

LEPIEJRAZEM

NR 18 grudzień 2017

OBIETNICE MARKI ISOVER

WYNIKI BADAŃ

ROZMOWA Z...

EWELINĄ RAJS,
DYREKTOREM SPRZEDAŻY

ORAZ

ALBERTEM BIENIECKIM,
DYREKTOREM FABRYKI ISOVER

ISOVER NA TWOIM SMARTFONIE

POLUB ISOVER.PL NA FACEBOOKU

ISOVER NA TARGACH 4 INSULATION

RELACJA Z IZOLACJI ISOVER STROPMAX 31

ISOVER
SAINT-GOBAIN



Szanowni Państwo, Drodzy Klienci,

Koniec roku zawsze skłania do podsumowań. Najlepszą oceną ostatnich miesięcy w ISOVER jest właśnie to wydanie magazynu Lepiej Razem – obszerniejsze niż zwykle, pełne różnorodnych wydarzeń, pięknych emocji i udokumentowanych sukcesów. Taki był też dla nas 2017 rok.

Postawiliśmy na rozwój, otwierając nową linię produkcyjną mat siatkowych, zwiększając tym samym obecność marki ISOVER na rynku izolacji przemysłowych. Przeprowadziliśmy największą dotychczas kampanię reklamową „Dom pełen ciepła”, z udziałem naszych pracowników, która okazała się wielkim sukcesem. Byliśmy obecni w najbardziej popularnych stacjach telewizyjnych, w prasie, internecie i outdoorze. Wprowadziliśmy także innowacyjne rozwiązania umacniając naszą ofertę, zwiększyliśmy liczbę szkoleń prowadzonych w gliwickim Centrum Szkoleniowym ISOVER, byliśmy obecni na najważniejszych wydarzeniach w branży, wspierając jednocześnie nowe – ważne inicjatywy.

To jednak nie koniec. Najważniejsze były i są w ISOVER relacje – w naszym zespole, grupie Saint-Gobain i otoczeniu biznesowym. I na tym też skupialiśmy uwagę w 2017 roku, organizując szereg wydarzeń dla naszych klientów, partnerów i przyjaciół marki ISOVER. To bowiem relacje i emocje budują siłę naszej marki, tak jak budują każdy dom, który bez nich jest tylko budynkiem.

Koniec roku to także czas planów na najbliższe miesiące. Z optymizmem patrzymy na bardzo dobrą koniunkturę w budownictwie, rosnącą liczbę inwestycji i coraz większą świadomość użytkowników budynków. Komfort termiczny, właściwa akustyka, bezpieczeństwo pożarowe, odpowiedni mikroklimat oraz energooszczędne rozwiązania szanujące środowisko – wartości od lat promowane przez Saint-Gobain – stają się realnymi potrzebami i wymaganiami rynku. Cieszy nas, że w tym dobrym dla branży okresie będziemy w najbliższym roku obchodzić 25-lecie marki ISOVER w Polsce, do czego już teraz bardzo intensywnie się przygotowujemy, chcąc zaskoczyć Państwa jeszcze bardziej atrakcyjnym obliczem ISOVER.

Zanim jednak rozpoczniemy ten ważny dla nas rok, chciałbym życzyć Państwu, aby nadchodzące Święta Bożego Narodzenia były okazją do zatrzymania i ciszy. Niech ten czas upłynie w wyjątkowej atmosferze, przypomni o tym, co najważniejsze i umocni relacje, dzięki którym wszystko nabiera sensu. Wszystkiego dobrego i do zobaczenia w 2018 – roku, który już teraz ogłaszam rokiem ISOVER.

Dziękujemy, że jesteście z nami!

Łączę pozdrowienia

Filipe Ramos
Dyrektor Generalny

„
Przyszłość
ma wiele imion.
Dla słabych ma
imię niemożliwe,
dla nieśmiałych –
nieznane, myślący
i walczący nazywa-
ją ideałem.”

”

Victor Marie Hugo

10



08

/ Do zrównoważonego budownictwa potrzebne są zrównoważone produkty

10

/ Między ciszą a ciszą – ISOVER nawiązał współpracę z Grzegorzem Turnauem

11

ŚWIAT
MARKETINGU

/ ISOVER na Twoim smartfonie

12

/ ISOVER w BIM i na portalu Archispace.pl



12

/ Szkolenie ISOVER dla kierowników budów i inspektorów nadzoru

13

/ ISOVER – od 25 lat dla polskiego budownictwa

13

/ Nastroje na rynku budowlanym

14

ROZMOWA
Z...

/ Łukaszem i Tomaszem Gontarzami z firmy wykonawczej NOVEL-BUD

21

PARTNERZY
ISOVER

/ Biznes i życie po kaszubsku. Rozmowa z Tadeuszem i Andrzejem Bigusami, prezesami sieci „BAT”.

16

ROZWÓJ
RYNKU

/ ISOVER na Targach 4Insulation

18

ROZWÓJ
RYNKU

/ Dzień otwarty w domu MULTICOMFORTOWYM



20

/ ISOVER w projektach najlepszych pracowni domów typowych

14



04

ROZMOWA
Z...

/ Ewelina Rajs, pierwszą kobietą na stanowisku Dyrektora Sprzedaży ISOVER

05

NASZE
WARTOŚCI

/ Obietnice marki ISOVER
Wyniki badań kampanii reklamowej

20

/ MISTRZOWIE IZOLACJI ISOVER – start 6. edycji

25

/ Odkrywanie Polski z ISOVER

26

/ Sezon na ISOVER

27

/ Compliance Day

28

/ Co robi kontroler, kiedy nie kontroluje?

29



29

SPEŁNIAMY
MARZENIA

/ Domek pełen ciepła od Mistrzów Izolacji

31

/ Krzyżówka



”

Dyrektor sprzedaży nie jest handlowcem. Moim zadaniem jest budowanie efektywnego zespołu sprzedaży i długofalowej strategii rynkowej.

Anna Kozera: Dołączyłaś do zespołu ISOVER w 2007 roku, rozpoczynając swoją pracę w dziale finansów. W 2011 roku zostałaś Kierowniczką Działu Obsługi Klienta, a 2 lata później zaczęłaś tworzyć z sukcesem Dział Eksportu. Od września br. jesteś odpowiedzialna za rozwój sprzedaży. Jak się czujesz w nowej roli?

Ewelina Rajs: Wyznaję zasadę, że jeśli masz kompetentny zespół profesjonalistów ze sobą, to nie ma rzeczy niemożliwych. Zadania stojące przede mną są ambitne, emocjonujące, angażujące, ale na pewno możliwe do wdrożenia. Czuję się pewna i spokojna o realizację wyznaczonych celów, mając dobry zespół u mojego boku. Grunt to wyzwoić, to co najlepsze z ludzi wokół siebie tak, aby realizowali każde wyzwanie z pasją i zaangażowaniem.

A.K.: Wygrałaś program Young Talents i spędziłaś rok w delegaturze Saint-Gobain w Warszawie. Znasz Grupę, firmę i branżę doskonale. Znałaś ambicję i swobodę w podejmowaniu decyzji. Które z doświadczeń mogłabyś wskazać jako najbardziej rozwijające i przygotowujące do obecnych zadań?

E.R.: Nie jestem w stanie wskazać jednego konkretnego doświadczenia czy zadania, ponieważ w każdym, nawet na pierwszy rzut oka trudnym, staram się dostrzec pozytywne strony. Możliwość pracy na poziomie regionalnym Grupy umożliwiło lepsze zrozumienie działań centralnych, sposobu budowania długofalowej strategii i następnie jej konsekwentne wdrażanie uwzględniając zmieniające się dynamiczne otoczenie rynkowe. Zarządzenie zespołem Działu Obsługi Klienta oraz Eksportem okazało się niezwykle trudnym zadaniem, które połączyło dwie ważne umiejętności, a mianowicie budowanie

roli lidera oraz odkrywanie potrzeb rynkowych, codziennie poznawanie coraz lepiej perspektywy najważniejszej osoby i podmiotu w naszej firmie: Klienta.

A.K.: Zarządzasz jednocześnie eksportem i sprzedażą w kraju, co też jest nową konfiguracją w dotychczasowej organizacji ISOVER. Na jakich rynkach skoncentrujesz się w najbliższych miesiącach?

E.R.: Nie będę tu odkrywca (śmiech). Głównie będę koncentrować się na rynku krajowym i rozwoju sprzedaży inwestycyjnej. Wzmocnienie rozwoju aplikacji, takich jak fasady wentylowane, ściany działowe czy garaże przemysłowe jest kluczowe dla budowy silnej pozycji wełny szklanej na dużych projektach. ISOVER ma w swoim portfolio produktowym konkretne rozwiązania, nad których rozwojem, razem z całym zespołem Sprzedaży i Marketingu, będziemy się skupiać w najbliższych latach.

A.K.: Rok 2018 będzie jubileuszowy – 25-lecie działalności ISOVER w Polsce. Jaki będzie w sprzedaży? Przewidujesz ewolucję dotychczasowej strategii czy powinniśmy spodziewać się raczej rewolucji?

E.R.: To zależy od osoby i percepcji. Dla niektórych zmiany, które się dzieją są ewolucyjne, dla innych te same działania to rewolucja. Są rzeczy, które trzeba zmienić, ale są też takie, które należy kontynuować i pielęgnować. Nie interesuje mnie zmiana dla samej istoty zmiany. Na pewno będzie rozwój ukierunkowany na większą skuteczność działań. Zależy mi, żeby być solidnym, skutecznym w działaniu oraz rzetelnym i wspierającym partnerem dla naszych Klientów.

A.K.: Zaplanowane na 2021 rok zmiany dotyczące wymagań izolacyjności termicznej

w Warunkach Technicznych jednoznacznie wyznaczają kierunek na budowanie budynków efektywnych energetycznie. Ostatnie dane GUS pokazują dwucyfrowe ożywienie rynku budowlanego w tym roku. Ta dobra koniunktura w nowym budownictwie jest dodatkowo wzmacniana przez rynek renowacji. Czy uważasz, że ta tendencja się utrzyma?

E.R.: W Europie około połowa obecnie użytkowanych budynków mieszkalnych została wybudowana przed latami 70-tymi, czyli okresem wejścia w życie pierwszych regulacji w zakresie ociepleń budynków. Na terenie Polski większość zamieszkałych budynków powstała w latach powojennych, a przed latami 90. Znaczące zmiany w zakresie oszczędności energii cieplnej w budownictwie datowana jest na lata 80. Mając na uwadze te dane, potencjał poprawy efektywności energetycznej znajduje się w już istniejących budynkach. Renowacja energetyczna powinna ulec znacznemu przyspieszeniu. Chciałabym podkreślić, że proces budowy to już nie tylko spełnianie wymogów izolacji termicznej, ale również ekologia budowy. Wszelkie odpady powinny być przetworzone. Ochrona środowiska jest widoczna w procesie produkcji wełny szklanej produktów ISOVER, gdzie wykorzystujemy w przeważającej części stłuczkę szklaną. W tym przypadku ważna jest świadomość, którą staramy się rozwijać jako ISOVER.

A.K.: ISOVER jest liderem innowacji, zarówno jeśli chodzi o rozwój produktów, jak i działania wpływające na rozwój rynku. Jaką rolę, Twoim zdaniem, powinien pełnić regionalny doradca techniczny?

E.R.: Dla mnie osobą, która jest pierwszym i najważniejszym źródłem informacji rynkowej jest Klient oraz właśnie nasz



doradca techniczny, który jest w stałym, bezpośrednim kontakcie z wykonawcami i dystrybutorami. Doradca Techniczny ISOVER to osoba, która jest menadżerem swojego regionu. Zajmuje się wsparciem technicznym i handlowym Klienta, ale także wykonuje funkcję doradczą, jak sama nazwa stanowiska wskazuje. Stąd, to on powinien jako pierwszy z naszej organizacji wyczuwać sygnały z rynku kierunku bieżącej działalności rynkowej naszej firmy.

A.K.: Wiarygodność jest tą cechą, która nas wyróżnia. Coraz częściej Klienci sięgają po sprawdzone rozwiązania, a nie takie, które mają najniższą cenę. Jednocześnie wzrasta liczba produktów, a ich jakość nie zawsze odpowiada deklarowanym wartościom lub milczeniem pomijane są niewygodne kwestie, np. dotyczące łatwości. Jak dbamy o jakość naszych produktów?

E.R.: Wiarygodność rzeczywiście nas wyróżnia. ISOVER nigdy nie dostarczał Klientom produktów o parametrach gorszych od deklarowanych, a wręcz istnieje

duże prawdopodobieństwo, że będą one lepsze. Wyniki badań produktów ISOVER można szybko sprawdzić na stronie Głównego Urzędu Nadzoru Budowlanego. To jest zaufanie do marki, której rzetelność tworzą ludzie. Dla mnie ISOVER to nie jest tylko wysoka jakość naszych produktów, ale cały szereg rozwiązań, jak pełny serwis, obsługa logistyczna, programy lojalnościowe, szkolenia i wiele innych działań, które oferujemy naszym Klientom.

A.K.: Jako menadżer eksportu powiedziałaś kiedyś, że „Zarządzanie ludźmi, budowanie ducha zespołu to bardzo trudne, a zarazem dające największą satysfakcję zadanie.” Jakie cechy powinien mieć Twoim zdaniem lider efektywnego i lubiącego się zespołu?

E.R.: Ludzie zawsze byli i będą największą wartością firmy, ale i największym wyzwaniem. W postawionym pytaniu użyłabym raczej określenia „wspierającego się” zamiast „lubiącego” zespołu. Ideą jest, by mieć tak zbudowany zespół, który będzie składał się z różnorodnych ludzi, aby wzajemnie się uzupełniali, ale też inspirowali, motywowali i rozwijali. Dla mnie najważniejszą cechą lidera jest umiejętność komunikacji i budowania takiego zespołu, który stanowi jedno „ciało” złożone z różnych elementów wzajemnie na siebie oddziaływających i mających jeden wspólny nadrzędny cel.

A.K.: Twierdzisz, że można przy Tobie głosić niepopularne opinie i wyrażać odmienne zdanie. Dyskusję na argumenty cenisz, bo chcesz znać zdanie innych osób. W którym momencie negowanie rzeczywistości może stać się kłopotliwe, traci dla Ciebie sens?

E.R.: Każdy problem ma jakieś rozwiązanie. Jeżeli ktoś mówi wyłącznie przez pryzmat problemu, a nie jego rozwiązania, to mnie to niepokoi. Takie podejście oznacza dla mnie, że nie jest nastawiony na to, żeby wyjść z sytuacji, dokonać zmiany stanu rzeczy, ale koncentruje się na tym, żeby kwestionować wszystko, co jest dookoła. Wyznaję taką zasadę, że każdy dobry pomysł, nawet najbardziej abstrakcyjny, jest możliwy do zrealizowania, tylko kwestią jest odpowiednie przygotowanie. Cenię ludzi, którzy przychodzą z inicjatywą. Szukaniem i znajdowaniem rozwiązań powinien zajmować się zespół, nie tylko sam przełożony. Jako lider wolę poświęcić więcej czasu dla ludzi po to, żeby

oni mieli umiejętności, które pozwolą im właśnie tak działać.

A.K.: Jak lubisz spędzać wolny czas, wypoczywać? Co jest Twoim „wentylem” bezpieczeństwa, ucieczki od codziennego pośpiechu?

E.R.: Podróże. Uwielbiam Afrykę, a dokładnie jej wschodnią część – Kenię, Tanzanię, Madagaskar... Okolice Oceanu Indyjskiego to miejsce, gdzie mogłabym spędzać każdą wolną chwilę. Lubię poznawać nowych ludzi i miejsce dookoła, dotąd nie zdarzyło mi się, by prywatnie podróżować drugi raz w to samo miejsce. Z każdej takiej podróży wracam z głową pełną inspiracji (śmiech).

A.K.: Potrafisz w ogóle się odciąć? Wyłączyć komórkę i być na urlopie totalnie poza zasięgiem?

E.R.: „Totalne odcięcie” to byłoby za mocno powiedziane. Będąc jeszcze menadżerem eksportu, podczas ostatnich letnich wakacji potrafiłam „odciąć” myśli. Była to zasługa mojego zespołu, od którego otrzymuję niesamowite wsparcie każdego dnia, mam do nich zaufanie, wiem, że zawsze sobie poradzą.



Dział Obsługi Klienta ISOVER, 2015 r.

Moment, kiedy zespół stawia efektywnie, samodzielnie czoła największym wyzwaniom przynosi mi największą satysfakcję. Coś, co mnie wzrusza i budzi najgłębsze emocje to poczucie, że praca i czas włożony w rozwój ludzi procentuje. Widzisz wtedy najcenniejsze efekty własnej pracy jako menadżera.

Rozmawiała:

Anna Kozera

Anna.Kozera@saint-gobain.com



Obietnice marki ISOVER Wyniki badań kampanii reklamowej

Nasza marka jest fundamentem, solidną podstawą, na której zbudowana jest strategia rynkowa ISOVER. Z pewnością nie byłibyśmy tu, gdzie jesteśmy i nie zbudowalibyśmy tak silnej pozycji rynkowej bez wysokiej jakości oferty, zaangażowania naszych zespołów i świetnej współpracy z partnerami handlowymi. Ale warto zaznaczyć, jak istotnym elementem naszej strategii jest siła marki i konsekwencja w budowie jej wizerunku.

W tym roku przeprowadziliśmy szerokoasięgową kampanię reklamową marki ISOVER pod hasłem „Dom pełen ciepła”. Z tej okazji przeprowadziliśmy dogłębne badania znajomości i wizerunku naszej marki na tle konkurencji. Co do znajomości marki, zarówno spontanicznej, jak i wspomaganej, kolejny raz potwierdziliśmy doskonały wynik. ISOVER to jedna z najlepiej rozpoznawalnych marek wśród producentów materiałów budowlanych w Polsce. Wizerunek ISOVER jest bardziej zróżnicowany niż nam się pierwotnie wydawało.

Na uwagę zwraca fakt, że ISOVER jest postrzegany jako marka godna zaufania, niezawodna i tworzona przez ekspertów, co zdecydowanie wyróżnia nas na tle konkurencji.

Warto podkreślić, że sama kampania przyniosła nadszpiegowane efekty. Wypadliśmy zdecydowanie lepiej niż benchmarki naszej agencji Publicis Media z ostatnich lat. 76% respondentów uznało naszą reklamę za zrozumiałą i wiarygodną, a 70%, że nasze produkty są atrakcyjne, a sama reklama zachęca do ich zakupu (średni wynik tego czynnika w Polsce to 51%). Co ciekawe, opinie respondentów, którzy mieli kontakt z naszą reklamą są wyraźnie lepsze niż tych bez kontaktu, zwłaszcza w pozycjach „poleciłbym tę markę znajomym” czy „produkty tej marki są warte swojej ceny”.

Te wyniki napawają nas radością, dlatego z optymizmem patrzymy w przyszłość, kreując realną wizję rozwoju i przywództwa rynkowego ISOVER w kolejnych latach.

W tym roku obchodzimy 80-lecie marki ISOVER na świecie, a w przyszłym 25-lecie ISOVER w Polsce. Skorzystaliśmy z okazji, aby zdefiniować naszą propozycję wartości, które oferujemy Klientom i zdefiniowaliśmy 3 obietnice naszej marki, a dla każdej z nich zdefiniowaliśmy po 4 powody, by w nie wierzyć. (ang. Reasons to Believe):

Prosty, jasny i klarowny przekaz, który syntetyzuje wartości jakie oferuje marka ISOVER.



Nasze rozwiązania poprawiają Twój komfort – przede wszystkim komfort termiczny i akustyczny przebywania w budynkach, ale również komfort instalacji naszych rozwiązań, ich trwałości i komfort wynikający z poczucia dobrze zainwestowanych środków, dzięki oszczędności energii i ochronie środowiska, jakie gwarantują nasze rozwiązania.

Dzięki zaangażowaniu naszego zespołu możesz działać sprawnie i skutecznie. Dbamy o stosowanie najnowocześniejszych technologii, wykorzystujemy najlepszą wiedzę i doświadczenie naszych ekspertów. Komunikujemy się jasno i otwarcie oraz działamy odpowiedzialnie, zgodnie z naszymi wartościami.

Oferujemy Ci dobór właściwych rozwiązań dla Twoich projektów, zgodnie z Twoimi potrzebami. Mamy szeroką, innowacyjną i multimateriałową ofertę w zakresie izolacji, więc możemy zaproponować Ci rozwiązanie, którego oczekujesz.

Oczywiście poza racjonalnymi korzyściami ze stosowania produktów naszej marki, niemniej istotne są emocje jakie ona wywołuje. To na emocjach oparta jest więź, która jest fundamentem do zbudowania zaufania, tak deficytowego w dzisiejszym świecie.

OBIETNICA NR 1

Dbamy o Twój komfort

- Komfort termiczny i akustyczny
- Oszczędność energii
- Zdrowie, bezpieczeństwo i komfort użytkowników
- Trwałe, zrównoważone rozwiązania

OBIETNICA NR 2

Możesz liczyć na nasz zespół

- Zaangażowanie
- Wiedza i doświadczenie
- Długotrwałe relacje
- Odpowiedzialne zachowanie

OBIETNICA NR 3

Nasze rozwiązania odpowiadają Twoim potrzebom

- Niezawodne i innowacyjne rozwiązania
- Szeroka gama rozwiązań
- Multimateriałowa oferta
- Produkcja lokalna/ marka światowa

”

„Naszym celem jest być rozpoznawalnym przez wszystkich naszych Klientów jako innowacyjny, światowy lider zrównoważonych rozwiązań izolacyjnych, poprawiających jakość życia i dobrostanu w budynkach”



Claude-Alain Tardy

Prezydent Aktywności
Gips, Sufity, Izolacje

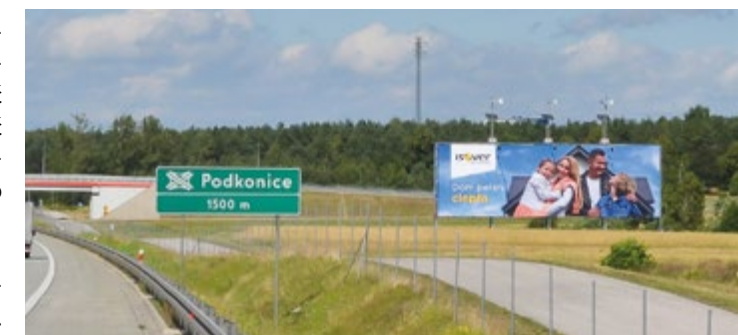
Rośnie grono Klientów rekomendujących nasze produkty, zwłaszcza wśród wykonawców. W tegorocznym badaniu wskaźnika rekomendacji (tzw. NPS - Net Promoter Score) wśród uczestników programu „Mistrzowie Izolacji”, osiągnęliśmy wyśmienity wynik +78, co oznacza, że 8 na 10 wykonawców, którzy mają doświadczenie ze współpracy z naszą firmą i stosowania naszych produktów, chętnie poleciłoby je znajomym. Wynik NPS wśród dystrybutorów jest niestety o wiele słabszy, ale to nas motywuje do większych wysiłków, aby wykorzystać ten potencjał.

Zgodnie z wizją marki ISOVER, będziemy konsekwentnie realizować naszą strategię rynkową, dbając o naszych Klientów i

dotrzymując obietnic. Nadal będziemy szukać wyróżnienia, wprowadzać innowacje, podejmować ryzyko, działając zespołowo, nieszablonowo i skutecznie.

Zaufanie do naszej marki nie jest przypadkowe. To efekt wielu lat działań budujących naszą wiarygodność i wartość rynkową. To wyróżnik i wielka siła, ale też zobowiązanie i odpowiedzialność, bo zaufanie buduje się latami, a stracić je można bardzo szybko.

Doświadczenie zbudowane na bazie przeszłości, pozwala śmiało i odważnie



patrzeć w przyszłość. I na niej się skupmy. Życzymy sobie jak największych sukcesów rynkowych w 2018 roku.

Benedykt Kordula

Benedykt.Kordula
@saint-gobain.com



Dom pełen ciepła

KOMFORTOWY I ENERGOOSZCZĘDNY



Do zrównoważonego budownictwa potrzebne są zrównoważone produkty

Rozmowa z Albertem Bienieckim, Dyrektorem Fabryki ISOVER nt. zrównoważonej produkcji

Anna Gil: Myślę, że można śmiało powiedzieć, że dzisiaj staramy się żyć coraz bardziej świadomie. Oznacza to, że bardzo dużą wagę przywiązujemy do jedzenia, zdrowia, naszej aktywności fizycznej, wyboru drogi zawodowej, dbania o rodzinę czy środowisko. Również w zakresie naszych wyborów konsumenckich sporo się zmienia. Chcemy coraz więcej wiedzieć, zadajemy dużo pytań, potrafimy z czegoś zrezygnować albo dłużej na coś poczekać. W naszym życiu często pojawiają się istotne dla wielu z nas oceny czy stwierdzenia, że coś jest zielone, ekologiczne, eko itp. W kontekście budownictwa od lat mówi się o budownictwie zrównoważonym. Czym ono jest dla ISOVER?

Albert Bieniecki: Pod pojęciem budownictwa, czy też po prostu budynku zrównoważonego, rozumiemy budynek energooszczędny, komfortowy i stworzony z poszanowaniem środowiska naturalnego. Uważamy, że ISOVER ma do odegrania bardzo ważną rolę w tworzeniu właśnie takich budynków, oferując klientom produkty i rozwiązania budujące komfort i energooszczędność. Te dwa aspekty są chyba najszybciej i najłatwiej rozumiane przez klientów. Nieco trudniejszym jest uświadomienie sobie wpływu na środowisko.

A.G.: No tak, wszyscy wiedzą, że izolacja ISOVER wykorzystana do budowy domu przynosi jego użytkownikowi szereg korzyści. Myślę, że jeśli chodzi o ochronę środowiska, to i z tym nie jest tak źle. Ostatnio coraz więcej mówi się o smogu (i niestety czuje) i jego wpływie na nasze zdrowie oraz środowisko. Dlaczego więc uważasz, że zrozumienie tego tematu jest trudniejsze?

A.B.: Bo ja to mówię z punktu widzenia Dyrektora Fabryki (śmiech!). Klienci

widzą korzyści z punktu widzenia gotowego produktu. Ja nasze produkty widzę od pobrania surowców, przez proces produkcyjny, magazynowanie, do momentu, kiedy opuszcza on naszą fabrykę. O tej części życia produktu zwykle klient nie myśli.

A.G.: Oczywiście, że klient o tym nie myśli, bo o tym nie wie. O czym zatem wiedzieć powinniśmy?

A.B.: Zanim klient otrzyma gotowy produkt podejmowanych jest szereg decyzji i działań. Na każdym wspomnianym przeze mnie etapie (dostawa surowców, proces produkcyjny, magazynowanie, transport) można działać minimalizując wpływ na środowisko, bądź nie.

Żeby Ci to uświadomić posłużę się kilkoma przykładami działań podejmowanych przez ISOVER:

SUROWCE – Jak wszyscy wiedzą nasza wełna powstaje z surowców mineralnych, powszechnie występujących w przyrodzie, które trzeba wydobyć, oczyścić i przetransportować. Część tych naturalnych surowców występuje w formie węglanów, które w procesie topienia emitują CO₂. Aby zmniejszyć zużycie tych surowców, do produkcji wełny szklanej, w znaczącej części (nawet ponad 70%) wykorzystujemy stłuczkę szklaną z recyklingu. Warto zauważyć, że dodatkowym zyskiem środowiskowym wynikającym z takiego działania jest to, że stłuczka użyta w procesie, która topi się w niższej temperaturze niż surowce naturalne, jak np. piasek czy dolomit, przyczynia się do redukcji zużycia energii i emisji CO₂. Pracujemy również nad tym, jak wykorzystać recykling przy produkcji wełny skalnej. W przyszłym roku spodziewamy się pierwszych efektów tej pracy. Staramy się też korzystać z lokalnych dostawców, zdając sobie sprawę

z tego, że odległość, na którą transportujemy surowce do naszej fabryki nie jest bez znaczenia dla zużycia paliw i środowiska.

PRODUKCJA – ten proces jest najbardziej skomplikowany i tutaj jest też największe pole do wielu usprawnień. Każdy proces produkcyjny wymaga energii, szczególnie procesy topienia i przetwarzania surowców skalnych. Nasz zakład wykorzystuje praktycznie wszystkie przemysłowe źródła energii: gaz, prąd elektryczny, koks i tlen, których zużycie można i trzeba redukować. Oczywiście stale pracujemy nad poprawą efektywności energetycznej prowadzonych procesów. Wprowadzone przez nas w ciągu ostatnich dwóch lat zmiany (tzw. zimne rozwłóknianie): nowy piec z rekuperacją ciepła ze spalin, wykorzystywanie ciepła odpadowego do chłodzenia i ogrzewania naszych budynków, pozwoliły nam na znaczne obniżenie zapotrzebowania na energię. W procesie produkcyjnym wykorzystujemy wodę, która krąży w obiegu zamkniętym. Pozwala to na znaczne zmniejszenie poboru wody świeżej, jak również praktycznie eliminuje ścieki przemysłowe odprowadzane do środowiska. Możemy się również pochwalić tym, że jeśli chodzi o ochronę powietrza też mamy spore osiągnięcia. Zakład od dawna wyposażony jest w systemy redukcji emisji zanieczyszczeń, których zawartość jest stale przez nas monitorowana i utrzymywana na minimalnym poziomie.

Nie można zapominać o tym, że w procesie produkcyjnym stosujemy rozwiązania pozwalające na zwracanie odpadów wełnianych (np. z formowania produktu) wprost do formowania produktu lub do procesu formowania,



czyli na początek produkcji. Dzięki temu wełna odpadowa jest w pełni wykorzystana i nie trafia na składowisko odpadów.

MAGAZYNOWANIE I TRANSPORT: Istotną cechą naszej produkcji i produktu gotowego jest możliwość kompresji (nawet 7:1), jak również pakowanie i wykorzystywanie palet dostosowanych do wymiarów transportowych samochodów dostawczych. Taki sposób pakowania produktów wpływa na minimalizację zużycia folii opakowaniowej, jak również umożliwia najbardziej efektywny transport na terenie fabryki, do klienta, czy na plac budowy.

A.G.: Jestem pod wrażeniem, rzeczywiście dużo się dzieje.

A.B.: To fakt, a wymieniłem tylko przykłady. Poszanowanie środowiska jest

istotnym elementem kultury ISOVER. Jak wspomniałaś, w ostatnich latach ludzie w Polsce starają się być „EKO”. My staramy się od samego początku. Jak wiesz już w 2007 roku, jako pierwszy producent wyrobów budowlanych w Polsce, uzyskaliśmy deklarację środowiskową. Jest to dokument wystawiony przez producenta wyrobu lub grupy wyrobów, w którym na podstawie gromadzonych przez siebie danych wytwórca przedstawia w sposób liczbowy, jak jego wyroby wpływają na środowisko w całym ich cyklu życia. Za zawartość deklaracji odpowiedzialność bierze jej wystawca. W celu potwierdzenia rzetelności przedstawionych danych, zawartość deklaracji może podlegać weryfikacji przez niezależnych ekspertów. W naszym przypadku ekspertem tym był Instytut Techniki Budowlanej. Od lat również funkcjonuje u nas system zarządzania środowiskowego, po-

twierdzony otrzymaniem Certyfikatu ISO 14001.

A.G.: Dziękuję pięknie za rozmowę. Teraz już wszyscy wiemy, dlaczego na opakowaniach naszej wełny wykorzystujemy zielony kolor.

Wierzę też, że to nie jest ostatnie słowo ISOVER. Myślę, że jeszcze nie raz będę mogła Cię zaprosić do pochwalenia się naszym pro-środowiskowym podejściem.

A.B.: Ja również dziękuję. I pamiętaj, do zrównoważonego budownictwa potrzebne są zrównoważone produkty. Produkty ISOVER!

Rozmawiała:

Anna Gil

Anna.Gil@saint-gobain.com



11



ISOVER w BIM i na portalu Archispace.pl

BIM - modelowanie informacji o budynku (ang. Building Information Modelling) staje się coraz ważniejszym aspektem w prowadzeniu i realizacji projektów budowlanych. Aby wspierać ten proces, ISOVER stworzył pierwsze modele BIM ze swoimi rozwiązaniami.

Od 1 września ISOVER posiada swój profil na portalu ARCHISPACE, który jest dedykowany architektom, projektantom i producentom. Na profilu zostały udostępnione biblioteki do projektowania w AUTODESK®REVIT, a mianowicie biblioteka materiałów ISOVER oraz biblioteka rozwiązań ścian działowych, fasady wentylowanej i ściany zewnętrznej izolowanej metodą lekką mokrą (ETICS) z izolacją termiczną oraz akustyczną z wełny mineralnej ISOVER.

W bibliotece materiałów znajdują się produkty z aktualnej oferty ISOVER, tj. wełna mineralna dedykowana do izolacji termicznej i akustycznej w budownictwie, HVAC oraz przemyśle, jak również membrany i folie. W bibliotece ścian działowych znaj-

dują się rozwiązania ścian działowych z izolacją akustyczną z wełny mineralnej ISOVER oraz rozwiązania systemowe ISOVER-RIGIPS zawarte w publikacji AKU-MATRIX. W bibliotekach ścian zewnętrznych znajdują się rozwiązania fasady wentylowanej z izolacją termiczną z wełny mineralnej ISOVER między innymi zawarte w Aprobacie Technicznej ITB Zestaw wyrobów do wykonywania wentylowanych okładzin elewacyjnych ISOVER-EQUITONE oraz rozwiązania ściany zewnętrznej izolowanej termicznie wełną mineralną ISOVER metodą lekką mokrą (ETICS).

W przygotowaniu są kolejne biblioteki rozwiązań ISOVER do projektowania w AUTODESK®REVIT, m. in. dachów skośnych, dachów płaskich i podtóg, które jeszcze w tym roku zostaną udostępnione projektantom na portalu www.archispace.pl.

Justyna Wieczorek

Justyna.Wieczorek
@saint-gobain.com



ARCHISPACE - wirtualna platforma z produktami różnych producentów.

- Udostępnia m.in. modele trójwymiarowe, rysunki CAD, rysunki detali rozwiązań konstrukcyjnych, a także informacje techniczne, opisy i zdjęcia.
- Umożliwia producentom komunikację z projektantami między innymi poprzez narzędzia do wysyłania wiadomości (e-mailing) oraz bezpośredni kontakt na wielu wydarzeniach organizowanych dla architektów i projektantów branżowych.



Szkolenie ISOVER dla kierowników budów i inspektorów nadzoru

W dniach od 11 do 14 października gościliśmy w Centrum Szkoleniowym ISOVER w Gliwicach 24 uczestników szkolenia adresowanego do osób związanych z budową, kontrolą oraz projektowaniem domów wykonanych w technologii drewnianej.

Szkolenie zorganizowane z inicjatywy Centrum Budownictwa Drewnianego oraz Stowarzyszenia Dom Drewniany przy udziale ISOVER pozwoliło uczestnikom uzyskać odpowiedzi na ważne pytania z zakresu całościowego procesu budowy domów drewnianych z uwzględnieniem szczelności, izolacyjności, bezpieczeństwa pożarowego, akustyki, a także wielu innych zagadnień.

Głównym wykładowcą był Pan Wojciech Nitka, autorytet w dziedzinie budownictwa drewnianego, prezes Stowarzyszenia Dom Drewniany oraz zaproszeni goście. Szkolenie obejmowało praktykę między innymi z montażu wełny Super-Mata Plus w szkielecie drewnianym oraz systemu inteligentnej paroizolacji o zmiennym oporze dyfuzyjnym ISOVER Vario® z wykonaniem badania szczelności budynku.

Uczestnicy szkolenia mogli także zobaczyć inwestycje długoletniego partnera ISOVER, firmy DrewDom-Mętel, które zachwycały standardem nowoczes-



go wykończenia, podporządkowanego energooszczędności oraz funkcjonalności, również dzięki stosowanej do izolacji budynku wełnie mineralnej szklanej ISOVER. Szkolenie było bardzo udane a nasi partnerzy, tacy jak Brawo Domy Pasywne, nie omieszkali pochwalić się uzyskanymi świadectwami dla swoich pracowników.

Sławomir Kocur
Slawomir.Kocur
@saint-gobain.com



ISOVER – od 25 lat dla polskiego budownictwa

Mając na uwadze przypadające na rok 2018 ćwierćwiecze obecności ISOVER (początkowo pod marką Gullfiber) na polskim rynku, przygotowaliśmy specjalny kalendarz ścienny.

W jubileuszowym kalendarzu ISOVER przedstawiamy wybrane obiekty, znane z krajobrazów polskich miast, których niewidocznym, ale jakże istotnym składnikiem są wełny szklane i skalne ISOVER. Część z nich to budynki, w których wełny ISOVER zaistniały już na etapie projektu, a po wzniesieniu będą służyć jeszcze wiele nadchodzących lat. W innych nasze rozwiązania były elementem renowacji, pozwalającej zachować to, co najbardziej wartościowe, a jednocześnie znacznie poprawić parametry użytkowe. Nie pominęliśmy budynków wzniesionych w standar-

dzie Saint-Gobain MULTICOMFORT, dostępnym również dla inwestorów indywidualnych.

Jesteśmy dumni z tysięcy wybudowanych i zmodernizowanych w ostatnim ćwierćwieczu domów mieszkalnych jedno- i wielorodzinnych, biur, hoteli, szpitali, szkół i obiektów sportowych, w których komfort cieplny, akustyczny i efektywność zapewniają nasze izolacje, doceniane przez inwestorów poszukujących najlepszych i trwałych rozwiązań.

Życzymy Państwu, aby kalendarz na 2018 rok był pełen owocnych spotkań, zrealizowanych planów i radośnych chwil.

Wojciech Lyszczyzna

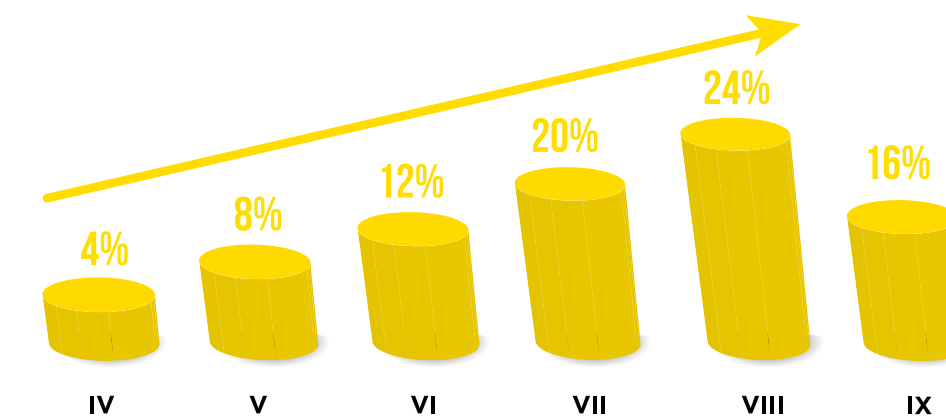
Wojciech.Lyszczyzna
@saint-gobain.com



Nastroje na rynku budowlanym

Produkcja budowlano-montażowa r/r (IV-IX 2017) na podstawie danych GUS

Od wielu miesięcy można zaobserwować dodatnią dynamikę liczby mieszkań, na które wydano pozwolenia. Największe wzrosty odnotowano na początku 2017 roku, jednakże nawet w kolejnych miesiącach dynamika wynosiła ponad 20% r/r. Ten długookresowy trend wzrostowy musiał w końcu przynieść ożywienie produkcyjne. Widać to po tegorocznych wynikach produkcji budowlano-montażowej, która od paru miesięcy jest dwucyfrowa. Ponadto po trzech kwartałach 2017 roku, mający największy wpływ na rynek budowlany inwestorzy indywidualni oraz deweloperzy odnotowali wzrosty w liczbie mieszkań oddanych do użytkowania względem poprzedniego roku. Dobra koniunktura w nowym budownictwie jest dodatkowo wzmacniana przez rynek renowacji. Blisko ¾ budynków



w Polsce istnieje dłużej niż 30 lat, stąd coraz większa potrzeba wymiany pokryć dachowych, remontu elewacji oraz termomodernizacji. Na rosnącym rynku naturalnie jednak pojawiają się problemy. W ostatnim czasie, do głównych barier rynku budowlanego przedsiębiorcy zaliczają koszty zatrudnienia oraz niedobór wykwalifikowanych pracowników.

W nadchodzący 2018 rok wchodzić będziemy z optymizmem, choć należy pamiętać, że każda hossa kiedyś się kończy.

Franciszek Kulaneck
Franciszek.Kulaneck
@saint-gobain.com



ROZMOWA Z...

Łukaszem i Tomaszem Gontarzami z firmy wykonawczej NOVEL-BUD



Na zdjęciu od lewej: Łukasz Gontarz, Jurii Soroka, Tomasz Gontarz, Marek Poremba, Bohdan Kozlovskyi



dowiedzieliśmy się o nowym alternatywnym rozwiązaniu do izolacji sufitów garaży ISOVER Stropmax 31. Okazało się ono na tyle łatwe i atrakcyjne, że postanowiliśmy spróbować i rozszerzyć działalność o izolację pomieszczeń technicznych przy użyciu nowej wełny ISOVER.

Rozmowa z pracownikami firmy wykonawczej NOVEL-BUD z Legionowa, w ramach pilotażowej izolacji sufitu garażu podziemnego systemem opartym o wełnę mineralną szklaną ISOVER Stropmax 31

Paweł Polak: Znajdujemy się na budowie 5-piętrowego budynku deweloperskiego wielorodzinnego z częścią usługową i garażem podziemnym w Poznaniu. Co Was skłoniło do prac izolacyjnych opartych na nowej, tzw. suchej technologii montażu przy użyciu ISOVER Stropmax 31? W jaki sposób dowiedzieliście się o tym przełomowym na rynku garaży i pomieszczeń technicznych rozwiązaniu?

Łukasz Gontarz: Za sprawą Marka Winiarka, naszego Kierownika, dostaliśmy zaproszenie do Centrum Szkoleniowego ISOVER w Gliwicach. Dotychczas pracowaliśmy głównie przy izolacji i montażu konstrukcji wsporczych oraz okładzin zewnętrznych dla fasad wentylowanych. Tam również korzystaliśmy z wełny ISOVER. Część z nas posiada także doświadczenie przy robotach typowo wykończeniowych. Na szkoleniu w Gliwicach

P.P.: W Poznaniu, podobnie jak w innych regionach naszego kraju, trwa boom budowlany, szczególnie widoczny w segmencie deweloperskim i usługowym. Powszechnie również wiadomo, że na rynku – w tym szczególnie wykonawstwa – brakuje rąk do pracy. Czy izolacja oparta o Stropmax 31 ułatwia i przyspiesza pracę? Czy to rozwiązanie jest atrakcyjne z punktu widzenia organizacji prac?

Ł.G.: Tak. Z uwagi na prostotę stosowania, brak ograniczeń i utrudnień spowodowanych pogodą – szczególnie w zimie, łączenie chemiczne wełny mineralnej do sufitu, a następnie jej tynkowanie stają się niepotrzebne. To radykalnie zmniejsza pracochłonność i przyspiesza czas realizacji inwestycji. Z tych powodów dany zakres robót możemy zrealizować dużo szybciej niż przy standardowych rozwiązaniach i przejść na następną budowę. Możemy też wykonać tę pracę w podobnym czasie, jak standardowe rozwiązania i pozwolić sobie na „przerzucenie” kilku chłopaków

na inną budowę prowadzoną równolegle. Do tego jest to czysta praca, więc nie narzekamy.

P.P.: Izolacja sufitów garaży to wielogodzinnie wyciągnięte w górę ręce wykonawcy. Stropmax 31 ma aż o 60% niższy ciężar własny niż standardowe rozwiązania. Czy to również jest istotne dla przebiegu prac i wydajności Waszych pracowników?

Tomasz Gontarz: Nawet przy tak lekkiej wełnie jest to męczące, więc niższa masa poszczególnych płyt jest bardzo istotnym i korzystnym czynnikiem. Częściowo to kwestia przyzwyczajenia, ale pomagamy sobie zamieniając się rolami na rusztowaniu. Cały proces wygląda tak, że jeden z nas rozpakuje, przygotowuje i podaje na rusztowanie gotowe płyty wełny mineralnej szklanej. Na rusztowaniu znajdują się dwie osoby, które się zmieniają. Jeden pracownik dociska płytę do wcześniej zamontowanych, a drugi kolega w wyznaczonych wcześniej punktach nawierca otwory w stropie i wkręca łączniki metalowe celem zamocowania izolacji do podłoża betonowego.

P.P.: Wspomniał Pan o wyznaczonych wcześniej punktach na izolacji. W jaki sposób to robicie?

T.G.: Korzystamy z przygotowanego przez ISOVER szablonu z wywierconymi otworami

i przed dostarczeniem na rusztowanie izolacji, zaznaczamy na jasnym welonie zbrojącym wełnę punkty odwiertu. Najczęściej wkrętem lub mazakiem.



P.P.: ISOVER Stropmax 31 to rozwiązanie przełomowe na rynku izolacji garaży i pomieszczeń technicznych. O ile montaż na prostych powierzchniach nie przysparza żadnych niejasności i dyskusji, to izolacja trudniejszych stropów, o załamanej strukturze, uskokach czy podciągach może budzić początkowe wątpliwości wykonawcze, co do techniki samej instalacji i obróbki detali. Jak radziliście sobie w sytuacjach nietypowych przy wykańczaniu detali i łączeniu poszczególnych płyt na załamaniach? Mówię tu o tzw. „grzybkach”, uskokach, podciągach, których na tym stropie jest nadzwyczaj dużo. Niezwykle rzadko zdarza się, aby struktura konstrukcji żelbetowej stropu była tak skomplikowana, jak na tej poznańskiej budowie. Na co należy zwrócić uwagę przed montażem?



T.G.: Na 24 godziny przed przystąpieniem do montażu izolacji na stropie, zostawiamy rozcięte paczki. Wełna swobodnie rozpręża się do swojej grubości, która później jest istotna na stropie. Należy zwrócić uwagę na równość i jakość podłoża sufitu. Jeśli są uskoki, to w zależności od wysokości uskoku, przed dostarczeniem izolacji na rusztowanie odmierzamy i wycinamy odpowiedni kąt na wełnie, zazwyczaj przy prostokątnościennych podciągach, grzybkach i uskokach jest to 45 stopni. Wycinamy tak zwane kliny nie przecinając wełny. Pomocny nam jest me-

talowy kątownik. Przy pierwszych metrach zdarzyło się, że ktoś z nas nieco nadciął welon, ale po ok. 10 podejściach doszliśmy do takiej wprawy i wycucia, że robimy to niemal z zamkniętymi oczami.



P.P.: Przy tego typu detalach oraz pasach brzegowych sufitów, wątpliwości może budzić kwestia zakończenia boków płyt Stropmax 31. W jaki sposób rozwiązujecie ten problem, w efekcie pokrywając je jasnym welonem szklanym?

T.G.: Z pełnych płyt Stropmax 31 odcinamy bez uszkodzenia welonu fragment wełny o szerokości równej grubości izolacji + 5 cm. 5 cm służy do zawinięcia welonu pod spód wełny – do powierzchni bez welonu. Wystarczy najprostszym wkrętem do gips-kartonu przyczepić naddatek welonu do dolnej powierzchni Stropmax 31. W ten sposób bez żadnego problemu i na wysokim poziomie estetycznym obrabiamy widoczne – na skutek różnych poziomów stropu – boki izolacji. Cały garaż jest wykończony jasnym zbrojącym welonem szklanym.

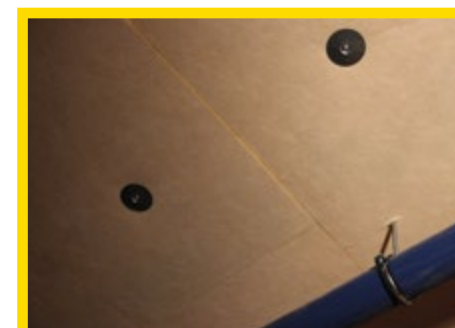


ROZWÓJ RYNKU



P.P.: W garażu, w którym jesteście zamontowane są wieszaki pod instalację. Jak podchodzić do izolacji stropu poprzezbijanego wcześniej „szpilkami”?

Ł.G.: Delikatnie i w sposób estetyczny nacinać wełnę w odpowiednim miejscu, tak by izolacja otuliła wcześniej zamontowaną szpilkę i się odpowiednio rozprężyła.



P.P.: Dziękuję Wam za poświęcony czas. Czy na bazie tych doświadczeń zamierzacie kontynuować pracę w technologii suchego montażu i przenieść umiejętności zdobyte tutaj na kolejną budowę?

Ł.G.: Oczywiście. Mogę zdradzić, że już mamy zaplanowane prace izolacyjne sufitów garaży na dwóch kolejnych budowlach. Szczególnie w nadchodzącym okresie, zimą jest to okazja dla nas do realizacji ciągłych i nieprzerwanych przez pogodę prac. Krótko mówiąc, bardzo sprawna i łatwa praca a efekt widoczny.

T.G.: Przy okazji, mamy też satysfakcję z tego, że zamontowana przez nas izolacja z punktu widzenia inwestora, daje największe i nieporównywalne z innymi dostępnymi rozwiązaniami korzyści termiczne i ekonomiczne.

Rozmawiał:
Paweł Polak
@saint-gobain.com



”

Wszystkie nasze produkty wpływają na efektywność energetyczną izolowanych powierzchni instalacji i urządzeń.

Rozmowa z Łukaszem Mędreckim, Kierownikiem Sprzedaży Izolacji Przemysłowych, w ramach 3. Międzynarodowych Targów Izolacji Przemysłowych 4Insulation w Krakowie.

Paweł Polak: Łukaszu, w 2014 roku przy okazji pierwszej edycji 4Insulation to Ty byłeś osobą, która inicjowała udział ISOVER w tym – ważnym dla całej branży izolacji przemysłowych – wydarzeniu. Jak z perspektywy trzeciej już edycji oceniasz imprezę i pozycję ISOVER na mapie izolacji przemysłowych w porównaniu do początków naszej obecności w tym środowisku?

Łukasz Mędrecki: Od 4 lat na poważnie zaczęliśmy się zajmować tym sektorem. Od samego początku staraliśmy się przekonywać tę branżę do świadomości, że ISOVER to nie tylko lider w izolacjach budowlanych, ale partner, który może zapewnić izolację w pełnym spektrum zastosowań. Tutaj też mam na myśli izolacje o specjalnych wymaganiach. Zorganizowaliśmy dwa panele dyskusyjne, zapraszając osoby z branży (projektanci, wykonawcy, środowiska naukowe), po to, aby spróbować zrozumieć ich potrzeby. To my wpadliśmy na pomysł zorganizowania targów izolacji przemysłowych. W początkowej fazie miały odbywać się na naszych terenach koło fabryki. Ubiegły nas 4Insulation, targi, na których spotyka się cała branża „izolerska”, i bardzo dobrze.

Rynek Przemysłowy jest bardzo hermetyczny. Wejście do środka i pozyskanie zaufania uczestników było bardzo trudne. Pamiętam pierwsze targi, gdzie zrobiliśmy niemałe zamieszanie prezentując nasze rozwiązania bazujące na wełnach z grupy ULTIMATE.

W tym roku odbyła się już trzecia edycja, która pokazała, że decyzje, jakie podjęliśmy kilka lat temu były słuszne. Realizujemy krok po kroku naszą strategię w tym sektorze i mogę z pełną świadomością stwierdzić, że jesteśmy już pełnoprawnym uczestnikiem tego rynku. Depczemy po piętach liderom tej branży.

P.P.: 4Insulation powiązane jest z Mistrzostwami Polski Monterów Izolacji Przemysłowych. Każda z wiodących firm wykonawczych w segmencie przemysłowym wystawia swoich zawodników, którzy rywalizują o wygraną i udział w majowych mistrzostwach Europy organizowanych w Niemczech – w Kolonii. Podczas zawodów monterzy mieli do dyspozycji wełny mineralne ISOVER. Jak to były produkty i dlaczego wybór padł akurat na nie?

Ł.M.: Chcieliśmy zaprezentować nasze nowe skalne maty siatkowe TECH Wired Mat produkowane w Gliwicach. Chcieliśmy, aby młodzi wykonawcy zobaczyli te produkty i przekonali się o ich jakości, ponieważ to oni będą z nimi pracować na co dzień.

Oczywiście cały czas promujemy ULTIMATE TECH Wired Mat w tym sektorze. Jest to produkt, którym w przyszłości będą izolowane urządzenia i instalacje przemysłowe. To wyróżnik w sektorze izolacji przemysłowych. Łączy w sobie znakomite parametry termiczne oraz odporność na wysoką temperaturę przy zachowaniu bardzo dobrych parametrów mechanicznych, tj. niskiej wagi, sprężystości, które przekładają się na jakość pracy. I to również chcieliśmy pokazać tym chłopakom. Cały czas pracujemy w ISOVER nad nowoczesnymi rozwiązaniami poprawiającymi warunki pracy wykonawców z produktem.

Wszystkie nasze produkty wpływają na efektywność energetyczną izolowanych powierzchni instalacji i urządzeń, co bezpośrednio przekłada się na mniejszą emisję CO₂ do atmosfery i wpływa korzystnie na ochronę środowiska, o czym należy pamiętać.



P.P.: Wspomniałeś Łukaszu o skalnych matach siatkowych. W kwietniu tego roku w Gliwicach otworzyliśmy linię do produkcji skalnych mat siatkowych przeznaczonych dla energetyki, petrochemii i przemysłu. Projekt otwarcia całej inwestycji wart był 30 milionów złotych. Jako, że spośród nas masz największy kontakt z bezpośrednimi Klientami i użytkownikami naszych izolacji, czy mógłbyś opowiedzieć, jak na rynku są odbierane gliwickie maty siatkowe?

Ł.M.: W II kwartale tego roku na polskim rynku pojawiły się nasze TECH Wired Maty. Od dłuższego czasu przygotowaliśmy Klientów na ich pojawienie się. Wszyscy więc czekali z niecierpliwością na ich produkcję i możliwość przekonania się o ich walorach.

Jakość produktu została przyjęta i określona jako bardzo dobra. Myślę, że należy

tutaj podziękować osobom pracującym na produkcji, w laboratorium i w innych działach gliwickiej fabryki. Wiele wspólnych godzin poświęcono na dopracowywanie parametrów produktu. Mogę powiedzieć dzisiaj, że odnieśliśmy sukces. Parametry termiczne oraz mechaniczne tego produktu na rynku zostały odebrane jako bardzo dobre. Świadczą o tym nasze realizacje bazujące na skalnych matach siatkowych, w tym np. EC OPOLE, EC JAWORZNO, EC POMORZANY, EC TURÓW, ORLEN PŁOCK, LOTOS GDAŃSK. To tylko kilka tych ważniejszych. Nasz produkt można porównać

do czekolady. Jeśli spróbujesz, nie możesz przestać jeść, a w tym przypadku nie możesz na nim już nie pracować.

P.P.: Wyniki potwierdzają Twoje słowa, więc nie pozostaje nic innego jak tylko pogratulować i życzyć sobie podobnej rozmowy za kolejne 3 lata. Łukaszu, dziękuję za rozmowę.

Rozmawiał:
Paweł Polak
Paweł.Polak
@saint-gobain.com



Dzień otwarty w domu MULTICOMFORTOWYM

Kontynuując tradycję prezentacji najciekawszych realizacji w programie MULTICOMFORT Saint-Gobain, tym razem zaprosiliśmy gości oraz internautów na Śląsk. Po inwestycjach w Gdańsku, Stawigudzie i Starych Babicach przyszedł czas na premierę nowoczesnego domu w Chorzowie, wybudowanego przez naszego partnera w programie – firmę EcoReadyHouse.

Zaprezentowany dom wyznacza najwyższy poziom realizacji obiektów. Przyczyniły się do tego wszystkie produkty Saint-Gobain, w tym wełna ISOVER. Wysoki standard jest niezwykle ważny. Większość z nas nie zdaje sobie sprawy z faktu, że blisko 90% czasu przebywamy w budynkach. Dobra jakość powietrza, optymalne nasłonecznienie, komfort ciszy i ciepła, a także ochrona przed hałasem są czynnikami, które pomagają odpoczywać, efektywniej pracować, a co za tym idzie zapewniają nam dobre samopoczucie i większe zadowolenie.

Każdy etap realizacji – od momentu opracowywania projektu aż po testy wykonawcze, np. test szczelności, był podporządkowany wymaganiom najwyższego standardu Saint-Gobain. Dom zamieszkały przez sześcioposobową rodzinę (2+4) wybudowany jest w technologii ciężkiego szkieletu prefabrykowanego, co pozwoliło na szybki czas budowy oraz wysoki reżim technologiczny. Specjalnie dobrane materiały i rozwiązania Saint-Gobain zagwarantowały izolacyjność cieplną i akustyczną, a także dobrą jakość powietrza czy optymalne doświetlenie.

Ogromne znaczenie dla zagwarantowania komfortu mają zastosowane nowoczesne materiały budowlane. Izolacje ISOVER mają wielowymiarowy wpływ. Ściany zewnętrzne w technologii fasady

wentylowanej zaizolowane zostały wełną Multimax 30, w dachu natomiast zainstalowano grube warstwy Profit-Maty, a w podłogach znajduje się Stropoterm. Tym samym cała koperta budynku została pokryta ciepłym płaszczem. Tylko wtedy zastosowanie nowoczesnych źródeł energii ma sens – zimą jest ciepło, a latem unikamy przegrzewania domu. Nasze materiały pozwoliły nie tylko na uzyskanie wysokiego poziomu energooszczędności, ale także najwyższy komfort akustyczny, zaś folie i membrany, np. membrana paroizolacyjna o zmiennym oporze dyfuzyjnym Vario®, zapewniła szczelność, bezpieczeństwo i trwałość dla drewnianej konstrukcji domu. Z kolei kontrola projektu architektonicznego oraz prac budowlanych zapewniła inwestorom spokój, a finalnie również certyfikat MULTICOMFORT, czyli znak jakości.

Dom certyfikowany

We wrześniu w wybudowanym z prefabrykatów w szkielecie drewnianym domu H5 w Chorzowie pomyślnie zakończono proces certyfikacji na zgodność ze standardem MULTICOMFORT Saint-Gobain. Oznacza to, że w budynku opomiarowane i potwierdzone zostały wszystkie parametry standardu przekładające się w codziennym użytkowaniu na komforty termiczny, akustyczny,

wizualny i dobrej jakości powietrza. Tym samym budynek dołączył do rosnącego grona domów certyfikowanych przez Saint-Gobain i Krajową Agencję Poszanowania Energii.

Dom zeroenergetyczny

Cechą szczególną chorzowskiej inwestycji jest zastosowanie odnawialnych źródeł energii, jakimi są panele fotowoltaiczne, które generują zyski rzędu 8 kWp. Ekologicznie i bezkosztowo wytworzona energia pozwala zaspokoić potrzeby sześcioposobowej rodziny. Dodatkowo w domu funkcjonuje instalacja do oczyszczania i ponownej dystrybu-



cji szarej wody, którą właściciele wykorzystują do spłukiwania toalet oraz nawadniania ogrodu. W ten sposób zostało ograniczone zużycie wody pitnej. Nowoczesne instalacje mają wtedy sens, gdy od samego początku, czyli od etapu projektowania domu, uwzględnia się jego miejsce, bryłę, ekspozycję na słońce, a do tego odpowiednio zaizolowane przegrody, drzwi, przeszklenia.

Dom otwarty

Uczestnicy spotkania mieli okazję zobaczyć dom w pełnej okazałości. O decyzjach projektowych opowiedział architekt EcoReadyHouse, Łukasz Traczyk, a także sama inwestorka. Przedstawiciele Saint-Gobain – Piotr Dąbkowski i Sławomir Kocur, wyjaśnili szczegóły zastosowanych technologii. Za pośrednictwem transmisji na żywo udostępnionej w serwisie YouTube spacer po domu mogą odbyć również internauci. Podczas transmisji realizowanej na żywo eksperci Saint-Gobain zaprezentowali wnętrza domu, zastosowane rozwiązania, ale również najnowsze technologie – już dostępne, by jeszcze

Parametry Standardu MULTICOMFORT Saint-Gobain	Wymagania	Chorzów, województwo Śląskie
Wskaźnik rocznego zapotrzebowania na energię użytkową (ogrzewanie i wentylacja) EU [kWh/m²/rok]	max 15 kWh /m²/rok	13,3
Wskaźnik rocznego zapotrzebowania na energię końcową (ogrzewanie i wentylacja + ciepła woda) EK [kWh/m²/rok]	max 30 kWh/m²/rok	18,25
Zyski z odnawialnych źródeł energii np. Instalacji fotowoltaicznych [kWp]		8 kWp
Szczelność budynku [(n ₅₀ , h ⁻¹)]	0,6 (n ₅₀ , h ⁻¹)	0,52
Izolacyjność akustyczna przegród zewnętrznych R' _{A2} [dB]	Plus 3 dB względem aktualnych Warunków Technicznych	Plus 3 dB względem aktualnych Warunków Technicznych
Współczynnik oświetlenia dziennego, Daylight autonomy (DA) [Lux od 8:00 do 18:00]	60% - 300 Lux od 8:00 do 18:00	67%
Wentylacja – wymiana powietrza [m³/h/osobę]	30 m³/h/osobę	45 m³/h/osobę
Wilgotność względna powietrza [%]	35-60%	35-60%
Średnia zawartość CO ₂ w powietrzu [ppm]	≤ 600 ppm	≤ 600 ppm



bardziej poprawiać komfort domowników.

Już dzisiaj zapraszam Państwa do obejrzenia filmu zamieszczonego na kanale YouTube MULTICOMFORT Saint-Gobain, a w kolejnych wydaniach naszego

magazynu przybliżymy wymiary komfortów oraz kryteria naszego Programu. Zapraszam!

Janusz Łyczko
Janusz.Lyczko
@saint-gobain.com



PARTNERZY ISOVER

ISOVER w projektach najlepszych pracowni domów typowych

Wysokiej jakości produkty ISOVER cieszą się zaufaniem nie tylko klientów końcowych, lecz również projektantów. Już od 10 lat ISOVER współpracuje z najlepszymi pracowniami projektującymi domy typowe. Obecnie z naszej oferty w tworzeniu swoich projektów korzysta 15 pracowni, w tym m.in. Domy w Stylu, Dobre Domy czy HomeKoncept.

Wyraźnie większe w ostatnich latach zainteresowanie inwestorów projektami domów energooszczędnych ma swoje odzwierciedlenie w grubości planowanej izolacji. W niektórych projektach jest stosowane nawet 40 cm Super-Maty w da-

chu skośnym, co zapewnia mieszkańcom tych domów najwyższy komfort cieplny, zale to nie jedyna zmiana. Coraz większa liczba ludzi decyduje się na budowę własnego domu jednorodzinnego, m.in. dlatego, że jego koszt jest porównywalny z ceną mieszkania w bloku. A komfort jest nieporównywalnie lepszy! Nie może więc nas w projektach tego typu budynków zabraknąć. Biuro Doradztwa Technicznego ISOVER jest w stałym kontakcie z architektami, konsultując rozwiązania dotyczące izolacji cieplnej. Dbamy też o to, aby nasza marka była widoczna nie tylko w projektach, ale i materiałach reklamowych biur, np. na teczkach, w których dokumentacja

trafia do klienta, w newsletterach czy kanałach social media. Wspólne działania promocyjno-reklamowe zbieżne z kampanią wizerunkową „Dom pełen ciepła” przyczyniają się do zwiększenia rozpoznawalności na rynku marki ISOVER. W kolejnych latach chcemy kontynuować tę bliską współpracę, bo jesteśmy przekonani, że inwestorzy coraz bardziej świadomie wybierają produkty do budowy ich domu, a projekt to przecież podstawowa profesjonalna wskazówka w tym zakresie.

Anna Kozera
Anna.Kozera
@saint-gobain.com



MISTRZOWIE IZOLACJI ISOVER – start 6. edycji

łata do cięcia wełny. Łącznie w rankingu, który potrwa do końca marca 2018, zostanie nagrodzonych 40 wykonawców.

Twarzami tegorocznej edycji są właściciele firm wykonawczych, którzy wygrali konkurs „Zostań twarzą Mistrzów Izolacji” organizowany na początku roku: Ireneusz Sabat, właściciel firmy URB SABAT i Łukasz Ziętał, właściciel firmy BudEsco. W styczniu 2018 zostanie uruchomiona druga edycja konkursu na twarz programu. Wyłonieni laureaci będą reprezentować Mistrzów Izolacji ISOVER podczas 7. edycji programu.

Więcej szczegółów:
www.mistrzowieizolacji.pl

Aleksandra Puzyno
Aleksandra.Puzyno
@saint-gobain.com



W październiku rozpoczęła się 6. już edycja programu „Mistrzowie Izolacji” adresowanego do wykonawców marki ISOVER. Z okazji 25-lecia ISOVER każdy uczestnik, który zdobędzie 2000 punktów otrzyma nagrodę o wartości 2500 zł brutto: wyjazd na rafting z ISOVER lub nagrodę rzeczową do wyboru. Punkty nie są blokowane i uczestnik może równocześnie wykorzystać je na jedną ze stu nagród w programie.

6. edycja programu potrwa do 30 września 2018. Aby wziąć w nim udział, wystarczy zarejestrować się na stronie www.mistrzowieizolacji.pl i dokonać zakupu jednego

z produktów objętych akcją: Super-Mata Plus, Super-Mata, Profit-Mata, Uni-Mata Plus, Uni-Mata, Vario®, Renover. Wysyłając etykiety z produktów premiowanych, wykonawcy otrzymują punkty, które wymieniają na atrakcyjne nagrody. Na uczestników czeka aż 100 nagród w 6 kategoriach: elektronika, sprzęt AGD, sport, cztery kółka, premium, praca. W kategorii praca znalazło się aż 40 atrakcyjnych nagród oraz boni na paletę wełny Super-Mata Plus oraz folię Vario XtraSafe.

Już 1 października został ogłoszony ranking półfinałowy z nagrodami w kategorii praca, takimi jak boni na paletę Super-Maty Plus, boni na rolkę folii XtraSafe czy nóż lub

Biznes i życie po kaszubsku. Rozmowa z Tadeuszem i Andrzejem Bigusami, prezesami sieci „BAT”.

„Przyjezdni są na Kaszubach radnymi, wójtami, nawet starostami. Nigdy jednak nie będą traktowani jak Kaszubi, kaszubskość jest bowiem rodzajem wtajemniczenia, które rozpoczyna się na poziomie języka, a kończy na szczególnej postawie wobec życia.”



„Sierakowice na Kaszubach”



Dużo rolników miało pieniądze na inwestycje. Dzisiaj są wielkie inwestycje w rolnictwie, ale dotyczą one 5% aktywnych gospodarstw. Wówczas każde 10-12 hektarowe gospodarstwo już intensywnie kupowało środki do produkcji rolnej, ale też i materiały nie tylko z produkcją rolną związane.

A.B.: Był czas, gdy ludzie mieli pieniądze, ale nie było towaru który chcieli kupić. I wygrywał ten, który potrafił „załatwić” towar. I takie były też nasze początki – szukaliśmy okazji, jeżdżąc ciężarówką. Prezes GS-u nie jeździł do cementowni tylko dzwonił po towar, który mu dowozili. My szukaliśmy po nitce do kłębka. Zrywaliśmy etykiety z worków i na podany na nich adres jechaliśmy. Na miejscu pytaliśmy, kto jeszcze produkuje nawozy. Nie wiedzieliśmy, gdzie jest Kędzierzyn-Koźle, co się produkuje we Włocławku. To nie były czasy internetu.

TRUDNE CZASY, ALE „SZLIŚMY JAK STRZAŁA”

T.B.: To były trudne czasy, ale piękne! Ja miałem Fiata Tipo. Wsiadłem do niego i jechałem po towar do Jasła. Pod siedzeniem w samochodzie miałem pieniądze na 3 wagony rur, czyli jak na dzisiaj 150 tys. To były duże pieniądze. Jechałem całą noc, bez możliwości odespania na oświetlonej,

Anna Kozera: W przyszłym roku ISOVER będzie obchodził 25-lecie swojej działalności w Polsce. Wasza firma powstała jeszcze wcześniej – w 1991 roku. Dlaczego wówczas zdecydowaliście się na budownictwo, jak z perspektywy czasu wspominać pierwsze lata działalności?

Andrzej Bigus: Z perspektywy tych 26 lat możemy z całym przekonaniem powiedzieć, że zawsze robiliśmy wszystko najlepiej jak potrafiliśmy i zawsze we współpracy z każdym, kto miał coś wartościowego do dodania. Pewnie, że gdybyśmy mieli dzisiejszą wiedzę to zaplanowalibyśmy zupełnie inny start, a tymczasem wszystko było od

początku autorskie, nienauczone. Nie mieliśmy żadnych wzorców, bo u nas w rodzinie nie było prywatnych przedsiębiorców. Jedyne doświadczenie jakie mogliśmy wykorzystać w biznesie to prowadzenie gospodarstwa rolnego, które jest przecież rodzajem przedsiębiorstwa. Zresztą nie od budownictwa zaczynałmy, a od zaopatrywania rolników.

Tadeusz Bigus: Rolnictwo na Kaszubach było silne w liczbie i w aktywności rolników. Był wysoki poziom nawożenia pól nawozami rolniczymi.





to natychmiastową sprzedażą! Rotacja magazynu była co 14 dni przez pierwsze 2 lata.

T.B.: W 3-4 osoby obklejaliśmy fiszkami o firmie wszystkie wiaty przystankowe, słupy elektryczne, tablice w drodze do szkoły... Wszędzie, gdzie mogliśmy zostawić informacje o nas. Na początku mieliśmy do pomocy mojego sąsiada rencistę, który do dzisiaj nas wspiera. Będzie miał urodziny 8 grudnia.

A.K.: Pamięta Pan...

T.B.: Oczywiście! Do dzisiaj dzwonimy osobiście z życzeniami urodzinowymi do każdego pracownika. Od stycznia 1992 r. już mieliśmy zatrudnionych 5 osób – szwagra, żonę sąsiada... Później było 7, 9 osób...

Ł.Z.: Zespół rósł. Dzisiaj BAT liczy 14 oddziałów i 310 pracowników.

SUKCES ZALEŻY OD CZŁOWIEKA

A.B.: W rozwoju pomocna też była lokalizacja, gdyż tuż obok nas była w Sierakowicach stacja PKP. Mieliśmy możliwość zamawiania towaru na bocznice kolejową. Pamiętam taki

dzień, gdy przyjechało więcej wagonów niż to było zazwyczaj. Wagony miały po 56 ton, a towar nie był pokładany na paletach tylko leżał na podłodze. Trzeba było go wynieść z wagonu na przyczepę, przewieźć do magazynu, zdjąć z przyczepy i przenieść w magazyn znowu na ziemię. Przyczepa odjeżdżała i przyjeżdżał klient, któremu znowu trzeba było ten towar załadować. W skrajnym dniu podstawili nam 17 wagonów po 56 ton każdy. Mieliśmy 2,5 doby na rozładunek. No i my dwaj też jechaliśmy na tę bocznice i pomagaliśmy w rozładunku. To były inne czasy...

A.K.: Czyli według Panów teraz handel jest łatwiejszy?

A.B.: Według mnie to zależy od człowieka. Jeśli podejście jest właściwe to i teraz można dużo zdziałać. W Polsce naprawdę jest wiele do zrobienia, tyle brakuje usług, naprawdę można bez problemu osiągnąć sukces.

T.B.: Ale trzeba być konsekwentnym.

FILOZOFIA BIZNESU

T.B.: Z innych spraw, które były dla nas ważne od początku działalności i są do

dzisiaj to działać z odkrytą przyłbicą. Nie było dla nas możliwości, żeby sprzedać drugi gatunek jako pierwszy. W tamtych czasach „z zasady” było przyjęte, że worek wapna hydratyzowanego liczy 40 kg, a w rzeczywistości ważył od 30 do 40 kg, a nie 40. My sprzedawaliśmy na tony. Tyle ile miało być, tyle było. Uczciwość była i jest naszą zasadą.

A.K.: Jednak czasy sprzyjały ku pewnym sytuacjom... Nie kusiło panów?

T.B.: Jesteśmy katolikami praktykującymi to nie można inaczej. Oczywiście handlować można, ale nie ma partnera handlowego, który miałby wątpliwości, co do prawidłowego i terminowego rozliczania z firmą BAT.

A.B.: Nie bez przyczyny mamy od lat stałych partnerów i dostawców. Ale uczciwość musi być obustronna i tego doświadczamy codziennie.

T.B.: Ale firma przez wszystkie lata była dochodowa. U nas inwentaryzacja to rzecz święta. To są takie kamienie milowe naszej działalności.

ZAWSZE O KROK DO PRZODU...

A.B.: Jedną rzecz, z której korzystaliśmy od początku i jako rolnicy, i potem jako przedsiębiorcy, to zawsze szukaliśmy mądrzejszych od siebie, ludzi, od których możemy się czegoś nauczyć. Byliśmy nastawieni na intensywny rozwój swój i pracowników.

T.B.: Pierwsze szkolenie zorganizowane było we współpracy z Centrum Wspierania Biznesu w Kartuzach i uczestniczyło w nim 17 osób – od kierowcy po księgową. Do dzisiaj w szkoleniach biorą udział wszyscy pracownicy.

A.K.: Dlaczego dla Panów jest to tak istotne, żeby cały czas zdobywać nowe kompetencje, wiedzę?

A.B.: Żeby firma była tam gdzie jest. Bez innowacji, bez szkoleń nie ma



KASZUBSKA TOŻSAMOŚĆ

A.K.: Akcenty kaszubskie, mocne podkreślanie tożsamości to ma miejsce od początku funkcjonowania firmy?

A.B.: Marketingowo wykorzystujemy od zawsze – mniej lub bardziej świadomie, ale od samego początku. Staramy się jak najczęściej mówić po kaszubsku. 25 lat temu „Puławy” zorganizowały w Zamku Czartoryskich spotkanie dla swoich partnerów. W gronie tak wielu firm to my się wyróżniliśmy – zawsze zapamięta się 2. Kaszubów. Nie wstydziłyśmy się kaszubskich korzeni. Uczyniliśmy z nich nasz atut.

T.B.: 20 lat temu ukazały się szampany od firm. Pracownik podpowiedział nam produkowany lokalnie pod Poznaniem likier korzenny „Michał”. Przygotowaliśmy własną firmową etykietę na butelkę z kaszubskim wierszykiem „Kaszubski stary każe zwyczaj, jak wypić to na zdrowie, a to niech służy wam 100 lat, czego wam życzy firma BAT”. W zrobionym z brystolu pudełku dawaliśmy go dostawcom na gwiazdkę.

możliwości rozwoju, stoi się w miejscu. Trzeba być ciągle o krok naprzód.

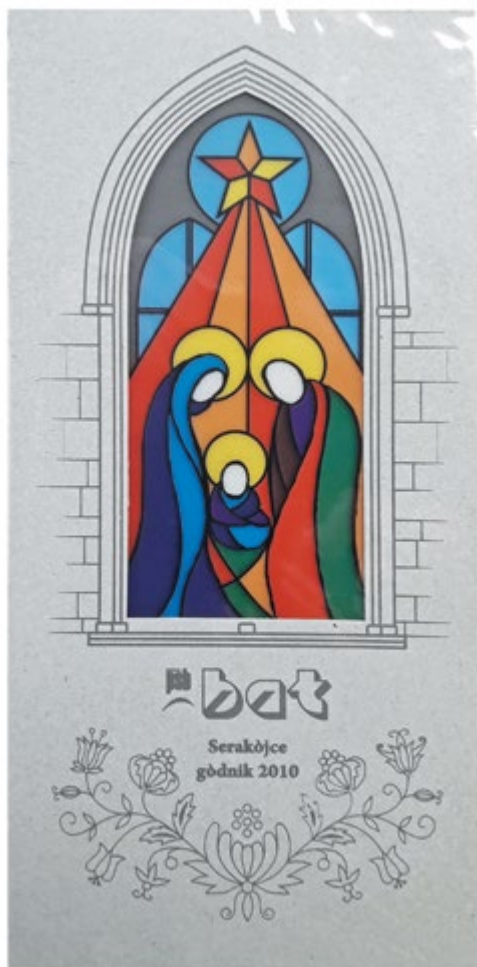
A.B.: Zawsze wybiegaliśmy przed szeregiem. Kiedy wprowadzaliśmy sprzedaż ratalną to inni uważali to za zbyt czyste w naszej branży. Podobnie było z terminalami płatniczymi. Wytyczaliśmy trendy. W 2. roku działalności dostrzegliśmy, że Sierakowice to za mało. Postanowiliśmy stworzyć oddział w rozpoznawalnym mieście, gdzie jest skupisko ludzi, bo nam się rozwijała budowlanka. Dostawcy nie wiedzieli, gdzie są Sierakowice, a jak się powiedziało, że działamy w Gdańsku to brzmiało to dużo poważniej.

Ł.Z.: Inna pozycja negocjacyjna.

T.B.: Dokładnie. Inwestycje w ludzi i marketing to podstawa.

A.B.: Od początku życzenia świąteczne wysyłamy w języku kaszubskim, »

PARTNERZY ISOVER



koniecznie z motywem religijnym i każde podpisane odręcznie przez nas obu. Każdego roku jest to rękodzieło wykonane przez kogoś z naszej lokalnej społeczności, np. miniatura diabelskich skrzypiec, nuty, ceramiczna butelka czy róg do tabaki, wypalanki, wycinanki, hafty... wszystko związane z kulturą kaszubską.

Ł.Z.: Dlaczego to takie ważne?

T.B.: Zależy nam na kultywowaniu tej tożsamości, gdyż to ubogaca Polskę a niestety bardzo szybko się ztraca i znika błyskawicznie. Krwią tej tożsamości jest język kaszubski. Nasze dzieci i i wielu pracowników mówi po kaszubsku. Posiedzenia zarządu odbywają się tylko w języku kaszubskim.

PRACOWNICY SIŁĄ BAT

A.K.: *Wkraczamy w oddzielny temat – pracownicy.*

T.B.: Dla nas to jest bardzo delikatny temat. Zależy nam, żeby pracownicy zarabiali dużo i chcieli pracować. Po trafiliśmy zrezygnować z nowych biznesów, w sytuacjach kiedy pracownik mógł nie być odpowiednio traktowany. Dla nas to znowu „rzecz święta”. Znam każdego pracownika, wiem czy jest żonaty, ma dzieci, w którym oddziale pracuje... (red.: Oglądamy album obrazujący schemat organizacyjny firmy. Każde zdjęcie pracownika jest opatrzone dodatkowym komentarzem: miejsce zamieszkania, stopień wykształcenia, data zatrudnienia, liczba dzieci). U nas wiele osób pracuje od 1998 roku, a niektóre pracownicy urodziły 3-4 dzieci.

A.B.: To nasz zespół stanowi siłę tej firmy, nie my dwaj. Z ciekawostek to podczas wykładu na studiach podyplomowych naszego pracownika okazało się, że naszą firmę wyróżnia niespotykany element: „Kilka razy w roku jest odprawiana msza święta w intencji pracowników i ich rodziny”.

T.B.: Każdego pracownika bez względu na stanowisko, na które aplikuje rekrutujemy sami. Nie uczestniczą w tym procesie inne osoby. My prowadzimy rozmowę kwalifikacyjną i zatrudniamy. Wszystko jest jasne i klarowne – informacja o sezonowości i w związku z tym możliwości dłuższego urlopu w okresie zimowym jest komunikowana jeszcze przed podpisaniem umowy. Przyjmując do pracy informujemy, że chcemy, aby osoba którą zatrudniamy pracowała u nas do emerytury. Jeśli zdecyduje się zmienić pracodawcę i inaczej pokierować swoją karierą to my to szanujemy, ale nie ma możliwości powrotu.

RODZINNOŚĆ I SUKCESJA

Ł.Z.: Jak się pracuje z dziećmi?

T.B.: U nas nie ma podziału. Członkowie rodziny to tacy sami pracownicy jak inni. Nie ma lepszych i gorszych. Każdy może być doceniony lub zwolniony. Moich dzieci pracuje troje, a Andrzeja siedmioro, synowa, dwóch zięciów, ziadatków na zięciów, sióstrze-

nice, bratanki... Dzieci same chcą u nas pracować.

S.B.: Wprost mówiąc nepotyzm (śmiech). W rzeczywistości nie jesteśmy już właścicielami, ale sprawujemy funkcje prezesów zarządu. To trudny moment, który w Polsce dotyka ogromną rzeszę przedsiębiorców - jak poradzić sobie z sukcesją. My jesteśmy już po.

A.K.: *Skąd taka decyzja, żeby już to uregulować? Ludzie zwlekają z tym i częściej spotyka się raczej brak dopilnowania tych spraw.*

A.B.: Mówiłem, że zawsze wybiegamy o krok naprzód (śmiech). Również w trudnych tematach.

SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ PO KASZUBSKU

Ł.Z.: *Wspieracie działalność sportowo-charytatywną. Po ostatnich nawalnicach, które przeszły na Pomorzu przekazaliście 100 000 zł na pomoc dla poszkodowanych.*

A.B.: Czujemy się jako właściciele firmy zobowiązani, żeby wspierać różne instytucje i prowadzić działania. Limit darowizn jest zawsze wykorzystany. Takich przykrych sytuacji, o jakiej Pani mówi zawsze jest dużo i nie da się pomóc wszystkim. Nie lubimy o tym mówić, dlatego wspomnę tylko o jednym wsparciu. Przyłączyliśmy się ostatnio do Stowarzyszenia „Uśmiech Dziecka” i z radością wspieramy szkołę dla dzieci chorych w Szklanej.

A.K., Ł.Z.: *Dziękujemy za rozmowę.*

Rozmawiali:

Anna Kozera

Anna.Kozera@saint-gobain.com

i Łukasz Zawadzki

Łukasz.Zawadzki@saint-gobain.com



PROMOCJE ISOVER



Odkrywanie Polski z ISOVER

Rafting po Dunajcu, offroad w Bieszczadach, średniowieczny Fort Boyard na Zamku w Gniewie to atrakcje, które czekały na przedstawicieli firm dystrybucyjnych ISOVER we wrześniu. Każde wydarzenie było wyjątkowe, ale miało wspólny cel – odkrywanie pięknych miejsc w Polsce, poczucie ich klimatu i wspólną integrację.

Aleksandra Puzyno

Aleksandra.Puzyno@saint-gobain.com



Sezon na ISOVER

Z pewnością większość z nas już odczuwa zimowe ochłodzenie. Coraz krótsze dni, brak słońca i ogólna melancholia to istotne przeszkody w utrzymaniu dobrego samopoczucia. W takich momentach dla własnego komfortu warto wspomnieć o minionym ciepłym i słonecznym lecie...

Dla ISOVER lato, a więc i sezon wakacyjny to czas wzmożonej pracy, szczególnie dotyczącej przygotowania się do sezonu jesienno-zimowego. W pocie czoła i pełnym słońcu postanowiliśmy wystartować z akcją skierowaną do poddstrybucji, która co roku cieszy się niemałym powodzeniem. Formuła akcji SEZON NA ISOVER, którą rozpoczęliśmy 14 lipca oparta była w dużym stopniu o mechanizm akcji TRZYMAJ Z ISOVER z 2016 roku, która z kolei wyrosła z idei naszej sławnej ŻÓŁTEJ MISJI. Promocja skończyła się 15 września 2017. Tego dnia upływał

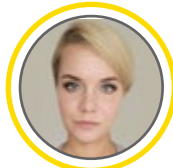
ostateczny termin dokonywania zakupów. Główne założenia akcji wspierające poddstrybucję opierały się na wykorzystaniu kuponów, które uprawniały do zakupu dwóch pakietów produktów marki ISOVER – małego i dużego. Pierwszy z nich zakładał zakup 3 palet MPS dowolnego miksu produktów (Super-Mata Plus, Super-Mata, Profit-Mata, Uni-Mata, Uni-Mata, Aku-Płyta), a w promocji poddstrybutor otrzymywał 3 rolki Super-Maty Plus lub do wyboru Uni-Maty o grubości 15 cm za 1 zł. Pakiet duży zakładał zakup 6 palet MPS i dotyczył również takiego samego miksu produktów, jak pakiet mały, a premiowane w tym wariancie były gratisowe palety Super-Maty Plus o grubości 15 cm, albo Aku-Płyty o dowolnie wybranej grubości.

Głównym celem akcji było spopularyzowanie na rynku produktów, takich

jak Super-Mata Plus i Aku-Płyta, lecz chcąc pozostać elastycznym umożliwiliśmy też wybór innych gratisowych produktów – Uni-Maty i Super-Maty. Ponadto ważnym aspektem akcji było przede wszystkim przygotowanie rynku do zwiększonego popytu na produkty izolacyjne i zagwarantowanie dostępności produktów marki ISOVER. W akcję, tradycyjnie, jak co roku, aktywnie zaangażowani zostali również dystrybutorzy i to dzięki tej współpracy i sprawnej komunikacji, promocja ISOVER mogła być z powodzeniem realizowana. Za efekt akcji dziękujemy wszystkim naszym partnerom handlowym i jednocześnie zachęcamy do dalszej aktywnej współpracy w przyszłych promocjach. Razem możemy więcej!

Alicja Czuba

Alicja.Czuba
@saint-gobain.com



ISOVER SKI 2018

czas trwania promocji:
od 2.11.2017 do 31.01.2018

Szczegóły promocji wraz z regulaminem:
www.isover.pl/isoverski

NAGRODA:
Wyjazd
narciarski we
włoskie Alpy

Drodzy Partnerzy Handlowi ISOVER

Serdecznie zapraszamy do aktywnego udziału w najnowszej promocji **ISOVER SKI 2018** z atrakcyjną nagrodą - wyjazdem narciarskim w marcu we włoskie Alpy. Wystarczy w terminie **od 2 listopada 2017 do 31 stycznia 2018** dokonywać regularnych zakupów produktów ISOVER objętych promocją.

Compliance Day

10 października br. obchodziliśmy w naszej Grupie Compliance Day, ponieważ wiemy, jak ważne jest przestrzeganie prawa, działanie zgodnie z zasadami i przyjętymi normami. Była to dla nas okazja do wspólnego spotkania i przypomnienia zasady, które każdego z nas obowiązują na co dzień.

Compliance oznacza zgodność (prowadzonej działalności) z obowiązującymi wymaganiami prawnymi, regulacyjnymi i zasadami etyki. Celem Compliance jest zapewnienie przestrzegania wartości Grupy, obowiązujących przepisów prawa, a także reguł i procedur wewnętrznych.

Program Compliance powstał w celu zapewnienia zgodności działań Grupy z prawem oraz wdrażania wartości Grupy określonych w „Princypiach Zachowania i Postępowania”.

W ramach świętowania Compliance Day odbył się m.in. konkurs ze znajomości zasad comply, gdzie główną nagrodą była 2-dniowa wycieczka do Paryża. W ISOVER główną nagrodę zdobył Zbigniew Graboś, wieloletni pracownik na stanowisku Operatora. Zbyszkowi serdecznie gratulujemy!

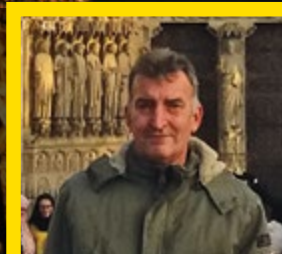
Beata Jawor

Beata.Jawor
@saint-gobain.com



”

„Compliance moim zdaniem oznacza działanie zgodnie z wymogami prawnymi i etycznymi. Uczy, jak postępować, co to jest lojalność, szacunek dla innych, solidarność, poszanowanie środowiska. Pozwala pracować bezpiecznie i z komfortem wiedząc, że Compliance jest wprowadzony w całej Grupie Saint-Gobain.”



Zbigniew Graboś

Operator – zwycięzca konkursu Compliance



COMPLIANCE TO KONSTYTUCYJNA ZASADA NASZYCH DZIAŁAŃ

5

Zasad postępowania

- Zaangażowanie zawodowe
- Szacunek dla innych
- Prawość
- Lojalność
- Solidarność

4

Zasady działania

- Poszanowanie prawa
- Poszanowanie środowiska
- Przestrzeganie zasad w zakresie ochrony zdrowia i bezpieczeństwa pracy
- Poszanowanie praw pracowników



Co robi kontroler, kiedy nie kontroluje?

Rozmowa z Adamem Samborowskim, Kontrolerem Finansowym ISOVER

Anna Kozera: Kiedy rozpoczynaliśmy przygotowania do tego numeru „Lepiej Razem” kilka osób bez zastanowienia zarekomendowało Ciebie jako rozmówcę do wywiadu o pasjach naszych pracowników. Ponoć biegasz z mapami po górach, jeździsz na rowerze na czas i to wszystko niemal jednocześnie.

Adam Samborowski: (Śmiech) Tak. Od kilku lat biorę udział w zawodach sportowych. Czasami łączą one różne dyscypliny i trwają od kilku lub kilkunastu do kilkudziesięciu godzin. Najdłuższe w jakich startowałem to był 48-godzinny wyścig, obejmujący bieg, jazdę na rowerze, pływanie w kajaku i znowu bieg. Żeby było ciekawiej, to działało się to w górach, bez narzuconej trasy, z mapą w rękę. W takich zawodach trzeba dodatkowo rozpracować schemat trasy i zaplanować kolejność sprzętu, rodzaj jedzenia, ubrania na zmianę, aby odpowiednio przygotować skrzynie pomiędzy przepakami. Żeby po zejściu z roweru na kajak i powrocie do biegu po spływie, nie zostać bez butów. Planowanie i logistyka mają tu, wbrew pozorom, duże znaczenie na wynik.

A.K.: Czyli taki prawie ultramaratończyk z Ciebie. Była walka z samym sobą, bolesne odciski i szybka drzemka w jagodziankach jak w filmie „Biegacze”, który wszedł niedawno do kin?

A.S.: Podobnie. Na pewno też tak spałem (śmiech). Teraz też jestem aktywny, ale nieco mniej ekstremalnie. Startuję w cyklach zawodów miejskich, nie górskich. Są podobnie wymagające, bo też trzeba się do nich odpowiednio przygotować. Nie tylko kondycyjnie i psychicznie, ale również logistycznie. Natomiast łatwiejsze względem warunków fizycznych, jakie są potrzebne do osiągnięcia dobrych wyników. Przy obecnym trybie życia, jaki prowadzę – praca

biurowa, małe dzieci... – dużo bardziej możliwe do osiągnięcia. Ja już nie mam tej budowy i kondycji, co kolarze górscy. Na płaskich trasach bardziej liczy się siła, a dzięki temu, że mam teraz dużą masę, to ta siła jest i mogę się ścigać, bo w ogóle mam szansę wygrać.

A.K.: Jaki jest twój największy sportowy sukces?

A.S.: W sezonie 2017 r. udało nam się z bratem zająć 3 miejsce w cyklu biegów na orientację „Katowice wieczorową porą”, wygrywając jedną z edycji. Jednak największy mój sukces to zdobycie medalu Akademickich Mistrzostw Polski w sztafecie 4 x 100 metrów.

A.K.: Gratuluję! Nie chciałeś zostać zawodowym sprinterem?

A.S.: Trenowałem w liceum, a później w trakcie studiów na AWF-ie w Krakowie. Sport, nawet półprofesjonalny, to ciężki kawałek chleba. Poświęcałem na to 5 dni w tygodniu po 4 godziny dziennie, więc praktycznie poza treningiem nie było życia, tylko zmęczenie i brak sił na cokolwiek innego. Albo poświęcasz się całym sobą albo nie masz wyników. Sport to ma być frajda, ciekawość i przyjemny sposób spędzania wolnego czasu. Tego też życzę moim dzieciom.

A.K.: Twoje sportowe plany na 2018 rok?

A.S.: Wystąpić w 5-6 zawodach w cyklu na Śląsku. Dystanse są w miarę krótkie i płaskie, czyli jestem w stanie się do tego przygotować. A drugim celem jest zabranie moich dziewczyn na jakiś trekking w Dolomity. Dziewczynki już mają swoje uprząże wspinaczkowe i bujają się na linach, więc to kwestia czasu, aby były jeszcze bardziej ambitne plany.

A.K.: O! Moja córka też lubi się wspinać. Czyli dzielisz zdanie, że rozwijać zainteresowania i pasje powinniśmy już od najmłodszych lat?



A.S.: Tak. Z żoną już wciągamy dzieci w nasze hobby. Nie tylko dlatego, że sport to frajda, ale żeby nie pojawił się problem, że każdy chce robić coś innego. Dzieci lubią naśladować rodziców. Z żoną mamy podobne zainteresowania i dziewczynki również się ich uczą – na szczęście dla nas – zaczynają je podzielać.

A.K.: Na co dzień pracujesz jako kontroler finansowy. Drobne przeoczenie może mieć poważne konsekwencje dla firmy. Opieka nad dziećmi w wieku 1 i 3 lat też wymaga jeszcze dużego zaangażowania i skupienia. Jak sport wpływa na Twoje życie zawodowe i rodzinne?

A.S.: Dobry trening pozwala mi uporządkować myśli, staję się wtedy spokojny i bardziej opanowany. Dzięki temu w pracy realizuję obowiązki w pełnym skupieniu i koncentracji. Staram się tak organizować wszystko, aby treningi nie miały też negatywnego oddziaływania



na rodzinę. Czasami ja zostaję z dziećmi, a żona wychodzi na siłownię czy inne zajęcia. Zanim zrobiło się zimno wystawiałem trenaż na taras i ćwiczyłem, jak dzieci zasnęły. Organizm był świetnie dotleniony i spało się rewelacyjnie. Teraz ćwiczę w domu. Wszystko da się pogodzić. Wystarczy chcieć.

A.K.: Planujemy udział w przyszłorocznym Poland Business Run. To największy charytatywny bieg biznesowy, który pomaga spełniać marzenia osób po amputacjach i ma charakter sztafety. Wprowadzcie mamy komplet, ale skoro okazało się, że byłeś sprinterem to może kogoś podmienimy? (śmiech) Ale poważnie - czy gdyby ktoś się wykruszył to byłbyś chętny?

A.S.: Oczywiście. Zawsze chętnie włączam się w tego typu inicjatywy. Czerpać przyjemność ze sportu i jednocześnie pomagać innym to według mnie świetne połączenie i sama radość.



A.K.: Ok. Jesteśmy umówieni w takim razie. Marketing z Biurem Doradztwa Technicznego i Finanse kolejny raz połączą siły, ale tym razem poza biurem.

A.S.: Super!

Rozmawiała:
Anna Kozera
Anna.Kozera
@saint-gobain.com



KONKURS FOTOGRAFICZNY „Mój dom pełen ciepła”

dla firm wykonawczych i klientów indywidualnych

Weź udział i sam wybierz nagrody!
Konkurs trwa do marca 2018 r.

Szczegóły: www.isover.pl/dompelenciepla
oraz facebook.com/isoverpl

Domek pełen ciepła od Mistrzów Izolacji



lewski, wolontariusz z Fundacji Mam Marzenie.

Fundacja Mam Marzenie spełnia marzenia dzieci w wieku od 3 do 18 lat, cierpiących na choroby zagrażające ich życiu. Przez swoją działalność dostarcza chorym dzieciom i ich rodzinom niezapomnianych wrażeń, które pozwolą choć na chwilę zapomnieć o cierpieniu. Fundacja na swoim koncie ma już 7352 zrealizowane marzenia. W każdym dniu realizowane jest kolejne marzenie, dzięki zaangażowaniu przedstawicieli firm takich jak ISOVER Saint-Gobain. To już trzecia wspólna inicjatywa Mistrzów Izolacji ISOVER i Fundacji Mam Marzenie. Dotychczas spełnili m.in. marzenie 5-letniego Mateusza, który wybrał się na spotkanie ze Świętym Mikołajem do Laponii czy Filipa, który kibicował swojej ulubionej drużynie – FC Barcelonie – podczas meczu na stadionie Camp Nou.

Marka ISOVER od 25 lat pomaga spełnić marzenie każdego klienta, ponieważ daje mu to, czego najbardziej oczekuje od domu. Wcale nie chodzi mi o wysokiej jakości produkty czy fachowe doradztwo, ale o ciepłą atmosferę, którą w domu może stworzyć wspólnie z nami. Kiedy wraz z uczestnikami programu Mistrzowie Izolacji dowiedzieliśmy się o tym wyjątkowym marzeniu Wiktorii, postanowiliśmy go zrealizować. Zrobiliśmy to z ogromną radością i satysfakcją.

Aleksandra Puzyno

Aleksandra.Puzyno
@saint-gobain.com



Dom to miejsce, do którego chętnie wracamy, a zwłaszcza podopieczni Fundacji Mam Marzenie. To miejsce, gdzie dzieci czują się bezpiecznie i komfortowo. Nic więc dziwnego, że własny dom jest także marzeniem najmłodszych. Kiedy 6-letnia Wiktorcia, podopieczna Fundacji, wymarzyła sobie drewniany domek, uczestnicy programu Mistrzowie Izolacji ISOVER nie mieli wątpliwości, że to zadanie dla nich.

Wkrótce potem domek pełen ciepła i niezbędnego sprzętu domowego stał już w ogrodzie Wiktorii.

– Wiktorcia marzyła o domku, który byłby jej prywatnym miejscem do zabaw, a ponieważ uwielbia swój dom, chciała, żeby ten mniejszy był odzwierciedleniem większego. Planuje, jak sama powiedziała, „robić pranie”, „gotować”, mieć piękne kwiatki i zapraszać przyjaciółki – mówi Marek Na-

Zastanawiasz się jak rozwiązać problem izolacyjny?



Ewa Bryś



Justyna Wieczorek

NASI INŻYNIEROWIE – KONSULTANCI
SŁUŻĄ SWOJĄ WIEDZĄ

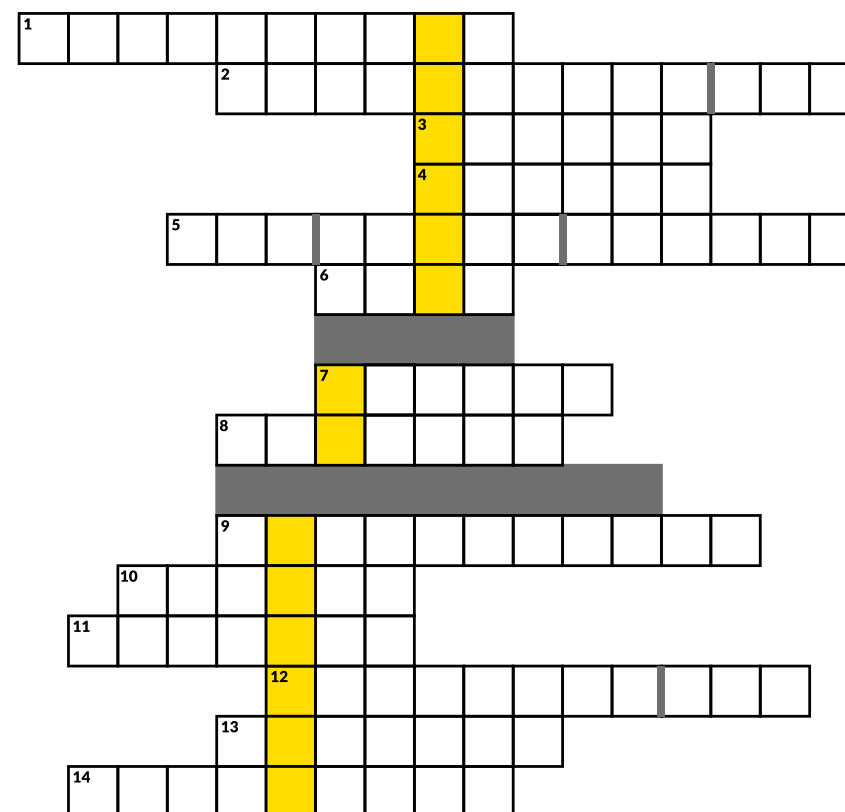
800 163 121 (bezpłatna infolinia)
od poniedziałku do piątku w godzinach 8:00 – 17:00.

Zachęcamy również do kontaktu pod adresem:
 konsultanci.isover@saint-gobain.com

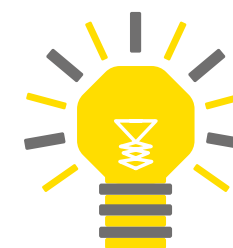


ROZWIĄŻ KRZYŻÓWKĘ I WYGRAJ NAGRODY!

Dla pierwszych trzech osób, które prześlą na adres **konkurs@isover.pl** poprawne rozwiązanie, przygotowaliśmy niespodziankę.



- 1 Na jakim portalu dostępne są modele BIM z rozwiązaniami ISOVER?
- 2 Jak nazywał się obchodzony 10 października w grupie Saint-Gobain dzień przestrzegania wartości Grupy, obowiązujących przepisów prawa, a także reguł i procedur wewnętrznych?
- 3 Jak nazywa się europejskie stowarzyszenie, które w tym roku opublikowało wyniki raportu dotyczące oceny trwałości wełny mineralnej zastosowanej w różnych aplikacjach budowlanych?
- 4 Miasto, w którym powstał wielorodzinny budynek deweloperski z częścią usługową i garażem podziemnym, do izolacji którego wykorzystano wełnę ISOVER Stropmax 31, to – ...?
- 5 Pod jakim hasłem prowadzona jest w tym roku kampania reklamowa ISOVER?
- 6 Niebezpieczne zjawisko zanieczyszczenia powietrza wskutek zastosowania niewłaściwej izolacji i niskiej jakości paliw.
- 7 ISOVER został głównym sponsorem płyty jednego z najwybitniejszych polskich artystów. Jak ma na nazwisko ten piosenkarz?
- 8 Miasto na Śląsku, w którym powstał nowoczesny dom wybudowany w standardzie MULTICOMFORT Saint-Gobain?
- 9 Jak nazywają się Targi Izolacji Przemysłowych, które odbywają się w Krakowie?
- 10 Która edycja programu Mistrzowie Izolacji wystartowała w tym roku?
- 11 Jak nazywa się aktualna akcja ISOVER, w której nagrodą główną jest wyjazd narciarski w Alpy w 2018 roku?
- 12 Jak nazywa się mata lamelowa marki ISOVER stosowana do izolacji kanałów wentylacyjnych?
- 13 Jednostka poziomu natężenia dźwięku.
- 14 W jakim województwie swoje liczne oddziały ma firma BAT – partner ISOVER?



Chwytaj za długopis i do dzieła :)



Dyrektor wydawnictwa: Benedykt Kordula

Redaktor wydania: Anna Kozera

Autorzy tekstów: Alicja Czuba, Anna Gil, Beata Jawor, Sławomir Kocur, Benedykt Kordula, Anna Kozera, Franciszek Kulane, Wojciech Lyszczyzna, Janusz Łyczko, Paweł Polak, Aleksandra Puzyno, Justyna Wieczorek, Łukasz Zawadzki

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 18, listopad 2017 | **Skład i druk:** Royal Brand PR

A woman with long blonde hair and two young children are gathered around a dark wooden piano. The woman is smiling and looking towards the camera. The children, a boy and a girl, are also smiling and looking at the camera. The boy is sitting at the piano, and the girl is standing next to him, both with their hands on the keys. In the foreground, there is a box of Isover insulation, labeled 'AKU-PLYTA' and 'AKUPLAT+'. The background features a blue curtain and a window with a white frame.



Zawiera 2 płyty CD i 1 DVD



