Forum Biznesu

DODATEK INFORMACYJNO-PROMOCYJNY NR 7 (75) 27 lipca 2009 r.

Forum Biznesu
Wydawca: Media Press
ul. Mickiewicza 29
40-085 Katowice
fb ForumBiznesu.pl
Redaguje zespół
Obejmujemy patronatem interesujące wydarzenia biznesowe
redakcja@forumbiznesu.pl
tel. 032/ 207 24 60
fax 032/ 207 28 44

LAUREAT KONKURSU
TERAZ POLSKA

Jakość i odpowiedzialność

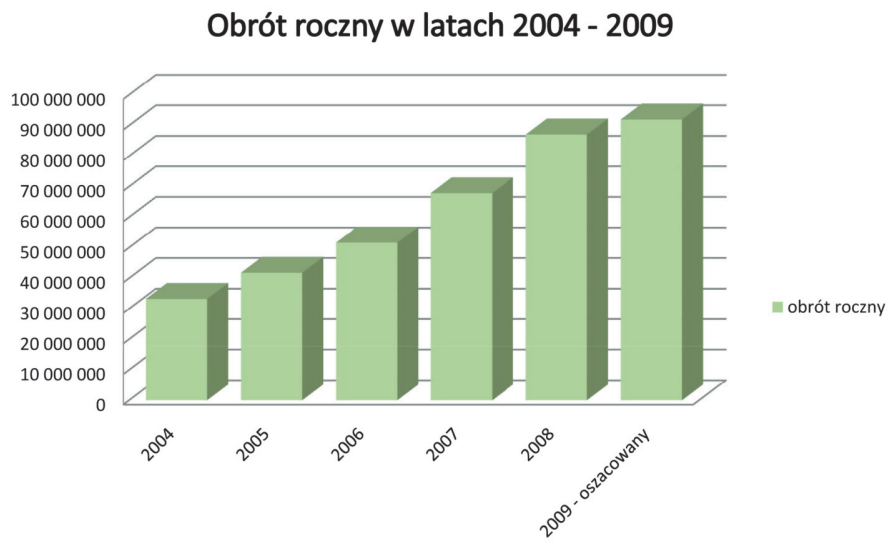
Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. (Stanisławów Pierwszy, woj. mazowieckie) wchodzi w skład grupy Lantmännen Unibake, która z kolei jest częścią międzynarodowego koncernu Lantmännen o globalnym zasięgu, działającego w branży spożywczej, energetycznej i rolniczej. W Polsce firma powstała 18 lat temu i od tego czasu specjalizuje się w produkcji bułek typu „fast food" do hamburgerów i hot-dogów. Ze względu na duże zasługi w zakresie biznesu społecznie odpowiedzialnego, Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. otrzymał nominację w programie Liderzy Społecznej Odpowiedzialności – Dobra Firma 2009.

Rys historyczny

W 1991 roku została założona firma Danish Fast Food Products Poland, której zadaniem była sprzedaż komponentów do wyrobów piekarniczych typu „fast food". Dwa lata później rozpoczęto budowę zakładu produkcyjnego w Nieporęcie koło Warszawy. Zakończono ją we wrześniu 1994 roku i wtedy też firma mogła się już pochwalić pierwszą partią bułek pod nazwą Bułki Skogi. W 2002 roku postanowiono wzbogacić zakład o kolejne linie produkcyjne, a także o nowe magazyny, mroźnie i biura. Pracę na tych liniach podjęto w 2004 roku. Po następnych dwóch latach nastąpiła zmiana marki Bułki Skogi na SKOGA. W tym samym czasie firma przyjęła nazwę międzynarodowego koncernu Lantmännen, do którego w praktyce od dawna należała.

Produkcja

Obecnie zakład wytwarza swoje produkty korzystając z trzech linii produkcyjnych, które przetwarzają aż 700 ton mąki miesięcznie. Dzięki temu powstaje 1950 kg pieczywa na godzinę. Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. posiada ok. 40% udziałów w rynku typu fast food. Ponadto w stosunku do ubiegłego roku firma zanotowała 20% wzrost sprzedaży. Obrót firmy mieści się w granicach 9 000 000 miesięcznie. Około 92% wyrobów trafia na polski rynek ze względu na jego duże zapotrzebowanie. Reszta produktów z powodzeniem eksportowana jest na wiele rynków europejskich takich jak: Francja, Czechy, Słowacja, Węgry, Dania, Belgia, Szwecja, Holandia, Hiszpania, Niemcy, Norwegia, Portugalia, Rosja, Litwa, Łotwa, Białoruś, Ukraina, Bułgaria, Chorwacja i Serbia. Pieczywo Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. zyskało uznanie odbiorców, wśród których są popularne sieci gastronomiczne: KFC, Burger King, Fresh Point, Rodeo Drive, Mr. Hamburger, Conieco, a także stacje benzynowe: Orlen, Shell, Statoil, BP czy Lotos. Powodzenie wyrobów rozprowadzanych przez Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. wynika z ich niepowtarzalnych walorów smakowych oraz wysokiej jakości. Dzięki temu marki Skoga, Pastridor czy Hatting znajdują wielbicieli niemal w całej Europie.



Specjały

Specjalnością Lantmannen Unibake jest produkcja bułek typu „fast food" do hamburgerów i hot-dogów, które ze względu na sposób przechowywania w temperaturze -18°C odznaczają się bardzo długim okresem przydatności do spożycia. Niezwykle bogata oferta wypieków firmy zaspokoi gusta każdego, nawet wybrednego smakosza. Szczególnie polecane są takie produkty jak: pieczywo do kanapek typu ciabatta, panini, bajgle, bułki do hot doga francuskiego sprzedawane na wszystkich stacjach benzynowych, a także L-kebaby i pity, zapiekanki, pizze, przekąski, gotowe kanapki pojedynczo pakowane w folię jak również oryginalne croissanty powstałe według francuskiej receptury i duńskie wyroby ciastkarskie Pastridor.

Jakość

Prezes spółki Lantmannen Unibake Poland, Witold Lisiecki stawia na wysoką jakość produktów połączoną z niepowtarzalnymi walorami smakowymi oraz funkcjonalnością. Komponenty, z których powstają wypieki zakładu, poddawane są badaniom mikrobiologicznym w niezależnym laboratorium. Gotowym produktom wykonany zostaje cały szereg stosownych badań powtarzanych co trzy miesiące. Dzięki temu mrożone wytwory, stanowiące 85% produkcji zakładu, uzyskały znacznie większy niż standardowy, bo aż dwunastomiesięczny termin przydatności do spożycia. Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. pracuje w oparciu o profesjonalny system jakości i bezpieczeństwa produktów, a także informatyczny system identyfikacji pozwalający w razie potrzeby na szybkie ustalenie wszystkich danych dotyczących konkretnego wyrobu. Firma korzysta głównie z polskich, najwyższej jakości surowców. Większość sprzedawanych produktów nie jest modyfikowana genetycznie, tzw. GMO-free, jak również nie zawiera szkodliwych dla zdrowia tłuszczów trans. Aby uzyskać jak najwyższą jakość pieczywa firma Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. jako pierwsza w Polsce zastosowała innowacyjną technologię zakwaszania mąki pszennej polegającą na dodaniu żywych kultur mikrobiologicznych, które specjalnie w tym celu sprowadzane są z Francji.

Społeczna odpowiedzialność

Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. w wysokim stopniu angażuje się w sprawy gminy i w wielu ważnych społecznie kwestiach współpracuje z władzami miasta. W ten sposób w swojej działalności firma realizuje założenia biznesu społecznie odpowiedzialnego i z tego względu otrzymała nominację do programu Liderzy Społecznej Odpowiedzialności – Dobra Firma 2009.

Pod stałą opieką firmy znajduje się kilka miejscowych domów dziecka, które regularnie otrzymują dostawy pieczywa dla swoich wychowanków. Za pomoc w dożywianiu dzieci ze Szkoły Podstawowej w Józefowie uhonorowano zakład tytułem „Przyjaciela Szkoły". Firma aktywnie uczestniczy w akcjach charytatywnych, takich jak Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy. Ponadto wspiera organizację „Zdążyć z pomocą" współfinansując rehabilitację jej podopiecznych. Na liście instytucji wspomaganych przez zakład znajdują się także: Gminny Ośrodek Kultury w Nieporęcie, Przedszkole nr 241 w Warszawie, Instytut Matki i Dziecka, Ośrodek Społeczno-Wychowawczy w Markach, Fundacja Tarnowskiej oraz wiele innych.

Do priorytetowych zadań firmy Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. należy też działalność sponsorska. Zakład na stałe sponsoruje dwa kluby miejscowe: Rotavia Stanisławów i Legionowskie Towarzystwo Siatkarskie. Ponadto ze względu na bardzo dobre relacje z zamiejscową firmą zaopatrującą zakład w mąkę, prezes Witold Lisiecki podjął się w imieniu Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. finansowania klubu Jagiellonka Nieszawa spod Torunia. W okresie wakacyjnym dotacje ze strony firmy, przeznaczone na wyjazdy wypoczynkowe dzieci gimnazjalnych otrzymuje też Szkolny Klub Sportowy.

Ochrona środowiska

Ochrona środowiska to kolejny istotny punkt polityki Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. Celem zapewnienia jak najmniejszego zanieczyszczenia środowiska naturalnego wszystkie odpady przeznaczane są do powtórnego wykorzystania. Firma jako pierwsza w Polsce wprowadziła nowoczesny system informatyczny Nevision, który stosuje się do prowadzenia właściwej gospodarki ekologicznej. W trosce o środowisko naturalne zakład wybudował mechaniczno-biologiczną oczyszczalnię ścieków bytowo-gospodarczych oraz ścieków powstających z mycia urządzeń i powierzchni produkcyjnych. Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. realizuje również program oszczędności energii. W związku z tym energia potrzebna do produkcji powstaje całkowicie z odzysku, a połowa pieców zakładu przestawiona została na gaz. Segregacja, sortowanie i utylizowanie odpadów to kolejne zasady przestrzegane przez zakład.

Pracownicy

Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. zatrudnia obecnie stu osiemdziesięciu pracowników i ze względu na stały wzrost produkcji ciągle przyjmuje nowych. Firma posiada bogaty program socjalny. Od lat dysponuje funduszem świadczeń socjalnych przeznaczanych na różnego rodzaju pomoc dla pracowników. Dzięki funduszowi mogą oni uzyskać bezzwrotną zapomogę na wypadek nieprzewidzianych i kryzysowych zdarzeń typu pożar czy choroba w rodzinie. Ponadto dzieci osób zatrudnionych co roku otrzymują dofinansowanie na kolonie. Aby stworzyć pracownikom więcej możliwości Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. udziela również niskoprocentowych pożyczek. W firmie organizowane są różnego rodzaju szkolenia dla wszystkich chętnych osób, w tym nieodpłatne kursy języka angielskiego. Co jakiś czas odbywają się też atrakcyjne wyjazdy integracyjne.

Certyfikaty i nagrody

Prezes spółki Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. dba, by firma działała w zgodzie z obowiązującymi standardami bezpieczeństwa i higieny, co potwierdzają certyfikaty: HACCP (Analiza Zagrożeń i Krytyczne Punkty Kontroli) oraz BRC Global Standard Food, będący połączeniem systemu HACCP, GMP, GHP, systemu zarządzania jakością ISO 9000 i wymagający ścisłego nadzoru nad produktem.

Firma poszczycić się może również kilkakrotnie uzyskanym Certyfikatem Solidnej Firmy, Złotym Medalem Polagra za jeden ze swoich wyrobów – ciabattę oraz Medalem Europejskim za bułkę do hot doga francuskiego. Najnowszym przyznanym dla zakładu wyróżnieniem jest Godło Teraz Polska, którym nagrodzone zostały aż trzy produkty:

1. ciabatta – pszenna lekkostrawna bułka o bardzo dużej odporności na pleśnienie.
2. bagietka z masłem czosnkowym – bułka oferowana w stanie głęboko zamrożonym, wypieczona i gotowa do spożycia.
3. bułka do hot doga francuskiego – pszenna bagietka z wydrążonym na parówkę otworem, bardzo popularna na stacjach benzynowych.

Misją Lantmannen Unibake Poland Sp. z o.o. jest produkcja wyrobów jak najwyższej jakości, a główną zasadą działania idea społecznej odpowiedzialności. Wyznaczając te dwa kierunki rozwoju firma osiąga stały wzrost sprzedaży, a ponadto zadowolenie ze strony klientów i pracowników.

Barbara Tylki

Lantmännen Unibake

FORUM JAKOŚCI QI 2009 / BANK BPH SA

BPH BusinessLine – jakość, na co dzień

Z Łukaszem Sopalą
dyrektorem
Departamentu Zintegrowanej
Obsługi Klientów Banku BPH
rozmawia Małgorzata Bachórz.

– Co Pana zdaniem wpływa na postrzeganie banku?

– Każdy bank dąży do tego, aby wyróżniać się na rynku, mieć pozytywne cechy, które przywodzą na myśl tę, a nie inną instytucję finansową. W polskich realiach świadomość wagi kreowania i umacniania marki jest coraz większa, a posługiwanie się takimi przewagami jak jakość obsługi oraz możliwość elastycznego dostosowywania się do oczekiwań klientów stają się powszechne jako narzędzia w grze konkurencyjnej.

– Czym klienci korporacyjni kierują się przy wyborze banku?

– Różnymi kryteriami. Często nie chodzi o argumenty, które można wyrazić za pomocą liczb. Istotna jest opieka posprzedażowa, jaką bank zapewni w ramach codziennej współpracy. Klient oczekuje, iż wszelkie bieżące sprawy będzie mógł zgłaszać do jednej osoby lub jednostki Contact Centre – właśnie takiej jak BPH BusinessLine. Rozwiązanie to eliminuje konieczność kontaktowania się z Doradcą lub innymi jednostkami np. oddziałem, co wpływa na wygodę komunikacji i oszczędność czasu. BPH BusinessLine pozwala na szybką reakcję na zgłaszane przez klienta potrzeby, a w konsekwencji na uzyskanie rzetelnej informacji.

– Jak określają Państwo jakość w ramach oferowanych usług?

– Jakość to przede wszystkim zadowolenie klienta ze świadczonych na jego rzecz usług. Wysokiej jakości produkt czy usługa, a także obsługa i komunikacja może pozwolić nie tylko na optymalizację użyteczności dla klienta, ale daje także możliwość skuteczniejszego wyróżnienia się wśród konkurencji. Jakość oferowanych usług w praktyce często jest identyfikowana ze spełnianiem oczekiwań klienta. Postrzegana jest przede wszystkim przez pryzmat tego, w jaki sposób zostaje zaprezentowana oferta, jak przebiega proces wdrożenia, w jakim zakresie klient może liczyć na wsparcie posprzedażowe i jak szybko reaguje bank na pojawiające się pytania.

– Jak działa nagrodzony w konkursie BPH BusinessLine Serwis Klienta Korporacyjnego? Jakie korzyści przynosi klientom?

– BPH BusinessLine jest dedykowany wszystkim klientom korporacyjnym banku. Ze względu na bezpieczeństwo danych finansowych, obowiązują ścisłe procedury autoryzacji i identyfikacji klientów. Nasi specjaliści posiadają pełną wiedzę na temat oferty i systemie bankowości internetowej, w tym produktach i usługach dostępnych za jego pośrednictwem. Na życzenie klientów generowane są potwierdzenia, zaświadczenia oraz inne rodzaje pism. Co ważne, opłaty za czynności/usługi zlecane bezpośrednio do BPH BusinessLine przez klientów są niższe niż standardowe.

– Czy na podstawie własnego doświadczenia może Pan powiedzieć jak profesjonalnie kształtować relacje z klientami?

– Każdy klient musi być traktowany indywidualnie, ma inne potrzeby, oczekuje określonego poziomu współpracy i obsługi. Profesjonalna obsługa, właściwe systemy wspierające ją tak, aby zminimalizować czas oczekiwania na zadane pytania, różnorodność kanałów komunikacji pomiędzy klientem a Bankiem i przede wszystkim zespół profesjonalistów odpowiedzialnych za budowanie relacji z klientami, to najważniejsze elementy niezbędne do profesjonalnego kształtowania relacji.

IZBY GOSPODARCZE / IGWP

Izba Gospodarcza „Wodociągi Polskie” dla środowiska

Izba Gospodarcza „Wodociągi Polskie” jest jedyną organizacją samorządu gospodarczego w branży wodno-kanalizacyjnej w Polsce. Powstała 14 września 1992 r. i dziś zrzesza niespełna 450 przedsiębiorstw rynku wody i ścieków. Jej siedziba znajduje się w Bydgoszczy.

Izba zabiega o stworzenie dogodnych warunków dla funkcjonowania sektora wodno-kanalizacyjnego. Przedstawiciele i eksperci Izby na bieżąco interpretują i oceniają obowiązujące przepisy, monitorują propozycje zmian, uczestniczą w tworzeniu prawa dotyczącego branży i wprowadzaniu rozwiązań usprawniających funkcjonowanie branży. Izba prowadzi działalność doradczą, szkoleniową i wydawniczą. Reprezentuje interesy swoich członków na forum ogólnopolskim, szczególnie wobec organów państwowych i samorządowych. Jednym z podstawowych zadań jest również działanie na rzecz ochrony środowiska.

Izba jest Członkiem Krajowej Izby Gospodarczej w Warszawie, Polskiej Izby Przemysłu Targowego w Poznaniu, a także Międzynarodowej Organizacji Zaopatrzenia w Wodę IWA z siedzibą w Londynie, Europejskiej Unii Krajowych Stowarzyszeń Dostawców Wody i Usług Odprowadzania Ścieków EUREAU z siedzibą w Brukseli. Izba poprzez swoich przedstawicieli bardzo aktywnie działa w trzech komisjach EUREAU: do spraw wody, ścieków oraz prawa i ekonomii.

Międzynarodowe Targi WOD-KAN w Bydgoszczy

Od 1993 roku Izba Gospodarcza Wodociągi Polskie corocznie, w Bydgoszczy organizuje Międzynarodowe Targi Maszyn i Urządzeń dla Wodociągów i Kanalizacji WOD-KAN, najważniejsze w Polsce i jedne z głównych w Europie. Dzięki wieloletnim zabiegom Izby w tym roku, po raz pierwszy Targi odbyły się w nowym Centrum Wystawienniczym. Co trzy lata organizowane są Kongresy Wodociągowców Polskich, dotyczące najważniejszych dla branży spraw.

Ostatnio priorytetem w działaniach Izby stało się opracowanie i wdrożenie standardów technicznych. Aktualnie opracowywane są „Wytyczne projektowania, budowy i eksploatacji sieci wodociągowych i kanalizacyjnych z tworzyw termoplastycznych” oraz „Postawy bezwykopowej rehabilitacji technicznej przewodów wodociągowych i kanalizacyjnych na terenach zurbanizowanych”. Opracowanie standardów dla branży wod-kan jest jednym z kluczowych działań Izby, ze względu na swoją wagę oraz długofalowy wpływ na sposób funkcjonowania całego sektora wodociągowo-kanalizacyjnego.

IGWP

FORUM JAKOŚCI QI 2009 / PODKARPACKI BANK SPÓŁDZIELCZY

Spełnia oczekiwania

Podkarpacki Bank Spółdzielczy jest dziś niekwestionowanym liderem polskiej spółdzielczości bankowej, umiejętnie łączącym 140-letnie doświadczenia (jeden z najstarszych nieprzerwanie działających banków w Polsce) ze zróżnicowaną ofertą, dopasowaną do aktualnych potrzeb społecznych, realizowaną za pomocą najnowocześniejszych narzędzi bankowych. Jednym z takich narzędzi jest, nagrodzony w Programie Forum Jakości QI 2009, pakiet usług bankowości elektronicznej.

Pakiet obsługi elektronicznej PBS stanowi alternatywę wobec konieczności odbywania częstych wizyt klientów w placówce banku, co przekłada się dla nich na oszczędność czasu i pieniędzy. Pozwala także na bezpieczny i komfortowy dostęp do rachunków i dokonywanie wielu czynności bankowych za pomocą różnych mediów takich jak np. komputera lub telefonu. komórkowego.

Na pakiet usług elektronicznych w PBS składa się obecnie 5 elementów:

• **e-FIRMA PBS** – to usługa internetowa dla klientów korporacyjnych. Oprócz standardowych elementów obsługi elektronicznej, zawiera także m.in. funkcje elektronicznego podpisu kartą czy możliwość wprowadzania przelewów pakietami. Do użytkowania systemu wystarcza standardowa przeglądarka internetowa.

• **e-KONTO PBS** – jest również usługą internetową, ale skierowaną do klientów indywidualnych oraz małych i średnich przedsiębiorstw (MSP). Pozwala na dokonywanie wszystkich standardowych operacji (stan rachunku, historia operacji, obsługa przelewów, lokat, awizowanie gotówki, doładowanie telefonów komórkowych itp.).

• **PBS SMS** – to obsługa dla klientów indywidualnych oraz sektora MSP, realizowana za pomocą tel. komórkowych i wiadomości SMS. Daje możliwość otrzymania informacji o stanie rachunku, zmianie salda, kursach walut lub historii operacji oraz składania poleceń przelewów.

• **PBS TELESERWIS** – jest usługą telefoniczną (telefony stacjonarne z wybieraniem tonowym) skierowaną dla klientów indywidualnych oraz sektora MSP. Dzwoniąc pod numer tel. 0801 372 772 można uzyskać informację o wysokości salda, historii operacji, aktualnych kursów walut czy tabeli oprocentowania oraz innych informacji bankowych. Usługa daje możliwość zakładania lokat lub dokonywania przelewów.

• **e-KIOSK PBS** – jest usługą internetową, realizowaną za pomocą kiosków multimedialnych. Urządzenie umożliwia pełną obsługę rachunku (saldo, podgląd oraz wydruk historii, wykonanie wszelkich przelewów, zakładanie lokat itp.). Kiosk internetowy posiada specjalny panel dotykowy, a warunkiem korzystania z niego jest posiadanie karty płatniczej.

PBS posiada obecnie 5 takich urządzeń.

Sieć placówek PBS liczy dziś blisko 80 punktów rozsianych na terenie całego woj. podkarpackiego (główna siedziba w Sanoku). Na pozycję lidera wśród polskich banków spółdzielczych składają się takie czynniki, jak: liczba placówek i ilość obsługiwanych klientów, bogata oferta, dynamika rozwoju oraz wysoka jakość usług. Oferta produktowa zapewnia pełen zakres obsługi klientów indywidualnych, instytucjonalnych i jednostek samorządowych: ROR-y, rachunki walutowe, lokaty, kredyty, karty płatnicze, polisy ubezpieczeniowe oraz fundusze kapitałowe. Do dyspozycji klientów PBS dostępna jest również sieć ponad 3,5 tys. bezprowizyjnych bankomatów.

Magdalena Zastawnik,
Jacek Majewski

PBSBank
Podkarpacki Bank Spółdzielczy

FORUM JAKOŚCI QI 2009 / RTA SP. Z O.O.

RTA – jakość uporządkowana

Kompleksowe rozwiązania dla radioterapii

RTA Sp. z o.o. (Warszawa) od ponad 13 lat jest jednym z czołowych polskich dostawców kompleksowych rozwiązań radioterapeutycznych przeznaczonych do walki z nowotworami. Firma wydatnie przyczynia się do zwiększenia liczby wyleczeń nowotworowych, a tym samym spadku liczby śmiertelności w Polsce. Wspierający realizację tych zadań wdrożony System Zarządzania Jakością ISO 9001:2000 (po raz drugi z rzędu nagrodzony Złotym Godłem QI 2009) jest narzędziem, potwierdzającym pełen profesjonalizm i wysoką jakość świadczonych usług. Urządzenia i wyposażenie do radioterapii, dystrybuowane przez RTA znajdują się we wszystkich istniejących ośrodkach onkologicznych w Polsce.

System jest dla człowieka

Każdy opracowany i wdrożony system zarządzania stworzony jest przez ludzi i ma służyć ludziom. RTA Sp. z o.o. jest przedsiębiorstwem, którego pracownicy emocjonalnie angażują się w realizację misji walki z chorobami nowotworowymi mając własne zawodowe doświadczenia w kontakcie z pacjentami placówek onkologicznych w Polsce. Celem nadrzędnym naszej firmy jest poczucie odpowiedzialności za każde dostarczone urządzenie i świadomość, że niezawodne działanie sprzętu ma bezpośredni wpływ na ratowanie ludzkiego życia i zdrowia – podkreśla **dr inż. Lubomir Jurczak**, Prezes Zarządu RTA Sp. z o.o.

System Zarządzania Jakością w RTA Sp. z o.o. sankcjonuje realizację **kompleksowych rozwiązań dla radioterapii** [czym jest radioterapia – patrz: ramka]. Zakres realizacji zadań obejmuje przygotowanie oferty pod względem potrzeb i możliwości kontrahenta, dostawę urządzeń, instalację wraz z adaptacją pomieszczeń, szkolenie personelu, serwis gwarancyjny i pogwarancyjny a także pełne wsparcie techniczne w trakcie całego procesu. Planowane działania mają sprawić, aby radioterapia, przy całym dramacie sytuacji, w jakiej znalazł się pacjent, była przyjazną, niezawodną, a co najważniejsze skuteczną metodą leczenia.

Opracowanie przejrzystych zasad, procedur i instrukcji stało się zagadnieniem priorytetowym i wdrożonym z sukcesem w Systemie Zarządzania Jakością RTA Sp. z o.o. Za najważniejszą zaletę Systemu, **Julita Szewczyk**, Pełnomocnik Systemu Zarządzania Jakością ISO w RTA Sp. z o.o., uznaje możliwość ciągłego nadzoru nad dokumentacją: – Przy złożoności zagadnień i trwających wiele miesięcy projektach, ustanowienie wewnętrznych procedur postępowania i opracowanie przejrzystych instrukcji jest nieodzowne. Urządzenia, którymi się zajmujemy są źródłem promieniowania jonizującego, a więc ich instalacja i obsługa uwarunkowana jest wieloma obostrzeniami. Przy tak dużej ilości różnego rodzaju procedur i obowiązujących przepisów prawa, bez wdrożonego, sprawnego i ciągle rozwijanego Systemu Zarządzania Jakością, trudno byłoby sprostać wysokim wymaganiom w realizacji kompleksowych rozwiązań dla radioterapii w Polsce.

Akcelerator Elekta Infinity™

Polskim szpitalom onkologicznym udało się także pozyskać fundusze unijne na doposażanie oddziałów radioterapii. RTA Sp. z o.o. jest w tej chwili w końcowej fazie realizacji instalacji akceleratora, który w znacznym stopniu został sfinansowany ze środków unijnych. – Również w tym aspekcie posiadanie wdrożonego i sprawdzonego Systemu Zarządzania Jakością okazuje się być niezwykle istotne – dodaje Julita Szewczyk.

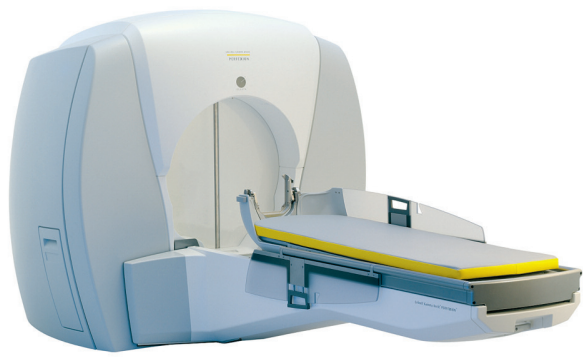
Właściwe metody dla skomplikowanych zagadnień

Powstanie RTA Sp. z o.o. przypada na początek rozwoju nowoczesnej radioterapii w Polsce, tj. na lata 1996-97, kiedy to możliwe stały się pierwsze zakupy nowoczesnych systemów terapeutycznych i komputerowych dla radioterapii. Ministerstwo Zdrowia zorganizowało wówczas pierwsze duże, centralne postępowanie przetargowe na zakup aparatury do radioterapii, które dało początek szybkim i dogłębnym zmianom całego systemu leczenia promieniowaniem jonizującym w Polsce. RTA Sp. z o.o. była wówczas przedstawicielem kanadyjskiej firmy **Theratronics** (producent aparatów kobaltowych). Z czasem oferta RTA wzbogacana była o kolejne urządzenia światowych producentów i dziś obejmuje pełną gamę urządzeń i systemów dla radioterapii (akceleratory medyczne, symulatory, sprzęt do brachyterapii, neuroradiochirurgii, systemy obrazowania, systemy informatyczne, systemy QA/QC oraz systemy dozymetryczne).

Wykorzystywana w **radioterapii** aparatura oferowana przez RTA, to m.in.: **akceleratory** firmy **Elekta** (połączenie najnowszej technologii i wieloletnich doświadczeń wiodących ośrodków radioterapii na świecie w ramach mieszanych zespołów badawczych), np. **akcelerator Elekta Synergy**, wyposażony w system obrazowania rentgenowską wiązką stożkową XVI – zapewnia szybkość i precyzję otwarcie pola dla zaawansowanych badań klinicznych w tej dziedzinie.

Zaawansowane aplikacje i systemy komputerowe służące do planowania leczenia są absolutnie niezbędne w każdym oddziale radioterapii. Pozwalają one na przygotowanie sposobu realizacji leczenia i same z siebie są zagadnieniem kluczowym i niezwykle odpowiedzialnym. W tym zakresie w ofercie RTA Sp. z o.o. znajdują się m.in.: **XiO, PrecisePLAN** i **Oncentra MasterPlan**, które pozwalają planować radioterapię przy użyciu wiązek zewnętrznych z wykorzystaniem wszystkich możliwych technik obrazowania diagnostycznego.

RTA integruje w ramach prowadzonych przedsięwzięć całą gamę systemów wspomagających realizację leczenia promieniowaniem przy użyciu wiązki zewnętrznej, w tym symulatorów **Simulix EVOLUTION** firmy **Nucletron** (nowa generacja symulatorów, wykorzystujących cyfrowe detektory promieniowania jonizującego z opcją wykonywania tomografii komputerowej wiązką stożkową), systemów do pozycjonowania i unieruchamiania pacjenta (głowa i szyja, klatka piersiowa, dolna część tułowia i kończyny) oraz urządzeń do kontroli jakości i dozymetrii (pomiary i obliczanie dawek promieniowania), które zajmują szczególne miejsce w całym procesie leczenia. RTA oferuje w tym zakresie aparaturę, m.in. takich firm, jak: **Civco, Elekta, Standard Imaging, Best Medical (dawniej: Thomson&Nielsen)** oraz **IBA (dawniej: Scanditronix-Wellhofer)**. Należy podkreślić, że jest to oferta kompletna, tzn. wyczerpuje wszystkie wymagane elementy procesu radioterapii, w tym rozwiązania wariantowe.



Leksell GammaKnife Perfexion

W dziedzinie brachyterapii RTA oferuje zintegrowane linie terapeutyczne stanowiące kompletne wyposażenie dla realizacji tego typu leczenia. Metoda oparta jest o urządzenia ze źródłami irydowymi – w tym przypadku aparaty HDR/PDR firmy **Nucletron**. Pozostałe elementy linii to zintegrowane urządzenie do obrazowania **IBU** firmy **Nucletron**, systemy planowania brachyterapii 2D i 3D **Oncentra Brachy** i systemy planowania brachyterapii w czasie rzeczywistym **Oncentra Prostate** i **Oncentra GYN**. Planowanie leczenia pod kontrolą USG daje możliwość uzyskania optymalnego rozkładu dawki terapeutycznej, a moduły systemu i zastosowane algorytmy zapewniają najwyższą skuteczność terapii.

Na szczególną uwagę w ofercie RTA Sp. z o.o. zasługuje system weryfikacji i zarządzania **MOSAIQ** firmy **IMPAC**, który pozwala na zaawansowane zarządzanie danymi medycznymi pacjentów, łatwy i uporządkowany dostęp do danych, integrację z wszystkimi urządzeniami w linii terapeutycznej oraz wysokospecjalistyczne raportowanie procesu leczenia. **MOSAIQ** to doskonałe narzędzie do zarządzania procedurami radioterapii w Zakładach Radioterapii. Jest to najpopularniejszy system tego typu na świecie, wykorzystywany do obsługi linii terapeutycznych opartych o akceleratory wszystkich głównych producentów.

Niejednokrotnie połączenie kilku metod radioterapii wraz z pozostałymi sposobami leczenia onkologicznego, np. z chemioterapią i hipertermią, daje większą gwarancję na powodzenie całkowitego wyleczenia nowotworu. Prezes RTA dodaje: należy jednoznacznie podkreślić, że współczesna medycyna zaleca stosowanie metod skojarzonych, w oparciu o wiedzę medyczną w odniesieniu do konkretnych przypadków. Czasem zdarza się, jak w przypadku leczenia nowotworu prostaty, że zalecane jest stosowanie jednej z powyższych metod samodzielnie. Czasem sięgamy również do metod wspomagających. Jednak głównym elementem naszej oferty jest radioterapia, a aktywne uczestnictwo w tworzeniu nowoczesnej bazy urządzeń terapeutycznych radioterapii jest dla RTA celem ambitnym i, jak pokazuje praktyka, realizowanym z dużym sukcesem.

Nieustanny rozwój

Wśród urządzeń realizujących leczenie radioterapeutyczne, jakie oferuje RTA Sp. z o.o., znajdziemy także systemy stosowane w neurochirurgii – **Leksell Stereotactic System** (zintegrowane rozwiązanie do leczenia mózgu, przy obniżonej inwazyjności) czy absolutną nowość **Leksell GammaKnife Perfexion** – całkowicie innowacyjne na polskim rynku urządzenie, stosowane w metodzie neurochirurgicznego leczenia nowotworów mózgu.

Leksell GammaKnife Perfexion firmy **Elekta** [patrz: zdjęcie]. Jest to nieinwazyjna metoda prowadzenia neuroradiochirurgii przy wykorzystaniu źródeł promieniowania gamma. Urządzenie zastępuje w wielu przypadkach niezwykle inwazyjną metodę tradycyjną i jest uznawane za „złoty standard" w radiochirurgii mózgu. W naszym kraju nie ma jeszcze tego typu urządzeń, choć znajdują się już w wszystkich krajach UE (w tym wszystkich z pierwszej osiemnastki). Najwięcej tego typu urządzeń zainstalowanych jest w USA i Japonii. RTA jest na etapie kończenia wszelkich procedur formalnych, wymaganych przy wprowadzeniu urządzenia na rynek polski. Pierwszy **Leksell GammaKnife Perfexion** jeszcze w tym roku pojawi się w jednej z klinik w Warszawie.

– Wierzymy, że wszystkie nasze działania i osobiste zaangażowanie wydatnie przyczyniają się do poprawy jakości i skuteczności leczenia nowotworów w Polsce. Przede wszystkim pragniemy doprowadzić do sytuacji, że w polskich szpitalach pojawi się coraz więcej skutecznie wdrożonych o wysokim poziomie technicznym, specjalistycznych urządzeń do walki z chorobami nowotworowymi. – podkreśla dr inż. Lubomir Jurczak.

Jacek Majewski

Radioterapia (terapia promieniowaniem jonizującym) – obok chirurgii, chemioterapii i hormonoterapii jest jedną z uznanych metod leczenia chorób nowotworowych. Opiera się na wykorzystaniu urządzeń emitujących promieniowanie jonizujące, którego odpowiednia energia oraz wielkość dawki pozwala na skuteczną modyfikację materiału genetycznego nowotworowo zmienionych komórek organizmu człowieka. Szczególnie narażony na promieniowanie jonizujące jest materiał genetyczny komórek nowotworowych, którego uszkodzenie powoduje śmierć komórki lub uniemożliwia kontynuację procesu podziału komórkowego. Dlatego stosowanie tej metody powoduje zatrzymanie oraz zniszczenie procesu nowotworowego komórek organizmu człowieka, przez co wymaga precyzyjnego ustalenia obszaru leczenia oraz dawki, która będzie skuteczna i bezpieczna dla pacjenta.
Metoda leczenia promieniowaniem jest wykorzystywana do radykalnego leczenia zmian nowotworowych czyli mającego na celu wyleczenie pacjenta oraz paliatywnego czyli mającego na celu zapewnienie poprawy jakości życia pacjentów objętych chorobą nowotworową.
Radioterapia dzieli się na **teleradioterapię**, gdy urządzenie terapeutyczne emituje promieniowanie z pewnej odległości od pacjenta oraz **brachyterapię**, gdy źródło promieniowania jonizującego jest wprowadzane w okolicę lub bezpośrednio w zmianę nowotworową. W niektórych przypadkach (np. w raku tarczycy), stosuje się również dożylne lub doustne aplikacje izotopów promieniotwórczych.

BRĄZOWE GODŁO QUALITY INTERNATIONAL 2009 / ENEA S.A.

Efektywne zarządzanie

Rozmowa z
Maciejem Owczarkiem
Prezesem Zarządu ENEA S.A.

– Na jakich obszarach koncentruje swoją działalność ENEA S.A.?

– ENEA S.A. jest rdzeniem grupy kapitałowej, której podstawową działalność stanowi wytwarzanie, dystrybucja i sprzedaż energii elektrycznej. Dostarczamy energię 2,3 mln klientów, a nasza sieć dystrybucyjna obejmuje blisko 20% powierzchni kraju. ENEA S.A. jest pierwszą polską spółką energetyczną notowaną na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie.

– ENEA S.A. prowadzi projekt dotyczący wdrożenia zintegrowanego systemu zarządzania obejmującego system zarządzania jakością zgodnego z wymogami norm ISO 9001 oraz ISO 27001, jakie korzyści daje firmie takie połączenie?

– Obie normy mają zbliżoną strukturę i metodologię postępowania oraz posiadają wiele elementów wspólnych, dzięki czemu wdrożenie i utrzymanie zintegrowanego systemu zarządzania łączącego zarządzanie jakością i zarządzanie bezpieczeństwem informacji jest tańsze i bardziej efektywne niż utrzymywanie obu systemów rozdzielnie. Dodatkową korzyścią jest również zmniejszenie liczby niezbędnych dokumentów i regulacji, gdyż opracowując dany dokument w ramach zintegrowanego systemu zarządzania umieszczone zostają w nim zapisy spełniające wymogi zarówno normy ISO 9001 jak i ISO 27001. Projekt został nagrodzony przez Kapitułę Konkursu Forum Jakości Quality International Brązowym Godłem QI.

– Czy oznacza to zmniejszenie kosztów przy jednoczesnym zwiększeniu efektywności zarządzania?

– Zdecydowanie. Wynika to również ze zmniejszenia liczby i kosztów auditów wewnętrznych, gdyż audit przeprowadzany w danej komórce organizacyjnej obejmuje sprawdzenie realizacji wymagań obu norm jednocześnie. Ponadto wyniki tak przeprowadzanych auditów dają kompleksowy obraz firmy zarówno pod względem jakości i efektywności realizowanych procesów jak i skuteczności funkcjonowania mechanizmów zapewniających ochronę informacji. Dzięki temu podejmowane ewentualne działania naprawcze i doskonalące są bardziej skuteczne.

– Czy ENEA S.A. stosuje również inne narzędzia wspierające procesy zarządzania np. promowane od pewnego czasu wśród przedsiębiorstw i instytucji programy społecznej odpowiedzialności biznesu?

– Oczywiście, zwracamy szczególną uwagę na otoczenie biznesowe i relacje z interesariuszami. Działania z zakresu CSR prowadzimy w wielu obszarach. Wspieramy organizacje i instytucje społeczne oraz inicjatywy o szczególnym znaczeniu dla społeczności lokalnych. Istotne znacznie ma dla nas również realizacja reguł corporate governance. Jako spółka giełdowa chcemy być wiarygodnym partnerem dla akcjonariuszy i potencjalnych inwestorów. Promujemy zasady etyki w biznesie i przestrzegamy kodeks dobrych praktyk spółek notowanych na GPW, który uważamy za narzędzie poprawiające transparentność działalności i wzmacniające efektywność zarządzania.

– Co przyniósł spółce debiut giełdowy poza dodatkowymi środkami finansowymi?

– Nowe impulsy rozwojowe i nowe pomysły, a także przekonanie o własnych możliwościach biznesowych i potencjale spółki. Przygotowania do debiutu były niezwykle czasochłonne, ale opłaciły się. Dziś wiemy, że warto podejmować ambitne i trudne wyzwania, mając na celu rozwój firmy.

– Jakie są najbliższe plany spółki na przyszłość?

– Najbliższe wyzwanie to dokończenie procesu prywatyzacji. Chcemy również zrealizować ambitne plany inwestycyjne. Rozpoczęliśmy już przygotowania do budowy dwóch bloków, każdy o mocy ok. 1000 MW w Elektrowni Kozienice. Planujemy utrzymać wysoki poziom inwestycji w obszarze dystrybucji oraz przyspieszyć nasze zaangażowanie w zakresie budowy odnawialnych źródeł energii. W realizacji tych planów z pewnością pomogą nam środki pozyskane w wyniku ubiegłorocznego debiutu giełdowego.

Małgorzata Bachórz

FORUM JAKOŚCI QI 2009 / JEDNOSTKA INNOWACYJNO-WDROŻENIOWA „INWEX" SP. Z O.O.

Innowacyjne, ekologiczne, użytkowe

„INWEX" (Kielce) jest czołowym polskim producentem wysokiej jakości innowacyjnych technologii i ekologicznych preparatów, stosowanych głównie w przemyśle ciężkim. Jako Jednostka Innowacyjno-Wdrożeniowa, ma na swoim koncie liczne wynalazki, patenty i rozwiązania innowacyjne. Za grupę ekologicznych chłodziw na bazie związków gemini do wiórowej i bezwiórowej obróbki metali firma odebrała Brązowe Godło QI 2009.

Założony w 1987 r. „INWEX" był jedną z pierwszych firm w Polsce o statusie Jednostki Innowacyjno-Wdrożeniowej. Podstawowym zakresem działalności jest dostarczenie na rynek, gł. przemysłu ciężkiego i transportowego, proekologicznych technologii, które eliminują użytkowane preparaty toksyczne oraz trudno biodegradalne. Za cel nadrzędny firma przyjęła wdrażanie technologii, optymalnie łączących cechy ekologiczne z doskonałymi właściwościami użytkowymi i niską ceną.

Główny trzon oferty produkcyjnej stanowią: **preparaty do wiórowej i bezwiórowej obróbki metali żelaznych i kolorowych** (do szlifowania, toczenia, frezowania, wiercenia, tłoczenia, przeciągania) [więcej: czyt. dalej], **ciecze hydrauliczne, preparaty dla odlewnictwa** (do smarowania form), **chemia samochodowa** (dodatki do paliw, płyny eksploatacyjne), **koncentraty do przygotowania powierzchni** (inhibitory korozji do trawienia) oraz chemia budowlana (odrdzewiacze, preparaty do impregnacji).

Grupa **chłodziw do obróbki metali na bazie związków gemini** [czyt.: ramka] jest jednym z najnowszych wynalazków „INWEX-u". Znajdują one zastosowanie we wszystkich rodzajach wiórowej i bezwiórowej obróbki metali. Posiadają znakomite parametry obróbcze (wysoka smarność, doskonałe właściwości zwilżające i chłodzące), co pozwala na precyzyjniejsze wykończenie detali, przy większej żywotności narzędzi. Wykorzystywane są także w układach grzewczych i chłodzących (nie powodują korozji, zapobiegają osadzaniu się kamienia) oraz systemach hydraulicznych (podnośniki, podajniki, kombajny) – wszędzie tam, gdzie zachodzi kontakt metalu z układem płynnym.

Cechuje je wszechstronność zastosowania – od górnictwa i hutnictwa (odporność na twardą i zasoloną wodę), poprzez branżę motoryzacyjną, papierniczą, włókienniczą, aż po medycynę.

Ich ekologiczny charakter oddaje 100-procentowa biodegradacja (do 28 dni), wodorozcieńczalność oraz oparcie o naturalne bioodnawialne surowce, pochodzenia roślinnego i zwierzęcego. W związku z tym substancje zalecane są do stosowania zwłaszcza przez zakłady, które mają problemy z gospodarką odpadami. Są w pełni bezpieczne dla pracowników, mających skłonności alergiczne.

Także technologia produkcji tych chłodziw charakteryzuje się bezpieczeństwem, nie wymaga stosowania niebezpiecznych substancji palnych i wybuchowych oraz szkodliwych związków, zawierających chlor lub brom, powodujących korozję.

Ekologiczne chłodziwa na bazie związków gemini, a także wiele innych technologii „INWEX-u" są wynikiem pasji tworzenia ekologicznych rozwiązań **Stanisława Szczepaniaka**, prezesa zarządu firmy, chemika-ekologa i wynalazcy, który ma na koncie ponad 130 patentów i niemal 500 rozwiązań racjonalizatorskich, (m.in.: płyny do chłodnic, odrdzewiacze, preparaty do impregnacji, wodozmywalne oleje i smary, ekologiczne brykiety energetyczne, dodatki do paliw). Technologie od lat nagradzane są przez instytuty badawcze, środowiska akademickie i rządowe oraz otrzymują medale światowych targów (m. in. w Brukseli, Budapeszcie, Bukareszcie, Gdańsku, Gdyni, Genewie, Kuala Lumpur, Moskwie, Norymberdze, Pittsburgu, Pekinie, Szanghaju, Seulu, Tajpej, Warszawie i Zagrzebiu).

Magdalena Zastawnik, Jacek Majewski

Amfoteryczne związki gemini są wytwarzane z bioodnawialnych surowców, pochodzenia roślinnego lub zwierzęcego (kwasy tłuszczowe, estry lub triglicerydy). Pierwsze związki gemini pojawiły się na świecie kilkanaście lat temu. Stosowanie związków gemini podnosi właściwości ekologiczne produktów, a jednocześnie 3-5 razy zwiększa ich skuteczność. Produkowane przez „INWEX" chłodziwa na bazie związków gemini łatwo ulegają biodegradacji, a dodatkową ich zaletą jest to, że nie zawierają szkodliwego (akcyzowego) oleju mineralnego.
Zalety: niepieniące, niepalne, wszechstronne w zastosowaniu, odporne na zasoloną i twardą wodę, rozpuszczalne w wodzie, duże właściwości buforujące pH, wysokie właściwości biostatyczne, doskonała smarność, ekologiczne (naturalne pochodzenie), biodegradalne, prosta technologia i niskie koszty wytworzenia, ekonomiczne w eksploatacji, bezpieczne dla pracowników. **Więcej na: www.inwex.pl**

FORUM JAKOŚCI QI 2009 / OSM KOSÓW LACKI

Nagrodzona marka

Marcin Borkowski – wiceprezes zarządu OSM w Kosowie Lackim

Ser Edamer jest od lat sztandarowym produktem Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej w Kosowie Lackim. Produkowany jest z najwyższej jakości mleka, pochodzącego z terenów czystych ekologicznie. Doskonała receptura zapewnia niepowtarzalne walory smakowe sera, przez co cieszy się on uznaniem u każdej grupy wiekowej konsumentów. Jest tworzony i pielęgnowany z pasją, dzięki czemu z łatwością zapamiętywany jest jako produkt markowy, taki, którego szuka się mimo znakomitego wyboru produktów mleczarskich. Charakteryzuje się lekko orzechowym smakiem, jest delikatny, lekko słodkawy. Uhonorowany wieloma nagrodami, w bieżącym roku zdobył również uznanie kapituły Programu Forum Jakości Quality International zdobywając Brązowe Godło QI. Produkowany jest również w formie wędzonej pod nazwą „Jubilat", produkt stworzony w związku z 80-tą rocznicą powstania firmy, która może poszczycić się również doskonałej jakości masłem, serem sałatkowym Sorento – produkowanym z najbardziej wartościowych białek mleka oraz twarogami wytwarzanymi metodą tradycyjną. Dewizą firmy jest jakość i ciągłe doskonalenie ukierunkowane na zaspokajanie potrzeb konsumentów.

OSM KOSÓW LACKI ®
Rok zał.1926

DOBRA FIRMA 2009 – NOMINACJE / ES POLSKA

Buduję z inwestorem zastępczym

Coraz częściej indywidualni inwestorzy decydują się na budowę własnego domu przy udziale tzw. inwestora zastępczego. Forma taka jest korzystna dla osób, które nie są w stanie osobiście nadzorować przeprowadzanych prac. Taki inwestor proponuje również zakres działań, związanych z opracowaniem technologii, sfinansowaniem czy pozyskaniem materiałów.

Rozmowa
z Markiem Bochnią,
klientem budującym dom
z firmą ES Polska

– Dlaczego zdecydował Pan o budowie własnego domu?

– Rodzina się powiększyła. Budowa domu to skok na głęboką wodę. Ważne jest jednak, by płynąć naprzód. Posiadam działkę, która zarastała chwastami. Trzeba było coś z nią zrobić, dlatego odrzuciłem ideę kupna gotowego domu lub większego mieszkania na rynku wtórnym.

– Zdecydował się Pan wybudować dom z inwestorem zastępczym. Co przesądziło o wyborze?

– Czeski rodowód inwestora. Czesi są bardzo doświadczeni w budownictwie jednorodzinnym. Interesowała mnie tradycyjna technologia murowana. Pocztą pantoflową dowiedziałem się o ES Polska. Przejrzałem katalog, upewniłem się o możliwości dokonywania zmian w projekcie. Szukałem firmy, która zrealizuje dom od A do Z.

– ES Polska proponuje gwarantowaną niezmienną cenę. Miało to dla Pana znaczenie?

– Przy kredycie w obcej walucie opłacalność tego zapisu zależy od zmieniających się kursów. Dlatego gwarancja ta interesuje spłacających kredyt w złotówkach. Kilka miesięcy temu, gdy EURO zbliżało się do 5 PLN, był to mocny argument.

– Korzystał Pan z pomocy ES Polska w pozyskaniu kredytu hipotecznego?

– Kiedy dowiedziałem się o ES, byłem już dobrze przygotowany do budowy. Ale wiem, że firma oferuje pomoc także na tym etapie.

– A przy wyborze materiałów budowlanych zdał się Pan na specjalistów z ES?

– Firma buduje z YTONG, do którego mam zaufanie. Zmieniłem tylko rynny na plastikowe i schody na stalowe.

– Poleciłby Pan tę firmę znajomym?

– Jestem zadowolony. Wachlarz propozycji ES jest szeroki, ale nie ze wszystkich trzeba korzystać. Co ważne, ta firma jest też po prostu sympatyczna i bezproblemowa. Nadzoruje budowę, na co nie mam czasu. Z pełną opinią zaczekam, aż zamieszkam pod nowym adresem, a zakończenie prac przewidziane jest na listopad br.

ES® POLSKA
Zajrzyj na: www.espolska.pl

FORUM JAKOŚCI QUALITY INTERNATIONAL 2009 / POLBRUK S.A.

Jakość produktu to nie wszystko

Dobra jakość, trwałość i funkcjonalność produktu jest swego rodzaju kartą wstępu na rynek, to „biznesowy basic". Dzisiaj polski konsument, a w naszym przypadku inwestor, oczekuje nie tylko dobrego produktu, który korespondować będzie z jego duszą, aspiracjami i gustami estetycznymi, ale także etycznych, odpowiedzialnych zachowań społecznych firmy. – Te wymagania wymuszają większą dbałość o jakość w obrębie wszystkich procesów biznesowych, nie tylko w odniesieniu do produktu – mówi Aleksander Szyszko, Prezes Zarządu POLBRUK S.A.

Sprawdzona mądrość

Dążenie do doskonałości, perfekcji i wysokiej jakości obsługi klientów to idea, która przyświeca wszystkim dotychczasowym działaniom POLBRUKu. Przynależność gdańskiej spółki (17 lat działalności) do Grupy Ożarów, to nieograniczony dostęp do najlepszych światowych standardów produkcji, systemów zarządzania jakością i ochrony środowiska.

Dokonane w ostatnich latach inwestycje w zakup i budowę zakładów produkcyjnych na nowych rynkach, pozwoliły na dynamiczny rozwój spółki i poszerzenie zasięgu działania na cały kraj. Dziś POLBRUK to silny, ogólnopolski organizm z 11 zakładami produkcyjnymi, zlokalizowanymi w całej POLSCE: Koszalinie, Bydgoszczy, Piechcinie, Łodzi, Kielcach, Warszawie, Pruszkowie k/Warszawy, Lublinie, Gdańsku, Głogowie Małopolskim k/Rzeszowa oraz we Florczakach pod Olsztynem (nowootwarty zakład).

Starania jakościowe firmy zauważyli niezależni eksperci, przyznając POLBRUKOWI nagrody w Programie Forum Jakości QI 2009 aż w dwóch kategoriach:

- QI product – produkt najwyższej jakości (kostka brukowa i wyroby betonowe dla drogownictwa)
- QI order – zarządzanie najwyższej jakości (System Zarządzania Jakością ISO 9001:2000).

Karta wstępu na rynek

Licząc się z ciągłymi wymaganiami stawianymi przez rynek, POLBRUK nieustannie modernizuje swoje zakłady. Park maszynowy tworzą urządzenia najnowszej generacji, spełniające standardy europejskie i światowe. Nowoczesne linie produkcyjne nie tylko pozwalają na pełną wizualizację i kontrolę procesu produkcyjnego, ale również pozwalają na wprowadzenie rozwiązań minimalizujących poziom hałasu czy zmniejszenie zużycia wody i energii.

W przypadku materiałów budowlanych, które w przeciwieństwie do dóbr konsumpcyjnych muszą funkcjonować przez wiele lat, jakość ma ogromne znaczenie. Pozytywna opinia i zadowolenie klientów bardziej niż kiedykolwiek wpływają na decyzje zakupowe w tej branży.

POLBRUK wypracował swoją konkurencyjną przewagę w dwóch liniach produktowych:

- **produkty do budowy dróg i autostrad** (płyty chodnikowe i ściekowe, najszerszy w Polsce system krawężników).
- **szlachetne kostki brukowe**, które zdobią coraz więcej polskich miast, placów, parków i świetnie komponują się w otoczeniu budowli zabytkowych oraz nowoczesnych osiedli i domów prywatnych.

– Wiele lat temu bazując na doświadczeniach rynków zachodnich, planując rozwój firmy, postanowiliśmy budować naszą pozycję rynkową w oparciu o strategię jakości. Konsekwencją było wdrożenie systemu zarządzania jakością praktycznie w odniesieniu do wszystkich kluczowych obszarów działania firmy, nie tylko tych produktowych, ale także m.in. planowania produkcji, zarządzania dystrybucją czy, w mojej opinii dzisiaj najważniejszym, obsługi klienta – mówi Aleksander Szyszko, Prezes Zarządu POLBRUK S.A.

Wszystkie wyroby dopuszczane są do obrotu zgodnie z aktualnymi krajowymi przepisami prawnymi, kwalifikują się jako wyroby budowlane i podlegają ocenie zgodności. W ramach nadzoru prowadzone są wstępne badania typu wyrobu oraz zakładowa kontrola produkcji. Funkcjonowanie wdrożonego systemu zarządzania jakością jest monitorowane i analizowane w sposób procesowy. Potwierdzeniem wysokiej klasy wyrobów i standardów zarządzania jakością jest posiadany certyfikat ISO 9001.

Drogowskazy ze znakiem „Q"

– Najwyższa jakość oferty jest naszym priorytetem. Dbamy o nią na każdym etapie – podkreśla Aleksander Szyszko. Oznacza to, że proces dbałości o jakość nie zamyka się tylko w obszarze produktowym. W przyjętej w 2008 r. Strategii Odpowiedzialnego Biznesu (CSR) w POLBRUKu jakość odnajdujemy niemal na każdym kroku.

- **Zawsze w pobliżu** – chcąc zapewnić łatwy dostęp do swoich produktów firma zdecydowała się na rozbudowanie sieci dystrybucji – dzisiaj współpracuje z nią niemal 500 hurtowni na terenie całego kraju;
- **Szybkie źródło informacji** – ponad rok temu POLBRUK uruchomił infolinię, która dedykowana jest do obsługi klientów indywidualnych i udziela informacji na temat produktów (technicznych i cenowych), a także możliwości ich zakupu;
- **Zawsze na czasie** – POLBRUK prowadzi stały monitoring rynku, bada jego trendy i tendencje (także zagraniczne), by móc zaspokoić oczekiwania nawet najbardziej wymagających klientów;
- **Kto pyta nie błądzi** – firma od kilku lat prowadzi badania satysfakcji klienta. Zgromadzone informacje wykorzystuje, by doskonalić swoją ofertę, a w konsekwencji umocnić swoją pozycję lidera na rynku.

Przez kilkanaście lat działalności POLBRUK zyskał miano godnego zaufania partnera biznesowego, zarówno dla inwestorów (realizujących wielkie przedsięwzięcia budowlane), jak i dla małych firm budowlanych oraz klientów indywidualnych. Od niedawna firma może poszczycić się kolejnym ważnym rozwiązaniem: w **POLBRUKU uruchomiono System Zarządzania Relacjami z Klientami (CRM).** Jest to narzędzie, które wykorzystywane jest na co dzień do sprawnej obsługi klienta.

Mało tego – POLBRUK chce przenosić jakość do społeczności, w których funkcjonuje.

- Od 2 lat angażuje się w **promocję bezpieczeństwa na drogach** przekonując samorządy do stosowania bezpiecznych rozwiązań, takich jak: rozdzielanie ciągów pieszych i rowerowych, przyjazne najazdy przy przejściach dla pieszych czy płytki chodnikowe z fakturą dla osób niewidomych.
- Dzięki dobrej współpracy z samorządami POLBRUK bierze czynny udział w procesach rewitalizacji miast. Jako wydawca, dedykowanego właśnie tej grupie klientów bezpłatnego kwartalnika „KOSTKA", POLBRUK promuje rozwiązania, poprawiające funkcjonalność, bezpieczeństwo i estetykę przestrzeni miejskiej.

Magdalena Zastawnik, Jacek Majewski

Polbruk®

Polbruk Country

Dzisiaj **POLBRUK** to ogólnopolska marka. Ponad 8 mln m² produkowanych i sprzedawanych rocznie wyrobów, przeznaczonych do budowy nawierzchni drogowych stawia POLBRUK S.A. na jednym z pierwszym miejsc w Polsce w tej branży. Spółka planuje dalszą ekspansję terytorialną marki POLBRUK. – W planach mamy połączenie się z siostrzaną firmą Bazaltex, działającą na południu kraju, należącą również do Grupy Ożarów. Wówczas bezdyskusyjnie będziemy potentatami rynku w tej branży na terenie całej Polski pod względem wielkości produkcji i sprzedaży. Szacujemy nasz udział na poziomie 20 proc. rynku i będzie to największy udział skupiony w jednym przedsiębiorstwie w Polsce – mówi prezes Szyszko. Po fuzji przedsiębiorstwo zatrudniać będzie ponad 600 osób.

Polbruk Complex

Polbruk Merkado

LIDERZY SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI – NOMINACJE / PPH AGROL SP. Z O.O. Z RACIĄŻA

Zdrowa żywność i społeczne zaangażowanie

Firma „Agrol" jest bezsprzecznym liderem na polskim rynku przetwórstwa zbóż. Specjalizuje się w produkcji kasz, płatków zbożowych, musli, łuszczonego grochu, fasoli. Jednakże wraz z rozwojem spółki i koniecznymi zmianami dostosowującymi firmę do potrzeb rynku, a zwłaszcza eksportu, asortyment proponowanych przez nią towarów został powiększony o handel owocami i warzywami świeżymi.
Produkty oferowane przez „Agrol" wspomagają odchudzanie, a wartości odżywcze, jakie posiadają pozwalają na umieszczenie ich w grupie naturalnych produktów dietetycznych.

Coś dla ciała

Firma „Agrol" powstała w 1996 roku. Początkowo było w niej zatrudnionych pięć osób. W tej chwili liczy około osiemdziesięciu pracowników. Przedsiębiorstwo od momentu założenia było spółką rodzinną. Obecnie kieruje nią prezes Janusz Bieńkowski wraz z synem. Wart odnotowania jest również fakt, iż od siedmiu lat firma jest zakładem pracy chronionej. Centrala firmy mieści się w Raciążu w powiecie płońskim. Umiejscowienie wśród mazowieckich pól i łąk doskonale współgra ze specyfiką jej działalności, dostępem do surowców oraz ułatwia logistykę, położenie w centralnej części kraju.

Od samego początku główny przedmiot działalności przedsiębiorstwa stanowi przetwórstwo zbóż ze specjalnym uwzględnieniem produkcji wszelkiego rodzaju kasz (jęczmienne, gryczane, jaglane, pszenne, grochowe). „Agrol" zajmuje się także wytwarzaniem różnego typu płatków zbożowych oraz musli – dla klientów indywidualnych i zorganizowanych.

Firma może poszczycić się znaczącymi osiągnięciami w dziedzinie eksportu. Sprzedaje, głównie na tzw. rynki wschodnie tj. kraje byłego Związku Radzieckiego, około 10 tysięcy ton swoich produktów rocznie oraz kieruje swoje produkty tam gdzie emigrują polscy obywatele. Swoje ambicje wywalczenia wysokiej pozycji na rynkach wschodnich przedsiębiorstwo stara się osiągnąć także w inny sposób. Mianowicie od roku czasu prowadzone są starania o uaktywnienie działalności filii firmy, jaka powstała w Grodnie na Białorusi w wolnej strefie ekonomicznej. Aktywność firmy na rynkach wschodnich wymusiła akcesja do Unii Europejskiej – z dnia na dzień zanikł eksport wyrobów zbożowych do Kaliningradu. Powodem była taryfa celna wprowadzona do relacji między Rosją a Unią Europejską, co jest związane z wysokim interwencjonizmem, jaki stosuje UE na rynku rolnym (ze szczególnym uwzględnieniem zbóż). Jak wspomina prezes Bieńkowski: – Odstąpiliśmy od handlu wyrobami zbożowymi. Pilnie natomiast przekwalifikowaliśmy nasz dział handlowy na sprzedaż świeżych owoców i warzyw. Udało nam się osiągnąć nawet bardzo dobry skutek, za co doceniono nas m.in. tytułem „Lider Eksportu". Zajmujemy się także zlecaniem – produkcji przetworów – głównie z ogórków, papryki i pomidorów – z przeznaczeniem na eksport, pod marką własną, bądź dystrybutora zagranicznego. Od 4 lat obsługujemy także unijne przetargi nakierowane na pomoc uboższej ludności w krajach, które w ostatnim czasie dołączyły do Wspólnoty.

Bez wątpienia jednak najistotniejszymi towarami proponowanymi przez firmę są wszelkiego rodzaju kasze i o ile w dziedzinie przetwórstwa zbóż ogólnie, firma należy do grupy liderów na rynku, o tyle w przypadku produkcji kasz jęczmiennych jest bezsprzecznym liderem (w roku 2008 wyprodukowała 14 tys. ton). Świadczyć o tym mogą chociażby moce przerobowe zakładu (80 ton na dobę) – co przy pełnym wykorzystaniu mocy produkcyjno-sprzedażowych – pozwoliłoby pokryć potrzeby na ten wyrób 30% rynku.

Prezes Bieńkowski zauważa: – Pomimo braku medialnej promocji, która miałaby na celu propagowanie spożywania kasz czy płatków tj. produktów dietetycznych i zdrowych, zalecanych przez wielu żywieniowców i lekarzy (jak to ma miejsce chociażby w przypadku mleka), daje się zauważyć w naszym społeczeństwie odchodzenie od tradycyjnych dodatków w typowym polskim obiedzie, jakim są ziemniaki i zastępowanie ich coraz częściej kaszami. Natomiast na śniadania są serwowane płatki zbożowe i ich pochodne. Jako producenci cieszymy się, iż klient jest coraz bardziej świadomy i coraz częściej zwraca uwagę na wartości odżywcze i zaczyna dostrzegać nasze produkty, które od zawsze były na polskich stołach. Wiele osób, szczególnie młodych, nie do końca uzmysławia sobie jak nieracjonalnie i niewłaściwie się odżywia i jaki to ma wpływ na ich zdrowie i funkcjonowanie. Kwestie te wymagałyby większej promocji i edukacji – podkreśla prezes.

Wyroby „Agrolu" obecne są w wielu sieciach handlowych: Kauflandzie, Auchan, Lewiatanie oraz w tzw. handlu tradycyjnym. – Nawet pomimo faktu, że na rynku jest konkurencja, która oferuje tańsze produkty, obniżając cenę kosztem jakości, jesteśmy obecni w wielu sieciach i rozmawiamy z kolejnymi – mówi prezes Bieńkowski. – Sprzedajemy również dużo naszych wyrobów do tzw. paczkarni, gdzie nas nie widać, a jednak nasze wyroby są obecne.

Produkcja odbywa się zgodnie z system HACCP, Spółka należy do Klubu Polskiego Producenta Żywności.

Coś dla ducha

Spółka i, zarządzający nią prezes Bieńkowski realizuje się jeszcze na zupełnie innym polu. Chodzi tutaj o budowanie wizerunku firmy w oparciu o zasady odpowiedzialności społecznej. Dokonania w tej dziedzinie zwracają uwagę i są dobrze przyjmowane przez lokalną społeczność. Prezes wyznaje zasadę, iż pomoc wysłana do potrzebujących wraca do nadawcy ze zwielokrotnioną siłą, toteż zawsze warto pomagać i dzielić się z potrzebującymi, dotkniętymi przez los.

W ciągu blisko 14 lat istnienia przedsiębiorstwa, na różnego rodzaju pomoc wydano kilkaset tysięcy złotych. Podczas wielkiej powodzi z 1997 roku „Agrol" współpracował z Towarzystwem Pomocy im. Św. Brata Alberta i przekazał na rzecz rejonu Wrocławia, tak bardzo dotkniętego przez tamten kataklizm, kilkanaście tysięcy złotych oraz ufundował kilkaset koców, potrzebnych powodzianom. W tym momencie przypomnieć należy, że firma powstała niewiele ponad rok od tamtych tragicznych wydarzeń. Inną organizacją, z jaką na co dzień „Agrol" współpracuje jest Caritas. Przykładem współdziałania może być przekazanie za jego pośrednictwem kilkunastu tysięcy złotych na rzecz pogorzelców z toruńskiego oraz współudział w organizowaniu Dni Dziecka.

Spółka działa również samodzielnie w realizacji pomocy dla różnego typu placówek takich jak domy dziecka, domy samotnych matek, ośrodki MONAR-u czy też domy opieki dla osób starszych. Trzeba także zauważyć, że pomoc nie polega jedynie na wpłacaniu gotówki. Działalność firmy pozwala na przekazywanie potrzebującym własnych produktów w postaci kasz, płatków, grochu, fasoli, itp. Wsparcie takie ma najczęściej charakter ciągły, więc tak naprawdę trudno jest w pełni oszacować jego wielkość.

„Agrol" sponsoruje także lokalną drużynę sportową „Błękitni" Raciąż. Część środków, jakie od lat drużyna pozyskuje, zawdzięcza właśnie przedsiębiorstwu prezesa Bieńkowskiego.

Innym przejawem biznesu społecznie odpowiedzialnego jest troska o środowisko naturalne. W tej dziedzinie „Agrol" działa niejako dwukierunkowo. Z jednej strony ściśle przestrzega norm, współpracując m.in. z firmą zajmującą się recyklingiem i utylizacją opakowań, które zakład zużywa. Z drugiej strony realizuje własną inicjatywę polegającą na ograniczeniu emisji hałasu. Produkcja zorganizowana jest w taki sposób, aby unikać sytuacji, kiedy pracują wszystkie maszyny i linie produkcyjne jednocześnie. Jak twierdzi prezes Bieńkowski, o ile przedsiębiorstwo nie stwarza zapylenia i nie produkuje toksycznych odpadów, o tyle emisja hałasu, przy wszystkich działających jednocześnie liniach i maszynach mogłaby być porównywana do natężenia dźwięku na lotnisku.

„Agrol" jest zakładem pracy chronionej. Tworzenie miejsc pracy dla osób z orzeczonym stopniem niepełnosprawności w taki sposób, aby pracujący czuli się potrzebni, sprawni w wypełnianiu swoich obowiązków na powierzonych im stanowiskach, wpisuje się w działania społecznie odpowiedzialne. Prezes Bieńkowski wychodzi z założenia, iż traktowanie w uczciwy sposób pracowników i pomaganie im, kiedy tego potrzebują to norma, która powinna być stosowana w każdej firmie. Zorganizowanie transportu czy wsparcia materialnego w trudnych sytuacjach losowych, jakie czasem przydarzają się wszystkim, a więc i pracownikom „Agrolu" są zachowaniami, jakie można uznać w spółce za działania standardowe i osoby zatrudnione w przedsiębiorstwie mogą zawsze liczyć na pomoc. Firma finansuje także edukację i szkolenia swojej kadry. Prawie wszyscy pracownicy, którzy z tego korzystali, pozostali w niej.

Podsumowując, firma „Agrol" nie tylko może szczycić się wizerunkiem odpowiedzialnej społecznie w biznesie. Firma „Agrol" ze wszech miar jest społecznie odpowiedzialna, a wizerunek tworzy się sam poprzez działania firmy.

Klaudiusz Łopatecki

Nasi Partnerzy w Twoim mieście doradzą
jak zamieścić ogłoszenie
czy reklamę w Gazecie Prawnej

WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE

WROCŁAW: **Agencja Reklamowa ARPRO**, 0 71 341 23 53, ul. Prosta 36 • **Agencja Reklamowa Dobiejewska**, 0 71 717 01 55, ul. Terenowa 6e • **Biuro Ogłoszeń SUNPRESS**, 0 71 341 98 85, 785 55 23, 343 59 28, ul. Kościuszki 28/10 • **Centrum Ogłoszeń Prasowych EuroPartner**, 0 71 789 44 00 (-03); fax 071 789 44 06, ul. Racławicka 15/19 • **Agencja Reklamowa WIGOR**, 0 71 359 62 71, ul. Sokolnicza 34-38 • **PHU AKARD**, 0 71 342 58 11(12), ul. Tęczowa 20 • **Biuro Ogłoszeń DAMAK's**, 0 71 341 07 87, ul. Kniaziewicza 23b • **Agencja Reklamowa OTO Kulczyk & Pacześniak s.j.**, 0 71 780 66 78 (79), ul. Śliczna 5B/25 • **Agencja Reklamowa WOJTAS**, 0 71 332 39 13, ul. Zielińskiego 22A • **Agencja Reklamowa GRAFIX STUDIO**, 0 71 359 26 24, ul. Długa 11/13 • **BHU Promotion**, 0 71 343 53 15; 0 71 341 87 59 f. 0 71 342 16 35, ul. Podwale 62 • **Biuro Ogłoszeń Arena**, 0 71 795 66 16, ul. Komandorska 66 • **Marek Szpyra**, 767 219 192, Poranna 16 • **Agencja Reklamowa DAMWID**, 0 71 372 28 34, ul. Górecka 75/2
ŚWIDNICA ŚLĄSKA: **Biuro Ogłoszeń BIMICOR**, 0 74 851 29 71, ul. Żeromskiego 22
JELENIA GÓRA: **Kancelaria Prawna LEGIS Abakus**, 0 75 753 32 42; 0 75 764 63 40, ul. Krótka 12
TRZEBNICA: **Biuro Ogłoszeń OLO**, 0 71 312 02 06, ul. Kościelna 7
ZĄBKOWICE ŚLĄSKIE: **Agencja Reklamowa G.M.R**, 0 74 815 73 12, ul. Legnicka 7/3
LEGNICA: **Agencja Rozwoju Regionalnego ARLEG**, 0 76 852 30 15, ul. Rataja 26
WAŁBRZYCH: **Elwoj**, 0 74 664 93 93, ul. Mazowiecka 3

KUJAWSKO-POMORSKIE

BYDGOSZCZ: **Studio Reklamy i Usług „ANONS" HALINA KANTOWICZ**, 0 52 371 12 49, ul. Wełniany Rynek 5 • **„FF Promotion" PAWEŁ FLOREK**, 0 52 348 73 90 w. 127, ul. Dolina 35 • **Centrum Promocji i Reklamy „REMEDIA" PIOTR FLOREK z.p.ch.**, 0 52 321 42 70, ul. Dolina 35 • **Pomorska Agencja Reklamowa PAR JERZY SONDEJ**, 0 52 328 67 80, ul. Zamoyskiego 14 lok. 7 • **PPUH ANACONDA ROMAN GUZEK**, 0 52 32144 29, ul. Jagiellońska 9 • **Media Regionalne - GAZETA POMORSKA**, (0 52) 326 32 47, ul. Zamoyskiego 2
ŚWIECIE: **Media Regionalne - GAZETA POMORSKA**, (0.52) 331 43 50, ul. Wojska Polskiego 91
GRUDZIĄDZ: **Media Regionalne - GAZETA POMORSKA**, (0.56) 451 19 30, ul. Rynek 3/5
TORUŃ: **Autorska Agencja Reklamy WACHLARZ-MEDIA S.C.**, 0 56 622 77 55, ul. Bema 20 A • **Media Regionalne - GAZETA POMORSKA**, (056) 655 50 62, ul. Rynek Nowomiejski 17; (0 56) 619 99 31, ul. Św. Jakuba 13
BRODNICA: **Media Regionalne - GAZETA POMORSKA**, (056) 498 48 77, ul. Św. Jakuba 16
WŁOCŁAWEK: **Media Regionalne - GAZETA POMORSKA**, (054) 232 27 35, ul. Żabia 29
INOWROCŁAW: **Media Regionalne - GAZETA POMORSKA**, (052) 357 76 14, ul. Roosevelta 15
CHOJNICE: **Media Regionalne - GAZETA POMORSKA**, (052) 396 69 40 (36), ul. Młodzieżowa 35
WŁOCŁAWEK: **Agencja usługowo-marketingowa „AGMA" IZABELA CHMIELEWSKA**, 0 54 231 43 89, ul. Hutnicza 3 lok. 85

LUBELSKIE

LUBLIN: **CENTRALNE BIURO REKLAMY OGŁOSZEŃ PRASOWYCH TELEWIZYJNYCH I RADIOWYCH**, 0 81 53 25 519; 0 81 5325 909, ul. Jasna 6 • **DIKOR S.C**. T. Górska, A.Gorzel, 0 81 534 05 77, Al. Spółdzielczości Pracy 34 pok. 21
BIAŁA PODLASKA: **PIECHOCKA**, 0 83 344 31 26, ul. Warszawska 6
ZAMOŚĆ: **WYPYCH**, 0 84 638 20 18, ul. Grodzka 2

LUBUSKIE

SŁUBICE: **Agencja Promocji i Reklamy KONTAKT**, (095) 758 07 60, ul. Mickiewicza 21/3,
ZIELONA GÓRA: **„Górscy" Wydawnictwo Reklamowe**, 0 68 324 48 66, ul. ul/ Chełmońskiego 59 • **Media Regionalne - GAZETA LUBUSKA**, (068) 324 88 11 (57), ul. al. Niepodległości 25
GORZÓW WLKP: **Media Regionalne - GAZETA LUBUSKA**, (095) 722 53 60, ul. Sikorskiego 21 • **KURIER Reklama i Nieruchomości**, 0 95 720 26 98, ul. Hallera 2/6
ŻAGAŃ: **WARTPOL**, 0 68 377 01 26, ul. pl. Słowiański 6

ŁÓDZKIE

ŁÓDŹ: **GIGA - KREDYT**, 0 42 636 08 34, ul. AL. Kościuszki 71 • **AGA**, 0 42 640 73 68, ul. Brukowa 6/215 • **ARGOT**, 0 602 360 055, ul. Traktorowa 63c/81 • **ENTER**, 0 42 632 28 21, ul. Piotrkowska 125 • **DUO Studio Reklamy**, 0 606 911 220, ul. Al. Piłsudskiego 8 • **HAGA Agencja Dziennikarsko-Reklamowa**, (042) 684 80 05, ul. Pabianicka 27/29 lok.90 • **Łódzkie Centrum Reklamy**, 0 42 631 90 64, ul. Sterlinga 27/29
PABIANICE: **Centrum Reklamy**, 0 42 227 02 04, ul. Kilińskiego 3/5
BEŁCHATÓW: **LAMBDA**, 0 44 635 21 00, ul. Nehrebeckiego 4
PIOTRKÓW TRYB: **Biuro Ogłoszeń Niebrzydowska**, 0 44 732.61.73, ul. Cicha 10 a,

MAŁOPOLSKIE

KRAKÓW: **ANONS**, 0 12 421 59 75, ul. Westerplatte 18 • **Przedsiębiorstwo Techniczno-Handlowe COMBEX**, 0 12 644 52 37, ul. os. Handlowe 9 • **DOMENA**, 0 12 656 26 45, ul. Józefińska 21/1 • **GARMOND PRESS**, 0 12 421 77 70, ul. Lubicz 3 • **KONSUL**, 0 12 422 07 11, ul. Sienna 11 • **MULTI MEDIA CONTACT**, 0 12 619 74 95, ul. Lubicz 25 • **NASTROJE**, 0 12 417 31 03, Al. Beliny-Prażmowskiego 41/3 • **STUDIO-L**, 0 12 444 13 51, ul. Podbipięty 7 • **SZANSA**, 0 12 637 10 64, ul. Lea 203 • **Transmedialna Agencja Obsługi**, 0 12 638 41 80, ul. Palacha 5/15 • **Agen. Rekl. Andrzej Domagała**, 0 12 422 13 02, ul. Józefa 25/12 • **Unison Media – Koncesjonowane Biuro Ogłoszeń Gazety Prawnej**, ul. Racławicka 56, tel. (012) 633 00 81 fax (012) 632 57 41 • **ROAN**, tel. 0 12 422 79 93, Dajwór 14 pok. 15
ZAKOPANE: **MIX SC**, 0 18 206 27 94, ul. Piłsudskiego 2c • **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (018) 201 35 30, ul. Krupówki 48, Zakopane
NOWY SĄCZ: **BETA 2**, 0 602 730 354, ul. Grunwaldzka 29b • **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.18) 440.74.52, 444.22.84, ul. Narutowicza 6
OŚWIĘCIM: **GAL-SPORT**, 0 33 844 23 95, ul. Rynek Główny 20 • **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.33) 844.47.54, ul. Dąbrowskiego 11a
ANDRYCHÓW: **EURO-CAPITAL**, 0 33 875 93 23, ul. Wolfa 10
NOWY SĄCZ: **FHU Wcześny E.**, 0 18 444 22 83, ul. Długosza 68
BOCHNIA: **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (014) 611 60 23, ul. Regis 1
MIECHÓW: **Media Regionalne Sp. z o.o.** - NOWINY, (041) 383 14 04, ul. Sienkiewicza 25
MYŚLENICE: **Media Regionalne Sp. z o.o.** - NOWINY, (012) 274 01 70, 274.01.71, ul. Klakurki 2
NOWY TARG: **Media Regionalne Sp. z o.o.** - NOWINY, (018) 266 30 72, ul. al. Tysiąclecia 37
PROSZOWICE: **Media Regionalne Sp. z o.o.** - NOWINY, (012) 386 45 87, ul. Rynek 18

MAZOWIECKIE

WARSZAWA: **ACW**, 0 22 630 29 64, ul. Al. Jerozolimskie / Al. Jana Pawła II lok.4 • **ACW**, 0 22 827 23 12, ul. Marszałkowska 126/134 • **ACW**, 0 22 870 04 35, ul. Grochowska 207 • **ALWAYS PROGRESS**, 0 22 868 09 04, ul. Tapicerska 15 • **AMID MIPO**, (0.22) 409.47.61, ul. Żytnia 16 lok. A • **ARTIM Wydawnictwa i Promocja Sp. z o.o.**, (0.22) 669.53.45, ul. Marii Dąbrowskiej 10/17 • **ART MIL**, 0 22 648 24 06, ul. Wąwozowa 23 • **ART & MEDIA**, (0.22) 847.48.91-94, ul. Wita Stwosza 17 • **ATCO**, 0 22 652 25 30, ul. Grzybowska 39 • **A-Z**, 0 22 813 56 20, ul. Grochowska 327 • **BEM**, 0 22 861 02 20, ul. Sołtana 1b paw. 1 • **BK**, 0 22 663 11 40, ul. Al. Zjednoczenia 44 • **Fischer & Zubek PR Partners Sp. z o.o.** , 22 551 54 71/72, ul. Nowy Świat 49 • **DMJ**, 0 22 628 50 96, ul. pl. Konstytucji 3 m. 112 • **FLORAND - Biuro Ogłoszeń wymiarowych**, 0 22 592 91 00, ul. Niemcewicza 26 • **FLORAND - Biuro Ogłoszeń wymiarowych**, 0 22 592 91 01, ul. Ciołka 11a • **FLORAND - Biuro Ogłoszeń wymiarowych**, 0 22 592 91 02, ul. Mangalia 1 • **FLORAND - Biuro Ogłoszeń wymiarowych**, 0 22 592 91 03, ul. Targowa 66 paw. 23 • **KAGA**, 0 22 615 20 30, ul. Izbicka 1 • **KATOM**, 0 22 828 46 64, ul. Dobra 19 • **KONTAKT**, 0 22 828 97 99, ul. Krakowskie Przedmieście 43 • **KRYS-POL**, 0 22 864 87 98, ul. Skalbmierska 5 • **MAGA-BIS**, 0 22 825 13 42, ul. Marszałkowska 27/35 • **MARGOT**, 0 22 668 67 57, ul. Pruszkowska 8a • **MASEP**, 0 22 678 70 16, ul. Kuflewska 6 • **MULTI-INFO**, 0 22 613 15 69, ul. Widoczna 77 • **PiP**, 0 22 458 66 60, ul. Wołoska 54 m. 6 • **RONDO W**, 0 22 616 19 77, ul. Al. Waszyngtona 2b • **STUDIO MEDIA**, 0 22 852 50 15, ul. Wielicka 42/5 • **TURPOL**, 0 22 839 38 01, ul. pl. Wilsona 2 • **TURPOL**; 0 22 863 44 21, ul. Al. Jerozolimskie 184 • **TURPOL**; 0 22 811 77 85, ul. Modlińska 8 • **WITRYNA**, 0 22 625 46 54, ul. Marszałkowska 84/92 • **Agencja Reklamowa M Studio**, 0 22 646 92 81, ul. Bełska 24/27 • **Agencja Reklamowa MI Polska**, 0 22 858 30 55, ul. Powsińska 28 • **Agencja Reklamowa Media INN**, 0 22 328 91 11, ul. Wirażowa 119 • Agencja Reklamowa Kava Kava, 0 22 848 70 29, ul. J.J. Rostafińskich 4
PIASECZNO: **FLORAND - Biuro Ogłoszeń wymiarowych**, 0 22 592 91 04, ul. Puławska 42 pok. 27
GARWOLIN: **ACW**, 0 25 682 48 48, ul. Kościuszki 34
WOŁOMIN: **NIRWANA**, 0 22 776 75 41, ul. Al. Niepodległości 21
KONSTANCIN JEZIORNA: **Inst. Promocji**, 0 22 754 73 99 , ul. Warszawska 17
PŁOCK: **AKAPIT**, 0 24 262 77 66, ul. Stary Rynek 27
RASZYN: **Ag. Ubezp. Iwona, Paweł Greliak**, 0 22 720 14 29, ul. Sportowa 1 d
OSTRÓW MAZ.: **BORAM**, 0 29 745 34 12, ul. Broniewskiego 56 a
GRODZISK MAZ: **IN-FORM**, 0 22 755 69 28, ul. Kościuszki 13/1
PRUSZKÓW: **IN-FORM**, 0 22 758 49 99, ul. Kraszewskiego 27
OSTROŁĘKA: **INFORMEDIA**, 0 29 760 91 92, ul. 11 Listopada 5a
PŁOCK: Inwest Expert, 0 24 262 72 05, ul. Małachowskiego 4
OTWOCK: **INVESCO**, 0 22 710 15 41; 788 04 30, ul. Kołłataja 1 paw. 6,
SIEDLCE: **Jerzy Politowski Sp. z o.o.**, 0 25 644 73 86, fax 644 73 96, ul. 3 Maja 18/1 • **MAN MEDIA**, 0 25 643 54 55, tel. kom. 604.40.33.55, ul. Warszawska 3 budynek LOK
SULEJÓWEK: **LAPEK**, 0 22 783 47 60, ul. Suchorskiego 18
RADOM: **REMIL**, 0 602 647 603; fax 0 48 331 80 80, ul. Gębarzewska 41/43 m 38
LEGIONOWO: **WIT-SIKKENS**, 0 22 784 55 55, ul. Warszawska 115
ŁOMIANKI: **WIT-SIKKENS**, 0 22 751 82 22, ul. Wiślana 5

Szczegółowych Informacji udziela:
Mariusz A. Zarzycki, tel. (+48 22) 531 48 30, tel. kom. (+48) 519 061 309,
e-mail: mariusz.zarzycki@infor.pl

Nasi Partnerzy w Twoim mieście doradzą
jak zamieścić ogłoszenie
czy reklamę w Gazecie Prawnej

OPOLSKIE

OPOLE: **Media Regionalne - NOWA TRYBUNA OPOLSKA**, (0.77) 443.25.42 (21), ul. Powstańców Śląskich 9 • **Agencja Reklamowa LOYAL**, 0 77 456 47 44; 0 77 456 60 20, ul. Piastowska 19A
KOLANOWICE: **ANDY**, 0 77 453 69 27, ul. Piaskowa 24b
KOMPRACHCICE: **FODO Agencja Promocji Gospodarczej**, 0 77 451 40 75; 0 77451 40 76, ul. Niemodlińska 5 Chmielowice,

PODKARPACKIE

KROSNO: **MIKROTECH S.A.**, (0.13) 43.76.309, ul. Składowa 9,
RZESZÓW: **Nowe Życie**, 0 17 862 28 46, ul. Piłsudskiego 8 • **EUREKA PLUS**, 0 17 852 29 67, ul. 3 Maja 11/10 • **EUREKA ADVER**, 0 17 852 78 98, ul. PCK 2 • **ArTech - Style**, 0 17 863 75 18, ul. Miłocińska 1A • **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.17) 867.23.32-33, ul. Unii Lubelskiej 3
KROSNO: **PODKARPACIE**, 0 13 432 64 22, ul. Słowackiego 6 • **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.13) 436.67.78, ul. Lewakowskiego 31 • **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY,** (0.13) 436.22.90, 436.85.16, ul. Słowackiego 4
JASŁO: **NUKA Centrum Reklamy**, 601 381 340, ul. Rynek 2
STALOWA WOLA: **Wyd. SZTAFETA**, 0 15 642 25 05, ul. 1 Sierpnia 12
SANOK: **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.13) 464.26.95, ul. Cerkiewna 7
PRZEMYŚL: **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.16) 670.42.50, ul. Barska 15
TARNOBRZEG: **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.15) 823.20.26, ul. Moniuszki 3 • **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.15) 822.22.16, ul. Moniuszki 6b
STALOWA WOLA: **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.15) 842.43.96, al. Jana Pawła II 25a
DĘBICA: **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.14) 670.32.33, ul. Rzeszowska 18 • **Media Regionalne Sp. z o.o. - NOWINY**, (0.14) 670.87.72, 676.50.51, ul. Rzeszowska 15

PODLASKIE

BIAŁYSTOK: **Agencja Reklamy ADMIS**, 0 85 868 45 82, ul. Modlińska 6 lok. U3 • **Agencja Reklamowa ARANDO**, 0 85 741 02 82, ul. Przędzalniana 8
ŁOMŻA: **Biuro Ogłoszeń TYTAN**, 0 86 21 66 226, ul. Polowa 45

POMORSKIE

GDAŃSK: **Agencja Promocji i Reklamy AMITALL**, 0 58 301 11 54, ul. Garncarska 10/16c/3 • **Dziennik Bałtycki**, 0 58 30 03 292, ul. Targ Drzewny 9/11
GDYNIA: **Biuro Ogłoszeń LABOX Press**, 0 58 620 65 22, ul. Świetojańska 5 • **Agencja Reklamowa EMIS**, 0 58 661 51 21; 0 58 620 53 70, ul. Kilińskiego 5/4
SOPOT: **MR. BLOOM Sp. z o.o.**, (058) 550 40 50, 550 70 11, ul. Grunwaldzka 22/5
SŁUPSK: **AG Media** , 0-59 846 91 07; fax 848 51 51, ul. Tuwima 23/225 • **Biuro Ogłoszeń UNIPRESS**, 0 59 842 89 54, ul. Kołłątaja 9/1
KWIDZYN: **Biuro Reklamy i Ogłoszeń**, 0 509 409 019, ul. Chopina 26,

ŚLĄSKIE

KATOWICE: **KONDOR**, 0 32 252 69 62, ul. Podlaska 2 • **Firma Handlowo-Wydawnicza MJ**, 0 32 258 29 59, ul. Dworzec Gł. PKP wejście od pl. Andrzeja • **Agencja Reklamy WIZUAL**, 0 32 251 90 40, ul. Szeligiewicza 1 • **PUBLIC PR,** (0 32) 258 20 66 (67), ul. Modelarska 12 • **Media Press**, 0-32 207 24 60, ul. Mickiewicza 29
MIKOŁÓW: **MIKO**, 0 32 226 03 14, ul. Żwirki i Wigury 30
CHORZÓW: **KWADRAT PR Biuro Ogłoszeń Prasowych i Reklam**, 0 32 241 45 68, ul. Wolności 12 • **DIADAN**, 0 605 963 039, ul. Brzozowa 5/2
TYCHY: **AJAN**, 0 32 219 23 53, ul. Wejchertów 19
SIEMIANOWICE ŚLĄSKIE: **SKANER**, 0 501 521 645, ul. Budryka 12/60
DĄBROWA GÓRNICZA: **STRZECHA**, 0 32 261 74 69, ul. Kościuszki 36
ZABRZE: **Agencja Informacyjna RAZ DWA**, 0 32 376 02 00, ul. Roosevelta 120
RYBNIK: **STUDIO A2**, 0 32 422 49 11, ul. 3 Maja 30
BYTOM: **MEDIA BYTOM**, 0 32 281 20 15, ul. Piekarska 9
BIELSKO-BIAŁA: **CONTRACT**, 0 33 816 54 48, ul. 11 Listopada 14-16
CZECHOWICE DZIEDZICE: **ART MEDIA**, 0 32 214 66 64; 0 602 292 582, ul. Polna 6,
ŻORY: **Transmedialna Agencja Obsługi**, 0 501 338 781, ul. os. Księcia Władysława 8a/37,

ŚWIĘTOKRZYSKIE

KIELCE: **Media Regionalne Sp. z o.o. - ECHO DNIA**, (0.41) 349.53.10, ul. Targowa 18,
KIELCE: **PROMADO**, (0.41) 345.01.80, ul. Herbska 1,

WARMIŃSKO-MAZURSKIE

OLSZTYN: **Agencja Reklamowa BOOMERANG TEAM Sp.z o.o.**, 0 89 542 09 00, 0 89 52 09 02, ul. Paukszty 17
DZIAŁDOWO: **PAKIET FINANSE Roman Lewandowski**, 0 23 69 777 69, 0 23 69777 69, ul. Łąkowa 9,
ELBLĄG: **USŁUGI POŚREDNICTWA HANDLOWEGO Wilińska Sabina**, 0 55 239 60 44, ul. Nitschmana 24/26/281 • **Agencja „Alfa"**, 0 55 239 60 44, ul. Nitschmana 24/26/281 • **AGENCJA NIERUCHOMOŚCI G.BARANOWSKI**, ul. 12 lutego • **Firma Reklamowa KAMA**, 0 55 236 22 22, ul. Królewiecka 38/8
TOLKMICKO: **Usługi Pośrednictwa Handlowego**, 0 55 232 77 72, ul. Zakopiańska 9 Suchacz

WIELKOPOLSKIE

POZNAŃ: **Biuro Ogłoszeń**, 0 61 865 98 64; 0 61 865 98 16, ul. Skryta 1 • **Internetowe Biuro Ogłoszeń Prasowych Box24.pl**, 0 61 84 75 264, www.box24.pl • **LM**, 0 61 821 3113, ul. Gronowa 22/101 • **CALKA**, 0 61 833 27 50 , ul. Dolna Wilda 38 b/2 • **PIRANUS**, 0 61 848 62 49, ul. Piątkowska 45/5 • **PRESS TOUR**, 0 505 047205, ul. 28 Czerwca 1956 317
PIŁA: **LOTOS**, 067 212 08 05, 214 85 28, ul. Konopnickiej 13
LESZNO: **EUREKA**, 0 65 52 97 834, ul. Nowy Rynek 33 • **PANORAMA**, 0 65 52 95 646, ul. Lipowa 26
KALISZ: **LIBRA**, 0 62 757 42 62, ul. Targowa 16-18 • **ENI**, 0 62 766 42 14, ul. Górnośląska 60-62
KONIN: **ARA**, 0 63 24 28 285, ul. Szarych Szeregów 7A
KOŁO: **CENTRUM**, 0 63 27 22 926, 669152055, ul. Sienkiewicza 47/20
GNIEZNO: **ARIBO**, 0 61 42 63068, ul. Jana Pawła II 9/10

ZACHODNIOPOMORSKIE

SZCZECIN: **Agencja Reklamowa ANONS PRESS**, 0 91 434 03 66, ul. Wojska Polskiego 11/6 • **Media Regionalne Sp. z o.o. GŁOS DZIENNIK POMORZA**, (0.91) 434.13.06, ul. Nowy Rynek 3 • **Kurier Szczeciński Sp. z o.o.**, (0.91) 44.29.181, ul. pl. Hołdu Pruskiego 8 • **Agencja Reklamowa ARTE**, 0 91 486 15 77, ul. Traugutta 144 • **Agencja Promocyjno-Reklamowa Mediapromotion**, 0 91 812 28 84 - 86, ul. Panieńska 11 • **Agencja Reklamowa ARINEX**, 0 91 434 47 44; 0 91 434 52 15, ul. Kapitańska 2 • **Agencja Reklamowa PRO BONO**, 91 484 22 16 fax 484 79 07, ul. Pocztowa 1a/3 • **PHU RekNet**, 0 91 812 68 96, ul. Bohaterów Getta Warszawskiego 18 • **FU Studio Wyli sc**, 0 91 481 02 41, ul. Niedziałkowskiego 24
KOSZALIN: **Agencja Reklamowo-Informacyjna CORINFO**, 0 94 345 29 33; 0 94 341 43 45, ul. Władysława IV 58/32 • **Biuro Promocji i Reklamy EKOLAM**, 0 94 346 07 55 fax 341 02 39, ul. Zwycięstwa 137 • **Ogólnopolskie Biuro Ogłoszeń i Reklamy MEDIA – PARTNER**, 0 94 346 67 77, ul. Chopina 10 lok. 7 • **Media Regionalne Sp. z o.o. GŁOS DZIENNIK POMORZA**, (0.94) 347.35.78, ul. Mickiewicza 24
STARGARD SZCZECIŃSKI: **Agencja Reklamowa KWIATKOWSKI**, 0 91 573 26 35, ul. Karłowicza 38
ŚWINOUJŚCIE: **Media Regionalne Sp. z o.o. GŁOS DZIENNIK POMORZA**, (0.91) 321.48.40, 321.46.49, ul. Armii Krajowej 12/117,
KOŁOBRZEG: **Media Regionalne Sp. z o.o. GŁOS DZIENNIK POMORZA**, (0.94) 352.71.49 / 352.78.55 G.P., ul. Ratuszowa 3 pok. 12,
SZCZECINEK: **Media Regionalne Sp. z o.o. GŁOS DZIENNIK POMORZA**, (0.94) 374.23.89, ul. pl. Wolności 6/10,
SŁUPSK: **Media Regionalne Sp. z o.o. GŁOS DZIENNIK POMORZA**, (0.59) 848.81.43, ul. Henryka Pobożnego 19

Szczegółowych Informacji udziela:
Mariusz A. Zarzycki, tel. (+48 22) 531 48 30, tel. kom. (+48) 519 061 309,
e-mail: mariusz.zarzycki@infor.pl