

KONKURS JAKOŚĆ ROKU 2009



*Prezentacja nominowanych
przedsiębiorstw
wewnątrz numeru!*

Więcej na www.biznesraport.com

Dziś piszemy o:

COOL AR	>> 2
ZDIZPIB Grodziec Śląski	>> 2
Greenland Technologia EM	>> 3
Vitis Pharma	>> 3
Ortel	>> 4
Mateo	>> 4
Wincanton Polska	>> 5
DOLSAT	>> 5
BillBird	>> 5

oraz
wydanie specjalne:

Kuchnia i Stół

Da Grasso	>> 1
Roleski	>> 2
Alex-Pol	>> 2
Anita	>> 2
Artefe	>> 3
Digesta	>> 3
Marsyl	>> 3
Emalia Olkusz	>> 4

reklama



Podróżuj.com
agencja turystyczna

*Spełniamy Twoje
wakacyjne
marzenia!*

**DRUGA
WYCIECZKA
GRATIS!!!***

*Wśród osób, które w okresie 02.05 - 31.07 z tym ogłoszeniem pojawią się w biurze i wykupią wycieczkę, rozlosowana zostanie wycieczka dla dwóch osób.

SUPER LASTY, MEGA PROMOCJE, NAJWIĘKSZY WYBÓR



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

PARKOMATY | SPÓŁKA COOL AR NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Wygoda i funkcjonalność

Rozmowa z **Michałem Mirosławem Wikiłskim**, prezesem spółki COOL AR Sp. z o.o.

■ **Organizacja i obsługa stref płatnego parkowania to bardzo specyficzna i ciekawa branża. Skąd pomysł na taki biznes?**

- Pomysł zrodził się w wyniku analizy problemów parkingowych w Grudziądzu. Wspólnie

z Urzędem Miejskim zorganizowaliśmy, jako jedni z pierwszych w Polsce, profesjonalną obsługę strefy płatnego parkowania w Grudziądzu, wyposażając ją w nowoczesne parkomaty oraz organizując kompleksową obsługę parkujących kierowców.

■ **Czyli współpracują Państwo głównie z samorządami?**

- Oferta skierowana jest głównie do jednostek odpowiedzialnych za zarządzanie drogami publicznymi oraz innych podmiotów gospodarczych, zainteresowanych wydzielaniem, organizacją oraz obsługą płatnych miejsc parkingowych.

■ **Spółka COOL AR otrzymała nominację do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009. Proszę przedstawić realizowaną w firmie politykę jakości.**

- Podstawowym celem naszej firmy jest świadczenie najwyższej jakości usług w zakresie prognozowania i projektowania parkingowej



infrastruktury miejskiej oraz organizacji opracowań i projektów, dotyczących ruchu drogowego aglomeracji miejskich, ze szczególnym uwzględnieniem obsługi miejskich stref parkingowych. Kładziemy nacisk na

spełnianie oczekiwań klienta oraz uzyskanie jego pełnego zadowolenia. Zatrudniamy kompetentny, wykwalifikowany personel i systematycznie doskonalimy umiejętności naszych pracowników. Spełniamy wymagania wynikające z ustawodawstwa i przepisów prawnych oraz stawiamy na rozwój współpracy z innymi firmami z branży. Naszą ofertę wyróżnia jakość prowadzonych inwestycji.

■ **Czy jakość została już potwierdzona otrzymaniem wyróżnień, nagród czy certyfikatów?**

- Tak, w rankingu Gazety Prawnej – Najbardziej Innowacyjne Firmy 2007 r. na pozycji 271, jako jedyna firma z naszego regionu.

■ **Dużo mówi się o spowolnieniu gospodarczym. Czy jest ono odczuwalne w Państwa branży?**

- Wbrew wszechobecnym informacjom o kryzysie, segment systemów par-

kingowych w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie. Napływ ogromnej liczby pojazdów zza granicy wywołał kryzys miejsc parkingowych. Sytuacja ta wymusiła na władzach miast podjęcie uchwał



Profesjonalna obsługa parkingowa na terenie całego kraju

związanych z regulacją ruchu oraz rotacją pojazdów. Ostatnie lata zaowocowały większą ilością zamówień i przetargów.

■ **Jaka jest pozycja firmy w branży?**

- COOL AR jest liderem na rynku polskim. Obsługujemy przeszło 20 stref płatnego parkowania m.in. w Łodzi, Wrocławiu czy Bydgoszczy.

COOL AR®
www.coolar.pl



Szybki i niezawodny serwis firmy COOL AR

■ **W jaki sposób podnoszą Państwo swoją konkurencyjność na rynku?**

- Systematycznie monitorujemy rynek światowy w zakresie innowacji technologicznych. Współpracujemy z największymi producentami urządzeń i systemów parkingowych, takimi jak Siemens, a także rodzimymi firmami jak: MBS, Kolejowe Zakłady Łączności czy Mpay. Proponujemy klientom pełny zakres usług, uwzględniając najnowsze osiągnięcia, np. płatność za pośrednictwem telefonu komórkowego lub kartą miejską. Jesteśmy otwarci na zmiany, propozycje i konstruktywną krytykę, w tym celu uruchomiliśmy

infolinię dla klientów firmy. Uczestniczymy w konferencjach i targach, na których przybliżamy zainteresowanym bogaty wachlarz naszych usług.

■ **Jakie są dalsze plany rozwoju firmy?**

- Największe znaczenie odgrywa perspektywa zwiększenia ilości obsługiwanych stref na terenie Polski. Zamierzamy zwiększyć naszą aktywność w sferze tworzenia i obsługi parkingów zamkniętych. Chcemy, aby COOL AR utrzymał swoją pozycję lidera na rynku, jako firma obsługująca największą ilość miejsc parkingowych w Polsce.

■ **Dziękuję za rozmowę.**
Żaneta Sosnowska

NAUKA | **ZAKŁAD DOŚWIADCZALNY INSTYTUTU ZOOTECHNIKI PAŃSTWOWEGO INSTYTUTU BADAWCZEGO GRODZIEC ŚLĄSKI**
NOMINOWANY DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Z historią w tle

Rozmowa z **doc. dr. hab. inż. Karolem Węglarzem**, prezesem ZDIZPIB Grodziec Śląski

■ **Zakład obchodzi w tym roku 65-lecie istnienia. Nie mogę zatem nie zapytać o Państwa historię. Co zmieniło się na przełomie tych kilku dekad i co udało się Państwu osiągnąć w zakresie prowadzonych badań?**

- Data, którą przyjmujemy za początek działalności Zakładu, to 19 maja 1945 roku. Pierwsze lata koncentrowały się przede wszystkim na odbudowie pogłowia zwierząt. Rozpoczęto prace hodowlane bydła, owiec i świń, których celem był wzrost wydajności. W latach 1946-1947 w ramach programów pomocowych, Zakład otrzymał 66 sztuk jałówek rasy duńskiej czerwonej, które później włączono w program doskonalenia cech użytkowych posiadanych krów rodzimej rasy p.c. Skupiliśmy się również na krzyżowaniu prymitywnego cacka podhalańskiego z cackiem siedmiogrodzkim i fryzem, w celu uzyskania owcy odpowiedniej dla beskidzkiego regionu. W latach 50. tematyka badawcza dotyczyła wielu zagadnień z obszaru żywienia zwierząt, technologii konserwacji pasz, pozyskiwania mleka krów i owiec oraz wpływu różnych czynników na wydajność wełny i płodność zwierząt. Był to czas, kiedy Za-



kład Doświadczalny w Grodźcu wchodził w struktury Polskiej Akademii Nauk, jako Terenowy Zespół Doświadczalny. Wtedy też działalność rozpoczęła Pracownia Radiobiologiczna, która w późniejszym czasie

uzyskała rangę Zakładu Radiobiologii Zwierząt. Zorganizowano także laboratorium paszowe, którego zadaniem było określenie zawartości składników pokarmowych oraz poziomu fosforu i wapnia w paszach. Kolejne lata przyniosły rozwój budownictwa inwentarskiego. W Kostkowicach wybudowano na wzór alpejski oborę na 80 krów z beściołowym systemem utrzymania. Działała także Pracownia Biologiczna w Gumnach, która rozpoczęła pionierską pracę z zakresu inżynierii genetycznej, a myślą przewodnią była terapia nowotworów. W 1973 roku Zakład przejął gospodarstwo w Jaworzu, o powierzchni 214 ha, gdzie wybudowano owczarnię i trzyczarnię z całym niezbędnym zapleczem. Rozpoczęto także drugi etap tworzenia owcy pogórza. W niedługim czasie uzyskała ona status odmiany rasowej, a jej twórcy otrzymali Nagrodę I stopnia Ministra Rolnictwa oraz Nagrodę Wojewódzką. Lata 80. to

okres nowych technologii konserwacji pasz, produkcji sianokiszonek oraz szukania pasz alternatywnych dla kukurydzy. W roku 1985 działalność zakończył Zakład Radiobiologii Zwierząt oraz Pracownia Biochemii Stosowanej w Gumnach. Powo-

wołaniem 25 marca spółki pod nazwą Grupa IZ Ferma Trzody Chlewniej Kostkowice. Rok później Instytut Zootechniki wniósł do spółki majątek obrotowy i przekazał pracowników. Powstała nowa jednostka – Zakład Doświadczalny In-



Jedna z ostatnich inwestycji ZDIZPIB Grodziec Śląski

łano natomiast Zakład Technologii Produkcji Koncentratów Białkowych.

■ **W sierpniu 1994 roku kierowanie Zakładem spoczęło w Pańskich rękach. Czy był to czas przełomowy?**

- Mając na uwadze nade wszystko wydobyte Zakładu z bankructwa i jego ekonomiczną stabilizację, wprowadziliśmy w tym okresie wiele zmian organizacyjnych. W 1999 roku rozpoczęto proces restrukturyzacji majątku, co zaowocowało

instytutu Zootechniki Grodziec Śląski. Kontynuowaliśmy badania rozpoczęte we wcześniejszych dekadach, dotyczące żywienia i utrzymywania zwierząt, a dzięki stałemu poszerzaniu i unowocześnianiu bazy doświadczalnej, możliwa była także realizacja wielu nowych tematów związanych z ekologicznym chowem i żywieniem zwierząt.

■ **Państwa działalność została zauważona i doceniona nominacją do tytułu JAKOŚĆ ROKU**

2009. Jak ważna jest ona w Państwa pracy?

- Jakość odgrywa bardzo istotne znaczenie. Pracujemy z przekonaniem, że przekłada się ona na ilość. Stąd też nieprzerwanie wcielamy w życie nowe idee, które przyczyniają

do certyfikat rolnictwa ekologicznego w zakresie produkcji roślinnej i owczarskiej. Gospodarowanie ekologiczne polega na użytkowaniu gruntów rolnych zgodnie z ochroną i przywracaniem wartości środowiska przyrodniczego i struktury krajobrazu, a także ochronie wszystkich walorów przyrodniczych terenów rolnych, które są zagrożone. W związku z tym, że zauważyliśmy wzrastające zainteresowanie zdrową żywnością ekologiczną, a także chcąc promować idee rolnictwa ekologicznego, otworzyliśmy w Bielsku-Białej sklep z produktami ekologicznymi. Prowadzona jest w nim sprzedaż mięsa jagnięcego, wołowego i wieprzowego, wszystkie o doskonałych walorach smakowych i prozdrowotnych. Oczywiście opracowaliśmy i wdrożyliśmy system zarządzania jakością ISO 9001:2001 oraz procedury HACCP. Ale jakoś to także dbałość o rozwój kadry naukowej. To, z czego mogę być naprawdę dumny to fakt, że nasz Zakład od zawsze prowadził badania z zachowaniem zasad etyki. Dzisiaj staraliśmy się przekazać te zasady młodym pracownikom, którzy są potencjalnymi spadkobiercami tej wieloletniej materialnej i duchowej spuścizny.

■ **Dziękuję za rozmowę.**
Ewa Szweda



BIOTECHNOLOGIA | GREENLAND TECHNOLOGIA EM SP. Z O.O. NOMINOWANY DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Efektywne mikroorganizmy – technologia XXI wieku

Rozmowa z **Pawłem Zajączkowskim**, prezesem zarządu Greenland Technologia EM Sp. z o.o.

■ Czym są oferowane przez Państwa Efektywne Mikroorganizmy - EM?

- EM to szczepionka mikrobiologiczna, składająca się z mieszaniny żywych kultur bakterii: kwasu mlekowego, drożdży i innych pożytecznych mikroorganizmów, występujących powszechnie w naturalnym środowisku. Po zastosowaniu preparatu EM następuje „ożywienie gleby”. Kontrola wszystkich procesów regeneracji i rozkładu należy do najmniejszych stworzeń, czyli mikroorganizmów. EM są połączeniem najbardziej witalnych sił regeneracyjnych natury. Wysoka skuteczność tej technologii została zweryfikowana w bogatej praktyce stosowania – w wielu krajach, w różnych dziedzinach życia.

■ Jak działają EM i z czego wynika ich skuteczność?

- Efektywne Mikroorganizmy powodują wzrost poziomu antyutleniania, stymulują proces regeneracji, oczyszczają powietrze, wodę, glebę oraz intensyfikują wzrost roślin. EM wyróżnia naukowo dowiedziona symbioza mikroorganizmów tlenowych i beztlenowych. Jej efektem jest udostępnianie dużej ilości składników odżywczych. Efek-



Paweł Zajączkowski (w środku) z przedstawicielem EMRO Japonia i Krzysztofem Ibisem podczas gali Lider Rynku

tywne Mikroorganizmy pochłaniają i neutralizują szkodliwe spektrum zanieczyszczeń, a także zwalczają patogenne szczepy bakterii. To, co ludzie uważają za zanieczyszczające, gnijące czy niebezpieczne, jest pokarmem dla Efektywnych Mikroorganizmów.

■ W jakich dziedzinach EM znajdują zastosowanie?

- Przede wszystkim EM posiadają potencjał całościowego przeobrażenia rolnictwa. Hamują procesy gnilne w glebie, prowadzące do znacznych strat energii. W krajach rozwiniętych EM na największą skalę stosują USA i Kanada. EM

potrafią znacznie zwiększyć ilość i jakość plonów w porównaniu z nawozami sztucznymi. Może to przynosić znaczne oszczędności finansowe, co jest istotne w niedoinwestowanej gałęzi gospodarki, jaką jest rolnictwo. Doskonałe rezultaty zastosowania EM obserwuje się niezależnie od uprawianych gatunków, ponieważ preparat ten spektrum swojego działania lokuje w glebie. Użycie EM w uprawie nie koliduje z metodami nowoczesnego rolnictwa, zaś otwiera nowe możliwości i perspektywy.

■ To jednak nie jedyne zastosowanie EM.

- EM podnoszą kondycję zdrowotną zwierząt hodowlanych, wzmacniają odporność oraz zwiększają przyswajalność składników paszy. Przekłada się to na jakość i smak produktów oferowanych konsumentom. EM całkowicie rozwiązują problem odoru oraz dezynfekują pomieszczenia. Ta biologiczna metoda utrzymania higieny może być stosowana w każdego rodzaju przemyśle i branży, np. w halach produkcyjnych, magazynowych, przechowalniczych, pomieszczeniach usługowo-handlowych.

EM mają zastosowanie w redukcji i neutralizacji odpadów komunalnych, przemysłowych oraz w oczyszczaniu ścieków. Roczne koszty oczyszczania ścieków po zastosowaniu EM są kilkakrotnie niższe od ponoszonych przy tradycyjnych metodach. Po użyciu EM, emisja odoru ustaje już po 24 godzinach od aplikacji. Ubytek masy osadów dochodzi do 70%, a badania laboratoryjne nie wykazują pałeczek Salmonelli ani jaj glisty ludzkiej. Każda materia organiczna poddana procesom fermentacji, rozkładając się, tworzy bardzo dobrej jakości kompost. EM skutecznie rekultywują zdegradowane tereny prze-

mysłowe. Technologia ta dzięki przystępnej cenie i łatwości stosowania jest wygodna i dostępna dla bardzo szerokiej grupy odbiorców indywidualnych i instytucjonalnych.

Nie zapominajmy też o leczniczych właściwościach antyutleniających, dzięki którym powstają preparaty stosowane w rekonwalescencji, kosmetyki z dodatkiem EM, oraz produkty ceramiczne.

■ Nominacja do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009 jest uhonorowaniem Państwa standardów. Na czym opiera się Państwa jakość?

- Technologia EM jest w pełni naturalna, oparta na działalności bakterii fermentacyjnych i całkowicie bezpieczna. Dowodzą tego pozytywne opinie naszych wieloletnich odbiorców. Posiadamy atesty PZH, certyfikaty zgodności oraz świadectwa kwalifikacji produktów. Firma wdrożyła System HACCP, aktualnie wprowadzamy ISO 9001:2008. Jakość produktów podlega stałej kontroli w niezależnych międzynarodowych laboratoriach EMRO. Nasza dbałość o jakość produktów i obsługę klientów przekłada się na ich zaufanie i wzrastającą liczbę stałych odbiorców.

■ Dziękuję za rozmowę.

Andrzej Majewski



Greenland Technologia EM Sp. z o.o. to polsko-japońska firma powstała w 2000 r., w Puławach – oficjalny przedstawiciel Fundacji EMRO (EM RESEARCH ORGANISATION) z Japonii i wyłączny dystrybutor Technologii Efektywnych Mikroorganizmów w Polsce.

W 2003 r. Greenland Technologia EM wspólnie ze Szkołą Główną Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, zorganizowała XXXVIII Międzynarodowe Sympozjum Mikrobiologiczne pod hasłem „Efektywne Mikroorganizmy (EM) w ochronie środowiska i rolnictwie zrównoważonym”, którego gościem honorowym był twórca Technologii EM – prof. Teruo Higa.

Podstawową działalnością firmy jest licencyjna produkcja preparatów EM oraz propagowanie korzyści wynikających z ich stosowania. Współpraca z jednostkami naukowo-badawczymi i praktykami rolnictwa oraz szeroko pojętej ochrony środowiska, ma na celu adaptację wszystkich możliwości Technologii EM w Polsce.

W chwili obecnej EM stosuje kilka tysięcy dużych gospodarstw rolniczych. Stale poszerza się zakres stosowania EM. Z sukcesem stosuje się je w procesie higienizacji osadów i likwidacji uciążliwego odoru (Miejska Oczyszczalnia Ścieków w Rzeszowie).

Korzyści stosowania technologii: regeneracja jałowych gleb, oczyszczanie wód, eliminowanie odorów, recykling odpadów organicznych, czynią z EM doskonałe narzędzie ekologiczne.

Więcej informacji o EM na stronie Producenta www.emgreen.pl oraz Stowarzyszenia EMEKO – www.emeko.pl, zajmującego się popularyzowaniem Technologii Efektywnych Mikroorganizmów.

PRODUKTY DIETETYCZNE | VITIS PHARMA NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Siła, wiedza, witalność

Rozmowa z **Agnieszką Pawłowską-Wypych**, prezesem zarządu Vitis Pharma Sp. z o.o.

■ Vitis z łacińskiego oznacza winorośl. W rejonie Morza Śródziemnego uważano ją za roślinę świętą, a napój wytwarzany z jej owoców, Te sława chyba nie przypadkiem pojawiają się w nazwie spółki?

- Medycyna naturalna do dziś odkrywa nowe właściwości lecznicze winogron. Są one naturalną skarbnicą znakomitych substancji regenerujących i oczyszczających organizm. Winorośl kojarzy się również z dynamiką i regeneracją. Od dawna staram się poszukiwać produktów i rozwiązań, których nie ma jeszcze na rynku polskim. Udało mi się to zrealizować w 2006 roku, kiedy powstała spółka Vitis Pharma. Idea była jedna – innowacyjne produkty, powszechnie dostępne, w rozsądnej cenie. Nieprzerwanie od 3 lat wprowadzamy na rynek polski wysokiej jakości preparaty dla niemowląt, dzieci i dorosłych. Są to produkty, których receptury zostały oparte o najnowsze osiągnięcia naukowe, a ich korzystny wpływ na zdrowie człowieka oraz bezpieczeństwo stosowa-



nia ma potwierdzenie w licznych badaniach klinicznych. Początek dała unikalna linia probiotyczna, która do dziś jest jedną z niewielu na świecie posiadających tak obszerną dokumentację kliniczną i może być stosowana już u dzieci i niemowląt. Następnie w naszej ofercie pojawiły się płynny nawadniający i witaminy. Dziś nasza oferta to szeroka i ciekawa gama produktów, odznaczająca się najwyższą jakością.

■ Proszę opowiedzieć o tych wyjątkowych produktach.

- Tym, z czego jestem naprawdę dumna, są wspomniane już preparaty probiotyczne Dicoflor 30 dla niemowląt i dzieci oraz Dicoflor 60 dla dorosłych. Oba zawierają szczepy bakterii Lactobacillus rhamnosus GG. Szczep ten posiada potwierdzoną w badaniach zdolność kolonizacji jelit. Jest to szczególnie ważne w przypadku niemowląt do 6-9. miesiąca życia, u których bariera jelitowa nie jest jeszcze wystarczająco szczelna, aby prawidłowo chronić przed alergenami, a także innymi niekorzystnymi dla

zdrowia czynnikami. Modyfikuje florę bakteryjną, wspomagając prawidłową pracę jelit, zarówno w warunkach normalnych, jak i w przypadku wystąpienia biegunki oraz naturalnie reguluje funkcje fizjologiczne organizmu. Preparaty, o których warto wspomnieć to Dicomani i Floridral. Stosowanie Dicomani zalecane jest w przypadku występowania zaparć i związanych z nimi bólów brzucha. Zawarty w preparacie Błonnik GNN (glucomannan) jest błonnikiem roślinnym, otrzymywanym z bulw japońskiej rośliny Konjacmannan. Natomiast Floridral jest pierwszym na rynku doustnym płynem nawadniającym z dodatkiem bakterii probiotycznych, który obniża ryzyko odwodnienia podczas biegunki i wymiotów. Dzięki zawartości elektrolitów w odpowiednim stężeniu, Floridral wspomaga powrót do równowagi wodno-elektrolitowej organizmu. Ponadto zawarte w preparacie dobroczynne bakterie Lactobacillus rhamnosus GG uszczelniają uszkodzony w trakcie biegunki nabłonek jelitowy i przyspieszają powrót do zdrowia.

■ W tym miejscu chcę spytać o specyfikę Państwa działalności oraz politykę jakościową firmy.

- Jakość preparatów to tylko jeden z aspektów polityki firmy, na które zwracamy szczególną uwagę. Oczywiście wszystkie produkty powstają zgodnie z najnowszymi standardami jakości, ale jakość tkwi także w sposobie naszej pracy i w ludziach, których zatrudniamy. Wybieramy do współpracy osoby doskonale wykształcone, z odpowiednimi umiejętnościami oraz zdolnościami interpersonalnymi, które wykazują szczególne zaangażowanie i są entuzjastycznie nastawione do życia. Staramy się, aby byli to najwyższej klasy profesjonaliści. Wszystkie te działania, jak również dbałość o atmosferę i stałą motywację pracowników, znajdują potem odzwierciedlenie w jakości pracy całej firmy. Mówiąc o jakości, chcę podkreślić także naszą misję: wszystkie nasze produkty mają nieść realne korzyści zdrowotne oraz poprawiać jakość życia.

■ Czy preparaty Vitis Pharma są przeznaczone tylko dla dzieci?

- Zaczynaliśmy od środków niosących ulgę najmłodszym. Niedawno

postanowiliśmy jednak poszerzyć naszą ofertę. Nowo otwarty dział poświęcony problemom dorosłych, daje nam dodatkowe możliwości rozwoju, ale jest też pewnego rodzaju wyzwaniem, gdyż zdobyta do tej pory wiedza i doświadczenie opierają się w dużej mierze na pracy z produktami pediatrycznymi.

■ Co jest dla Pani, jako założycielki firmy Vitis Pharma, największym sukcesem?

- Jest to rynek dynamiczny ale również bardzo konkurencyjny. Sukcesem jest dla mnie zaufanie naszych klientów. W naszej pracy nie ma miejsca na błąd, przede wszystkim ze

względem na to, że większość preparatów tworzona jest z myślą o najmłodszych. Potwierdzeniem naszych starań i dowodem na to, że klienci, kupując nasze probiotyki i witaminy, dokonują trafnego wyboru, jest czołowa pozycja na rynku. Preparaty Dicoflor i Vita K znalazły się na liście 20 Top Brands stworzonej przez niezależną instytucję IMS Health. Dużym wyróżnieniem jest dla nas również nominacja do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009.

■ Jestem przekonana, że ten rok przyniesie firmie jeszcze wiele takich sukcesów. Dziękuję za rozmowę.

Ewa Szveda



Dicoflor 30, Dicoflor 60

Pierwszy produkt wprowadzony przez firmę Vitis Pharma na polski rynek.

Probiotyk dla niemowląt, dzieci i dorosłych, zawierający szlachetny szczep Lactobacillus rhamnosus GG, który posiada ponad 500 badań klinicznych.

Więcej na www.vitispharma.pl

ODZIEŻ | ORTEL NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Garnitury zrodzone z pasji



Rozmowa z Małgorzatą Ortel, właścicielką firmy Ortel Sp. j

■ **Spółka obchodzi w tym roku okrągłą rocznicę 20-lecia istnienia. Na przestrzeni tych lat stali się Państwo jedną z wiodących na polskim rynku firm produkujących odzież dla eleganckich mężczyzn. Co Pani zdaniem zdecydowało o tym sukcesie?**

- Wydaje mi się, że ogromną rolę odegrała tutaj przede wszystkim pasja tworzenia, która towarzyszy mi i moim współpracownikom od samego początku oraz przywiązanie do tradycji kroju i wysokiej jakości tkanin. Przełomowym w naszej historii był rok 2006, kiedy to nastąpił znaczny rozwój firmy, poparty zakupem najnowocześniejszych maszyn prasowniczych, wyposażeniem kotłowni w kocioł parowy wraz z kompletną instalacją pary centralnej oraz zakupem urządzeń wentylacyjnych do pomieszczeń produkcyjnych. Dzięki zastosowaniu innowacyjnych rozwiązań, mogliśmy poszerzyć nasze możliwości technologiczne przy jednoczesnej poprawie jakości wyrobów. Dziś oferujemy pełen asortyment odzieży męskiej, od spodni i marynarek sportowych po garnitury wizytowe oraz płaszcze i kurtki na każdą porę roku. Mojej pra-

cy od zawsze przyświecał jeden cel - samodoskonalenie.

■ **Na co kładziecie Państwo szczególny nacisk?**

- Jakość to ten element, który w największym stopniu decyduje o chęci zakupu kolekcji przez klientów. Dlatego też przykładamy wiele starań do tego, aby zarówno krój, fason, jak i tkaniny, odznaczały się najwyższą jakością wykonania. Materiały sprowadzamy z różnych zakątków Polski i Europy. Dzięki nowo zakupionym maszynom, które profilują, a więc dostosowują tkaninę do kształtu sylwetki, także wykończenie jest w dużo wyższym standardzie. Śledzimy oczywiście nowe trendy panujące w modzie, a następnie wcielamy je w życie, zachowując charakter garniturów właściwy dla naszej marki. Pomiędzy tymi naszymi wyrobami to



Kolekcja stylowych garniturów z oferty Ortel

odzież z tzw. wyższej półki, to wciąż staramy się być konkurencyjni pod względem ceny. Wszystkie te działa-

nia zapewniają nam szerokie grono zadowolonych klientów, zarówno na rodzimym rynku, jak i poza granicami

naszego kraju. Znaczącym sukcesem, potwierdzającym odpowiedni kierunek obranej przez nas drogi, jest prze-

de wszystkim niski odsetek reklamacji oraz liczne nagrody takie jak EU Standard 2008, Solidna Firma 2008 oraz tegoroczna nominacja do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009.

■ **Na koniec warto wspomnieć o Państwa planach na przyszłość. Czy przewidują Państwo jakieś nowe inwestycje?**

- Jak najbardziej. Oczywiście sprawą priorytetową jest w chwili obecnej nowa kolekcja jesienno-zimowa, która na dniach wejdzie do produkcji. Naszym planem jest także ciągle podnoszenie jakości naszych wyrobów i zdecydowanie powiększenie linii produkcyjnej. Wiązać się to będzie także z rozwojem sieci sprzedaży. Naszym celem jest dotarcie do każdego miejsca na mapie, tak aby klient nie miał najmniejszych problemów z zakupem garniturów czy też płaszczy sygnowanych logo Ortel.

■ **Dziękuję za rozmowę.**
Ewa Szweda

BRANŻA OBUWNICZA | FIRMA MATEO NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Modne buty dla wyjątkowych kobiet

Rozmowa ze Zbigniewem Wyką, właścicielem fabryki obuwia Mateo



■ **Fabryka Mateo to przeszło 20 lat doświadczeń. Jakie były początki działalności?**

- Wszystko zaczęło się w 1989 roku. Początkowo produkcja nie była zbyt duża - w tym pierwszym okresie skupiliśmy się na dopracowaniu standardów jakościowych. Było to o tyle istotne, że na początku lat 90. cała branża w Polsce odbiegała pod tym względem od wyznaczających trendy rynkowe - Włochów.

Zresztą nie zawsze przychodziła leżała na naszej stronie, po prostu nie mieliśmy dostępu do nowoczesnych technologii i materiałów.

Dzisiaj, po latach, to za naszymi wzorami podążają inni. Dysponujemy najnowocześniejszym parkiem maszynowym i doskonałym zespołem wykwalifikowanych fachowców. To dzięki nim nasze buty są tak dobre.

■ **Dlaczego firma zdecydowała o wprowadzeniu na rynek marki PALAZZO?**

- Ze względu na przyzwyczajenie klientów, dla których włosko brzmiąca nazwa była bardziej wiarygodna. To był jeden ze sposobów, aby zachęcić ich do sprawdzenia, jak dobrą jakością dysponujemy. Chciałbym podkreślić, że niczego nie ukrywamy. Nasze obuwie posiada wszelkie oznakowanie zgodnie z ustawą o handlu detalicznym, często w odróżnieniu od pro-

duktów importowanych, które nie posiadają tak szczegółowych informacji jak, kto i gdzie wyprodukował dane buty.

■ **Czy to jedyna marka Fabryki?**

- Oprócz butów z kolekcji PALAZZO, która, jako nieco bardziej odważna, jest przeznaczona dla osób ceniących sobie wyjątkowość i modę, proponujemy także obuwie tradycyjne, do codziennego użytku pod nazwą Mateo.

■ **Do kogo skierowane są te kolekcje?**

- Wyłącznie do kobiet. Dzięki specjalizacji, to co robimy, robimy naprawdę dobrze. Tworzymy wyjątkowe obuwie dla wyjątkowych Pań!

■ **Produkcja obuwia w powszechnej świadomości uchodzi za obciążoną wysokim odsetkiem reklamacji. Czy faktycznie?**

- Obuwie składa się z wielu elementów dostarczanych przez firmy z nami kooperujące. Do nas należy ich połączenie w spójną całość. Jako firma solidna, bierzemy pełną odpowiedzialność za nasze produkty i jakość ich wykonania.

Najważniejszą rolę odgrywa kwestia doboru partnerów. Z biegiem lat nastąpiła naturalna selekcja. Przed wszystkim nie kupujemy okazjonalnie produktów czy półfabrykatów od firm nieznanymi. Co więcej, zarówno wierzchy naszego obuwia, jak i ich wnętrza wykonujemy wyłącznie ze skór naturalnych. Pojęcie „skóry ekologicznej” dla nas nie istnieje. Uważamy, że to zwykłe wprowadzanie klientów w błąd. Skóry, których używamy, sprowadzane

są w większości z Włoch. Mają wysmienitą jakość, są delikatne i miękkie w dotyku, bardzo dobrze dopasowują się do stopy, a przy tym są wytrzymałe. Nasze obuwie zapewnia komfort użytkowania i bezpieczeństwo. W efekcie liczba reklamacji waha się poniżej 1 %.

■ **Gdzie można kupić obuwie Mateo?**

- W sieciach handlowych na terenie całej Polski, w naszych

sklepach franczyzowych i wielu innych punktach sprzedaży - adresy podajemy na naszej stronie www.mateo.pl. Sporą część produkcji eksportujemy, do Litwy, Łotwy, Estonii, Rosji, Białorusi i dalekiej Kanady. Nasze buty obecne są także na Słowacji i Węgrzech. Lepszą rozpoznawalność marki mamy w krajach mniejszych sprzedając tam ok. 50% naszej rocznej produkcji. Szczególnie na uwagę zasługuje Litwa, gdzie w zeszłym roku otwarliśmy pierwszy firmowy butik PALAZZO.

■ **Dlaczego akurat kierunek wschodni, jako główny obszar ekspansji?**

- Odnoszę wrażenie, że z racji istniejących kontaktów i wcześniejszej współpracy. Na rynku litewskim istniejemy już 12 lat. Marka PALAZZO została tam przyjęta bardzo pozytywnie.

■ **Ogromnym sukcesem dla firmy był udział w pokazie mody Black&White Obsession Ewy Minge. Jak doszło do nawiązania współpracy?**

- Zostaliśmy poleceni przez specjalistów z magazynów branżowych. Wzięliśmy udział w kwietniowym pokazie na Zamku Królewskim w Warszawie, jako jedna z licznych firm obuwniczych. Zaprezentowaliśmy częściowo kolekcję PALAZZO i zebraliśmy świetne recenzje. Napisa-

Kolekcja PALAZZO jest dostępna m.in. w:

POLSKA
„Palazzo” C.H. Auchan
ul. Zuzanny 22
41-207 Sosnowiec

„Palazzo” C.H. Auchan
Al. Monte Cassino 421/58 a
43-300 Bielsko Biala

„Palazzo” C.H. Auchan
ul. Gliwicka 3/53
43-190 Mikołów

„Palazzo” C.H. M1
ul. Piłsudskiego 1
05-270 Marki

„Palazzo” C.H. Targówek
Ul. Głębocka 15
03-287 Warszawa

LITWA
„Palazzo”
Tilžės G. 109, 2a
P.C. Saules Miestas
Siauliuose

Więcej na www.mateo.pl

no, że nasze kolorowe sandały, baleriny i czółenka były na najwyższym światowym poziomie i stanowiły doskonałe uzupełnienie kolekcji Ewy Minge. Prowadzimy już pewne rozmowy, aby kontynuować tę współpracę. Świadczy ona najlepiej o jakości i nowatorskim wzornictwie naszych butów.

■ **Dziękuję za rozmowę.**
Aldona Świerkot



Najnowsza kolekcja PALAZZO jesień/zima 2009-2010



LOGISTYKA | WINCANTON POLSKA NOMINOWANY DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Dynamiczna doskonałość

Rozmowa z **Ryszardem Warzochą**, dyrektorem zarządzającym CEE Wincanton Polska Sp. z o.o.

■ **Wincanton jest liderem wyspecjalizowanych usług logistycznych. Na jakich rynkach firma oferuje swoje usługi?**

- Wincanton posiada swoje placówki w 15 krajach Europy. Główny teren operacji Wincanton obejmuje Wielką Brytanię, Francję, Niemcy i Polskę. Jesteśmy europejskim liderem, dzięki kompleksowemu, zdywersyfikowanemu usługom z zakresu łańcucha dostaw, oferowanym jednak nie tylko na terenie Europy.

■ **Na jakich wartościach oparty jest sukces działalności Wincanton?**

- Gwarancją powodzenia naszych projektów są cztery fundamentalne zobowiąza-



nia. Klientom zapewniamy usługi na najwyższym możliwym poziomie, zgodnie ze zobowiązaniem do doskonałości operacyjnej, wypracowanej dzięki bogatemu doświadczeniu, zoptymalizowanym procesom oraz najlepszym praktykom. W centrum naszego zainteresowania zawsze znajduje się klient oraz zrozumienie jego potrzeb. Każda nasza usługa jest unikatowa, ponieważ jest dostosowana do specyficznych potrzeb klienta.

Poprzez te działania wypracowujemy dla klienta przewagę konkurencyjną. Wyprzedzamy przyszłe potrzeby klientów, prawidłowo ukierunkowujemy wyko-



Do celu - na czas - Wincanton

rzystanie nowych technologii oraz adekwatnie reagujemy na zmiany.

Podnosząc na różne sposoby wydajność naszych klien-

tów, stwarzamy dla nich wartość dodaną i zwiększamy ich możliwości rynkowe.

■ **W jaki sposób podnoszą Państwo wydajność swoich klientów?**

- Dzięki wysokiej klasy specjalistom dobieramy dla klienta najskuteczniejszą strategię logistyczną. Dzieląc koszty stałe w danej usłudze, wykorzystujemy efekty synergii. Obniżamy w ten sposób koszty dystrybucji, koszty magazynowania, koszty obsługi. Klient nie płaci za niewykorzystane zasoby.

Gwarantujemy płynność i terminowość w czasie szczytów dostaw. Dzięki usługom dzielonym, opra-

cowanym na bazie charakterystyki klientów, nie tylko obniżamy koszty dla klienta, ale także zapewniamy poprawność i dokładność dostaw.

Poza tym, znacznie podnosimy wydajność klientów poprzez stosowanie zaawansowanych technologii.

Nieustannie rozwijamy też nasze zdolności techniczne oraz logistyczne. Optymalizujemy sieć dystrybucyjną, a dzięki zintegrowanemu systemowi dystrybucji znacznie podnosimy jej efektywność.

■ **Dlaczego klienci branży logistycznej powinni wybrać właśnie Wincanton?**

- Dzięki nam produkty docierają do odbiorców w najlepszy możliwy sposób,

w idealnym stanie, a także w rozsądnych kosztach. Jesteśmy firmą innowacyjną, nowoczesną, oferujemy wysoki poziom elastyczności. Stale udoskonalamy nasze operacje, gwarantując ich najwyższą jakość. Od lat zapewniamy niezwykle złożony proces dostaw produktów na rynek w cenie, która jest absolutnie konkurencyjna i nieosiągalna dla innych.

Poza tym, niepodważalnym atutem jest czerpanie rozwiązań z rozmaitych branż, z którymi współpracujemy. To wieloletnie doświadczenie przekazujemy klientom w postaci najbardziej efektywnych rozwiązań.

■ **Nominacja do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009 jest uhonorowaniem Państwa standardów. W jaki sposób osiągnęli Państwo tak wysoką jakość?**

- Słymiemy z dążenia do doskonałości. Fundamentem jakości są prezentowane przez nas wartości, takie jak: rzetelność, zaufanie, pasja, odpowiedzialność oraz współpraca. Nasz zespół składa się z wysokiej klasy specjalistów, którzy są stale zaangażowani w monitoring i udoskonalanie procesu. W logistyce to ludzie tworzą wartość firmy i stanowią o jakości jej usług. Nasi ludzie tworzą najwyższą jakość, a my ze swej strony zapewniamy im wysoki poziom bezpieczeństwa. Wincanton jest liderem na polu systemów chroniących pracowników przed zagrożeniami. Odpowiedzialność jest ważną składową prowadzonej przez nas polityki jakości.

■ **Dziękuję za rozmowę.**
Andrzej Majewski

DOLSAT – szerokie pasmo sukcesów

Spółka DOLSAT, nominowana do tytułu JAKOŚĆ ROKU przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji, wskazuje trendy i kierunki rozwoju pozostałym graczom w branży telekomunikacyjnej. To bełchatowski lider rynku usług multimedialnych, którego działalność i innowacyjne przedsięwzięcia są ewenementem na skalę kraju.

- Wdrażane nowoczesne technologie poparte 20-letnim doświadczeniem i pasją działania całej załogi przekładają się na sukces rynkowy i zadowolenie tysięcy klientów – podkreśla **Darosław Łakomski**, prezes zarządu DOLSAT Sp. z o.o.

Najnowocześniejsza i największa SuperSieć optyczna (jeden z nielicznych tego typu projektów w kraju – fiber to the building - FTTB), pozwala zaofiarować klientom wysoką jakość usług w najatrakcyjniejszej cenie. Atutem oferty spółki jest kompleksowe zaspokajanie ich potrzeb.

Jako pierwszy operator na rynku lokalnym, DOLSAT wprowadził usługę pakietową Triple Play, oferującą telewizję, szybki Internet i telefonię. Dalszy rozwój zaowocował wdrożeniem monitoringu wizyjnego i telewizji cyfrowej. DOLSAT jest również właścicielem Telewizji Kablowej Bełchatów, nadającej codzienny program lokalny

oraz portalu **ebelchatow.pl** z dostępem do jedynych w Bełchatowie kamer online o wysokiej rozdzielczości. Dziś z usług spółki korzysta ponad 65% mieszkańców miasta. Dzięki wysokowydajnej sieci, wszystkie te usługi

logiczny. SuperSieć DOLSAT została doceniona przez specjalistów rynku usług szerokopasmowych i nagrodzona w 2008 r. w konkursie Szeroki Pas, organizowanym z inicjatywy tygodnika Computerworld pod patronatem Mini-

stra Gospodarki i UKE. Dążenie do upowszechniania przez DOLSAT dostępu do innowacyjnych usług, zaowocowało osiągnięciem największego udziału i ugruntowaniem pozycji lidera na rynku lokalnym. Dzięki podejmowanym przedsięwzięciom i wdrażanym innowacjom, DOLSAT konsekwentnie realizuje misję związaną z informatyzacją miasta i budową e-społeczeństwa na miarę Europy. Sukcesy uzupełniają nagrody i wyróżnienia m.in. Przedsiębiorstwo Fair Play, Dobrodziej Roku oraz nominacja do tytułu Lider Biznesu.

Natalia Zarzeka



Prezes DOLSAT Darosław Łakomski

świadczone są przy zachowaniu wysokiej jakości obrazu i dźwięku, a także interaktywności. Zaimplementowana infrastruktura zapewnia proste, elastyczne zwiększanie olbrzymich przepustowości i gwarantuje sukces techno-

DOLSAT

FINANSE | SPÓŁKA BILLBIRD NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

BillBird S.A. – siła innowacyjności

BillBird S.A. jest spółką należącą do światowego potentata na rynku nowych technologii – amerykańskiego koncernu GTECH. Od ponad 9 lat firma rozwija w Polsce swoją ofertę usług finansowych, opartych o największą w kraju sieć terminalową VIA™.



lającego zarządzać rachunkami bez konieczności wychodzenia z domu. Premiera systemu planowana jest już niebawem. – Latem 2009 roku wzbogacimy ofertę usług finansowych o na-

rzędzie internetowe – mówi **Wojciech Włodarczyk**, prezes BillBird S.A. – System EBPP Moje Rachunki online jest owocem doświadczenia zdobytego w czasie naszej wieloletniej działalności na polskim rynku. Jest dopasowany do polskich wymogów prawnych, niezawodny i niezwykle elastyczny. To odpowiedź na rosnące zainteresowanie klientów e-usługami. System EBPP Moje Rachunki online integruje proces wystawiania i obsługi faktur elektronicznych oraz innych instrumentów finansowych. Nasza oferta skierowana jest zarówno do firm, jak i klientów indywidualnych. Firmom – każdej wielkości – gwarantujemy wygodną i szybką implementację usługi wystawiania i zarządzania fakturami elektronicznymi, które generowane są w formacie PDF. Klienci indywidualni dostają z kolei do ręki – i to bezpłatnie! – unikatowe

BillBird

narzędzie: portal Moje Rachunki online. Dzięki niemu, każda osoba za pomocą kilku kliknięć myszą, może zapłacić swoje rachunki, otrzymawszy uprzednio od wystawcy elektroniczny dokument. Do tego dochodzi cały pakiet usług dodatkowych, np. przypomnienie o płatności wysyłane na telefon komórkowy użytkownika. Wprowadzenie tego produktu można nazwać prawdziwą cyfrową rewolucją – dodaje Wojciech Włodarczyk.

Wszystkie usługi oferowane przez BillBird S.A. spełniają najwyższe standardy bezpieczeństwa, są nowoczesne i niezawodne. Wykorzystując doświadczenie korporacyjne oraz znajomość lokalnych warunków, BillBird S.A. uzyskał status największego, obok Poczty Polskiej, pośrednika w przyjmowaniu od konsumentów wpłat należności masowych wystawców rachunków. Wprowadzenie EBPP ugruntowało pozycję firmy jako lidera w branży finansowej.

Andrzej Majewski

reklama

JOBMAN.pl
praca czasowa

My zatrudniamy, a Ty zarabiasz!

PRACOWNICY TYMCZASOWI
pracownicy obsługi biurowej | kasjerzy | sprzedawcy | pracownicy fizyczni | magazynierzy
doradcy klienta | pracownicy administracyjni | handlowcy | telemarketerzy

Biurowie Główne JOBMAN.pl, ul. Wileńska 2a, 31-413 Kraków, tel: 012 686 00 44
www.JOBMAN.PL

Właścicielem marki JOBMAN.pl jest Agencja Pracy Tymczasowej Biuro Promo Sp. z o.o., wpisana do rejestru podmiotów prowadzących agencje zatrudnienia pod nr 2163.

Firma Biuro Promo Sp. z o.o. nominowana do Tytułu Jakość Roku 2009

Wyróżnij się! Zgłoś się!

Trwa IV edycja konkursu



Zgłoszenia w kategoriach:

- produkt
- usługa
- innowacja

na adres: redakcja@biznesraport.com
lub telefonicznie 032/258 20 66

Więcej na www.biznesraport.com

Partnerzy konkursu:



Public PR



Kuchnia i stół polski



>> 2



>> 2



>> 3



>> 3

0 włoskich smakach w polskiej kuchni czytaj już poniżej >>

FRANCHISING | DA GRASSO NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Po pierwsze jakość...

Rozmowa z Robertem Fabiańskim, dyrektorem zarządzającym Sieci Da Grasso

■ **Da Grasso to obecnie największa sieć pizzerii w Polsce. Liczy 174 lokale w 114 miastach w całej Polsce. Jaka jest jej historia i zakres działalności?**

- Wszystko zaczęło się na początku lat dziewięćdziesiątych w Łodzi, gdzie powstała pierwsza pizzeria Da Grasso. Kolejne pizzerie uruchamiane były już na zasadach franczyzy. Intensywny rozwój sieci rozpoczął się od roku 2000 i trwa do dziś. Obecnie pizzerie Da Grasso zmieniają się stopniowo w lokale o nowoczesnym i wyszukany wystroju wewnątrz, oferując w swo-



im menu już nie tylko 75 rodzajów wysmienitej pizzy. Staramy się iść z duchem czasu, bowiem tego właśnie oczekują od nas nasi klienci. ■ **Da Grasso jest obecnie najintensywniej rozwijającą się na polskim rynku siecią pizzerii. W jaki sposób firma wygrywa rywalizację na mocno konkurencyjnym rynku?**

- Staramy się dopasować naszą ofertę do potrzeb i preferencji klientów, jednocześnie dbając o najwyższy poziom świadczonych usług. Chcemy nadal być postrzegani jako firma spójna - klient powinien czuć

taki sam smak naszych dań, będąc w każdym z naszych, bez mała 200, lokali w Polsce. Ponadto staramy się dostosować cenę naszych produktów do warunków rynkowych tak, aby właśnie w Da Grasso klient znalazł to, czego poszukuje. Wszystkie te czynniki pozwalają nam utrzymywać przewagę konkurencyjną i tym samym dystansować konkurencję.

■ **W jaki sposób realizowana jest polityka jakości?**

- W sposób ciągły i konsekwentny realizujemy strategię wzrostu jakości świadczonych w naszej sieci usług. Poprzez identyfikację, ocenę i podejmowanie działań korygujących wobec

potencjalnych zagrożeń, zapewniamy bezpieczeństwo naszych produktów, dając klientom gwarancję najwyższej jakości usług. Podstawę powyższych działań stanowi wdrażany zintegrowany system zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności według norm ISO. Przewidujemy certyfikację tego systemu na czwarty kwartał tego roku. Aby utrzymać wysoki poziom świadczonych usług, potrzebna jest ustawiczna dbałość o najwyższy standard wszystkich elementów systemu. Mamy wprowadzony system HACCP i skutecznie funkcjonujący Dział Jakości Sieci. Pozwala to realizować założoną politykę jakości. Zobowiązujemy wszystkich naszych Franczyzobiorców do przyjęcia i konsekwentnego stosowania zasad, które stanowią dla nas - Spółki Za-

rządzającej Siecią - cele nadrzędne.

■ **Dzięki konsekwentnie realizowanej polityce jakości, Da Grasso pretenduje w tym roku do tytułu JAKOŚĆ ROKU. To nie pierwszy Państwa sukces?**



- Dotychczas zdobyliśmy kilka ważnych wyróżnień, m.in. jesteśmy laureatem nagrody Hermes Poradnika Restauratora, która jest dla nas wyjątkowo ważnym wyróżnieniem i istotną przesłanką mówiącą o tym, że klienci cenią sobie smak naszych wyrobów. W ubiegłym roku otrzymaliśmy również złoty Laur Konsumenta w kategorii restauracji sieciowych, wygrywając rywalizację z tak znakomitymi i uznanymi markami jak McDonalds czy Sfinks.

Myślę, że to coś znaczy. ■ **Jakie są Plany spółki na przyszłość?**

- Do końca 2009 roku zamierzamy uruchomić 20 kolejnych lokali w Polsce, m.in. w Gdańsku, Krakowie i Białymstoku. Ponadto jesteśmy w trakcie realizacji projektu "Da Grasso Restauracje". Restauracje, czyli lokale o wysokim standardzie, będą bazować na kultowej już pizzy, jednakże w ich ofercie znajdzie się przede wszystkim szeroki wybór innych dań. W tej chwili pilotażowo działają już dwa lokale - w Łodzi i Katowicach, a już wkrótce także w Pruszkowie. W niedalekiej perspektywie rozważamy także ekspansję poza granice naszego kraju.

■ **Dziękuję za rozmowę.**
Natalia Zarzeka

BRANŻA SPOŻYWCZA | ALEX-POL W GRONIE NOMINOWANYCH DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Receptura z tradycją

Rozmowa z **Alojzym Szczerbą**, właścicielem firmy Alex-Pol

■ **Kuchnia polska słynie z wielu tradycyjnych dań i potraw. W jaki sposób firma Alex-Pol realizuje tradycję polskiego stołu?**

- Naszym wiodącym produktem są tradycyjne polskie pierogi. Nadziewamy je serem, mięsem, kapustą, grzybami, szpinakiem, a także truskawkami i czarnymi jagodami. Mają niezrównany smak. Poza tym, aby dopełnić obrazu polskiego stołu, naszą ofertę mrożonek wzbogaciliśmy o kluski śląskie, kopytka, pyzy, kartacze i knedle.

■ **Czy możliwe jest oddanie tradycyjnego smaku potrawy w produkcie mrożonym?**

- Oczywiście. Na smak każdej potrawy, również tej mrożonej, podstawowy wpływ ma receptura i jakość surowców. Wszystkie nasze produkty tworzone są z miękkiego ciasta, przyrządzonego z naturalnych składników, bez dodatku konserwantów. Bazą dla naszych klusek są świeże ziemniaki, poddawane dokładnym procesom przygotowującym.

Te odpowiednio dobrane składniki w połączeniu z tradycyjnym, robionym według domowych receptur, farszem, dają wyśmienity smak. Gotowe produkty poddajemy natychmiastowemu zamrażaniu w bardzo niskich temperaturach i przechowujemy

w idealnych warunkach magazynowych, co pozwala zachować ich wartości odżywcze i walory smakowe.

■ **Marka Alex-Pol to również lody?**

- Zgadza się. Trafiając w gusta klientów różnorodnością smaków tego najpopularniejszego letniego deseru, zjedналиśmy sobie konsumentów w całej Polsce. Jednym z odbiorców jest także francuska firma Agapes, obsługująca sieci sklepów oraz restauracje Pizza Pai, gdzie smakosze lodów delektują się naszymi smakołykami. Nasze lodowe desery do-

su. Współpracujemy z zaufanymi, sprawdzonymi dostawcami ziemniaków, owoców, mięsa, sera i innych niezbędnych składników. Muszą one być zawsze najwyższej jakości. Produkcją zajmuje się doświadczona, odpowiedzialna załoga, która pracuje na polskich maszynach najnowszej generacji. Poza tym wdrożyliśmy system ISO 9001:2000, ISO 22000:2005 oraz system HACCP. Już wkrótce wdrożymy certyfikat BRC.

■ **Alex-Pol można spotkać na znanych prestiżowych imprezach targowych.**

- Bierzymy udział w targach organizowanych w Polsce i za granicą. Występowaliśmy ze swoimi produktami w Lipsku, Stuttgarcie i Oberhausen. Jesienią planujemy pojawić się na targach w Kolonii. To pozwala nam się rozwijać i poszerzać sprzedaż naszych produktów na terenie Niemiec. Wierzymy, że nasza obecność tam będzie pomocna w dotarciu do konsumentów w Belgii i Holandii, z czym wiążemy nasze najbliższe plany.

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Marta Prusek – Galińska



Tradycyjne smaki polskiej kuchni

stępne są również w czeskich sieciach handlowych.

■ **Pana firma zdobyła liczne nagrody i wyróżnienia, w tym nominację do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009. Jaką ma Pan receptę na sukces?**

- Dobrze zorganizowana praca w firmie to już połowa sukcesu.

Na lato – ANITA

Ciepłe lato kojarzy się z wakacjami. To czas umilania urlopowego odpoczynku chłodnymi smakołykami. Lody marki Anita i Cafe Morani od ponad 15 lat są najlepszym towarzyszem codziennych letnich spacerów.



Producentem tych doskonałych lodów jest firma ANITA, będąca obecnie jednym z wiodących tego typu przedsiębiorstw w Polsce. Jej nadrzędnym celem jest ciągłe zaspokajanie potrzeb, wymagań i oczekiwań klientów, poprzez za-



Lody MORANI o smaku śmietankowo-czekoladowym

pewnianie im zdrowej i bezpiecznej żywności. Lody Anita i Cafe Morani dostępne są w kubeczkach oraz w dużych rodzinnych pojemnikach. Lody firmy ANITA występują również na rynku pod markami znanych sieci handlowych, takich jak Auchan, Biedronka, Intermarche, Carrefour i Polo Market.

Ale ANITA to nie tylko lody. W 1997 roku firma rozszerzyła swoją ofertę o gotowe dania mrożone, coraz bardziej popularne we współczesnej, polskiej kuchni. - W poprzednim

roku zaskoczyliśmy klientów, wprowadzając na rynek linię produktów pod marką Pyza Polska, którą tworzą pyzy i pierogi produkowane według domowych receptur. Do wytworzenia pierogów i pyz z tej serii używamy najwyższej klasy mieszanek mąk pszennych, świeżego, wyselekcjonowanego mięsa wieprzowego i wołowego, ziemniaków, truskawek i grzybów leśnych. Polski rynek staje się bardzo chłonny na gotową żywność dobrej, domowej jakości - mówi Grzegorz Mordalski, właściciel Przedsiębiorstwa Produkcji Chłodniczej i Przetwórstwa Rolno-Spożywczego ANITA.

Przedsiębiorstwo działa w oparciu o restrykcyjne normy jakościowe, zarówno krajowe, jak i europejskie. Firma wdrożyła ISO 22000:2005 oraz International Food Standard, a organizacja jej produkcji jest zgodna z wytycznymi HACCP. Nie dziwi więc fakt nominacji zakładu do nagrody w konkursie JAKOŚĆ ROKU 2009.

- Nasz pomysł na podnoszenie konkurencyjności firmy to stałe inwestycje - w nowe linie technologiczne, hale produkcyjne, ale także w personel. Z pewnością przełoży się to na sukces firmy w przyszłości - kończy Grzegorz Mordalski.

Sylvia Kruk

BRANŻA SPOŻYWCZA | FIRMA ROLESKI NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Inwestycja w dobry smak



Marka Roleski to synonim nowoczesnej technologii i najwyższej jakości oferowanych produktów. Jednak żadne skomplikowane terminy nie oddają tego, co w Role-skim jest najcenniejsze, czyli... smaku. Jedynego w swoim rodzaju, niepowtarzalnego. To właśnie smak sprawia, że musztardy, ketchupy, majonezy, sosy i dresingi od ponad 3 dekad goszczą na stołach w Polsce i za granicą. A tradycja zobowiązuje!

Firma Roleski wie, że procentuje tylko konsekwentna inwestycja w jakość. Warto zatem wiedzieć, co tak naprawdę sprawia, że majonez jest niebiańsko kremowy, a ketchup smakuje jak żaden inny. - Zaplecze wyrobego smaku tworzą: nieustannie modernizowana linia technologiczna, stale usprawniane metody zarządzania, kontroling, precyzyjna selekcja składników oraz niezawodny system zamykania opakowań - mówi Marek Roleski, właściciel Firmy Roleski.

Dzięki temu, kontrahentami firmy od wielu lat są zarówno

bezpośredni konsumenci, jak i rodzime oraz międzynarodowe koncerny spożywcze. Zarówno produkty, jak i sama firma w swej

długiej historii wielokrotnie były nagradzane przez liczne gremia branżowe. Do najważniejszych należy m.in. Certyfikat Najlepsz

Polska Jakość 2008 przyznany przez Polską Akademię Jakości. Tym samym Roleski dołączył do szeregu przedsiębiorstw kształtujących

nowoczesny wizerunek przedsiębiorstw w kraju i za granicą. Drugim, szczególnie cennym wyróżnieniem, jest nagroda w konkursie Marka z Jakością, za którą stoją wprowadzone z sukcesem trudne i żmudne systemy zarządzania jakością, m.in.: ISO 9001, AQAP, HACCP, BRC, IFS, ISO 14001, OHSAS 18001, EU-Regulation 2092/91 rozszerzony o NOP.

- Dla nas to rzędy nudnych liter i cyfr, ale dla kontrahentów firmy to gwarancja absolutnego bezpieczeństwa w zakresie funkcjonowania firmy oraz jakości oferty - mówi Marek Roleski.

Produkty marki Roleski znane są smakoszom niemal wszystkich kontynentów. Musztardę cenią Skandynawowie, zaś w sosach i dresingach rozkochali się Amerykanie i Brytyjczycy, którzy bez wątpienia wiedzą, jak powinny smakować. A to najlepsza reko-

mendacja. Firma ma również liczne certyfikaty i uprawnienia, które pomagają na trudnych rynkach międzynarodowych - m.in. International Food Standard. Dynamicznie rozwijająca się sprzedaż poza granicami kraju, już kilkakrotnie zapewniła Firmie Roleski najwyższe lokaty w Ogólnopolskim Rankingu Liderów Eksportu, zaś w 2006 roku firma została wyróżniona Brylantem Liderów Eksportu. Ale jakość nie spoczywa na laurach, dlatego firma nie ustaje w poszukiwaniu nowych smaków i na bieżąco śledzi światowe trendy żywieniowe.

Ostatnie lata to między innymi zwrot ku naturze i wykorzystanie potencjału, jaki kryje w sobie przetwórstwo wolne od środków konserwujących i sztucznych barwników. Majonez oraz musztardy z innowacyjnej linii Roleski Natura okazały się strzałem w dziesiątkę i bezwzględnie trafiły w gust nawet bardzo wymagających zwolenników żywności organicznej.

Rok 2008 to ukłon firmy w stronę polskiej tradycji, która słynie z dobrej kuchni. W pierwszej kolejności na polskie stoły trafił Majonez Regionalny Roleski, który swój idealnie wywa-

żony smak zawdzięcza sekretnej, tradycyjnej recepturze. Nowy majonez jest dokładnie taki, jaki kochają Polacy - aksamitnie kremowy, z charakterystycznym posmakiem łagodnej musztardy.

Bogata oferta sprzedawana jest nie tylko pod marką Roleski. Firma jest cenionym podwykonawcą polskich i zagranicznych koncernów, którym zapewnia kompleksową obsługę. Zaawansowana technologia umożliwia pakowanie produktów w odpowiednie opakowania od różnorodnych słoików począwszy, poprzez popularne PET-y, a kończąc na praktycznych tubach. Tak atrakcyjne portfolio sprawia, że firma jest dobrym partnerem w biznesie. Rodzinny system zarządzania firmą, wsparty nowoczesnymi technologiami oraz dbałość o jakość sprawiły, że dzisiaj Roleski należy do grona największych krajowych producentów żywności. - Nic nie motywuje równie skutecznie, jak silna pozycja firmy, sprawiająca, że dalsze inwestycje mają sens, produkty smakują coraz lepiej, a Roleski od ponad 30-stu lat jest marką godną zaufania! - podsumowuje Marek Roleski.

Natalia Zarzeka



GALANTERIA STOŁOWA | PRODUKTY ARTEFE NIEODZOWNYM ELEMENTEM KAŻDEGO STOŁU

Stół symbolem polskiej gościnności

Nie sposób wyobrazić sobie polskiego domu bez stołu. Ten powszechny mebel pełni bardzo ważne zadanie – integruje i zbliża ludzi. Ma być wygodny, funkcjonalny i ogólnodostępny. Taką samą funkcję musi pełnić galanteria stołowa. Produkty użytkowe marki ARTEFE, poprzez swoją nienaganną estetykę, powodują, że chwile spędzone przy stole są prawdziwie niezapomniane.

Polacy przyzwyczaili się do stale rosnącego standardu życia. Wybierają produkty i usługi najwyższej jakości oraz o doskonałej funkcjonalności. Nie bez znaczenia są również walory estetyczne używanych na co dzień akcesoriów. Tym właśnie można tłumaczyć sukces marki ARTEFE. Szeroki asortyment akcesoriów stołowych oferowanych przez kielecką spółkę, charakteryzuje się atrakcyjnym, nowoczesnym wzornictwem oraz dbałością o każdy detal. – Od momentu, kiedy w 2005 roku przejąłem markę ARTEFE, ciągle stawiamy na jakość. Dbamy o to, by stołowe artykuły użytkowe opuszczające nasze magazyny cechowały się dokładnością wykonania. Wiem, że klient zwraca uwagę nawet na najdrobniejsze szczegóły. To wymusza stosowanie najlepszych materiałów i półproduktów,

wsparte najnowszymi technologiami – mówi dr Leszek Ruchwa, prezes zarządu ARTEFE SA.

Produkty sygnowane logo ARTEFE wykonane są z najmodniejszych obecnie surowców – stali nierdzewnej, szkła, porcelany, granitu, drewna: merbau i wenge oraz czarny dąb. Kompilacja tych elementów daje specyficzny efekt – produkt o charakterystycznej stylistyce, pasujący do określonego, nowoczesnego typu wnętrza. Akcesoria stołowe wytwarzane przez kielecką spółkę, powstają w oparciu o modernistyczne koncepcje znakomitych projektantów. – Od wielu lat czerpiemy z wiedzy i doświadczenia absolwentów krakowskiej Akademii Sztuk Pięknych: Olimpii Ajakaiye, Marka Liskiewicza, Stanisława Półtoraka i Marka Suchowiaka. To właśnie dzięki tym designerom, nasze produkty są tak nowoczesne i przez to dobrze przyjmo-

wane przez rynek – podkreśla prezes Ruchwa.

Asortyment ARTEFE dzieli się na grupę produktów wyposażenia stołu jadalnego i grupę wyposażenia

ceniona przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji, głównego partnera konkursu JAKOŚĆ ROKU. Spółka trzykrotnie w latach 2006 – 2008 zdobyła nagrodę w tym prestiżowym programie. Tym samym znalazła się w wąskim gronie firm, które zdobyły Złotą Nagrodę Jakości. Spółka wykorzystuje zdobyte logo programu do budowania i umacniania wizerunku. Informacja o sukcesie w konkursie pojawia się we wszelkich komunikatach prasowych i internetowych,



Linia Abakus

stołu biznesowego. Pierwsza z nich zawiera m.in. zestawy przyprawowe, cukierniki i pojemniki na olej, a także wazy. Gamę produktów biznesowych tworzą różnego rodzaju podstawki na telefony komórkowe, wizytowniki, etui na cygara oraz biżuteria.

Jakość produktów ARTEFE została dostrzeżona i do-



Kolekcja Bona

a logo JAKOŚĆ ROKU jest zamieszczane w katalogach produktów.

Stały, systematyczny rozwój firmy, zostanie niedługo zwieńczony debiutem giełdowym na parkiecie NewCon-

nect. – Pod koniec lipca br. będzie miała miejsce pierwsza publiczna emisja 15-20% udziałów w spółce. Pozyskane w ten sposób środki zostaną w pełni zaangażowane w rozbudowę firmy. Chcemy przeznaczyć je na inwestycje technologiczne czyli uzupełnienie parku maszynowego. Ponadto stworzymy franchisingową sieć sprzedaży

naszych produktów. Stąd z szyldem ARTEFE będą obecne we wszystkich najważniejszych galeriach handlowych w największych polskich miastach – planuje Leszek Ruchwa.

Obecnie głównym, bo aż 50-procentowym kanałem dystrybucji wyrobów ARTEFE, jest Internet. Klienci za pośrednictwem strony www.sklep.artefe.pl mogą nabyć serie produktów: MO-ASIS, OLIMPIA, ABAKUS, BONA, MODERN, DECO i MOYA NOVA. Uzupełnieniem tego sposobu dotarcia do klientów będą samodzielne stoiska sprzedażowe umieszczone w pasażach galerii handlowych. Pierwsze z nich pojawią się w krakowskiej Galerii Kazimierz, kieleckiej galerii Echo oraz w Warszawie – w galerii Promenada. Warto nadmienić, że od kilku lat w Krakowie przy ulicy Grodzkiej 61 znajduje się również w pełni wyposażony sklep firmowy.

Oferta spółki ARTEFE, ze względu na modne wzornictwo, skierowana jest do ludzi młodych. Stanowi znakomity element wyposażenia nowoczesnych wnętrz. Doskonale wpisuje się w najnowsze trendy architektoniczne. Warto na bieżąco śledzić nowości ARTEFE, by nie przeoczyć ciekawych kolekcji, pasujących do Twojego salonu, jadalni i kuchni.

Krzysztof Stadler

BRANŻA SPOŻYWCZA | MARSYL NOMINOWANY DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

MARSYL zdobi i smakuje



W dobrej kuchni niezbędnym elementem smacznego gotowania są przyprawy. Firma MARSYL produkuje je już od 16 lat. Spółka zajmuje wysokie miejsce w czołowie branży spożywczej. W swojej ofercie ma całą gamę różnorodnych przypraw, ziół, a także wszelkich dodatków do wypieku ciast i ich zdobienia.

zemy zadbać o prawidłowość przebiegu procesu zarówno produkcji, jak i dystrybucji. Duży nacisk kładziemy na to, by towar był

aromat, a także estetyka wizualna potraw.

Potwierdzeniem, że firmie się to udaje, jest zaufanie klientów, zdobyte już w momencie poja-



Bogata oferta firmy Marsyl

świeży i w jak najkrótszym czasie trafiał do konsumenta. To niezwykle istotne, zwłaszcza w przypadku przypraw mielonych – podkreśla Piotr Marecki, współwłaściciel P.H.U. MARSYL S.C.

Śledząc zmiany tendencji w polskiej kulinarii, MARSYL co roku wzbogaca swoją ofertę o nowe propozycje. Oprócz tradycyjnych przypraw, ziół i herbat produkuje również dodatki do ciast. Spółka dba, aby jej produkty zaspokajały nawet najbardziej wymagające podniebienia klientów, dla których liczy się doskonały smak,

wienia się pierwszych produktów firmowanych logo MARSYL. – Bardzo cenimy sobie lojalność naszych konsumentów. Szczególnym osiągnięciem jest dla nas nominacja do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009. To duże wyróżnienie i nobilitacja dla naszej firmy. To motywuje nas do realizacji planów związanych z rozbudową naszego zakładu, a także wyznaczania nowych celów wraz z utrzymaniem wysokiej jakości naszych produktów, zgodnie z naszym hasłem „...bo liczy się smak!” – kończy Piotr Marecki.

Marta Prusek - Galińska

BRANŻA SPOŻYWCZA | DIGESTA NOMINOWANA DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Z pasji do smaku

Rozmowa z Łukaszem Florenckim, twórcą przypraw Digesta

Producent Przypraw
Digesta

■ Tworzeniem przypraw zajmuję się Pan już kilkanaście lat. Skąd pomysły na taką działalność?

– Z pasji do smaku. Do smaku i zapachu. Ich różnorodność inspirowała mnie i cały nasz zespół do tworzenia rozmaitych przypraw, od tych najprostszych, popularnych i jednoznacznych, po najbardziej wyszukane kompozycje aromatycznych ziół i starannie wyselekcjonowanych suszonych warzyw. To właśnie w przyprawie tkwi tajemnica dobrych dań. Mając to na uwadze, wiemy, że smak każdej nowej receptury musi być oryginalny, niepowtarzalny i po prostu doskonały.

■ Czy tworzenie przypraw jest trudne?

– Jest przede wszystkim długotrwałe. Sporządzenie pierwszej kompozycji zajęło nam blisko rok. Jednak ten proces, ze wszystkimi eksperymentami, degustacjami, dodawaniem, ujmowaniem, mieszaniem różnych składników daje nam niezwykle dużo przyjemności. Bezcenną rolę spełnia w tym zmysł powonienia – pozwala dostrzec niedoskonałość składu tworzonej mieszanki. Jeżeli czegoś brakuje, jeżeli ma ona swego rodzaju skazę – zapach obnaża ją bezlitośnie. Wiemy wówczas, że smak należy podkreślić lub uzupełnić, np. naturalnymi olejami, które, mimo że

to technicznie bardzo trudne, wykorzystujemy do produkcji naszych wyrobów. Wyczuć smaku bywa więc nieprzekupnym cenzorem, zwłaszcza, gdy zleca się nam stworzenie konkretnej przyprawy, ale także gdy chodzi o doskonalenie smaków już istniejących.

■ Co decyduje o jakości Państwa produktów?

– Warunkuje ją nasze dążenie do doskonałości smaku. Jakość naszych przypraw jest bezkonkurencyjna i doceniana przez kontrahentów. Jako niewielka fir-

my, ale również o tym, jakie walory smakowe, zapachowe czy estetyczne może ona zapewnić wędlinom czy potrawom w ogóle. W trosce o bezpieczeństwo i jakość naszych produktów wdrożyliśmy system GMP oraz HACCP.

■ Firma Digesta została nominowana do tytułu JAKOŚĆ ROKU 2009 w konkursie organizowanym przez naszą redakcję oraz Polskie Centrum Badań i Certyfikacji. Jakie znaczenie ma dla Pana to wyróżnienie?

– To potwierdzenie wysokiej jakości naszych produktów i naszej pozycji



Paleta przypraw Digesty

ma, dostarczająca mieszanki przyprawowe dla przemysłu mięsnego i gastronomii, nie możemy sobie pozwolić na obniżenie jakości. Dbamy więc o nią już na etapie doboru surowców. Muszą być one naturalne, najwyższej jakości, od sprawdzonych producentów. Odpowiednie składniki decydują nie tylko o smaku danej

na rynku, mimo potężnej konkurencji zachodnich producentów. Motywuje nas to do poszukiwania nowych smaków i wzbogacania naszej oferty. Nominację tę zawdzięczamy również całemu zespołowi pracowników, zwłaszcza ich zamiłowaniu do tego, co robimy.

■ Dziękuję za rozmowę.
Marta Prusek - Galińska

AKCESORIA KUCZENNE | NACZYNIA Z EMALII OLKUSZ NOMINOWANE DO TYTUŁU JAKOŚĆ ROKU 2009

Nowe naczynia, nowa Emalia

Rozmowa z **Danielem Więzikim**, prezesem zarządu Emalia Olkusz SA

■ **W tej chwili do sklepów trafia nowa seria garnków emaliowanych Flox. Czy wraz z nimi spółka wkracza w nowy okres?**

- Z pewnością. Nowy produkt to nowa jakość w naszym nieustępowym podobnym wyrobie, np. niemieckim. Nowa seria obejmuje garnki o średnicy od 16 do 24 cm, w jednolitych, żywych kolorach, z uchwytyami ze stali nierdzewnej i szklanymi pokrywami. Produkt został zaprojektowany tak, aby spełniać wymagania nawet najbardziej wymagających konsumentów. Wykorzystano m.in. specjalną powłokę Easy to Clean, która jest łatwa w czyszczeniu, zapobiega przywieraniu potraw oraz, co najważniejsze, jest



ważące podobny do naszego logo. Dodatkowo firma Florentyna przestała wywiązywać się z zakontraktowanych wielkości odbioru naszych produktów. Uznaliśmy, że ten znak może wprowadzać naszych klientów w błąd, co do producenta oznaczonych nim garnków. Nie mieliśmy wyjścia; musieliśmy wypowiedzieć feralną umowę i skierować sprawę do sądu, z zarzutem popełnienia przez Florentynę czynu nieuczciwej konkurencji. W tej chwili sprawa jest w toku. Sąd Okręgowy w Kaliszu zakazał Florentynie używania znaku Emalia Domo, do czasu prawomocnego rozstrzygnięcia sporu. Tym samym uznał nasze roszczenia za wiarygodne.

je wyrób z Olkusza, mogło zrazić się do naszej marki. Teraz musimy włożyć wiele wysiłku, aby odbudować ich zaufanie.

■ **Czy jest możliwe porozumienie z Florentyną?**

- Na ich wniosek przystąpiliśmy do pozasądowych negocjacji. Rozmowy trwają, efekt nie jest przesądzony.

■ **Czy tej sytuacji można było uniknąć?**

- Zapewne tak, ale ponieważ z Florentyną współpracowaliśmy od ponad 15 lat, to nikt, podpisując umowę, nie przypuszczał, że mogą pojawić się jakiegokolwiek kłopoty. Cóż, dostaliśmy nauczkę, ale i wyciągnęliśmy wnioski na przyszłość.

■ **Żadnych umów na wyłączność?**

- Oczywiście. Przez ostatnie pół roku ciężko pracowaliśmy, aby postawić spółkę na nogi. Zamknęliśmy od-

pojawiały się już w sieciach Makro i Selgros. Wierzę, że wkrótce także pozostałe sieci handlowe docenią prawdziwą jakość naszych naczyń i zadbają o zadowolonego klienta.

■ **Naczynia z Emalii Olkusz zdobyły nominację w konkursie JAKOŚĆ ROKU 2009. Czy to pomoże w odbudowie marki?**

- Jakość jest dla nas absolutnym priorytetem. Nie mamy zresztą wyjścia. Nie możemy konkurować z naczyniami z Chin ceną. Możemy za to zaoferować doskonały garnek, który będzie towarzyszył użytkownikowi latami i pozwoli na wiele kulinarnych podróży. Podróży bezpiecznych dla zdrowia! Aby to osiągnąć, rozbudowaliśmy dział kontroli jakości. Dzisiaj to nie tylko ISO 9001, ale faktyczne zaangażowanie każdego pracownika w podnoszenie jakości. Każdy z naszych wyrobów przechodzi przez ręce kontrolującego jakość pracownika, kilka razy w trakcie produkcji i jeszcze na koniec tuż przed zapakowaniem. Jeżeli nie spełnia norm, trafia na przemiał! Używamy wysokiej jakości szkliwa i dbamy o każdy szczegół. Wszystkie nasze naczynia mają świadectwo dopuszczenia wydane przez Państwowy Zakład Higieny. W przypadku emalii jest to szczególnie ważne - złej jakości powłoki szkliste mogą zaszkodzić.

■ **Na koniec jeszcze pytanie o najbliższe plany.**

- Promocja naczyń Flox, jako nowoczesnego, doskonałego do gotowania i bezpiecznego dla zdrowia, garnka oraz wprowadzenie nowej marki Nostalgia,

Dlaczego emalia?

W ostatnich latach w polskich i europejskich kuchniach coraz częściej goszczą naczynia emaliowane. Renesans popularności wiąże się z jej prozdrowotnymi właściwościami. Emalia to nic innego jak szklista warstwa, którą kładzie się na stalowe naczynia. Szkło, jako jedyny materiał, nie wchodzi w reakcje z żywnością. Gotowanie w naczyniach emaliowanych jest najzdrowszym z możliwych. Emaliowane garnki doskonale nadają się dla dzieci i alergików, zachowują walory użytko-

we przez wiele lat. Są funkcjonalne i łatwe w pielęgnacji - nadają się do mycia w zmywarkach, a szczególne powłoki gwarantują skrócony czas gotowania. Można ich używać na kuchenkach gazowych, elektrycznych, płytach ceramicznych i kuchniach indukcyjnych. Te zalety powodują, że używają ich światowe kulinarne gwiazdy, m.in.: Marta Steward i Nigella Lawson, a ostatnio także dobrze wszystkim znany Robert Makłowicz, używający w swoim programie kulinarnym własne naczynia z Emalii Olkusz.

Sto lat minęło

Fabryka Naczyń Emaliowanych z niewielkiego, podkrakowskiego Olkusza, istnieje nieprzerwanie od ponad wieku. Na przestrzeni lat zmieniali się właściciele, technologia, wzornictwo. Niezmienne pozostało jedno - najwyższa jakość emaliowanych naczyń.

Olkuska fabryka naczyń emaliowanych powstała w 1907 roku, jako Akcyjne Towarzystwo Tłocznych i Emaliowanych WYROBÓW WESTEN i do dziś pozostaje jedynym producentem tego asortymentu w Polsce. W pierwszych la-

czesnego wyglądu, zachowuje znamiona tradycji. Jego zadaniem jest wprowadzenie spółki w nowe stulecie. Pojawiła się również zmieniła strona internetowa www.emalia.pl prezentująca nową wizję firmy.

W lutym 2008 roku Emalia przekształciła się w Spółkę Akcyjną. Na rynku wygrywa jakością. Produkuje naczynia wyłącznie w I gatunku, w oparciu o wdrożony system zarządzania jakością ISO 9001:2000. Dodatkowo, wszystkie garnki posiadają świadectwo dopuszczenia do kontaktu z żywnością, wydane przez Państwowy Zakład Higieny.

Emalia Olkusz to nie tylko garnki. W fabryce powstają kubki, miski, rondle, talerze, bańki na mleko, brytfanny, imbryki i patelnie. Możemy wybierać w niezliczonej gamie wzorów i kolorów: maki, słoneczniki, wzory geometryczne, jabłka, irysy, gerbery.

Poza tym fabryka oferuje patelnię z oryginalną powłoką Teflon® Classic pochodzącą z koncernu Du Pont oraz serię naczyń ze stali nierdzewnej.

Popularne pralki Frania, wirówki i Kuchenki gazowe Światowit także powstają w Olkuszu. Cieszą się one niezmienną popularnością.

Tegorocznym hitem jest absolutna nowość - seria garnków Flox. Dzięki nowatorskiemu wzornictwu i prostej, jednobarwnej kolorystyce, te naczynia pasują do każdej, nawet ultranowoczesnej kuchni.



Radość gotowania z Emalią

bezpieczna dla zdrowia. Garnki Flox nadają się do wszystkich rodzajów kuchni, w tym indukcyjnych i mogą być myte w zmywarkach. Co ważne - można ich także używać do zapiekania potraw! Inni tego nie potrafią. Naczynia Flox doskonale odnajdą się w każdej kuchni, a zwłaszcza w nowoczesnych domach młodych Polaków. Zresztą już teraz Floxy zbierają doskonałe recenzje. Pozytywne opinie oraz rekomendacje dla tego produktu otrzymaliśmy m.in. od Roberta Makłowicza, który jest ambasadorem marki Emalia Olkusz.

■ **Ostatni rok był dość trudny dla spółki. Spadła sprzedaż i to mimo dobrej koniunktury. Co się stało?**

- Niestety mocno ucierpieliśmy w związku z zerwaniem współpracy z naszym głównym partnerem handlowym. Z firmą Florentyna spółka Emalia Olkusz podpisała w 2006 roku umowę dystrybucyjną. Przedstawiciele Florentyny zadeklarowali bowiem odbiór sporej części naszej produkcji. Dwa lata później Florentyna wprowadziła do obrotu znak Emalia Domo-



Klasyczne produkty z serii Nostalgia

■ **Jakie straty poniosła Emalia Olkusz?**

- Ogromne. To nie tylko kwestia niesprzedanego produktu, ale także zakontraktowanego surowca i magazynów pełnych nieodebranego towaru. Jednak największą szkodę ponieśli nasi klienci. Towar dystrybuowany przez Florentynę pochodził z importu z Chin i Rumunii, trudno zweryfikować, czy spełniał przyjęte standardy jakości. Jeżeli nie, wielu naszych klientów przekonanych, że kupu-

dział w Myszkowie i przestaliśmy jego produkcję do Olkusza. Zracjonalizowaliśmy gospodarkę własnym zapleczem, rezygnując z wynajmowanego biurowca, podnieśliśmy jakość wyrobów, decydując się na produkcję wyłącznie w I gatunku. Zrobiliśmy przegląd wzorów graficznych, dopracowaliśmy projekt nowych garnków i uruchomiliśmy sklep internetowy. Ale przede wszystkim odbudowaliśmy zerwane nici dystrybucyjne. Nasze produkty

prezentującej naczynia i zastawy śniadaniowe w dawnym stylu, świetne np. dla agroturystyki. Produujemy naczynia emaliowane od ponad 100 lat. Jesteśmy jednym z niewielu producentów na świecie, a marka Emalia Olkusz jest rozpoznawalna także poza granicami naszego kraju. Chcemy ocalić tę tradycję. Emalia Olkusz to przecież jedna z nielicznych polskich marek, jakie przetrwały do dziś!

■ **Dziękuję za rozmowę.**

Marcin Kałużny

