

LEPIEJRAZEM

NR 12 listopad 2014

news

**ŻÓŁTA MISJA
ZAKOŃCZONA
SUKCESEM**

BEZ WEŁNY NIE MA KOMFORTU.

NOWA KAMPANIA PRODUKTOWA ISOVER

**Multi-Comfort
Więcej niż dom energooszczędny**

**Kamil Stoch i Stefan Hula
PONOWNIE W BARWACH ISOVER**

XVII GALA KLUBU ISOVER

ISOVER
SAINT-GOBAIN

Drodzy Czytelnicy...

”

Patrząc zawsze przed siebie, myśląc o tym, jak zrobić jeszcze więcej, osiągniesz stan umysłu, w którym nie ma rzeczy niemożliwych.

Henry Ford

Drodzy Partnerzy ISOVER!

Z przyjemnością oddajemy w Wasze ręce kolejny numer magazynu LEPIEJ RAZEM. Podsumowujemy w nim najważniejsze wydarzenia i projekty rynkowe ISOVER z ostatnich kilku miesięcy.

Wiemy, że sukcesem nie rządzi przypadek. Sukces zawsze wynika z jakości podejmowanych decyzji i działań, a skuteczność tych działań zależy od profesjonalizmu, pasji i zaangażowania konkretnych ludzi.

Ludzie są w ISOVER wielką wartością, zarówno pracownicy, jak i nasi partnerzy biznesowi. Nie osiągnęlibyśmy naszych sukcesów bez Państwa. To właśnie z Państwem współtworzymy historię polskiej branży budowlanej i wyznaczamy jej standardy. Państwa potrzeby zawsze były dla nas inspiracją, a wymagania stanowiły dodatkową motywację do działania.

Jesteśmy w trakcie analizy wyników badania satysfakcji klientów, które w ubiegłym miesiącu przeprowadziła agencja badania opinii. Mam świadomość, że zawsze znajdują się obszary do poprawy, ale i głęboką nadzieję, że wiele naszych działań spotyka się z Państwa aprobatą.

Zachęcam do obejrzenia fotorelacji z imprezy w Zakopanem, podczas której uroczystie podpisaliśmy kontrakt sponsorski na nowy sezon narciarski z Kamilem Stochem i Stefanem Hulą. Rozkręca się na dobre program „Mistrzowie Izolacji” dla firm wykonawczych, który nabrał mocniejszego rozpędu po tegorocznej „Żółtej Misji” skierowanej do tej właśnie grupy naszych klientów końcowych. Rozwijamy sieć partnerskich biur projektowych i firm wykonawczych – ambasadorków programu „Multi-Comfort”, intensyfikujemy także szkolenia w naszym nowo otwartym Centrum Szkoleniowym w Gliwicach, a w nowej odsłonie naszej kampanii produktowej z owieczkami pod hasłem „Bez wełny nie ma komfortu” szukamy wyróżnienia.

ISOVER to silna, renomowana marka, to najwyższej jakości produkty i rozwiązania izolacyjne. Najważniejszy jest jednak fakt, że pozycję lidera rynku izolacji w Polsce utrzymujemy dzięki zaangażowaniu i determinacji naszych partnerów handlowych oraz zespołowi zmotywowanych pracowników.

Dziękuję Wam wszystkim za zaufanie, owocną współpracę i zapraszam do lektury.



ISOVER
SAINT-GOBAIN
więcej niż izolacja

Zawsze Lepiej Razem.
Serdecznie pozdrawiam,
Filipe Ramos
Dyrektor Generalny ISOVER

04 5 PYTAŃ DO...

/ Alberta Bienieckiego,
Dyrektora fabryki ISOVER

05 POD MARKĄ ISOVER

/ Kamil Stoch i Stefan Hula
ponownie w barwach ISOVER

06

/ XVII Gala Klubu ISOVER

08 ROZMOWA Z...

/ Januszem Łyczko,
Menadżerem Rozwoju Rynku

11

/ Budujemy lepszą rzeczywistość!

12 INICJATYWA ISOVER

/ Żółta Misja - podsumowanie

15

/ ISOVER wydaje
wiedzę na temat izolacji

16

/ W 3 dni
dookoła komfortu ISOVER

18 W GRUPIE SAINT-GOBAIN

/ Multi-Comfort - więcej
niż dom energooszczędny

20

/ Sukces projektu PREFAB

23

/ Szkolenia dla architektów
- ISOVER z EQUITONE

24

/ ...o gitarowej pasji Wojciecha
Lyszczyzny

26 ŚWIAT MARKETINGU

/ Bez wełny nie ma komfortu,
czyli ISOVER w owczej skórze

27

/ ISOVER
podwójnie wyróżniony!

Stawiam na ruch, rozwój i nowe wyzwania

„ (...) nasza oferta i nasz model pracy musi być, i jest dostosowany, do potrzeb bardzo szerokiego grona odbiorców (...)

Maja Faber: Jak Twoja dotychczasowa kariera zawodowa doprowadziła Cię do ISOVER?

Albert Bieniecki: Moje życie zawodowe od początku związane było z działami produkcyjnymi w przemyśle materiałów budowlanych. Zacząłem w branży produkcji systemów rurowych z tworzyw sztucznych, by po 11 latach, w 2009 roku, przyjąć propozycję objęcia funkcji Dyrektora Zakładu Saint-Gobain Glass w Wałbrzychu, a następnie w 2012 również Zakładu w Jarosławcu. Każda zmiana wiązała się z dużymi wyzwaniami i zmianami w moim życiu, co z perspektywy czasu postrzegam bardzo pozytywnie. Na początku 2014 roku otrzymałem propozycję kandydowania na funkcję dyrektora zakładu ISOVER i nie miałem żadnych wątpliwości. Zarówno opinia o ISOVER w Grupie Saint-Gobain, jak i świetny wizerunek marki na rynku budowlanym nie pozostawiały wątpliwości, że to był dobry wybór.



Albert Bieniecki

Czy coś Cię zaskoczyło w ISOVER?

ISOVER jest częścią dużej rodziny Saint-Gobain, która przez lata funkcjonowania wypracowała standardy postępowania i działania obowiązujące wszystkie zakłady i wszystkich pracowników. Dlatego przejście z Saint-Gobain Glass do ISOVER nie obfitowało w sytuacje zaskakujące. Na pewno jednak dało się zauważyć różnice, bo kultura i otoczenie biznesowe różnią się. ISOVER jest bardzo aktywny w sferze marketingu – prowadzi szereg kampanii promocyjnych i reklamowych dla różnych grup klientów, utrzymuje bardzo bliskie kontakty z klientami bezpośrednimi, dociera różnymi kanałami do klientów końcowych na rynku – od dystrybucji tradycyjnej do rynku DIY. W porównaniu z Glassem to jest dla mnie nowość, że nasza oferta i nasz model pracy musi być, i jest dostosowany, do potrzeb bardzo szerokiego grona odbiorców, nie tylko do klientów biznesowych, z którymi łączą nas bezpośrednie relacje.

Jakie masz plany na przyszłość, niekoniecznie zawodowe?

Tworzę więcej planów, niż mam możliwości ich realizowania. Ale to chyba dobrze, bo zawsze istnieje możliwość wyboru, a zmienne warunki, które są dla mnie naturalnym środowiskiem, szczególnie temu sprzyjają. Są jednak ważne dla mnie, stałe punkty kiedy myślę o przyszłości: ruch, rozwój, zależy mi na tym by poznawać, uczyć się, napotykać wyzwania i wspólnie z grupą fajnych ludzi je podejmować.

Jaki jest Twój ulubiony sposób na spędzanie wolnego czasu?



Nie mam jednego stałego sposobu spędzania wolnego czasu, bo jest on darem, którego nie mam w nadmiarze. W wolne dni chętnie spędzam czas z rodziną na aktywnym wypoczynku, zwiedzaniu, podróżowaniu, obcowaniu z przyrodą, architekturą. Jednak pomiędzy pracą a rodziną staram się zawsze robić coś dla siebie i uczyć się czegoś nowego. Po zmianie miejsca pracy i przeprowadzce z Wrocławia pod Kraków nauczyłem się majsterkowania na poziomie mocno zaawansowanym, przez wiele lat czynnie uprawiałem modelarstwo raketowe, teraz uczę się gry na gitarze klasycznej. Moimi pasjami są architektura i chemia.

Jakie jest Twoje największe marzenie?

Może to trochę banalne, ale chyba typowe dla osób, dla których koniecznością jest poukładane i zaplanowane życie. Moim marzeniem jest wielka, nieskrępowana podróż dookoła świata. Myślę, że w pewnym zakresie jest to marzenie możliwe do zrealizowania, choć w wielu regionach, które bardzo chciałbym poznać, jest teraz niespokojnie. Tak, mam marzenie być drugim Davidem Attenborough.

Dziękuję Ci za rozmowę.

Rozmawiała:
Maja Faber

Maja.Faber@saint-gobain.com

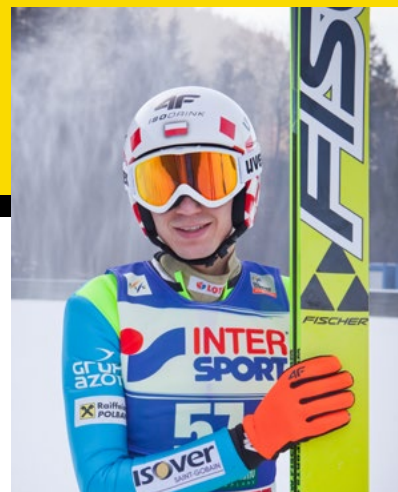


Kamil Stoch i Stefan Hula ponownie w barwach ISOVER

” *To dla nas ogromny zaszczyt i satysfakcja, a także ogromna wartość pozytywnych emocji kojarzonych z marką ISOVER.*

22 listopada br. w niemieckim Klingenthal odbędą się inauguracyjne zawody Pucharu Świata w skokach narciarskich w sezonie 2014/2015. Kamil Stoch i Stefan Hula wystartują w nich w barwach

ISOVER, ponieważ po ubiegłorocznych sukcesach, zwłaszcza Kamila, przedłużyliśmy kontrakty sponsorskie na kolejny sezon. Uroczyste podpisanie umowy odbyło się 24 października br. podczas 17. Gali Klubu ISOVER w Zakopanem.



W ubiegłym sezonie sportów zimowych ISOVER towarzyszył sportowcom podczas wszystkich startów i spektakularnych sukcesów. W czasie kiedy, obok 4F, byliśmy drugim oficjalnym partnerem Kamila, wywalczył on m.in. Kryształową Kulę i zwycięstwo w Pucharze Świata oraz dwa złote medale na Igrzyskach Olimpijskich w Soczi. To dla nas ogromny zaszczyt i satysfakcja, a także ogromna wartość pozytywnych emocji kojarzonych z marką ISOVER.

Skoki narciarskie są najpopularniejszą dyscypliną sportów zimowych w Polsce. W ubiegłym sezonie zawody Pucharu Świata w skokach narciarskich zanotowały doskonałe wyniki oglądalności. 28 konkursów indywidualnych oraz 4 drużynowe oglądało średnio 4,3 miliona widzów TVP1 i TVP Sport, przy udziałach wynoszących 36%! To oznacza, że oglądał je co trzeci Polak, który miał wtedy włączony telewizor. Największym zainteresowaniem cieszyły się pierwsze zawody z Turnieju Czterech Skoczní – konkurs w Oberstdorfie śledziło 6,9 mln widzów – udziały wyniosły 44,9 %, a w szczytowym momencie 7,7 mln i była to też najlepiej oglądana transmisja sportowa w 2013 roku!

Benedykt Kordula
[Benedykt.Kordula@
 saint-gobain.com](mailto:Benedykt.Kordula@saint-gobain.com)



XVII Gala Klubu ISOVER

24 października spotkaliśmy się, jak co roku, z naszymi kluczowymi Partnerami handlowymi na Gali Klubu ISOVER. Tegoroczne, 17 już spotkanie, miało miejsce w niezwyklej scenerii – w Hotelu Grand Nosalowy Dwór w Zakopanem. Naszymi gośćmi były także osoby zaangażowane w budowanie wizerunku marki ISOVER: aktorka, wokalistka i prezes Fundacji „Akogo?” Ewa Błaszczuk – ambasadorka naszej kampanii wizerunkowej „Najważniejsze jest niewidoczne dla oczu” oraz Kamil Stoch i Stefan Hula. Również w tym roku z

dumą zostaliśmy Oficjalnym Partnerem obu sportowców, którym gorąco kibicowaliśmy przez ostatni sezon. Uroczyste podpisanie umowy partnerskiej miało miejsce właśnie podczas Gali Klubu ISOVER. Zaproszeni Goście mieli także niecodzienną okazję obejrzeć wystawę prac Ewy Bilan-Stoch pod tytułem „Akta sztuki”.

W trakcie spotkania zaprezentowaliśmy najnowszą odsłonę naszej kampanii produktowej „Bez wełny nie ma komfortu”, której bohaterką jest... owca, symbolicznie odnosząca się do zalet produktów do izolacji ISOVER. Podczas Gali nie zabrakło wzruszają-



Niezwykłe spotkanie w Zakopanem!

cych chwil – do takich należał recital Ewy Błaszczuk. O dobrą zabawę w rytm ponadpokoleniowej muzyki zadbał zespół KOMBII, a całą imprezę

poprowadziła Agnieszka Maciąg, ambasadorka projektu Saint-Gobain Multi-Comfort.

ISOVER
SAINT-GOBAIN

więcej niż izolacja



Olga Mazurek

Olga.Mazurek@saint-gobain.com



Ten typ tak ma

„ Nie będę oryginalny i powiem: „róbmy swoje”. Efekt naszej pracy to wkład w realizację wizji firmy, a ta nie zmienia się od wielu lat.

Monika Naczeńska: Janusz, pamiętasz jak wyglądał Twój pierwszy dzień pracy w ISOVER?

Janusz Łyczko: Oczywiście, że tak! Ciekawi ludzie z pewną dozą dystansu, gdyż wiedzieli że przychodzę z zupełnie innej branży. Dziesiątki nowych twarzy i całe mnóstwo informacji. Moje pierwsze dni były też o tyle specyficzne, że dodatkowa doza adrenaliny to przeprowadzka i drugiego dnia pracy – narodziny syna. Wydaje się dosyć sporo jak na te pierwsze dni.

Ja nie byłem podczas Twoich pierwszych chwil w ISOVER...

Tak, bo Ty rodziłaś, przejąłem Twój pokój

Przejąłeś mój pokój i mój telefon. Część osób dzwoniła do mnie i twierdziła, że mnie zastępujesz. Musiałam tłumaczyć, że nie Ty, a Martyna Foit. W każdym razie udało nam się spotkać jeszcze w biurze przed moim porodem.

Tak, wpadłaś na chwilę. Absolutnie ten lipiec 2008 roku zapadł mi w pamięci. Cała firma żyła jeszcze otwarciem drugiej linii węłny szklanej oraz konsolidacją Saint-Gobain Construction Products Polska. Połączenie było dla mnie czymś naturalnym, ale w świadomości pracowników jeszcze nie było poczucia wspólnoty, a raczej stanowisko my – oni.

Jakie zmiany w ISOVER obserwujesz od 2008 roku? Jakie chciałbyś zatrzymać, zmienić?

Z perspektywy ponad 6 lat w ISOVER mogę śmiało stwierdzić, że zmiany zaszły kosmiczne. Począwszy od jeszcze szerszego otwarcia na potrzeby rynku

i klientów, poprzez nowe efektywniejsze procesy, aż po ofertę nie tylko innowacyjnych, wybiegających znacznie w przyszłość produktów, wzbogaconą coraz doskonalszym serwisem. Moje wrażenia po dołączeniu do zespołu... muszę przyznać, że trochę zaskakujące było wszechobecne poczucie „mistrzostwa świata” i brakowało odrobiny pokory.

Nie uważasz, że to było też spowodowane sytuacją, z którą wtedy mieliśmy do czynienia? Że rynkowo było po prostu łatwiej?

Być może. Było to tuż po latach ogromnego „boomu” w budownictwie.

Ale – wracając do Twojego pytania, czy chciałbym coś zatrzymać, lub coś zmienić. Cieszę się, że jesteśmy rozwijającą się organizacją. Czasem słyszę, że brakuje dawnego ducha ISOVER, ale ja go nie znam, w związku z tym za nim nie tęsknię. Jestem dumny, że mam możliwość pracować z fajnym, profesjonalnym i zaangażowanym zespołem i TO jest dla mnie tym duchem.

Ja pamiętam, ponieważ jestem w ISOVER od 2007 roku, a wcześniej pracowałam w dość dobrze zarządzanej firmie z dużym wsparciem marketingowym. Tutaj zaskoczyła mnie sytuacja, że wówczas to producenci decydowali, co i ile zaoferować odbiorcy.

Jeszcze w 2008 roku, jednym z istotnych problemów był brak dostępności produktów, a więc zaspokojenie potrzeb



ilościowych, co jednak dosyć szybko się zmieniło. Rynek znacznie spowolnił, a większość producentów w tym czasie uruchomiła dodatkowe moce produkcyjne. Właściwie było to dla nas zbawienne, ponieważ nabraliśmy motywacji do szybszego doskonalenia i rozwoju. Nie oznacza to, że do tego czasu nic się nie działo. Trzeba przyznać, że rozwój rynku w zakresie coraz niższej lambdy, wyższych grubości, wyrafinowanych produktów przewidywany był w ISOVER już znacznie wcześniej i już wtedy rozpoczęły się prace – w tym trudna, mozolna edukacja.

Wiesz – ja również lubię bardziej rzeczy namacalne i tworzenie relacji „tu i teraz”, a nie bazowanie na czymś, co było dobre kiedyś. Tak, jak powiedziałeś, jesteśmy firmą profesjonalną. Procedury normują kierunek działania, systematyzują procesy.

Jesteśmy dużym przedsiębiorstwem, z imponującym doświadczeniem, częścią jednej z największych korporacji. Coś, co doceniam to to, że pomimo iż są procedury, mamy ogromną swobodę

działania na rynku lokalnym, czyli tu w Polsce. Wprowadzamy takie produkty, jakie uważamy, że powinniśmy oferować, mamy takie portfolio produktów, jakie uważamy, że dziś i w przyszłości zaspokoi potrzeby naszych Klientów. Mamy wpływ na to, jak nasza oferta jest skonstruowana i w jakim kierunku powinniśmy ją rozwijać. Jedynie zatwierdzamy te działania z jednostką centralną. To jest swoboda, która pozwala nam na elastyczność. To również możliwość realizacji działań, podejmowania decyzji, która jest w naszych rękach. Oczywiście niesie ze sobą dodatkowe zadania, wyzwania i odpowiedzialność. W dużej mierze musimy tworzyć od podstaw, od określenia strategii i działań taktycznych – specyfikowanie i przygotowanie produktu, po ulotkę, ofertę. A to jest absolutny plus.

W tym aspekcie tak. Byłeś ojcem, który wprowadził na rynek lokalny ISOVER Multimax 30. Z punktu widzenia procesu wprowadzenia produktu i elementów komunikacji to jest swoboda działania. Podobnie jak w przypadku Uni-Maty Plus – wraz z nowatorskim opakowaniem, szeroka komunikacja z motywem graficznym dżokera i konia była możliwa w dużej mierze dzięki silnej pozycji, którą ma ISOVER w Grupie Saint-Gobain.

To ja teraz przerwę – mówisz, że byłem ojcem. Absolutnie nie. ISOVER jest jak światowej klasy orkiestra, w której każdy instrument jest ważny. Na szczęście nie jesteśmy tylko grajkami, odtwórcami, ale możemy również tworzyć, a jako lider rynkowy musimy nawet zbudować odpowiednią salę koncertową, czyli rynek.

Wracając do meritum – stały rozwój wpisany jest w naszą strategię, a wspomniany Multimax 30, Uni-Mata Plus, i inne produkty, takie jak Super-Vent Plus, Profit-Mata itd. są tylko narzędziami stworzonymi przez najlepszych specjalistów. Od 2008 roku przeszliśmy z postrzegania siebie przez pryzmat producenta izolacji z wełny mineralnej do oferenta komfortowych rozwiązań izolacyjnych. To nie jest tak, że jest jeden ojciec, jedna osoba. To zespół ludzi, a poszczególne projekty to po prostu



działania taktyczne w kontekście realizacji długoterminowej strategii.

Mając na myśli ojca patrzę na miejsce, w którym jesteś w organizacji. Wiedza i doświadczenie wszystkich osób uczestniczących w projekcie miała ogromne znaczenie. Pomysł na produkt trzeba wprowadzić w realizację i nadać proces produkcji, a to jest praca zespołowa, w której motywatorem działania są konkretne osoby.

Najtrudniejsza jak do tej pory zawodowa decyzja?

Nie będzie to oryginalne stwierdzenie – najtrudniejsze decyzje są przed nami. Trudno tu wskazać konkret. Zazwyczaj trudne decyzje związane są ze zmianami. Więc z tej perspektywy dotychczas najtrudniejsza była zmianą pracy. Kiedy byłem młodszy i zdecydowałem się z pracy handlowca ukierunkować na marketing, wiązało się to z rezygnacją z wolności, ogromnej niezależności człowieka w terenie. Taka decyzja to odważna zmiana środowiska, a jednocześnie wyzwanie, które dzisiaj, z perspektywy czasu, budzi uśmiech na twarzy. Ówczesna zmiana też pozwala mi lepiej oceniać, „wejść w buty” handlowca, z drugiej strony wiem, co znaczy praca w marketingu. Elementy pracy marketingu, które są widoczne dla handlowca, dla Klienta to czubek góry lodowej. Niewidoczna jest codzienna żmud-

na praca, przygotowania, wstrzymane nieefektywne projekty. Handlowcem byłem 5 lat i największa różnica względem pracy marketingowca jest taka, że handlowiec widzi od razu efekt swojej pracy – sukces bądź porażka, natomiast praca w marketingu, której cele wybiegają znacznie w przyszłość, czasami jest widoczna dopiero po kilku latach. Jest to trudne, ale wszystkiego da się nauczyć i przyzwyczaić.

Ciągnęło Cię do marketingu. Pamiętam jak skończyły się Igrzyska w Londynie – po ceremonii zakończenia wspominałeś, że chciałbyś kiedyś reżyserować takie wydarzenie, czy to nadal jedno z marzeń?

Naprawdę miałem łzy w oczach. Nie tyle ze względu na widowisko, co ze względu na szacunek dla głównego kierownika tego niezwykle i spektakularnego przedsięwzięcia. Chciałbym, ale nie robię sobie z tego celu do realizacji.

Reżyserując duży spektakl trzeba liczyć się ze zgraniem i wprowadzeniem w rytm kilkunastu ekip, a efekt zależy od ich dobrego dogrania.

A my ciągle w klimatach artystycznych... tak, zgranie jest ważne i przy tak dużych przedsięwzięciach ważny jest również odpowiedni dyrygent, ale bywa i tak że zespołowe jam session równie świetnie mobilizuje.

Wywiad z Januszem Łyczko – Menadżerem Rozwoju Rynku

Oboje jesteście fanami Depeche Mode. Czy w rodzinie Łyczków można posłuchać na spotkaniach rodzinnych Depeche Mode? Co jest na playliście?

Depeche Mode obowiązkowo, ale i inne klimaty muzyczne wchodzi w grę. Jakie – tu nie mam konkretnej odpowiedzi. To zależy od nastroju i współsłuchaczy. W życiu miałem różne okresy muzyczne – od muzyki bardzo alternatywnej, poprzez klimaty trip-hopowe, dub, blues, reggae, klasyczny rock, w tym nasz rodzimy – polski. Wiele przede mną, stąd też spektrum muzyczne jest szerokie. Niestety dzisiaj nie mam na tyle czasu, aby godzinami wyłączać się tak, jak kiedyś, kiedy dzień bez muzyki był dniem straconym. Cieszę się natomiast, że mój syn Leon znakomicie odnajduje się w moim muzycznym świecie.

Znam z autopsji, jako mama dziewczynki. U mnie w domu królują np. Fasolki i Witaminki czy „Mój Dziadek dał mi psa”. Jesteś ojcem trójki dzieci, rodzina jest dla Ciebie bardzo ważna?

Jest absolutnym priorytetem. Nie ma nic ponad to i tyle. Jest wszystkim, nie ma takich dóbr, zadań, wyzwań które byłyby w stanie ją zastąpić.



Lubimy Depeche Mode, klimaty muzyczne mamy blisko siebie, jesteście z Mysłowic, spotkaliście się w ISOVER. A wiesz jak widzą Janusza Łyczkę Twoi znajomi? Ano tak, że masz poczucie humoru i dystans do siebie oraz jak to ładnie określić – łatwość znajdowania się w sytuacjach dziwnych...

To znaczy?

To znaczy, że przyciągasz sytuacje z gatunku „niemożliwe” np. samochód odjeżdżający ze stacji benzynowej bez kierowcy w środku, klucze od samochodu pozostawione jakieś 500 km od Ciebie – czy chciałbyś jeszcze coś dodać z ciekawszych historii do tej listy?

Moniko, złożyłbym te przypadki na karb „artystycznej” duszy, ale odpowiem krótko – ten typ tak ma, do tego się przyzwyczaiłem, pewne rzeczy mnie już po prostu nie dziwią i przyjmuję je ze stoickim spokojem.

Oczywiście dodam komentarz, że nikomu nie jest się w stanie przydarzyć tyle dziwnych sytuacji w ciągu jednego życia co Łyczko. Kilka historii słyszałam, ale może są jakieś nowe.

Nie będę opowiadał każdego mojego dnia, one się po prostu przydarzają. Nadają jeszcze większego kolorytu mojej codzienności.

Przemieszczałeś się trochę po Ziemi. Najpierw Mysłowice, potem studia w Katowicach, wiem że spędziłeś chwilę we Francji potem wróciłeś na Śląsk z Warszawy... Wiem, że masz pewien chytry plan względem miejsca na „starość”. Interesuje mnie, jak motywujesz dzieci do jego realizacji?

Mój plan na starość to nie mieć planu na starość.



Chodzi mi o pewien plan związany z zakupem dla Ciebie i żony domku na francuskiej prowincji, co z tym?

Aaa! Nie zostawiamy tego na tak późno, to nie musi być na starość! A tak poważnie mówiąc – Francja jest krajem, do którego bardzo lubię wracać, ale w okresie wakacyjnym.

A czy to jest miejsce na Ziemi?

Nie do końca. Być może Luksemburg jest takim miejscem. Podchodzę do tego tak, że nie przywiązuję się do miejsc, ważni są ludzie, ważna jest rodzina. Dzisiaj mieszkam na wsi, uległem namowom żony, myślałem że się tam nie odnajdę. Jest nadzwyczajnie, co nie oznacza, że nigdy nie zdecydujemy się na spakowanie najpotrzebniejszych rzeczy i wyjazd. Podróżowanie, poznawanie nowych niezwykłych ludzi, próba asymilacji z otoczeniem – to niezwykle kształtuje osobowość, dojrzałość, inteligencję emocjonalną. Prawdę mówiąc to jak zawodowo wybiegam daleko w przyszłość, przewiduję, przygotowuję, tak w życiu prywatnym raczej skupiam się na korzystaniu z chwili. Lubię, gdy kolejny dzień jest dla mnie zaskoczeniem i koniec.

No to na koniec po prostu dzięki za fajną rozmowę.

Dzięki.

Rozmawiała:
Monika Naczeńska
[Monika.Naczenska@
saint-gobain.com](mailto:Monika.Naczenska@saint-gobain.com)





Budujemy lepszą rzeczywistość!

Zaangażowanie w projekty, za którymi kryje się idea budowania lepszej przyszłości i wywoływania pozytywnych emocji jest dla ISOVER jedną z priorytetowych misji. To nasze wspólne działania na rzecz szczytnych celów tworzą sens hasła – „ISOVER, więcej niż izolacja”. Bliskie są nam inicjatywy wspierające młode talenty – sportowe czy artystyczne, akcje przyczyniające się do zwiększenia komfortu domów – jak również projekty naukowe i wiele innych.

W ostatnim czasie z dumą wspomagamy dwie niezwykle Fundacje, stając się jednocześnie częścią wspaniałych inicjatyw. Jedną z nich jest Fundacja „Akogo?” założona i prowadzona przez znaną artystkę,

aktorkę oraz piosenkarkę – Ewę Błaszczyk. Celem Fundacji jest zapewnienie wszechstronnej pomocy dzieciom z ciężkimi urazami mózgu, które wymagają długiej, intensywnej oraz drogiej hospitalizacji, jak również opracowanie systemowego rozwiązywania problemu śpiączki w Polsce. Z inicjatywy „Akogo?” powstała pierwsza w Polsce, specjalistyczna klinika dla dzieci przebywających w śpiączce – „Budzik”, która od lipca 2013 roku działa przy Centrum Zdrowia Dziecka w Warszawie. Program medyczny prowadzony w Klinice przynosi już pierwsze efekty: w ciągu pierwszych trzech miesięcy od rozpoczęcia działalności „Budzika” dwie osoby, a od czasu uruchomienia Kliniki 12 dzieci wybudziło się ze śpiączki. Co warto podkreślić, znaczącą poprawę obserwuje się u większości pacjentów! ISOVER wsparł budowę Kliniki dostarczając materiały izolacyjne (ISOVER Aku-Płyta). Dodatkowo w ramach naszej współpracy, złotówka od każdej sprzedanej rolki produktów ISOVER – Termo-Mata Plus i Iso-Mata jest przekazywana na rzecz Fundacji. Sprzedaż specjalnych rolek potrwa do końca 2015 roku.

Równie niezwykłym przedsięwzięciem z udziałem ISOVER jest wspieranie budowy bezpłatnego hotelu dla rodzin chorych dzieci leczonych w Uniwersyteckim Szpitalu Dziecięcym w Krakowie

Prokocimiu. Inicjatorem i fundatorem pierwszej tego typu placówki w Polsce jest Fundacja Ronalda McDonalda, a ISOVER przekazuje na jej rzecz produkty do izolacji budynku. Dom Ronalda McDonalda powstanie tuż przy szpitalu – taka inicjatywa sprawdza się na całym świecie, bo w ciągu ostatnich 40 lat powstało już ponad 330 takich miejsc. Planowana inwestycja, która zapewni rodzinom małych pacjentów bezpłatny nocleg oraz atmosferę prawdziwego domu, to dwupiętrowy budynek o łącznej powierzchni 1300 m². Znajdzie się w nim dwadzieścia komfortowo wyposażonych pokoi, w tym dwa apartamenty przygotowane z myślą o rodzicach niepełnosprawnych dzieci. Wkrótce w restauracjach McDonald's pojawią się ulotki z podziękowaniami dla partnerów budowy Domu, na który widoczne będzie m.in. logo ISOVER. Wspólnie przeprowadzimy także akcje promujące zbiórkę funduszy na rzecz budowy.

Wierzymy, że dzięki naszemu wsparciu pomożemy zapewnić ciepło oraz optymalną akustykę w hotelu, a tym samym damy poczucie komfortu oraz bezpieczeństwa rodzinom małych pacjentów.

Olga Mazurek

Olga.Mazurek@saint-gobain.com



ROZMOWA Z KAMILEM DYSIEM, tegorocznym zwycięzcą projektu „Żółta Misja”

„ (...) spośród wszystkich edycji trzecia miała najbardziej zgrany zespół Ambasadorów, a do tego szlifowałem w niej wcześniej zdobyte umiejętności.

Paweł Polak: Witaj, Kamil! W najnowszym numerze Lepiej Razem nie brak informacji na temat tegorocznej „Żółtej Misji” – zostałeś najlepszym Ambasadorem ISOVER, czego Ci kolejny raz serdecznie gratuluję! Zacznijmy jednak naszą rozmowę od przedstawienia Ciebie naszym Czytelnikom, którzy nie mieli jeszcze okazji Cię poznać. Powiedz, proszę, kilka słów o sobie.

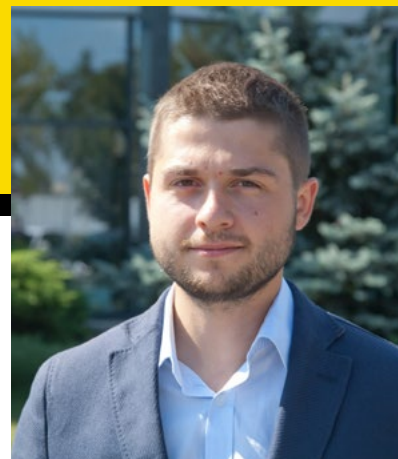
Kamil Dyś: Cześć, Paweł. Dziękuję serdecznie. Pochodzę z miasta określanego jako brama wschodu – Lublina. Mam 24 lata, jestem studentem piątego roku Zarządzania na Politechnice Lubelskiej oraz czwartego roku Administracji na UMCS.

To już trzeci raz, gdy uczestniczyłeś w „Żółtej Misji”. Jak to się stało, że trafiłeś do tego projektu i w następnych latach ponownie reprezentowałeś ISOVER wśród poddysktrybucji i wykonawców budowlanych?

Trzy razy przyjemnie i pożytecznie spędzone wakacje. Był rok 2012, kończyła się sesja i zbliżało lato, a ja chciałem zdobyć nowe i ciekawe doświadczenie zawodowe. Zacząłem więc wysłać CV, odbyłem kilka rozmów rekrutacyjnych – niestety z marnym skutkiem. Gdy już opanowałem przerażenie związane z rozmową rekrutacyjną i poszedłem na kolejną rozmowę – udało się! Zostałem Ambasadorem Marki ISOVER. Kiedyś, czytając podobne wywiady, nie wierzyłem, że to takie proste. W każdej edycji starałem się dać z siebie jak najwięcej, co docenił zespół ISOVER, proponując mi w kolejnych latach udział w nowych edycjach.

Z pewnością stwierdzenie „weteran” w Twoim przypadku nie będzie żadnym nadużyciem. Jesteś osobą, która jest w stanie ocenić trudność każdej z edycji. Którą z nich wspominasz najlepiej, a która wymagała największego wysiłku?

Każda z edycji wniosła do mojego życia coś innego, a najtrudniejszy zawsze jest ten „pierwszy raz”. Pamiętam moment, kiedy pojechałem do swojego pierwszego klienta. Przed wejściem do jego firmy byłem bardzo zestresowany, myślałem: „ale jak to? mam porozmawiać z szefem, który jest dla mnie kompletnie obcą osobą i przekonać go do swojej oferty?”. Później było już tylko lepiej, a moja pewność rosta z każdym kolejnym spotkaniem. W drugiej edycji brało udział tylko czterech ambasadorów z poprzedniego roku. Najbardziej podobało mi się to, że bardzo się z nimi żyłem i do dzisiaj utrzymujemy ze sobą kontakt. Podczas drugiej edycji polepszyłem swoje umiejętności interpersonalne. Natomiast spośród wszystkich edycji trzecia miała najbardziej zgrany zespół Ambasadorów, a do tego szlifowałem w niej wcześniej zdobyte umiejętności. Pamiętam, jak rozmawialiśmy przed rozpoczęciem ostatniej edycji – pamiętasz, co Ci wtedy powiedziałem? Postawiłem sobie cel do zrealizowania, nie zakładałem żadnych innych możliwości – wygrać. Warto podkreślić znakomitą współpracę z Doradcą Technicznym Zbyszkim Władyszewskim – to on wspierał mnie swoim doświadczeniem i pomagał rozwiązywać problemy. Jego pomoc była niezwykle cenna.



Sądziś, że doświadczenie z poprzednich edycji miało duży wpływ na efekty Twojej tegorocznej pracy?

Jak najbardziej! Uważam, że wszystko co robiliśmy lub robimy wpływa na naszą przyszłość. Wcześniejsze edycje, jak już wcześniej wspominałem, pozwoliły mi przezwyciężyć strach, poznać trochę rynek. Dzięki temu przed rozpoczęciem pracy mogłem dokładnie wszystko zaplanować i konsekwentnie od pierwszego dnia pracy realizować cel.

Kamil, to już trzeci rok odkąd się znamy i wiem, że na co dzień zajmujesz się jeszcze czymś bardzo oryginalnym, o czym niewiele osób wie. Mógłbyś opowiedzieć o tym w kilku słowach?

Zgadza się, od kilku lat prowadzę agencję kelnerską. Zaczęło się w liceum, chciałem być samodzielny finansowo, ale mogłem pracować tylko w weekendy. Los chciał, że zacząłem być kelnerem. Chociaż, właściwie to za dużo powiedziane – na początku robiłem jakieś drobne rzeczy i nosiłem napoje, bo nic innego nie potrafiłem. Następnie zacząłem studia, miałem więcej wolnego czasu i ciągle nabywałem doświadczenia. Przez ten czas pracowałem w różnych lokalach gastronomicznych, w większości z nich razem z przypadkowymi osobami co często doprowadzało do nie-

porozumień. Po pierwszej edycji „Żółtej Misji” dowiedziałem się, że wkrótce powstanie nowy lokal. Postanowiłem zebrać ludzi, z którymi najlepiej mi się pracowało i zaproponować właścicielce współpracę. Udało się i po kolejnym roku doszedł następny lokal. Nigdy nie odważyłbym się na ten krok, gdyby nie pewność siebie, którą zyskałem po pierwszej edycji. Z roku na rok jest coraz lepiej – jednak nie wiążę z tą działalnością większej przyszłości.

Pomówmy o Twoich zainteresowaniach. Czym wypełniasz sobie czas wolny?

Hmm... czas wolny? Studiując dwa kierunki, uczęszczając na kurs językowy, prowadząc agencję kelnerską i od tygodnia będąc promotorem produktu w firmie Billa Gate-sa, nie mam go zbyt dużo. Ale, wracając do pytania, kiedy znajduję chociaż minimum czasu wolnego, poświęcam go przede wszystkim mojej dziewczynie i grupie najbliższych mi przyjaciół. Dużą frajdę sprawia mi pływanie, squash oraz poker.

Niedawno brałeś udział w dużej imprezie, jaką jest Lubelski Festiwal Nauki. Skąd pomysł na udział w takim przedsięwzięciu, z jakim projektem tam wystąpiłeś i jak się tam znalazłeś?

Od ponad roku interesuję się zakładaniem i prowadzeniem spółki Limited w Wielkiej Brytanii oraz porównuję systemy gospodarcze Polski i Wielkiej Brytanii. Obecnie w naszym kraju istnieje bardzo silny trend

do zakładania spółek Limited na Wyspach. Dane z października mówią, że zrobiło to już 90 000 firm. Badam również co głównie motywuje takich przedsiębiorców do zmiany systemu na brytyjski, oraz co można zrobić żeby zatrzymać, a nawet odwrócić ten proces. Jak się znalazłem na Festiwalu? Doktor Bis z Politechniki Lubelskiej zaproponował, że warto podzielić się tą wiedzą z innymi osobami. Temat tak mnie wciągnął, że postanowiłem o tym napisać swoją pracę magisterską.

Nie trzeba długo Cię znać, by dostrzec Twoje zaangażowanie i otwartość we wszystkim co robisz. Jakie masz plany na najbliższe miesiące?

Moim priorytetem jest napisanie i obrona pracy magisterskiej.

W takim razie trzymam kciuki za Ciebie i życzę dalszych sukcesów! Dziękuję Ci za rozmowę.

Również bardzo serdecznie dziękuję. Mam nadzieję, że za kilka lat znów się spotkamy, z tą różnicą, że będziemy już Dyrektorami Generalnymi dużych firm. Korzystając z okazji chciałbym pozdrowić cały team ISOVER. Trzymam za Was kciuki, oby tak dalej !

Rozmawiał:
Paweł Polak

Pawel.Polak@saint-gobain.com



Żółta Misja 2014!

Trzecia edycja projektu „Żółta Misja” dobiegła końca. Z grona wielu chętnych wybraliśmy najlepszych przyszłych absolwentów kierunków związanych z budownictwem, którzy na dwa miesiące stali się członkami zespołu ISOVER. Postawiliśmy przed nimi ambitne cele. Dla studentów – ambasadorów marki ISOVER – projekt był okazją do postawienia pierwszych zawodowych kroków na rynku budowlanym oraz zdobycia cennych doświadczeń.

Oprócz niemierzalnej wartości, jaką jest doświadczenie, Ambasadorzy walczyli o realne nagrody, które były przewidziane dla najlepszych. Zwycięzcą, w przekroju całego projektu, okazał się pochodzący z Lublina Kamil Dyś. Tuż za nim uplasowali się: Jakub Kulbacki z Białegostoku oraz Anna Skaba z Poznania. Na słowo uznania i wyróżnienie zasługuje cały zespół, który z wielką determinacją i poświęceniem eksplorował rynek firm wykonawczych branży budowlanej na terenie całej Polski.

Dziękujemy za owocną współpracę wszystkim uczestnikom projektu Żółta Misja '14:

Jakub Kulbacki (podlaskie), Kamil Luberacki (mazowieckie wschód), Paulina Prachnio (mazowieckie zachód), Kamil Dyś (lubelskie), Daniel Doleckiński (łódzkie), Przemysław Korcz (podkarpackie), Katarzyna Petrykowska (dolnośląskie), Piotr Bartnik (małopolskie), Natalia Koza (świętokrzyskie), Karolina Kus (śląskie), Dawid Szpott (kujawsko-pomorskie), Anna Skaba (wielkopolskie), Arkadiusz Łatkowski (warmińsko-mazurskie), Patryk Dómeradzki (pomorskie).

Sebastian Dulik
Sebastian.Dulik@saint-gobain.com



ŻÓŁTA MISJA

Z OSTATNIEJ CHWILI



Miło nam poinformować, że zdjęcie z finału „Żółtej Misji” ISOVER zajęło 1 miejsce w ogólnosiwiatowym konkursie fotograficznym Grupy Saint-Gobain „Saint-Gobain is all of us”.

Fotografia została zgłoszona w kategorii: „Moje powody, aby wierzyć w przyszłość poprzez pracę”.

Zdjęcie to wykorzystywane będzie w komunikacji Grupy z okazji rocznicy 350 lat działalności obchodzonej w przyszłym roku.

Już teraz widnieje na kartce noworocznej przygotowanej przez Grupę Saint-Gobain.

W drodze po samochód roku 2014 – Ford Transit Connect

Początkiem przygody z loterią Mistrzowie Izolacji jest wypełnienie formularza zgłoszeniowego. Kolejne przystanki to przesłanie etykiety z produktów premiowanych, które są nie tylko przepustką do zdobycia wielu atrakcyjnych nagród z katalogu, ale przede wszystkim biletem wstępu do losowania nagród w loterii. Aby mieć szansę na wygraną, wystarczy zbierać 500 punktów.

Im więcej punktów znajdzie się na koncie uczestnika promocji, tym bardziej rosną jego szanse, ponieważ każde kolejne 500 punktów to dodatkowy los, który jednemu ze szczęśliwców może przynieść główną wygraną: samochód roku 2014 – Ford Transit Connect. W tej edycji Programu, oprócz nagrody głównej, zostanie rozlosowanych 14 innych równie atrakcyjnych niespodzianek – od bonów ITAKA na wakacje marzeń, przez sprzęt asekuracyjny, tak potrzebny na każdej budowie, aż po sprzęt elektroniczny. Różnorodność i atrakcyjność nagród sprawia, że warto już dzisiaj motywować Państwa



klientów – wykonawców aby zadbali o jak najwyższy poziom punktów na koncie tym samym szans na nagrodę uzyskać tak dużo, jak tylko jest to możliwe.

Loteria Mistrzowie Izolacji ma swoją odśloną w kampanii internetowej. Baner z

motywem przewodnim loterii przez dwa ostatnie tygodnie października można było zobaczyć na portalach branżowych. Bannery internetowe zostały przygotowane w takich formatach, aby mogły być zawieszone na Państwa stronach internetowych. Zachęcamy do ich stosowania i promowania tego narzędzia wsparcia sprzedaży. W sprawie szczegółów wystarczy skontaktować się z Doradcą ISOVER lub Sebastianem Dulikiem – Sebastian.Dulik@saint-gobain.com.

Punkty sprzedaży produktów ISOVER zostały wyposażone w materiały informacyjne na temat loterii, a dodatkowo treść na stronie internetowej programu została zmodyfikowana pod kątem nagród do wygrania w loterii. Losowanie odbędzie się w Gliwicach w czerwcu 2015 roku. Szczegóły dotyczące promocji dostępne są u Doradców ISOVER oraz na stronie programu www.najlepszeizolacje.pl.

Monika Naczeńska

Monika.Naczenska@saint-gobain.com



Dziękujemy, Dziękujemy, Dziękujemy! Polska-Niemcy 2:0

W piękny sobotni wieczór wyruszyliśmy razem z naszymi klientami na widowisko sportowe – atmosfera była bardzo podniosła, a biało-czerwone barwy towarzyszyły nam w drodze na Stadion Narodowy. Wielu z nas miało marzenie o remisie – w końcu Polska grała z Mistrzem Świata, a kibice sportowi wiedzą jak działa dobroć naoliwiona niemiecka drużyna piłki nożnej. Były wśród nas również głosy, że „nieważne jaki będzie wynik, wystarczy, że Polska strzeli gola”. „Na mieście” panowała atmosfera zjednoczenia, 57.000 szczęśliwców, którzy zdobyli bilety na Narodowy, upiększało swój wizerunek odpowiednim w ten wieczór biało-czerwonym makijażem. Wszędzie widać było flagi, koszulki i czapki dwukolorowe – ni-

komu nie przeszkadzało, że wyglądaliśmy wszyscy „tak samo”. O 20:45 zabrzmiał Mazurek Dąbrowskiego – wykrzyczany przez kibiców tak, jakby od poziomu głośności zależało zwycięstwo. Następnie brawa przy hymnie niemieckim, pierwszy gwizdek, stres czy nie stracimy bramki, biegnące minuty i nadal stres, ale przy tym nieśmiało rodząca się w głowie myśl – „nasi dobrze grają”. Kibice wspierający, krzyczący, śpiewający, a wśród



naszej grupy lider, który dwa razy (no w niektórych kręgach krąży historia, że nawet trzy) porwał do kibicowania stadion 57.000 widzów. Wynik 2:0. Wszyscy stoją. W ostatnich 15 minutach nikt nie ma prawa milczeć – śpiewamy, klaszczemy, gwizdźmy. Polska biało-czerwoni! Dostaliśmy skrzydeł. Jest historyczne zwycięstwo. Wielkie Święto Kibiców, Polaków. Świetnie, że klienci ISOVER mieli możliwość uczestniczyć w tym wydarzeniu – 11 października 2014 roku, w meczu Polska-Niemcy, podczas eliminacji Mistrzostw Europy 2016. Dziękujemy za ten wynik!

Monika Naczeńska

Monika.Naczenska@saint-gobain.com



ISOVER wydaje wiedzę na temat izolacji

W ostatnich dniach ISOVER udostępnił dwa nowe wydawnictwa o charakterze doradczym, które mogą stanowić skuteczną pomoc zarówno dla projektanta, jak i inwestora bądź wykonawcy. W obu wydawnictwach dzielimy się wiedzą i naszym doświadczeniem na temat izolacji, dzięki której osiąga się komfort. Naturalnym jest, że chcemy mieszkać wygodnie i czuć się dobrze, jednak nie wszyscy wiedzą dzięki jakim środkom można osiągnąć ten cel, i jaką rolę w jego realizacji pełni dobrze wykonana izolacja domu. Szczególnie ważna jest tutaj wiedza i świadomość, jak uniknąć błędów podczas izolowania oraz jak, dzięki naprawdę niewielkim zabiegom, można uzyskać znaczącą poprawę re-

zultatów swojej pracy. „Vademecum Izolacji. Ocieplaj bez błędów” to wydawnictwo, w którym zawarto praktyczne wskazówki jak wykonać efektywną izolację m.in. podłogi na gruncie, balkonu i tarasu, ściany oddzielającej pomieszczenie ogrzewane od nieogrzewanego czy styk dachu ze ścianą. W wydawnictwie „Karty mostków cieplnych” przedstawiono wybrane rozwiązania redukujące wpływ mostków cieplnych

na efektywność energetyczną budynku. W kartach tych znajdują Państwo 10 popularnych rozwiązań detali konstrukcyjnych np. izolację zewnętrzną rolety okiennej, przedstawionych w 2 wersjach: wersji standardowej – zazwyczaj stosowanej, często generującej znaczne mostki cieplne wpływające na wzrost kosztów eksploatacyjnych i obniżenie komfortu, jak również wersji rekomendowanej – pozwalającej dzięki drobnym zmianom standardowego podejścia znacząco zminimalizować wpływ liniowych mostków cieplnych lub wręcz całkowicie je wyeliminować. Budując komfort domów, musimy mieć na uwadze, że aktualne przepisy budowlane stanowią zaledwie ogólną wytyczną i nie zawsze wskazują najlepsze rozwiązania. Dlatego ISOVER podpowiada na co zwracać uwagę podczas zakupu materiałów izolacyjnych oraz jak ocieplać bez błędów, tak, aby móc cieszyć się komfortem przez długie lata. Życzymy miłej lektury będącej inspiracją do najlepszych decyzji!

Rozwiązanie 6a – REKOMENDOWANE

Strop nad piwnicą nieogrzewaną

Schemat przyjętego rozwiązania (rys. 6.1.4)

Legenda:

- Długość: 0,5 cm, A
- Wylewka: gr. 6 cm
- Izolacja podłogi: A = 0,040 W/mK
- Żelbet: gr. 15 cm
- Izolacja stropu: A = 0,040 W/mK
- Tynk: gr. 1,5 cm, A
- Tynk: gr. 1,5 cm, A
- Paroterm 25 P4
- Izolacja ściany wewnątrz: A = 0,040 W/mK
- Tynk: gr. 0,5 cm, A = 0,020 W/mK
- Grunt: A = 2,000 W/mK
- Izolacja fundamentowa: gr. 8 cm, A = 0,040 W/mK
- Izolacja obwodo: wewnątrz ściany ISOVER, gr. 3 cm, A = 0,033 W/mK

Współczynnik U dla ściany i stropu nieogrzewanego piwnicy:

Opis	d [m]	λ [W/mK]	R [m²K/W]	U [W/m²K]	L [m]
Wartość współczynnika przenikania ciepła U dla ściany:					
Opór przejmowanie ciepła po stronie wewnętrznej					
Tynk CW	0,010	0,820	0,012	U _{ściany} = 0,223 [W/m²K]	
Paroterm 25 P4 W	0,230	0,033	0,799		
Włókna skalne ISOVER	0,140	0,040	3,500		
Tynk CW	0,005	0,820	0,006		
Opór przejmowanie ciepła po stronie zewnętrznej			0,040		
Długość przegrody (ściana)	0,405	-	4,480	0,223	1,188
Wartość współczynnika przenikania ciepła U dla podłogi:					
Opór przejmowanie ciepła po stronie wewnętrznej					
Długość	0,005	0,220	0,020	U _{podłogi} = 0,236 [W/m²K]	
Wylewka	0,060	1,400	0,040		
Włókna skalne ISOVER	0,050	0,040	1,250		
Żelbet	0,130	2,340	0,070		
Włókna skalne ISOVER	0,100	0,040	2,500		
Tynk CW	0,015	0,820	0,020		
Opór przejmowanie ciepła po stronie zewnętrznej			0,170		
Długość przegrody (podłoga)	0,260	-	4,240	0,236	1,405



Anna Gil
Anna.Gil@
saint-gobain.com



W 3 dni dookoła komfortu ISOVER

We wrześniu, już po raz drugi, ISOVER zaprosił dziennikarzy w podróż. Tym razem pod przewodnim hasłem „W 3 dni dookoła komfortu ISOVER”. W wyprawie wzięli udział dziennikarze Gazety Wyborczej, Ładnego Domu, Muratora, Materiałów Budowlanych, Izolacji, Zawodu Architekt, GLOBEnergii, Kuriera Finansowego, TVN oraz pracownicy Instytutu na rzecz Ekorozwoju.



Jak pokazuje „Diagnoza Społeczna 2013 – Warunki i Jakość Życia Polaków”, opracowana przez zespół pod kierownictwem prof. Janusza Czapińskiego, od 2000 roku sukcesywnie rośnie liczba osób zadowolonych z warunków mieszkaniowych w Polsce.

Składa się na to wiele czynników – wiemy, że konsekwentne działania Grupy Saint-Gobain mają w tym również niebagatelny udział. Opracowany przez Grupę standard „Saint-Gobain Multi-Comfort” ma na celu podniesienie i zapewnienie maksymalnie wysokiego standardu życia

skupionego na 7 płaszczyznach – komfortach: komforcie ekonomicznym, termicznym, akustycznym, estetycznym, komforcie bezpieczeństwa, jakości powietrza, a także komforcie ekologicznym.

W czasie wycieczki odwiedziliśmy 7 obiektów, w których zastosowanie znalazły rozwiązania marki ISOVER. Staraliśmy się pokazać, że jakość produktów ISOVER i ich właściwy dobór mają ogromne znaczenie w budowaniu jakości życia oraz pracy w budynkach zaprojektowanych według standardu Saint-Gobain Multi-Comfort.

Podczas wycieczki zorganizowaliśmy spotkania z inwestorami oraz właścici-



cielami domów, którzy opowiadali o motywach swoich decyzji i ich efektach, przekazywali informacje na temat zastosowanych rozwiązań ISOVER i kosztów utrzymania budynków.

Wycieczkę rozpoczęliśmy od wizyt obiektów w Warszawie i Poznaniu, gdzie wskaźniki jakości życia są na najwyższych poziomach, spośród wszystkich miast, które odwiedziliśmy (odpowiednio 2 i 3, najwyższy wskaźnik posiada Toruń). Następnie skierowaliśmy się do Bydgoszczy, gdzie żyje najmniej zadowolonych mieszkańców, a zakończyliśmy naszą wycieczkę w Gdyni, w której to z kolei mieszka najwięcej zadowolonych osób w Polsce*.

Były więc fakty, liczby i konkrety pokazujące dlaczego inwestorzy decydują się na niestandardowe rozwiązania w dążeniu do zapewnienia najwyższych standardów komfortu w budynkach mieszkalnych i użyteczności publicznej.

Informacje zdobyte przez naszych gości nie tylko pogłębiły ich wiedzę, ale stały się materiałem bazowym do opracowania przez nich materiałów prezentujących ludzi i obiekty, dla których wielowymiarowy komfort stał się jakością codziennego życia.

Anna Gil
[Anna.Gil@
saint-gobain.com](mailto:Anna.Gil@saint-gobain.com)



*) za raportem „Diagnoza Społeczna 2013 Warunki i Jakość Życia Polaków” Contemporary Economics

ISOVER mówi głośno, że zapewnia ciszę!

Hałas towarzyszy nam wszędzie - w miejscu naszego zamieszkania, pracy i wypoczynku. Źródłem hałasu są dźwięki związane z użytkowaniem sąsiednich pomieszczeń, dźwięki związane z działaniem instalacji i urządzeń stanowiących wyposażenie techniczne budynków, jak również te przenikające do pomieszczenia z zewnątrz. Nadmierne i utrzymujące się hałas wpływa negatywnie na nasze zdrowie i samopoczucie. Problemy zdrowotne, które mogą powstać w wyniku hałasu to między innymi trudność w komunikacji i koncentracji, stres oraz problemy ze snem. Sposobem ograniczenia jego negatywnego wpływu na zdrowie człowieka jest zapewnienie przegrodom budowlanym, w tym ścianom i stropom, odpowiedniej izolacyjności akustycznej. Można to uczynić dzięki materiałom i rozwiązaniom oferowanym przez ISOVER. Aktualne wymagania jakie muszą spełnić przegrody pod względem izolacyjności akustycznej, często mogą okazać się niewystarczające do uzyskania komfortu akustycznego. Dlatego ISOVER rekomenduje rozwiązania znacznie lepsze niż wymagane, pod względem izolacyjności akustycznej, minimum.

Produktami dedykowanymi do izolacji akustycznej ścian działowych, w systemie suchej zabudowy, są płyty z wełny mineralnej otrzymanej z włókien szklanych Aku-Płyta, jak również płyty z wełny mineralnej otrzymanej z włókien skalnych Polterm-Uni. Produkty te charakteryzują się wysokimi wartościami współczynnika pochłaniania dźwięku α_w (alfa w), które potwierdzają ich przydatność do wznoszenia przegród izolujących akustycznie od dźwięków powietrznych. Miarą izolacyjności od dźwięków powietrznych jest zdolność przegrody do zmniejszenia przenoszenia dźwięków powietrznych. Izolacyjność akustyczną przegród mierzy się w decybelach [dB].

Aku-Płyta od grubości 75 mm i Polterm-Uni od grubości 100 mm cechują się współczynnikiem pochłaniania dźwięku równym 1,00, co oznacza całkowite, bo 100% pochłanianie. Współczynnik ten waha się od 0 (całkowite odbicie) do 1,00 (całkowite pochłanianie). W doborze odpowiedniego systemu lekkiej zabudowy ze względu na izolacyjność akustyczną ściany działowej pomaga wydawnictwo Aku-Matrix. Jest to gotowe narzędzie, które pozwala, przechodząc w szybki sposób przez kolejne etapy doboru,



otrzymać gotowe rozwiązanie z określoną izolacyjnością akustyczną i podstawowymi elementami konstrukcji ściany, w tym rodzajem zastosowanej wełny mineralnej ISOVER, płyt gipsowo-kartonowych oraz konstrukcji z profili. Dla wybranego systemu podana jest również klasa odporności ogniowej, maksymalna wysokość, grubość oraz masa nominalna.

Przegrodą, dla której muszą być spełnione jednocześnie dwa wymagania akustyczne - izolacyjności od dźwięków powietrznych oraz izolacyjności od dźwięków uderzeniowych - jest strop. Izolacyjność od dźwięków uderzeniowych to zdolność stropu do zmniejszenia przenoszenia dźwięków uderzeniowych. Najpopularniejszą technologią izolacji akustycznej stropów jest wykonanie tak zwanej „podłogi pływającej”. Jest to rodzaj podłogi, w której na warstwie konstrukcyjnej stropu układany jest materiał

tłumiący dźwięki (świetnie to zadanie spełnia odpowiednia wełna mineralna), następnie warstwa rozdzielająca (np. folia), a na niej warstwa dociskowa (jastrych lub wylewka). Podłoga staje się „podłogą pływającą” dzięki oddzieleniu warstwy dociskowej (jastrychu lub wylewki) od elementów konstrukcyjnych budynku (ściany, słupa) na przykładza pomocą fragmentów płyt z wełny mineralnej. Produktami dedykowanymi do izolacji stropów w technologii „podłogi pływającej” są płyty z wełny mineralnej otrzymanej z włókien szklanych ISOVER TDPT, jak również płyty z wełny mineralnej otrzymanej z włókien skalnych STROPOTERM. Zastosowanie produktów ISOVER umożliwia uzyskanie komfortowego poziomu izolacyjności akustycznej stropów zarówno w zakresie dźwięków powietrznych, jak i uderzeniowych. Chcąc dokonać doboru systemu podłogowego, ze względu na izolacyjność akustyczną przegrody i wytrzymałość posadzki w budynkach

użyteczności publicznej i zamieszkania zbiorowego, można skorzystać z wydawnictwa FLOOR-MATRIX. Zawiera ono informacje o obowiązujących przepisach i wymogach prawnych, jak również prezentuje gotowe rozwiązania oraz cenne wskazówki i odpowiedzi dotyczące doboru, a także montażu układów podłogowych. Narzędzie dostępne jest również w wersji mobilnej. Aplikację na iPady „ISOVER Floor Matrix” można bezpłatnie pobrać ze sklepu AppStore.

Dzięki zastosowaniu materiałów i rozwiązań oferowanych przez ISOVER możemy zapewnić komfort akustyczny, będący bardzo ważnym czynnikiem wpływającym na nasze zdrowie i samopoczucie.

Ewa Bryś

Ewa.Brys@saint-gobain.com



Multi-Comfort – więcej niż dom energooszczędny

Energooszczędność wciąż kojarzy się Polakom głównie z żarówkami energooszczędnymi, mimo iż na oświetlenie zużywamy jedynie od 3 do 5% energii budynku. Zestawienie tego faktu z informacją o 65-70% udziale energii potrzebnej do ogrzewania, wywołuje prawdziwe zamieszanie w świadomości tego, co jest naprawdę ważne w naszych budynkach. Dlatego zarówno ustawodawcy – regulatorzy rynku, jak i inni wpływowi jego uczestnicy oraz dawcy rozwiązań czyli producenci, a także media branżowe wspólnie osiągają coraz lepsze rezultaty w podnoszeniu świadomości oraz promocji rozwiązań efektywności energetycznej w budownictwie.

Film z otwarcia domu pokazowego na YouTube.com, kanał ISOVERPL



ISOVER wpisuje się w tę misję od lat, co jest zrozumiałe ze względu na potencjał rozwoju biznesu i kreacji popytu jaki drzemie w nowych trendach. Warto jednak podkreślić, że dom energooszczędny daje sporo dodatkowych korzyści, które nie są powszechnie znane. Stąd pojawiła się idea standardu Multi-Comfort. Poza

komfortem termicznym i ekonomicznym, stanowiącymi kwintesencję domu energooszczędnego, standard Multi-Comfort określa jeszcze 5 dodatkowych obszarów komfortu, które osiągamy spełniając jego kryteria. Są to: komfort ciszy, bezpieczeństwa pożarowego, dobrej jakości powietrza, naturalnego doświetlenia oraz estetyki. Celowo nie opisuję ich szerzej, ponieważ opisywaliśmy je już wcześniej na łamach „Lepiej Razem”, a wszystkie 7 komfortów zostało skwantyfikowanych i szczegółowo opisanych również w naszych katalogach rozwiązań i projektów. Zapraszamy do lektury pod adresem www.multi-comfort.pl oraz do śledzenia profilu Saint-Gobain Multi Comfort na Facebooku.

Aby urzeczywistnić tę ideę, wspólnie z naszym partnerem firmą Domy Hybrydowe z Gdyni, wybudowaliśmy w Gdańsku Osowej dom modelowy, spełniający standard Multi-Comfort, którego uroczyste otwarcie odbyło się 3 września 2014 roku. Ambasadorką Multi-Comfort została Pani Agnieszka Maciąg, która poprowadziła tę imprezę, a uroczystego przecięcia wstęgi dokonali: Pan Fabrice Didier – wiceprezes Grupy Saint-Gobain, Pan Francois-Xavier Moser – Delegat Generalny Grupy Saint-Gobain na Polskę, Rumunię i Bułgarię oraz Pan Maciej Demków – Prezes firmy Domy Hybrydowe.

Dom w Gdańsku ma prosty kształt i dwuspadowy dach skośny, do tego jest bardzo przestronny, a dzięki dużym przeszkle-

niom również jasny i słoneczny. Dla uzyskania optymalnych korzyści zastosowaliśmy najlepsze rozwiązania takich marek Grupy Saint-Gobain jak: Rigips, Weber, Glassolutions, PAM, Ecophon oraz oczywiście ISOVER, które nie tylko efektywnie ociepiły budynek, ale również wpłynęły istotnie na odpowied-



nią akustykę pomieszczeń, bezpieczeństwo pożarowe oraz komfort powietrza. Ściany zewnętrzne ocieplono 25 centymetrami wełny mineralnej ISOVER TF Profi, dzięki której współczynnik przenikania ciepła U dla ścian zewnętrznych wynosi jedynie 0,1 W/(m²K), podczas gdy zgodnie z obecnymi przepisami nie powinien być wyższy niż 0,25 W/(m²K). Oznacza to, że nawet po zapowiadanych docelowym podniesieniu standardów w 2021 r., współczynnik U w tym domu wciąż będzie ponad wymaganym standardem. Dach ocieplono dwoma warstwami wełny szklanej – ISOVER Super-Mata oraz ISOVER Multimax30, co dało łącznie 30 cm grubości, a dzięki zastosowaniu innowacyjnego systemu paroizolacji o zmiennym oporze dyfuzyjnym – ISOVER Vario XtraSafe, została zapewniona doskonała szczelność wymagana zimą i oddychanie przegrody latem.

Budowa tego domu trwała 11 miesięcy, już za ok. 4 miesiące zamieszka w nim rodzina z dwójką dzieci i psem, a my będziemy monitorować komfort ich życia w tym budynku. Warto podkreślić, że dom został dogłębnie zaudytowany przez prestiżowy Instytut Techniki Budowlanej w Warszawie i uzyskał specjalny certyfikat – Deklarację środowiskową – który potwierdza spełnienie standardu Saint-Gobain Multi-Comfort. Dodatkowo w domu zainstalowano panele fotowoltaiczne i oszacowano, że jego koszty utrzymania nie powinny przekroczyć 200 złotych miesięcznie.

Benedykt Kordula
Benedykt.Kordula@saint-gobain.com



Nowy katalog Saint-Gobain Multi-Comfort!

Gorąco zapraszamy do przejrzania nowego katalogu z projektami domów typowych w standardzie Saint-Gobain Multi-Comfort, który od września można przeglądać na <http://www.multi-comfort.pl/media/freebook-pdf/swf/index.html#/0>.

Katalog zawiera 127 projektów z 11 pracowni. Jest więc z czego wybierać.

Henryk Kwapisz

Henryk.Kwapisz@saint-gobain.com



KATALOG PROJEKTÓW DOMÓW W STANDARDZIE

MULTI-COMFORT

**ŻYJ W ZGODZIE
ZE SWOJĄ
NATURĄ!**



DOBRA WEŁNA CHRONI PRZED HAŁASEM



BEZ WEŁNY
NIE MA
KOMFORTU

AKU-PLYTA

POLTERM UNI

ISOVER TDPT

Rozwiązania efektywnej izolacji akustycznej:

- pełny komfort akustyczny w budownictwie
- skuteczne tłumienie dźwięków powietrznych i uderzeniowych
- szeroki zakres zastosowań i grubości
- paroprzepuszczalność, trwałe wypełnienie przestrzeni
- gwarancja bezpieczeństwa ogniowego – niepalność

ISOVER
SAINT-GOBAIN



Best Sales Success dla Polski

Z przyjemnością informujemy, że Dział Sprzedaży Izolacji Technicznych ISOVER Polska po raz pierwszy zdobył nagrodę TI AWARD w najważniejszej kategorii „Best Sales Success”.

Pozostałe 2 wyróżnienia zdobyły: ISOVER G+H Niemcy w kategorii „Specyfikacje projektowe” oraz ISOVER Hiszpania za „Projekt międzynarodowy”.

Na uroczystości, która odbyła się w Lubz w Niemczech w imieniu ISOVER Polska nagrodę odebrał Robert DYDUCH – Krajowy Menadżer Sprzedaży Izolacji Technicznych.



ZOSTATNIEJ CHWILI

Sukces projektu PREFAB

Rok 2014 był bardzo udany dla projektu PREFAB, realizowanego przez Saint-Gobain w ramach strategii Habitat, oraz dla ISOVER, który jest współliderem projektu. Z końcem maja udało się otworzyć w Stawigudzie długo oczekiwany dom pokazowy, wybudowany w technologii szkieletu drewnianego prefabrykowanego w zakładzie produkcyjnym, co opisywaliśmy we wcześniejszych wydaniach „Lepiej Razem”. Druga połowa roku była związana z promocją samej idei budowania domów w technologii szkieletu drewnianego oraz, między innymi, marki ISOVER – dostawcy najlepszych i sprawdzonych rozwiązań dla tego typu budownictwa. Pod koniec wakacji w Stawigudzie zorganizowaliśmy briefing prasowy dla dziennikarzy, którego efektem były publikacje prasowe w wielu poczytnych czasopiśmie branżowych, ale również adresowanych do szerszego grona, niż tylko budujący. Widzimy wyraźną ekspansję firm budujących w technologii szkieletu drewnianego, zwłaszcza na rynki Europy Zachodniej i Północnej, co przekła-

da się na wzrost rynku izolacji w tej branży. Obupólnie pozytywnym efektem działań w ramach projektu PREFAB ze stowarzyszeniem SDD (producenci domów drewnianych) jest podjęcie decyzji w ramach stowarzyszenia, że wkrótce członkowie SDD będą eksponowali swój profesjonalizm w zakresie wykonywania szczelnych budynków. Pierwszym ważnym krokiem na drodze do uzyskania wysokiego poziomu szczelności w budowanych domach było szkolenie, które odbyło się w październiku w centrum szkoleniowym ISOVER w Gliwicach. Na szkoleniu właściciele firm oraz ich majstrowie poznali technologię prawidłowego wykonywania paroizolacji systemem ISOVER Vario oraz poznali ofertę Saint-Gobain dla ich branży. Dodatkowo wszyscy zwiedzili fabrykę w Gliwicach i uzyskali wiedzę na temat istoty systemowego podejścia do zagadnień budownictwa szkieletowego na przykładzie wspólnych rozwiązań z RIGIPS, który był partnerem szkolenia w ramach projektu PREFAB. Jednak najbardziej namacalnym efektem działań projektu PREFAB dla



ISOVER i całego Saint-Gobain w Polsce, jest fakt przełożenia działań około marketingowych na sprzedażowe, co realizuje się właśnie z końcem roku. Efekty rynkowe będą widoczne już od początku roku 2015. Został powołany odrębny zespół sprzedażowy w ramach Saint-Gobain Construction Products Polska, który od przyszłego roku będzie działał tylko na rynku budownictwa szkieletowego oferując głównie produkty ISOVER, RIGIPS, WEBER, ale także świadcząc profesjonalny serwis techniczny dla producentów domów szkieletowych.

Sławomir Kocur

Slawomir.Kocur@saint-gobain.com



Rozwijamy Centrum Szkoleniowe ISOVER

Jak zapewne pamiętacie, odpowiadając na zapotrzebowania zgłaszane przez naszych Klientów, od ubiegłego roku rozpoczęliśmy regularne szkolenia w Gliwicach. Z kolei 4 czerwca br. Nastąpiło oficjalne otwarcie Centrum Szkoleniowego ISOVER. Dzisiaj możemy poinformować, że do tej pory, tylko w CSI, w trakcie 12 sesji szkoleniowych przeszkoliliśmy już 185 osób. Natomiast w całym roku 2014, w 27 sesjach, było już przeszkolonych 351 osób. Spektrum uczestników było szerokie, począwszy od naszych Partnerów z dystrybucji, poprzez firmy wykonawcze, nauczycieli budowlanych szkół zawodowych, uczniów oraz studentów. Pośród dotychczas przeszkolonych było 62 wykonawców z 33 firm – jest to grupa docelowa, na której w szczególny sposób będziemy się skupiać, biorąc pod uwagę możliwości ćwiczenia praktycznego montażu naszych izolacji w

różnych aplikacjach, pod okiem profesjonalnych trenerów. Energooszczędność, szczelność oraz prawidłowe zarządzanie wilgocią w budynku – na takie zagadnienia z zakresu fizyki budowli zwracamy szczególną uwagę, pamiętając o zmieniających się przepisach – Warunkach Technicznych, jakim mają odpowiadać budynki. W Centrum Szkoleniowym dysponujemy też



między innymi urządzeniem do wykonywania prób szczelności Blower Door test dla makiet dachu skośnego, którą przed pomiarem uczestnicy szkolenia ocieplają naszą wełną i uszczelniają z użyciem systemu ISOVER Vario XtraSafe. Dla wielu uczestników dotychczasowych szkoleń praktycznych jest to pierwszy kontakt z tym niezwykle istotnym zagadnieniem w nowoczesnym budownictwie. Pragnę poinformować, że system szkoleń rozwija się intensywnie i na sam listopad jest zaplanowanych 9 (!) szkoleń, a biorąc pod uwagę rosnące zainteresowanie SZKOLENIAMI OTWARTYMI, ustaliliśmy już dla nich terminy na pierwszą połowę 2015 roku.

Marek Kolarz

Marek.Kolarz@saint-gobain.com



Budujemy z myślą o przyszłości

W październiku Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju skierowało do publicznej konsultacji „Krajowy Plan mający na celu zwiększenie liczby budynków o niskim zużyciu energii”. Jest to realizacja art. 39 Ustawy o charakterystyce energetycznej budynków. Plan ten ma pokazać w jaki sposób, i przy pomocy jakich środków,

Polska zamierza wprowadzić spójny system wznoszenia budynków niskoenergetycznych. Nie ma wątpliwości, że będzie się to opłacać. Na potwierdzenie tego Ministerstwo w dokumencie pisze, że: „... jest to impuls do rozwoju rynku i techniki budowlanej”. Zatem to, co najlepsze, dopiero przed nami. Plan definiuje pojęcie budynku o niskim zużyciu energii, odwołując się do Warunków Technicznych, gdzie już podano jakie wymagania będą stawiane budynkom w roku 2021, czyli właśnie o niskim zużyciu energii. Dla przypomnienia – zapotrzebowanie na energię pierwotną dla budynku jednorodzinnego nie może przekroczyć 70 kWh/(m²rok), a wielorodzinnego 65 kWh/(m²rok), zaś U dla dachu nie będzie mogło przekroczyć wartości 0,15 W/(m²K).

Podano też optymalne kosztowo wartości zapotrzebowania na energię pierwotną w budynkach poddawanych modernizacji. Jest to 75-50 kWh/(m²rok) w przypadku budynków istniejących wybudowanych po roku 1970 i 100-75 kWh/(m²rok) w przypadku budynków starszych. Bardzo optymistyczne jest też to, że ilość inwestorów korzystających z programu NFOŚiGW „NF-15 i NF-40” ciągle rośnie. 39 budynków w standardzie NF-40 już powstało, w tej chwili buduje się kilkadziesiąt w NF-40 i NF-15, w tym jeden NF-15 w naszym standardzie Multi-Comfort pod Warszawą. ISOVER więc wybiegł już w nieodległą przyszłość, wspierając budowę domu zgodnego ze standardami „budynku o niskim zużyciu energii”.

Henryk Kwapisz

Henryk.Kwapisz@saint-gobain.com



Renowacja Komendy Wojewódzkiej Policji w Katowicach

Inwestycja obejmuje termomodernizację fasady czterech budynków Komendy Wojewódzkiej Policji. Cały zakres to ok. 25 000 m² fasady wentylowanej, podzielony na trzy etapy realizacji.

ISOVER, jako jedyny producent wełny mineralnej, odpowiedział na pytania Generalnego Wykonawcy, aktywnie włączył się w proces przygotowania rozwiązań termomodernizacji fasady, zgodnych z założeniami projektowymi, przeprowadził próby montażu izolacji na budowie oraz zaproponował odpowiednie produkty. Dla współpracy duże znaczenie miała elastyczność ISOVER, zarówno w zakresie dostarczenia deklaracji żądanych przez zamawiającego, niestandardowej grubości produktu z szybką realizacją nietypowego zamówienia, jak i serwis posprzedażowy. Byliśmy, i jesteśmy, obecni na tej budowie, jeśli tylko pojawiają się sytuacje, które wyma-

gają interwencji z naszej strony.

Cała fasada wykonywana jest z zastosowaniem niepalnej wełny mineralnej szklanej z czarnym welonem Panel – Płyta Plus gr. 140mm. Zastosowanie tego produktu okazało się najlepszym rozwiązaniem pod względem ekonomicznym oraz technicznym, ze względu na kształt ściany, która jest łukiem (nadmierna sztywność izolacji przeszkadzałaby w uzyskaniu odpowiedniej ciągłości izolacji).

Panel-Płyta Plus jest obecnie bardzo popularnym rozwiązaniem izolacji fasad wentylowanych dzięki odpowiednio dobranym parametrom technicznym oraz cenie, co sprawia, że nawet wykonawcy, stosujący dotychczas tylko wełnę mi-



neralną skalną, coraz częściej doceniają nowe produkty z wełny mineralnej szklanej oraz serwis ISOVER i stosują wełnę mineralną szklaną do izolacji fasad wentylowanych.

Piotr Czekala

Piotr.Czekala@saint-gobain.com



ISOVER na Targach Izolacji Przemysłowych

W dniach 18-19 września 2014r. po raz pierwszy w Polsce odbyły się Międzynarodowe Targi Izolacji Przemysłowych 4INSULATION. Wydarzenie to miało miejsce w nowym Międzynarodowym Centrum Targowo-Kongresowym EXPO w Krakowie. Swoje uczestnictwo zaznaczyli najwięksi przedstawiciele branży przemysłowej z Polski i zza granicy – dostawcy izolacji technicznych, wiodące firmy projektowo-wykonawcze z segmentu Industry oraz



przedstawiciele dystrybucji izolacji dla przemysłu. Targi zostały odebrane jako bardzo profesjonalne i „branżowe”, wymieniano kontakty, dzielono się wiedzą techniczną i handlową. ISOVER, poprzez uczestnictwo w Targach 4INSULATION, utrwalił swoje miejsce wśród producentów izolacji dla przemysłu i zaprezentował ofertę dedykowaną do wysokotemperaturowych instalacji oraz HVAC. Ogromnym zainteresowaniem cieszył się produkt ULTIMATE, o którego właściwościach mechanicznych goście naszego stoiska mieli okazję przekonać się naocznie. W programie Targów znalazły się również Konferencje Europejskiej Federacji Stowarzyszeń Wykonawców Izolacji Przemysłowych FESI i „Heat and lost” oraz panel prezentacji, w którym ISOVER wziął czynny udział. Wisienką na torcie były Mistrzostwa Europy Monterów Izolacji Przemysłowych.

Czekamy na drugą edycję !

Paweł Polak
Pawel.Polak@
saint-gobain.com



Co zdomi hurtownię?

Przewrotny tytuł dla działań, które w ostatnim czasie dotyczyły wyposażenia punktów sprzedaży produktów ISOVER w ekspozytory na ulotki oraz przekroje aplikacji. Ekspozytory i przekroje, które prezentują właściwy montaż wełny w aplikacjach „dach skośny” oraz „ściana działowa” i mają specjalną szufladę na próbki produktowe, zostały dostarczone do 77 punktów sprzedaży ISOVER w całej Polsce. Teraz będzie można w jednym miejscu zgromadzić informacje o najnowszych promocjach, publikacje drukowane jak np. „Lepiej Razem”, „ABC Izolacji” czy cennik lub inne, które będą w danym miejscu najbardziej potrzebne. Efekt, jak widać na zdjęciach, jest widoczny już na pierwszy rzut oka.

Monika Naczeńska

Monika.Naczenska@
saint-gobain.com



Szkolenia dla architektów – ISOVER z EQUITONE

Mamy za sobą już pięć szkoleń dla architektów zorganizowanych wraz z naszym partnerem – firmą Equitone, producentem najwyższej jakości włókno-cementowych płyt elewacyjnych. Szkolenia odbyły się w Gdyni, Warszawie, Wrocławiu, Łodzi oraz Krakowie. Frekwencja, jak zwykle na naszych wspólnych szkoleniach, dopisała, a moje doświadczenia wyniesione z tych spotkań pozwalają patrzeć w przyszłość optymistycznie. Promowana przez nas pierwsza w Polsce Aprobata

Techniczna fasady wentylowanej spotkała się z doskonałym przyjęciem.

Projektowanie fasady wentylowanej pociąga za sobą konieczność rozwiązania wielu trudnych zagadnień, a celem jest osiągnięcie efektu, który ma zachwycać przez wiele lat oraz bezpieczeństwa, za które płaci inwestor. Jak dotąd nikt w Polsce nie spróbował z pozytywnym skutkiem potraktować fasady wentylowanej jako spójnego, sprawdzonego pod każdym względem systemu, wpływającego na bezpieczeń-

stwo użytkownika, trwałość i spełnienie wymagań technicznych stawianych przez przepisy prawne. Wspólne rozwiązanie ISOVER-EQUITONE, opisane w AT-ITBAT-15-9158/2013, daje projektantowi i użytkownikowi bezpieczeństwo potwierdzone licznymi badaniami wykonanymi przez ITB. System, który stworzyliśmy, ułatwia życie projektanta, zdejmując z niego ciężar, np. obliczeń współczynnika przenikania ciepła przegrody wraz mostkami punktowymi czy rozwiązywanie zagadnień przeciwpożarowych, związanych ze ssaniem wiatru na dużych wysokościach. Efektem są wpisy Aprobaty Technicznej dokonane przez firmę Equitone w ilości przekraczającej 45 000 m², co więcej Equitone zadeklarował, że do końca 2014 roku przekroczy 60 000 m² wpisów. Skutkiem omawianych projektów będą zapytania o produkty ISOVER, które są nierozłączną częścią Aprobaty Technicznej ISOVER-EQUITONE.

Sławomir Kocur

Slawomir.Kocur@saint-gobain.com



Debata w Polskiej Agencji Prasowej z udziałem ISOVER

30 czerwca w siedzibie Polskiej Agencji Prasowej w Warszawie odbyła się debata na temat konsekwencji wdrożenia unijnej dyrektywy dotyczącej budownictwa energooszczędnego, na której obecny był przedstawiciel ISOVER. Można było oglądać ją online, a relacje z niej ukazały się w wielu mediach. Zgodnie z wytycznymi Unii Europejskiej, od początku 2021 roku wszystkie nowe budynki w krajach członkowskich będą musiały spełniać wyśrubowane wymagania dotyczące zużycia energii. Wcześniej, bo od 2018 roku, takie standardy będą musiały spełniać budynki publiczne. Ustawa o charakterystyce energetycznej budynków, która w lipcu i sierpniu głosowana była w Sejmie i Senacie RP, określa między innymi ramy Krajowego Planu Działań w zakresie budynków

o niskim zużyciu energii. I właśnie o tym, jak przymysł jest przygotowany do nowych przepisów, dyskutowali przedstawiciele m.in. ministerstw, banków i ekspertów. Podczas debaty dyskutowane były: propozycje zawarte w projekcie ustawy, konsekwencje jej implementacji, jak również mapa drogowa kolejnych prac. Należy się spodziewać, że dzięki ustawie system certyfikacji energetycznej budynków poprawi swą jakość, ale – co najważniejsze – świadectwa będą stanowić narzędzie, które deweloperzy uznają za użyteczne w promocji wznoszonych przez siebie efektywnych energetycznie



budynków. A właśnie takie muszą być przede wszystkim dobrze zaizolowane.

Henryk Kwapisz

Henryk.Kwapisz@saint-gobain.com



Dźwięki powietrzne i uderzeniowe – czyli o gitarowej pasji Wojciecha Lyszczyńskiego

Rozmowę z Wojtkiem Lyszczyńskim otwieramy nowy dział w „Lepiej Razem”. Z każdym kolejnym numerem magazynu będziemy bliżej poznawać ludzi z ISOVER, z którymi pracujemy. Kto nie wiedział, że nasz Specjalista Marketingu to zapalony gitarzysta, powinien oddać się lekturze pierwszego artykułu z cyklu „PASJE ISOVER”!



Olga Mazurek: Jaka historia kryje się za tym, że gitara stała się Twoją pasją?

Wojciech Lyszczyński: Historia sięga czasów wczesno licealnych, ma na imię Ewa i do tej pory nie wie, że to za jej sprawą zawziętem się i, mimo palców zdartych prawie do krwi, nauczyłem się paru akordów. Uczyłem się na należącej do siostry gitarze po przejściach, typu „hebel”, z pordzewiałymi strunami i gryfem tak luźnym, że chcąc nie chcąc, osiągałem efekt pływającego dźwięku – o ile udało się ten dźwięk w ogóle wydobyć. Jak wspominałem – moja pierwsza inspiracja nigdy nie dowiedziała się, że nią była... Na szczęście później bywało lepiej z przełożeniem na praktykę ;-)

Akustycznie czy elektrycznie – jakie granie preferujesz?

Jako słuchacz lubię elektrycznego rocka w przeróżnych odmianach, ale gitary akustyczne też są w nim czasem potrzebne, nawet u tych najbardziej „czadzących” – żeby nie było monotoniście... Melodie i motywy najwygodniej układają się na gitarze klasycznej, z miękkimi strunami. Ale energii, którą można wyzwolić z gitary elektrycznej, nie da się zastąpić niczym innym! Od 10 lat gram na gitarze elektrycznej, z tym że od ponad 8 lat mam w domu mocno absor-

bującą „konkurencję” dla muzykowania – czyli syna, a potem córkę – więc elektryzujące osiągnięcia muzyczne raczej umiarkowane. 2 lata temu dałem się namówić na naukę gry na gitarze basowej i powoli się rozkręcam. Na czterech grubych strunach nie można pozwolić sobie na hendrixowskie odloty – to zupełnie inna technika gry i inne powinności względem utworu, ale można mieć frajdę z napędzania pulsu i motoryki wierzgającym basem ;-)

Jimmi Hendrix, Eric Clapton, Pat Metheny? Kto jest Twoim gitarowym idolem?

Wspomniana trójka sroce spod ogona nie wypadła, od siebie dołożyłbym Davida Gilmoura, Johna Frusciante, Jimiego Page’a, Ritchie’ego Blackmore’a... Gitara to tylko część rockowej układanki, nie przepadam za „wymiataczami” przekraczającymi prędkość światła.

Najważniejsza jest muzyka jako całość, emocje jakie niesie... W utworach „The Beatles”, których jestem fanem od podstawówki, właściwie nie zauważam żadnej wirtuozerii wykonawczej, popisów – to są po prostu genialne melodie, a do tego trafione i nieraz



bardzo odważne aranże. Z mniej oczywistych wykonawców polecam czeski zespół „Buty”, dość nieprzewidywalna muzyka, aż się skrzy od różnych smaczków, od jazzu po tancbudę, no i jak prawie wszystko co czeskie – potrafi rozbawić. A jeszcze bliżej – niedawno byłem

na koncercie zespołu Hard Rockets z Pszczyny. To był występ na wyjątkowo niskim poziomie... bo w Kopalni Guido, 600 metrów pod ziemią ;-). Tymczasem zespół okazał się prawdziwą petardą, pokazał świeżość i rockową stylowość jednocześnie! Plus naprawdę trafione, „żrące”, teksty i rozbijające gadki między utworami. Polecam!

Czy zdarzyły Ci się już występy przed publicznością, konkursy, nagrody?

Za studenckich czasów byłem przez krótki, ale barwny czas, w zespole. Na gitarze co prawda nie grałem, ale z braku lepszego kandydata – śpiewałem. Bardzo miło to wspominać, wiadomo – kiedy człowiek jest taki młody, to nie musi wiele umieć, a jest przekonany, że może wszystko! Fantastyczne chwile, wymiana energii z publicznością, świetni ludzie i okazje do powyglupiania się. Mieliśmy parę występów – w klubach studenckich, w domu kultury, albo fajny występ w ruinach zamku Chudów – to wcale



nieprawda, że przed naszym koncertem zamek nie był jeszcze ruiną;-) Na któryś z koncertów – w MDK-u – przyjechała też moja Mama, a że był to przegląd kapel, na którym oprócz nas grały dwa szatańsko brutalne składy – growling, mrok, ciemny wystrój i świece pod sceną – to tym bardziej podziwiam, że dała radę. Mamie zazdroszczę atomowej pamięci do tekstów i melodii, zresztą ona nawet dat historycznych i wzorów na fizyce w szkole uczyła się układając z nich piosenki.

Czy jest gitara – może wybrany model, o której marzysz najbardziej?

Gibson Les Paul może? Z nagłośnieniem Marshalla. Tymczasem wystarcza czerwony, bezpretensjonalny Hohner Rockwood, podpięty do pięcika combo wielkości siedzącego psa. No i bas – Mansfeld, czarny, z korpusem w złowieszczym kształcie X. Nie pogardziłbym elektroakustykiem Fendera – miałem kiedyś takie cacuszko w rękach, cudne brzmienie, aż żal ścisnąć, że właściciel traktował go głównie jako mebel. Moje gitary może mniej rasowe (zwłaszcza niebieski akustyk - z dalekich Chin, ale złego słowa nie dam powiedzieć!), za to nie mają okazji za bardzo zarzewieć i się zakurzyć, dają im się wygadać.

W jakich okolicznościach można Cię spotkać z gitarą?

Tak między ludźmi – to chyba ostatnio na jasełkach w przedszkolu dzieci. Odpowiedzialna fucha, nie powiem, ale mój syn w roli diabła – to był dopiero prawdziwy rokendrol!

Czy nasi koledzy i koleżanki z ISOVER mogą w przyszłości liczyć na mały koncert?

Nie myślałem o tym, ale w sumie, może kiedyś... Mam już pomysł na nazwę recitalu: „Skala i szkło”. Albo „Dźwięki powietrzne i uderzeniowe”. Byle nie „Zimny Koniec”;-)

Dziękuję za pełną pasji rozmowę.

Olga Mazurek

Olga.Mazurek@saint-gobain.com



ISOVER Top Tour w gorącej Brazylii – Zapraszamy do udziału!



Z widokiem na raj...

Zapraszamy do kolejnej Edycji Konkursu ISOVER TOP TOUR ...

Piękna i gorąca Brazylia, tętniąca jeszcze emocjami przepięknego futbolu, ojczyzna jedynej w swoim rodzaju karnawału, radosne i zmysłowe RIO. To właśnie BRAZYLIA – serce Ameryki Łacińskiej, jest kolejnym celem w naszej wieloletniej podróży w którą ISOVER zabiera swoich Partnerów.



Kolejny przystanek czeka nas w MARCU 2015.

Konkurs rozpoczyna się 1 sierpnia 2014r.
i trwa do 31 stycznia 2015r.

Zapoznaj się z zapisami Regulaminu
na stronie www.najlepszeizolacje.pl
i u Doradców ISOVER.

**Kupuj ISOVER i odbierz bilet
na niezwykłą przygodę**

Z pozdrowieniami,
Zespół ISOVER

ISOVER
SAINT-GOBAIN
więcej niż izolacja

Bez wełny nie ma komfortu, czyli ISOVER... w owczej skórze

Wiosną tego roku uruchomiliśmy kampanię wizerunkową ISOVER pod hasłem „Najważniejsze jest niewidoczne dla oczu” odwołującą się do wartości, którym hołduje nasza marka. W prasie i na billboardach w całej Polsce podkreślaliśmy zasługi cichych bohaterów, bez których nie dokonałby się żaden sukces – organizacyjny, artystyczny, sportowy czy biznesowy, podobnie jak cichym i niewidocznym bohaterem w budynku jest dobra izolacja. Swego wizerunku użyczyła Ewa Błaszczuk, artystka i założycielka Fundacji „AKOGO?” oraz Kliniki „Budzik”, jak również Henryk Kwapisz, uosabiający doświadczenie ekspertów w dziedzinie izolacji.

Kolejnym krokiem i uzupełnieniem kampanii wizerunkowej, realizowanym równolegle jest przełożenie tych wartości na konkretne korzyści dla inwestorów, płynące z doświadczenia i filozofii rynkowej ISOVER. Zależy nam na ukazaniu tych korzyści w sposób możliwie obrazowy i ugruntowaniu skojarzeń dobrej izolacji, po pierwsze z wełną, a po drugie z konkretnymi produktami i rozwiązaniami odpowiedzialnymi za komfort termiczny, akustyczny oraz związany z jakością powietrza.

Stąd pomysł kampanii „BEZ WEŁNY NIE MA KOMFORTU”, w której w głównych rolach obsadziliśmy... owce! Związku owiec z czystą, żywą wełną nie trzeba chyba tłumaczyć, postanowiliśmy jednak dodać do przekazu wizualnego coś więcej, przedstawiając sympatyczne zwierzęta w niecodziennych ujęciach, nawiązujących do walorów naszych produktów.

Spojrzenie ostrzyżonej owcy z pierwszej kreacji reklamowej zdaje się mówić: „BEZ WEŁNY NIE MA KOMFORTU” równie wyraźnie, jak wypisane obok hasło. Treść reklamy zwraca uwagę na kompleksowość komfortu, jaki zawdzięczamy

wełnie w konstrukcji budynków. Radośniej patrzy na świat owieczka-melomanka w żółtych słuchawkach, w projekcie pokazującym jak skutecznie wełny ISOVER izolują od siebie różne „dźwiękowe światy”, które współistnieją nieraz na niewielkiej powierzchni w domu czy pracy, i bez wełny bardzo by sobie przeszkadzały. Bo „DOBRA WEŁNA CHRONI PRZED HAŁASEM”.

Kolejne projekty w trakcie wprowadzania to „DOBRA WEŁNA CHRONI PRZED WILGOCIĄ” i „DOBRA WEŁNA – MAŁA LAMBDA”.

Zarządzenie wilgocią w budynku, zwłaszcza na poddaszu, to zagadnienie wymagające dopracowanych, szczelnych rozwiązań, jak system ISOVER Vario XtraSafe bądź – z przymrużeniem oka – jak... gumowce, w których paraduje owieczka w reklamie odwołującej się do tego obszaru komfortu. „DOBRA WEŁNA CHRONI PRZED WILGOCIĄ”, szczególnie jeśli do wełny dodamy folię z akcesoriami uszczelniającymi. Z kolei o prostej, aczkolwiek istotnej zależności efektywności energetycznej budynku od współczynnika przewodzenia ciepła materiału izolacyjnego przypomina reklama „DOBRA WEŁNA – MAŁA LAMBDA”, na której małą lambdę uosabia... mała owca.

Dodatkową kreacją, wykorzystującą również motyw owcy, pozornie wychodzącą poza zakres aspektów komfortu, jest projekt „BEZ WEŁNY NIE MA WYNIKÓW”, a w nim pokazana owca w gogłach, w trakcie imponującego skoku narciarskiego.

Także Kamil Stoch, któremu ISOVER kibicuje w kolejnym sezonie, doczekał się – z przymrużeniem oka – kontynuacji

**BEZ WEŁNY
NIE MA KOMFORTU**

Super-Mata
Aku-Płyta
Uni-Mata Plus

Najwyższej klasy produkty do izolacji w budownictwie:

- zapewniają komfort termiczny i zdrowy mikroklimat o każdej porze roku
- dają wymierne oszczędności w kosztach ogrzewania na długie lata
- tłumią hałas zapewniając pełen komfort akustyczny
- gwarantują bezpieczeństwo ogniowe – są niepalne
- są dostępne w całej Polsce w szerokim zakresie zastosowań i grubości

ISOVER
SAINT-GOBAIN

„w owczej skórze”, gdyż wyposażyliśmy jedną z naszych owiec w narty, gogle i wystaliśmy ją na skocznię. Treść reklamy podsumowuje sportowym językiem mistrzowskie wyniki w zakresie komfortu termicznego, akustycznego, wilgotnościowego oraz bezpieczeństwa ogniowego, które zawdzięczamy znakomitym parametrom ISOVER. Z racji mniej korzystnej aerodynamiki nie wróżymy owieczce na nartach medalowego miejsca w klasyfikacji Pucharu Świata, ale fakt pozostaje faktem: **BEZ WEŁNY NIE MA WYNIKÓW!** ;-)

Jesteśmy przekonani, że podzielają Państwo naszą filozofię długofalowych działań uświadamiających inwestorom wielorakie korzyści z dobrej izolacji. Liczymy na to, że i wspomniane pomysły na pokazanie tych korzyści i popularyzację mistrzowskich rozwiązań są Państwu bliskie. Zachęcamy do wspólnych działań promocyjnych z wykorzystaniem kreacji reklamowych ISOVER!

Wojciech Lyszczyzna

Wojciech.Lyszczyzna@saint-gobain.com



ISOVER podwójnie wyróżniony

„ (...) możemy mieć swój wkład w podnoszenie świadomości dotyczącej rozwiązań z zakresu prawidłowego montażu izolacji, budownictwa energooszczędnego i bezpieczeństwa, ale również w umacnianie inicjatyw społecznych (...)

Spełnianie oczekiwań wszystkich naszych Klientów to nadrzędny cel ISOVER. Realizujemy go zarówno poprzez oferowanie najwyższej jakości produktów, organizowanie szkoleń dla wykonawców, specjalne promocje czy też działania społeczne, mające na celu wspieranie inicjatyw przyczyniających się do rozwoju pasji zarówno sportowych, naukowych, jak i artystycznych.

Cieszy nas, że możemy mieć swój wkład w podnoszenie świadomości dotyczącej rozwiązań z zakresu prawidłowego montażu izolacji, budownictwa energooszczędnego i bezpieczeństwa, ale również w umacnianie inicjatyw społecznych, a przez to budowanie pozytywnej przyszłości. Nasza działalność przynosi skutki, czego dowodem są m.in. przyznawane nam nagrody.



Już drugi rok z rzędu zwyciężyliśmy w plebiscycie Dziennika Gazety Prawnej, która przyznaje nagrody markom dostarczającym najwyższej jakości produkty w swojej branży. Zdobyliśmy tytuł Złotego Konsumenckiego Lidera Jakości 2014 w kategorii Materiały Izolacyjne.

To dla nas jedno z najcenniejszych wyróżnień, bo świadczy o zadowoleniu Konsumentów.

W tym roku ISOVER otrzymał również wyróżnienie od miesięcznika BUILDER oraz Klubu Sportowa Polska. Tytuł „Budowniczego Polskiego Sportu” oraz statuetkę przyznano nam za szczególne zasługi w zakresie budownictwa sportowego. Tym razem przyczyniliśmy się do powstania lubelskiego stadionu sportowego Lublin Arena, przekazując materiał do izolacji akustycznej i termicznej o najlepszych na rynku parametrach – ISOVER Aku-Płytę.



Nie po raz pierwszy wyróżniono ISOVER jako dostawcę rozwiązań dla wymagającego sektora budownictwa sportowego – mamy już w dorobku tytuł Budowniczego Polskiego Sportu przyznany za rozwiązania zastosowane w budowie Stadionu Narodowego w Warszawie, uwzględniające oprócz walorów termicznych i akustycznych także wysokie wymagania w zakresie sprężystości, bezpieczeństwa pożarowego i zabezpieczenia przed wilgocią (płyty Ultimate U TPA 34 i ISOVER Multimax 30).

Olga Mazurek
Olga.Mazurek@saint-gobain.com



Z wielką przyjemnością ogłaszamy, że w konkursie zapowiadzanym przez Roberta Dyducha (na stronie 9 w 11 numerze Lepiej Razem) wygrał Sergiusz Białucha, który jako pierwszy prawidłowo wskazał, że widoczne na zdjęciu miasto to Jerozolima. Gratulujemy!

WYNIKI KONKURSU

ISOVER
SAINT-GOBAIN

STOPKA REDAKCYJNA

Redaktor naczelna: Olga Mazurek

Członkowie redakcji: Ewa Bryś, Sebastian Dulik, Anna Gil, Sławomir Kocur, Marek Kolarz, Benedykt Kordula, Henryk Kwapisz, Wojciech Lyszczyna, Janusz Łyczko, Łukasz Mędrecki, Irena Mścichowska, Monika Naczeńska, Paweł Polak

Adres redakcji i wydawcy: Saint-Gobain Construction Products Polska Sp. z o.o., ul. Okrężna 16, 44-100 Gliwice

Tytuł gazety i wydanie: Lepiej Razem, nr 12, listopad 2014

Skład i druk: Royal Brand PR

BEZ WEŁNY NIE MA WYNIKÓW



IZOLACYJNOŚĆ TERMICZNA

IZOLACYJNOŚĆ AKUSTYCZNA

BEZPIECZEŃSTWO OGNIOWE

ISOVER to mistrzowskie wyniki w dyscyplinach budowlanych:

- mistrzostwo świata w izolacji termicznej w klasie wełen dla ISOVER Multimax 30
- maksymalne osiągi w tłumieniu dźwięków dla Aku-Płyty
- bezkonkurencyjna klasyfikacja ogniowa A1
- rekordowy zakres współczynnika Sd dla Vario XtraSafe



1

ISOVER
SAINT-GOBAIN