakijażu – odpowiednie jego przeprowadzenie jest istotne szczególnie w obecnych czasach, gdy skóra narażona na działanie wielu agresywnych czynników zewnętrznych może zareagować podrażnieniem czy alergią. Zanieczyszczenia gromadzące się na powierzchni skóry w ciągu dnia oraz pozostałości po kosmetykach blokują pory, uniemożliwiają im prawidłowe oddychanie. Zapobiec temu może prawidłowo wykonywany demakijaż, np. za pomocą nowych chusteczek do demakijażu marki Cleanic dobranych odpowiednio do rodzaju skóry. Dostępne są one na rynku w dwóch wersjach: dla cery suchej i wrażliwej oraz dla cery normalnej i mieszannej.

Firma przyciągnęła się również do dynamicznego rozwoju najnowocześniejszego segmentu chusteczek do higieny intymnej, w której zajmuje obecnie pozycję niekwestionowanego lidera. Zastosowana w nich delikatna formuła balsamu nie zawiera alkoholu i jest hypoalergiczna.

W swojej ofercie producent posiada wyroby nie tylko dla kobiet, ale również dla całej rodziny. W szczególności Harper Hygienics dba o dzieci. Produkty marki Cleanic Dzidziuś są opracowane z niezwykłą starannością i dbałością o bezpieczeństwo matki i dziecka, a docenił je pozytywną opinią eksperci z Centrum Zdrowia Dziecka.

Produkty marki Cleanic stale utrzymują wysoką opinię wśród polskich konsumentów. O popularności producenta świadczą również liczne przyznane nagrody. – *Największą nagrodą jest jednak dla nas zadowolenie klientów. Regularnie badamy ich opinie, a uzyskane wyniki stanowią dla nas podstawę do podejmowania wielu nowych inicjatyw i usprawnień – podsumowuje prezes Neymann.*