

LEPIEJRAZEM

NR 11 czerwiec 2014

news



**NAJWAŻNIEJSZE
JEST
NIEWIDOCZNE
DLA OCZU**

**Centrum Szkoleniowe
ISOVER otwarte**

**USZCZĘŚLIWIAJĄCA MOC PIENIĄDZA JEST MITEM.
WYWIAD Z MIŁOSZEM BRZEZIŃSKIM**

**ŻÓŁTA MISJA
TO WŁAŚNIE CIEBIE SZUKAMY**



NOWY CENNIK ISOVER

ISOVER
SAINT-GOBAIN

Drodzy Czytelnicy...

”

Za każdym razem, kiedy widzisz biznes, który odnosi sukces, oznacza to, że ktoś kiedyś podjął odważną decyzję.

Peter Drucker

Kiedy przyjrzymy się bliżej wszystkim udanym projektom, sukcesom i niezwykłym przedsięwzięciom, które są wokół nas, dostrzeżemy w ich cieniu „cichych bohaterów”. Są to osoby, bez których zaangażowania, wiedzy, doświadczenia i pasji, realizacja nawet najwspanialszych idei nie byłaby możliwa. To dzięki codziennej determinacji oraz niezwykłej sile do walki o lepszą rzeczywistość Ewa Błaszczuk wraz z Fundacją „AKOGO?” stworzyła i prowadzi Klinikę „Budzik” – pierwszy w Polsce wzorcowy szpital dla dzieci po ciężkich urazach mózgu. Jesteśmy dumni, że jako ISOVER możemy wspierać i wspólnie budować tak piękne inicjatywy.



Zachęcając do lektury najnowszego wydania biuletynu Lepiej Razem, w którym jak zawsze znajdują Państwo wiele interesujących artykułów prezentujących aktualne wydarzenia i projekty z udziałem ISOVER, pragnę zwrócić Państwa uwagę na „cichych bohaterów” naszych sukcesów. Za sprawą ogromnej wiedzy, doświadczenia i pracy, będącej też pasją wszystkich osób tworzących zespół ISOVER, możemy nieustannie wzmacniać naszą markę, realizować innowacyjne projekty i wyznaczać kierunek całej branży.

Tymi największymi sukcesami chcemy podzielić się też z Państwem. Zapraszam zatem do lektury artykułu o nowo otwartym domu modelowym Prefab, wybudowanym w standardzie Multi-Comfort Saint-Gobain, a także relacji z otwarcia pierwszego w Polsce Centrum Szkoleniowego ISOVER w Gliwicach. Wielu inspiracji, a niekiedy zaskakujących spostrzeżeń, dostarczy Państwu wywiad z konsultantem biznesowym – Miłoszem Brzezińskim. W tym numerze Lepiej Razem opowiadamy także o nowej kampanii wizerunkowej z udziałem Ewy Błaszczuk i naszego eksperta – Henryka Kwapisza, nowej odsłonie serwisu najlepszeizolacje.pl oraz o licznych wspianych inicjatywach z dumą wspieranych przez ISOVER.

Życzę Państwu wielu wrażeń podczas lektury oraz pełnego słońca i pozytywnej energii wakacyjnego odpoczynku!

Olga Mazurek

Menadżer Rozwoju Marki i Wsparcia Sprzedaży ISOVER

ISOVER
SAINT-GOBAIN
więcej niż izolacja

04 ROZMOWA Z...

/ Miłoszem Brzezińskim

13

/ Wielkie otwarcie domu
pokazowego w Stawigudzie

08

/ rozmowa z Pawłem Polakiem
- młodszym kierownikiem
produktu

14 WOKÓŁ NAS

/ Centrum Szkoleniowe
ISOVER otwarte

09 WYWIAD Z...

/ ... Robertem Dyduchem
Izolacje techniczne w ofensywie

16

/ Mistrzowie Izolacji
- niezapomniany finał II edycji

10 NOWA ODSŁONA

/ www.najlepszeizolacje.pl

18 KONKURS

/ Multi-Comfort House
dla studentów - edycja 2014

11

/ ISOVER
z nową kampanią wizerunkową

19

/ Nowy cennik ISOVER

12 MULTI- COMFORT

/ Wyższa kultura budowania

22

/ Mistrzowskie spotkanie
w ISOVER

Uszczęśliwiająca moc pieniądza jest mitem

Miłosz Brzeziński, trener biznesu i coach międzynarodowy, autor wielu książek oraz publikacji z zakresu psychologii zarządzania.



Benedykt Korduła: *Panie Miłoszu, w trakcie warsztatów „ISOVER Wspiera Biznes” dla naszych klientów kilka razy wspominał Pan, że nic nie jest pewne, ale z dużym prawdopodobieństwem możemy przyjąć jakąś tezę. Czy nie wydają się Panu, że właśnie na tym polega słabość różnych, czasem bardzo wartościowych, prawd z dziedziny psychologii biznesu i przez to tracą one siłę przebicia i niestety niesłusznie są niedoceniane?*

Miłosz Brzeziński: Mamy wewnętrzną potrzebę, żeby wiedzieć, jak będzie na pewno. Wyciągamy ze szkoły takie przeświadczenie – tam zawsze był ktoś, kto wiedział. Jako dzieci nabieramy przekonania, że wejście do świata dorosłych, to wejście do świata, w którym się wie i umie wszystko, a zasady są jasne. Otóż jak będzie na pewno... nikt nie wie! Fizyka operuje na bazie prawdopodobieństwa, meteorologia, historia, biologia także – czy to nauka ścisła, czy społeczna. Poważni badacze zawsze zakładają, że wiele czynników dzia-

ła naraz i próbują przewidzieć, który w danej chwili okaże się najważniejszy. Czy geny, czy środowisko? Albo – w przypadku marketingu – smak czy opakowanie? Dobry ekspert to taki, który ogarnąwszy interesującą go sytuację, częściej trafia niż nie trafia z wizją tego, co jest ważne, a co możemy zignorować. I przyszłość raczej potwierdza jego słowa. Nie jest natomiast ekspertem ten, kto nie ma wpływu na rzeczywistość. Mówi tylko: „a nie mówiłem?”, albo „mówiłem, ale nikt mnie nie słuchał”, albo „wiem jak to się stało”.

Ekspertów od „wiem jak to się stało” mamy aż nadto, globalny kryzys ekonomiczny z ostatnich lat jest tego najlepszym przykładem.

To prawda, nagle wszyscy potrafią to wytłumaczyć w telewizjach i objaśniają przyczyny post factum. Szanowalibyśmy tych, którzy mieliby siłę przy-

najmniej częściowo zapobiegać albo ograniczyć skutki. Ekspert wie, z jakich danych korzystać, żeby prognozować, ale wciąż podkreśla, że prognozuje. Tak jak z pogodą – czasem się nie sprawdza, i dlatego właśnie nazywa się to prognozą pogody. W biznesie, tak jak w fizyce, odeszliśmy od Newtona i jego: „podajcie mi parametry ciała, a powiem, co się z nim stanie”, zmierzamy do „podajcie mi parametry, a powiem, jakie rzeczy z dużym prawdopodobieństwem mogą się stać”. To wymaga o wiele większej wiedzy! Bo pytamy eksperta: podniosę cenę i co się stanie? A on może odpowiedzieć: w przypadku produktów o dużym zróżnicowaniu na rynku niewiele to zmieni, ale jeśli producent jest postrzegany jako monopolista, doprowadzi do krótkotrwałego wzrostu sprzedaży, aczkolwiek potem mamy duże szanse, że sprzedaż spadnie na długo, bo klienci poszukają jednak alternatyw. Możemy wesprzeć tę „promocję” medialnie, ale wyłącznie podkreślając jakość i poczucie straty, jeśli nie zostanie wykorzystana. W tym przypadku raczej nie zadziała przekaz emocjonalny i język korzyści. Nawet efekty jednego prostego działania zależą od bardzo wielu czynników i mogą być różne, dlatego zadaniem eksperta jest ciągle się uczyć i wyciągać wnioski.

Nawiązując do naszego warsztatu dla klientów – skąd bierze się tak wiele irracjonalności w podejmowaniu decyzji zakupowych, nawet eliminując celową manipulację, którą stosują nieuczciwe firmy?

Nieracjonalność to pewnie efekt innego funkcjonowania mózgu niż nam się wydaje. Podam przykład. Wyobraźmy sobie, że mamy zadanie: przenieść wiaderko z wodą na dystansie 50 metrów. Wiaderko jest ciężkie, wody dużo. Lekkim to zadanie nie jest. I mamy do wyboru dwa wiaderka. Jedno stoi pod naszymi nogami, a drugie w połowie drogi. Można wziąć jedno albo drugie. Logicznie jest wziąć to drugie – połowa dystansu nam się upiecze. Ale i tak większość osób (w badaniu wręcz wszystkich!) biorą wiaderko spod nóg i niosą całe 50 metrów. Co u diabła?! Nie wiemy na pewno, dlaczego taka decyzja została podjęta, ale spodziewamy się, że trzymanie jakiegoś niedokończonego zadania w głowie jest dość obciążające dla mózgu, dlatego woli on zrzucić odpowiedzialność na mięśnie, a samemu mieć już z głowy (nomen omen). Pamiętanie przez 25 metrów o tym, że idę do wiaderka, to już obciążenie pamięci, z którym trzeba sobie poradzić. I podobnie z decyzjami zakupowymi: wiele osób woli dopłacić, ale mieć z głowy, bo akurat wyskoczyli z pracy po zakupy albo spieszą się po dziecko. Ale zupełnie innego dnia – to samo dziecko trafia do szpitala i leczenie może nieco kosztować. Wtedy na przykład budowę się wstrzymuje albo nagle zaczyna się uważać, że jednak wypadki losowe nie wybierają, i w świnie skarbonce zawsze coś musi zostać. Czyli ta – jak ją potocznie nazywamy – irracjonalność, bierze się stąd, że dla klientów robią się ważne inne rzeczy, niż zakładaliśmy.

W porządku, to dosyć logiczne przykłady wzięte z życia, a co mówi na ten temat nauka?

Naukowe badania nad decyzjami konsumenckimi służą właśnie temu, byśmy wiedzieli co najczęściej jest dla klientów ważne albo jakie argumenty najczęściej ich przekonują. Najczęściej, ale nie zawsze. I tu mamy kolejny kłops. Jeśli sensownie przebadam 1000 osób i powiem, że 80% klientów za najważniejszą cechę uznało cenę, to jako sprzedawca muszę wiedzieć, co z tym zrobić. Cenę mogę obniżyć i nic się nie wydarzy ze sprzedażą. Czemu? Bo mogę w swoim sklepie wylosować (jest to statystycznie możliwe) wyłącznie reprezentantów tych 20% osób, dla których cena wcale nie jest istotna. Dlatego właśnie kluczowe jest, by wiedzieć nie tylko co bywa ważne

na świecie, ale także to, kto do mnie przychodzi, czego szukają moi klienci. I wtedy albo umieć im ten towar dostarczyć, albo np. powiedzieć, że jakość (np. izolacji) przekłada się na pieniądze, ale powiedzmy po dwóch czy trzech latach. Czyli kiedy ktoś mi mówi „wolę tańsze” – pytam: „a tańsze w jakim okresie”? Krótkoterminowo można zaoszczędzić na jedzeniu, piciu i pastach do zębów, ale nie wiem czy to w dłuższym okresie naprawdę jest tańsze życie.

To, że w ogóle podejmujemy jakiekolwiek decyzje o zakupie jest oczywiście bardzo dobre, zarówno dla rozwoju gospodarki, jak i dla nas samych, bo jak mawiała Marilyn Monroe „pieniądze szczęścia nie dają, ale zakupy owszem”. Jakie są kluczowe czynniki, które powodują, że transakcja handlowa satysfakcjonuje wszystkie strony i osiągamy tzw. win-win, gdzie wszyscy zwyciężają, włącznie z fiskusem?

Po pierwsze zwyciężanie z fiskusami, przedsiębiorcami i własnymi pokusami ma – co ciekawe – niewiele wspólnego z samą ekonomią. Ekonomia w ogóle ma swoje źródło i fundamenty w moralności. Pierwsi (starożytni) myśliciele nie zastanawiali się wyłącznie nad tym, jak zarobić, ale czy w ogóle wypada! Dziś wiemy już, że ekonomii bez moralności nie da się regulować. Zasady działania ekonomii wybiegają więc znacznie dalej, niż sam handel, czy rynek w ogóle. Zresztą – nie ma czegoś takiego jak wolny rynek. Wolny rynek oznacza, że wolno handlować wszystkim. A nie wolno – na przykład dzieci. Rynek zawsze będzie sterowany i, bez podstaw z moralności, kapitalizm (stworzony – co zabawne – jako etap przejściowy) zawsze doprowadzi do rozwarstwienia. Kiedyś uważaliśmy, że im więcej pieniędzy dostaną bogaci, tym więcej skapnie biednym (Margaret Thatcher na przykład była tego zdania). Niestety – wygląda na to, że im bogaci bogatsi, tym więcej inwestują w szczelność podłogi. Nic się nie zmienia, dopóki jakaś siła nie przywróci na piedestał moralności.

Trochę zabrzmiał Pan teraz jak polityk. Niestety wydaje się, że świat nie jest do końca sprawiedliwy, ale i trudno jest skutecznie z tym walczyć. Niektóre kraje nadal doświadczają paradoksu centralnego sterowania i jego katastrofalnych rezultatów dla jakości

życia. Jakaż to siła miałyby dbać o odpowiedni poziom moralności?

Takie ruchy są już wykonywane np. przez organizacje międzynarodowe, jak ONZ, MFW, czy nawet Unię Europejską. A sam biznes, jak to się ładnie nazywa, odpowiedzialny społecznie, czyli również etyczny, to pierwszy czynnik, który daje zwycięstwo w handlu. Dlaczego nie mówię o pieniądzach, czy zakupach? Bo wiemy też dziś, że, po pierwsze, pieniędzy zawsze jest za mało. Pieniądze nie mają normy, jak na przykład temperatura ciała, że wiemy, że już wystarczy. Po drugie, od momentu, w którym stać nas na rachunki i bieżące domowe wydatki, uszczęśliwiająca moc pieniądza dramatycznie spada. I to nie tylko dlatego, że najważniejszych rzeczy w życiu nie da się kupić, ale też dlatego, że pieniądze odwracają od nich uwagę. Dlatego, budując satysfakcję – a o to Pan pytał – budujemy raczej inne rzeczy, niż przychody. Budujemy zaufanie, budujemy w klientach poczucie bezpieczeństwa, że zadbali o rodzinę, że są dobrymi ludźmi, matkami, dziećmi, które fundują rodzicom godną starość. Uczciwie zauważę, że pominieliśmy satysfakcję fiskusa – fiskusowi wszystko jedno na poziomie satysfakcji. To jest w ogóle inny temat.

W swoich książkach bardzo wiele uwagi poświęca Pan motywacji i pozytywnemu myśleniu, ale co ważniejsze, podejmowaniu działania i umiejętności wpływania na innych, jako warunkom koniecznym do osiągnięcia sukcesu. Co musimy zmienić w naszej mentalności, sposobie myślenia, postrzegania świata, aby poprawić naszą efektywność i przyspieszyć rozwój naszych firm, a co za tym idzie podnieść poziom życia w całym kraju?

Nie wiem. To jest bardzo trudne pytanie, ponieważ na sytuację krajów wpływa masa czynników. Z drugiej strony sytuacja naszego kraju nie jest specjalnie ciężka. Mówię to jako osoba, która tu i ówdzie na świecie bywa, rozmawia z biznesmenami, młodymi przedsiębiorcami i politykami. Dzięki swojej profesji mam szansę oglądać modele biznesowe od środka i nierzadko słuchać realnej argumentacji, jaka pojawia się przed podjęciem decyzji. Każdy kraj swój kamień syzyfowy kula, każdy ma jakieś swoje problemy. Część obywateli ma ich świadomość, część się w ogóle nie interesuje. Jeśli jednak

Rozmowa z Miłoszem Brzezińskim

ktos uważa, że w Polsce dzieje się coś wyjątkowego, to – moim zdaniem – się myli. Polska ma się dość dobrze. Są kraje, w których prowadzenie biznesu jest potwornie ciężkie, bo każda firma, która zaczyna zarabiać momentalnie się upolitycznia, trzeba dawać łapówki, kto nie daje, wypada, bo jest doprowadzany do upadłości. Nie ma komu się poskarżyć, bo kraje sąsiednie na tym systemie żerują i kupują produkty firm, choć wiedzą, że są to de facto firmy ukradzione. Ale produkt tani, więc trzeba brać, póki jest. W innych krajach, żeby założyć firmę, trzeba się przez trzy lata wykazywać gospodarnością, co powoduje znów inne implikacje. Jeszcze gdzieś indziej podatki są wyższe, a w innych krajach niższe. W USA uczniowie dostają fioła od ciągłego sprawdzania ich wiedzy testami, a na 35 krajów badanych w teście wiedzy ogólnej, USA ma miejsce 33. Do czego to jutro doprowadzi? Czy USA czuje, że znalazło się w tym samym momencie co Anglia w XIX wieku i nie ma pieniędzy do utrzymania własnej potęgi, więc podbiera je obywatelom? A robi to, prowadząc wojnę z nie wiadomo kim, ponieważ wciąż nie ma listy osób, krajów, ani nikogo z kim USA aktualnie prowadzi wojnę. Formalnie jest to określone jako „Al Kaida i siły z nią związane” – więc może to być dosłownie nawet Pan, albo ja – o ile prawnicy amerykańscy tak orzekną. A jeśli tak się stanie, dron zdmuchnie nas sprzed domu i nikt nawet nie mrugnie. A bliżej biznesu: Czesi mają na przykład kłopot z kreatywnością – chętnie robią co do nich należy, ale od siebie niechętnie. I ten system zarządzania się tam krzewi. USA broni się przed antyintelektualizmem czyli mówieniem: nie musisz nic umieć, wystarczy, że wystarczająco dużo razy spróbujesz, na pewno w coś trafisz. To zdaje się strategia marszałka Koniewa – na

ilość, nie na jakość: „Nasz batalion piechoty, kiedy napotyka na pole minowe, szturmuje tak, jakby go nie było”. Polska ma także swoje spektrum problemów i owszem – widzę, że u niektórych sąsiadów trawnik w pewnych miejscach jest bardziej zielony, ale nigdzie nie dają chleba za darmo. I nie jest to kwestia kraju, a natury biznesu, który jest rywalizacyjny. A rywalizacyjność biznesu po prostu eliminuje nieskuteczne strategie, bo wygrywają najskuteczniejsze.

Jack Welch – wieloletni, charyzmatyczny prezes i autor sukcesu General Electric wspominał kiedyś przewrotnie, iż „swój sukces zawdzięcza temu, że otaczał się ludźmi mądrzejszymi od siebie”. Niestety tacy ludzie są rzadkością, a często zdarza się zarówno w biznesie, ale i w polityce, że mądre i wartościowe idee, czy stojący za nimi ludzie nie są doceniani, a nawet wręcz niezauważani. Nie wystarczy mieć dobry pomysł, trzeba jeszcze umieć do niego przekonać. Czy forma może być bardziej istotna od treści?

Cały biznes opiera się na przekonywaniu kogoś do czegoś. Bycie ekspertem i znajomość tematu jest fajne, ale sama efektywność pracy zespołu na przykład nie opiera się już wyłącznie na merytoryce. Okazuje się, że w krzewieniu, wdrażaniu idei i rozwiązywaniu problemów nie jest ważne to, co ludzie mówią, ale jak ze sobą rozmawiają. W biznesie, który merytorycznie nie jest jakiś specjalnie trudny, nie hamuje nas to, że nie wiemy co zrobić. Hamuje nas inercja, niemożność „przepchnięcia pomysłów”, lęk, niechęć do ryzyka, albo przesadna brawura, żeby się wykazać, czy wreszcie myślenie „na złość im schrząnięć, żeby wiedzieli, że się nie da, tak jak mówiłem” – czyli myślenie o

sobie. Coraz więcej pracujemy nad formą, żeby ludzi wciągać do idei, żeby rozmawiali ze sobą w odpowiedni sposób, żeby się angażowali. Zaangażowanie jest znacznie lepszym predykatorem sukcesu zespołu, niż wiedza merytoryczna jego członków. Dlatego właściwie od lat najwcześniejszych wypada się uczyć przekonywać innych i umieć się dawać przekonywać. Przez debatę medialną, jaką mamy w Polsce (i nie tylko zresztą), odebrano nam wizję człowieka, który słuchając innego mówi: „Wie pan co, jak pan tak mówi, to mnie pan jednak przekonał”. Wszystkie debaty mają taki efekt, że każdy wstaje z opinią, z którą przyszedł. Czy forma pomaga? No pewnie, bo już Paul Karl Feyerabend, filozof nauki, powiedział, że „to retoryka, a nie prawda decyduje o przewadze w dysputach”.

Z pewnością istotne dla polityków. A w jakich sytuacjach to ma największe znaczenie w biznesie?

Najczęściej w takich, w których jedna ze stron się nie zna. Wtedy jesteśmy statystycznie bardziej podatni na pewność siebie u rozmówcy, a głuchoniemi na merytorykę. Ale wtedy też nie szuka się informacji u drugiej strony, za to próbuje rozmawiać o tematach, na których się zna.

– Dobra ta wetna?

– Wie pan, zależy jaki współczynnik przenikania ciepła.

– No dobra, dobra. Już widzę, że będzie mi pan teraz czarował. Ile kosztuje? Porozmawiajmy o cenie od razu.

W Polsce, co ciekawe, klienci nie mający wiedzy o produkcie także nie szukają o nim informacji. Wobec tego jako handlowcy

Uwaga KONKURS!

Wszystkim, którzy chcieliby poprawić motywację swoich zespołów i zwiększyć moc pozytywnego wpływania na innych, polecamy najnowszą książkę Pana Miłosza Brzezińskiego pt. „Głaskologia”. Jest napisana ze swadą i okraszona wieloma świetnymi przykładami. Czyta się ją jednym tchem.

Trzy osoby, które prześlą najciekawsze propozycje haseł reklamowych ISOVER, nagrodzimy właśnie tą książką z autografem autora. Na odpowiedzi czekamy do 31-go sierpnia 2014 r. pod adresem e-mail: konkurs@isover.pl*. Konkurs rozstrzygniemy we wrześniu 2014 r., a nazwiska zwycięzców podamy w następnym numerze „Lepiej Razem”. Z udziału w konkursie wyłączeniu są pracownicy SGCPL.

*Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych na potrzeby związane z konkursem w biuletynie Lepiej Razem. Pozostawione dane osobowe zostaną przekazane również firmie Saint-Gobain Construction Products Polska i innym spółkom Saint-Gobain na terenie Polski. Zgodnie z ustawą z dnia 29 sierpnia 1997 roku, o ochronie danych osobowych Dz. U. nr 133 poz. 883 z późn. zm. Administratorem Danych Osobowych jest firma MPL VERBUM SA, ul. Szelągowska 45A-61-626 Poznań. Jednocześnie przyjmuję do wiadomości, że mam prawo do wglądu do swoich danych, ich poprawiania, a zwłaszcza ich usunięcia. Podane przeze mnie dane są pozyskane dobrowolnie.

wykorzystujemy nasze możliwości do zbudowania zaufania u klienta. Robimy to po to, by stać się jego konsultantami. Wtedy klient nie musi się znać, bo zna kogoś, kto się zna i tej osobie ufa. Pracujemy nad tym za pomocą marki, osoby doradcy - handlowca, celebryty stojącego za kampanią, czy publikowanych wyników badań jakości produktu.

W jednym z Pana felietonów znalazła się ciekawa teza, że ludzie nie osiągają sukcesów dlatego, że mają szczęście, albo że wszystko im się układa, ale właśnie wbrew trudnościom, a popełnianie błędów jest najlepszą szkołą. To bardzo nieschematyczne myślenie i trochę na przekór zasadom, które wpaja nam się w szkołach. Jak Pana zdaniem powinien zmienić się nasz system edukacji, aby sprostać wymaganiom współczesnego, globalnego i przeładowanego informacją świata?

To nie jest moje zdanie, ale ogólnie to wiadomo. Wiadomo, że ludzie w danym kraju robią się tym mądrzejsi im... mniej jest biednych dzieci w szkołach. Nie wiemy do końca czemu tak się dzieje, ale w ten sposób problem systemu edukacji jest w znacznej mierze problemem politycznym: jak podnieść jakość życia najbiedniejszych? Wia-

domo też, że dobrze służy nauczycielom podniesienie rangi ich zawodu (do poziomu lekarza, inżyniera czy prawnika). Wtedy do zawodu trafiają ludzie lepsi, mniej ich trzeba kontrolować, a wytyczne MEN co do zakresu programowego są bardzo ogólne - nauczyciele mogą się wykazać. Do programu nauczania dodajmy taniec - bardzo pomaga, praktycznie na wszystko, oraz podstawy ekonomii (domowej) - też wiemy już, że pomaga. Wiemy, że pomaga praca nad projektami w ciągu roku. Kilko dzieci coś robi przez dwa tygodnie, potem się grupa rozsypuje i tworzy nowa. Pomaga łączenie dzieci na podstawie zainteresowań, a nie wieku (podział ze względu na wiek to najgłupszy podział jaki ludzkość wymyśliła). Wbrew pozorom dzieci o wiele lepiej się uczą, kiedy są w różnym wieku i uczą się razem. Dla współczesnego świata ważne jest też, że podstawową rolą edukacji jest „tworzenie dobrych obywateli” - którzy znają swoje prawa, wiedzą do czego służą urzędy, rządy, policja, poczta, apteka, umieją głosować, rozumieją sens, ale nie przesadzają. Wiedzą też, co to budżet i skąd się bierze. Obywatele, którzy widzą także i rozumieją rolę organizacji pozarządowych, czy fundacji. Dodałbym, że w sytuacji, w której jesteśmy - dzieci powinny umieć szukać wiedzy i po-

znawać, które strony w internecie są merytoryczne, a które żerują na łatwowierności, bo teraz dotarcie do informacji nie jest kłopotem. Kłopotem jest ustalenie, która informacja jest wiarygodna i przydatna. Takie mamy potwierdzone dane z innych krajów. Ale na koniec powiem ciekawostkę. Najlepszy system edukacji na świecie ma podobno Finlandia i Korea Południowa. Trzecim krajem ocenianym super pozytywnie jest... Polska. Polskie szkolnictwo w ciągu ostatnich 12 lat zrobiło tak kosmiczny postęp, że przywraca wiarę i jest wzorem - między innymi dla szkolnictwa amerykańskiego - w co inwestować pieniądze. Krótko mówiąc - stwierdzenie, że nie jest u nas źle, jest w tym przypadku, powiedziałbym, eufemizmem.

To prawda. W testach PISA zrobiliśmy kolosalny postęp. Bardzo dziękuję za rozmowę.

Ja także bardzo dziękuję i życzę Państwu dalszych sukcesów, a jeśli zdarzy się porażka, to żebyście wychodzili z niej silniejsi.

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



ISOVER Wspiera Biznes – Zielona Góra 2014

W tym roku, w dniach 15-16 maja, w ramach cyklu konferencji „ISOVER Wspiera Biznes”, zaprosiliśmy naszych kluczowych klientów do hotelu Ruben w Zielonej Górze. Gościem specjalnym spotkania był Pan Miłosz Brzeziński - znany trener biznesu i autor wielu książek z dziedziny psychologii zarządzania. Podczas konferencji wygłosił interesujący wykład na temat psychologii podejmowania decyzji zakupowych.

To zagadnienie niezwykle wartościowe dla osób prowadzących działalność gospodarczą, szczególnie w obecnej sytuacji nasycenia rynku, silnej konkurencji i nadmiaru informacji. Zrozumienie motywów podejmowania decyzji przez klientów pozwoli właściwie dobrać narzędzia i formy komunikacji, pozycjonować



cenowo produkty czy wyróżniać i poprawiać na tle konkurencji jakość obsługi. To wszystko w konsekwencji prowadzi do zwiększenia efektywności sprzedaży i poprawy rentowności.

Uczestnictwo w konferencji skłoniło naszych klientów do refleksji - mieli oni sporo pytań i wątpliwości, nie zawsze też zgadzali się z prezentowanymi poglądami czy wnioskami z przedstawianych badań. Trzeba jednak przyznać, że poziom dys-

kusji był wysoki - każdy, kto dziś zarządza firmą, jest zobligowany do ciągłego rozwoju, śledzenia trendów rynkowych i nie tylko dostosowywania się do potrzeb klienta, ale również ich wyprzedzania, a nawet kreowania. Nie ma miejsca na brak profesjonalizmu.

Z całą pewnością Pan Miłosz doskonale przedstawił, niekiedy bardzo banalne prawdy, z których istoty nie zawsze zdajemy sobie sprawę. Jeden z naszych klientów już umówił się z trenerem na szkolenie swoich pracowników. Niebawem znowu będzie okazja na wspólną wymianę doświadczeń i poglądów.

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



Recepta na sukces? Bądź sobą i nie zrażaj się porażkami!

» **Ważne, aby być sobą, nie zrażać się.**

Sebastian Dulik: Witaj Pawle, zaczniemy naszą rozmowę od przedstawienia Ciebie naszym czytelnikom. Powiedz proszę kilka słów o sobie oraz o tym, jak to się stało, że od niedawna jesteś z nami – Zespołem Marketingu ISOVER.

Paweł Polak: Witam serdecznie, mam 25 lat, pochodzę z Rzeszowa. Tam studiowałem budownictwo oraz inżynierię środowiska. Jeszcze kilka miesięcy temu nie wskazywało na to, że opuszczę swoje rodzinne strony, a tu proszę... Po raz pierwszy z ISOVER miałem do czynienia w 2012 roku. Brałem udział, wtedy jeszcze jako student, w projekcie Żółta Inwazja. Rok później, gdy ISOVER zadzwonił z ponowną ofertą wzięcia udziału w projekcie, nie wahając się ani chwili.

Startując w Żółtej Inwazji i rok później w Żółtej Misji myślałeś o ewentualnej pracy w ISOVER?

Chciałem przede wszystkim dobrze spełnić powierzone mi zadania, tak, aby pokazać swoje zaangażowanie. Z pewnością idąc na rekrutację do tych akcji pomyślałem, że byłoby świetnie, gdyby ktoś mnie w konsekwencji zauważył i docenił moje wysiłki, ale przede wszystkim chciałem dobrze wykonać swoją pracę. Cel, jaki mi przyświecał, to zdobycie doświadczenia, rozwój osobisty oraz chęć przeżycia przygody.

Koniec końców byłeś jednym z najlepszych Ambasadorów w obu edycjach i dziś jesteś pracownikiem ISOVER.

Tak, gdy usłyszałem, jaką propozycję ma dla mnie ISOVER, decyzję podjąłem natychmiast. Znając firmę, ludzi oraz panującą tu atmosferę, nie mogłem nie skorzystać z takiej szansy. Branża i działalność firmy jest w 100% związana z moimi zainteresowaniami oraz wykształceniem.

Jesteś Młodszy Kierownik Produktu, za jakie obszary będziesz odpowiedzialny?

Dobrze, że mówisz w czasie przyszłym. Póki co, aklimatyzuję się, poznaję firmę, zdobywam i staram się usystematyzować niezbędną wiedzę. Docelowo będę odpowiadał za produkty do ścian działowych, stropów, zagadnienia akustyczne oraz materiały z grupy izolacji technicznych. Przede mną duże, ambitne wyzwanie, mam nadzieję, że szybko nauczę się swobodnie poruszać w firmie.

Jestem o tym przekonany. Jakie masz wrażenia po pierwszych dniach pracy?

Zostałem bardzo dobrze przyjęty, wszyscy wokół są otwarci i chętni do pomocy. Cieszę się, że mogę korzystać z wiedzy doświadczonych kolegów i koleżanek. Mam nadzieję, że proces aklimatyzacji przebiegnie bezboleśnie i szybko. Plan na najbliższe tygodnie to usystematyzowanie wiedzy technicznej, dogłębne poznanie oferty produktowej oraz wizyty w terenie, aby przyjrzeć się specyfice rynku budowlanego.

Wróćmy jeszcze na moment do Twoich początków w ISOVER. Jako że numer ten ukaże się w czasie, kiedy inaugurujemy kolejną edycję Żółtej Misji, chciałem Cię zapytać o następującą kwestię - jakich rad udzieliłbyś Twoim młodszym kolegom, którzy biorą udział w tym projekcie?

Ważne, aby być sobą, nie zrażać się, nie zamykać pojedynczymi niepowodzeniami. Istotne jest również, aby dać sobie czas i wyciągać wnioski zarówno z codziennych sukcesów, jak i porażek. Nie istnieje jeden sprawdzony sposób rozmowy, kontaktu z przedstawicielami branży budowlanej. Trzeba być elastycznym i testować różne rozwiązania. Dużą pomocą służą Doradcy Techniczni ISOVER, warto opierać się na ich doświadczeniu, cennych podpowiedziach i wymieniać się informacjami.



Z Twoich słów wynika, że ten projekt jest swoistą szkołą życia.

Jest to świetne doświadczenie dla młodych ludzi planujących karierę zawodową. Zetknięcie się z branżą nie jest doświadczeniem łatwym, ale bardzo procentuje. Zdecydowanie wzrosła moja pewność siebie, było mi dużo łatwiej ubiegać się o pracę zanim trafiłem ponownie do ISOVER, poznałem swoje mocne i słabe strony, i najważniejsze – przekonałem się, że praca w branży budowlanej to jest to, co chciałbym robić w życiu zawodowym.

Powiedz jeszcze, czym wypełniasz sobie czas po pracy?

Jako że jestem na Śląsku od niedawna, w dalszym ciągu poznaję aglomerację. Nie mam czasu na nudę. Muzyka i sport mnie relaksują i dodają energii. Nie będę oryginalny, pasjonuję się piłką nożną, więc przez najbliższy miesiąc będę na bieżąco obserwował mecze Mistrzostw Świata. Od ponad 15 lat kibicuję drużynie FC Barcelony.

Kto w takim razie, według kibica Barcelony, sięgnie po Puchar Świata?

W końcu Argentyna musi udowodnić swoją wartość i spełnić aspiracje. Hiszpania jest już znana rywalom i ma nieco starszą kadrę. Cieszyłbym się również z sukcesu Brazylii.

Dziękuję Ci za rozmowę, życzę wielu ciekawych wyzwań i samych sukcesów!

Rozmawiał:
Sebastian Dulik
[Sebastian.Dulik@
saint-gobain.com](mailto:Sebastian.Dulik@saint-gobain.com)



Izolacje Techniczne w ofensywie

» ...moja wizja rozwoju jest ściśle powiązana z wizją i misją ISOVER

Ewa Bryś: Robert, powiedz nam proszę, na jaki segment rynku dedykowana jest dziś oferta izolacji technicznych?

Robert Dyduch: Rozwijamy się w każdym segmencie rynku technicznego: zarówno standardowym – związanym z dystrybucją i obsługą inwestycji budowlanych (HVAC) oraz przemysłowych, jak i na rynkach izolacji specjalnych, zwanych OEM (np. ekrany akustyczne, izolacje systemów kominowych). Można powiedzieć, że część biznesu ISOVER w Polsce jest w ofensywie. To być może mocne słowa, ale śmiało można powiedzieć, że izolacje techniczne ISOVER mają coraz silniejszą pozycję na polskim rynku. Dowodem na to są nasze wyniki sprzedażowe z ostatnich 2 lat, które rosną znacznie szybciej niż rynek, co oznacza, że z roku na rok powiększamy w nim swoje udziały.

Co Twoim zdaniem jest największym sprzymierzeńcem izolacji technicznych: zmiany przepisów prawa, nowe inwestycje czy może konieczność modernizacji istniejących izolacji?

Sprzymierzeńcem rozwoju izolacji technicznych jest na pewno każdy z wymienionych czynników. Aby nowo powstające i remontowane budynki mogły sprostać dzisiejszym wymaganiom w zakresie izolacyjności cieplnej oraz ogólnie przyjętego komfortu, powinny mieć nie tylko dobrze zaizolowane ściany, dachy, stropy, podłogi, ale również posiadać dobrą izolację na urzą-

dzeniach oraz ich wyposażeniu. Nikt już dziś nie potrafi sobie wyobrazić budynków bez klimatyzacji i wentylacji.

Z podobną sytuacją mamy również do czynienia w przemyśle energetycznym. Stosowane tam izolacje, oprócz posiadania dobrej izolacyjności cieplnej, muszą być również odporne na wysokie temperatury. Polskie elektrociepłownie w najbliższych latach będą przechodziły gruntowne modernizacje, aby dostosować się do nowych wymagań co do wielkości emisji CO₂ oraz kosztów produkcji energii. A każdy taki projekt jest związany z izolacjami.

Jak na przestrzeni lat kształtował się rynek izolacji technicznych?

Rynek izolacji technicznych w Polsce od lat jest dość dobrze rozwijającym się segmentem izolacji. Oczywiście, jak wszystko, zależny jest od ogólnej kondycji naszej gospodarki, ale w porównaniu z innymi sektorami jest mniej podatny na nagłe wahania. Tak się składa, że w Polsce od lat powstaje wiele budynków takich jak biurowce, centra handlowe, szpitale. Buduje się lub modernizuje zakłady przemysłowe, z którymi nierozdzielnie związane są izolacje techniczne. Większe wymagania stawiane przez prawo i inwestorów sprzyjają naszemu rozwojowi – sprzedajemy coraz lepsze izolacje.

Jaka jest Twoja wizja rozwoju izolacji technicznych ISOVER?

Oczywiście nie będę zdradzał szczegółów, ale moja wizja rozwoju jest ściśle powiązana z wizją i misją ISOVER, czyli byciem liderem innowacyjnych i energooszczędnych rozwiązań izolacyjnych, które spełnią oczekiwania naszych klientów.

Cała moja wizja rozwoju oparta jest na ludziach. Nie da się jej zrealizować bez profesjonalnego zespołu sprzedaży, którym mam przyjemność zarządzać, a który tworzą dużej klasy fachowcy gotowi sprostać każdemu wyzwaniu oraz klientów, z któ-

rymi od lat budujemy markę ISOVER na rynku izolacji technicznych.

Mogę zapewnić, że w niedalekiej przyszłości jeszcze wiele razy usłyszycie o izolacjach technicznych ISOVER.

Czym może pochwalić się ISOVER w obszarze, za który odpowiadasz?

Nie za bardzo lubię się chwalić, po prostu staram się dobrze wykonywać swoją pracę, a jej efekty w moim przypadku łatwo zmierzyć – to po prostu dynamika wzrostu sprzedaży. Jednakże ISOVER ma się czym pochwalić. Nie będę tu wymieniał setki obiektów, na których zostały zastosowane izolacje, lecz wspomnę o naszych dwóch tegorocznych „perełkach” z niestandardowymi izolacjami: Komora bezdechowa na Akademii Górniczo-Hutniczej oraz pierwszy w Europie prom o napędzie gazowym.

Wielkimi krokami zbliżamy się do wakacji. Możesz nam zdradzić swoje plany na letni wypoczynek?

Nim zdradzę swoje plany wakacyjne, to mam mały KONKURS* dla naszych czytelników: zdjęcie, z moją skromną osobą, przedstawia w tle miasto. Jakie to miasto? Dla pierwszej osoby, która poda prawidłową odpowiedź, przygotowałem nagrodę niespodziankę (zgłoszenie konkursowe należy przestać na adres konkurs@isover.pl).

Wracając do moich planów wakacyjnych, to dla osób, które mnie znają, nie będzie tajemnicą, że wakacje z żoną lubimy spędzać w ciepłych krajach. Tym razem będzie to Grecja, a dokładniej wyspa Rodos.

Dziękuję bardzo za rozmowę, życzę Wam udanych wakacji, a Izolacjom Technicznym ISOVER dalszych sukcesów.



Robert Dyduch

Rozmawiała:
Ewa Bryś

Ewa.Brys@saint-gobain.com



Więcej niż izolacja, czyli nowa odsłona www.najlepszeizolacje.pl

Co wspólnego mają ze sobą doświadczenie fachowców w dziedzinie izolacji i starania szlachetnych ludzi wspierających klinikę „Budzik”? Jest przynajmniej jedna odpowiedź na to pytanie: same w sobie są niewidoczne dla oczu, dopiero ich owoce są godne podziwu. Bez sztuki budowlanej żaden dom nie przetrwałby długich lat, nie zaimponowałby nikomu estetyką ani funkcjonalnością. Pomimo że materiały izolacyjne nie są widoczne na co dzień, decydują o kluczowych aspektach – bezpieczeństwie, zdrowiu i komforcie. Z kolei bez ludzi dobrej woli, darczyńców i osób poświęcających swój czas walce o pomoc dzieciom w śpiączce nie działałaby Fundacja „AKOGO?”, która po latach usilnych starań uruchomiła klinikę „Budzik”. Tymczasem placówka już po roku działalności może pochwalić się sukcesami w leczeniu ciężkich uszkodzeń mózgu.



jest cytaty z „Małego Księcia” Antoine de Saint-Exupéry’ego: „Najważniejsze jest niewidoczne dla oczu”.

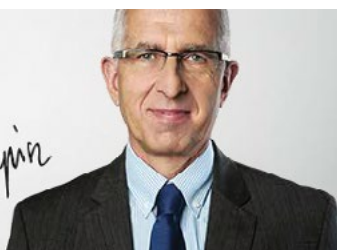
skąć pewność, czy zatrudnieni przez nich fachowcy są nimi w istocie. Pokazujemy ponadto, jakie korzyści, oprócz oszczędności w kosztach ogrzewania, zyskujemy dzięki odpowiednim materiałom termoizolacyjnym, izolacjom akustycznym i paroizolacjom. Wielowymiarowy komfort jest wartością trudno mierzalną, ale niewątpliwie ważną i cenną.

NAJWAŻNIEJSZE JEST NIEWIDOCZNE DLA OCZU

„Zaufaj doświadczeniu ekspertów”



Henryk Kwapisz



Rozpoczynając kampanię wizerunkową ISOVER, której twarzami są Ewa Błaszczuk (założycielka Fundacji „AKOGO?”) i Henryk Kwapisz (wieloletni pracownik ISOVER i ekspert w dziedzinie izolacji), uruchomiliśmy w ramach portalu najlepszeizolacje.pl specjalny serwis „Więcej niż izolacja”. Na stronie tej rozwijamy wątek „cichych bohaterów”, którym zawdzięczamy każdy sukces. To oni niosą wsparcie, dbają o lepszą jakość, nieustannie chronią, mobilizują i zapobiegają kryzysom. A wspólnym mianownikiem

Serwis w części merytorycznej przystępnie – z punktu widzenia inwestora realizującego swoje marzenie o domu – opisuje, jak spełnić to marzenie, stającą twardo po ziemi, nie popełniając błędów, których skutki będą odczuwalne przez lata użytkowania. Podpowiadamy tam również, jak można skalkulować oszczędności z inwestycji w materiały izolacyjne (sięgające 3000 złotych rocznie!) oraz z jakich źródeł można uzyskać częściowy zwrot kosztów.

Tym, którzy decydują się samodzielnie zamontować izolację, pokazujemy krok po kroku, jak zrobić to bezbłędnie. Ta wiedza przyda się także inwestorom, którzy sami nie montują, ale chcą zy-

Serwis „Więcej niż izolacja” promujemy w reklamach prasowych z użyciem kodów QR do odczytu za pomocą smartfonów. Odsyłamy do niego również internautów, którzy w czerwcu i lipcu napotkają bannery ISOVER na popularnych polskich portalach – gazeta.pl, onet.pl, interia.pl. Jego formuła jest dosyć otwarta – przewidujemy rozbudowę i aktualizacje, tak, aby dostarczyć internautom możliwie aktualne i kompletne kompendium wiedzy o najlepszych izolacjach.

Więcej na: www.najlepszeizolacje.pl/wiecej-niz-izolacja.aspx



Wojciech Lyszczyzna

Wojciech.Lyszczyzna@saint-gobain.com



ISOVER z nową kampanią wizerunkową

W maju wystartowała nowa kampania wizerunkowa ISOVER pod hasłem „Najważniejsze jest niewidoczne dla oczu”. Ma ona na celu ukazanie naszej marki w roli „cichego bohatera” sukcesu, jakim niewątpliwie jest zbudowanie komfortowego domu. Zwracamy uwagę na nasze produkty, które choć niewidoczne na co dzień, są gwarancją najwyższych wartości – bezpieczeństwa, ciepła i ciszy oraz energooszczędności.

Zaakcentowaliśmy również aspekt istoty wiedzy i zaangażowania osób, które stoją w cieniu wielkich sukcesów. Twarzami kampanii zostali Ewa Błaszczuk, aktorka, piosenkarka i prezes Fundacji „AKOGO?” wspierająca działania wizerunkowe hasłem „Czasem wystarczy dobre słowo i trochę ciepła”, oraz Henryk Kwapisz, ekspert ISOVER.

Chcemy w ten sposób pokazać, że ISOVER to więcej niż izolacja – to także inwestycja w lepszą jakość życia. Naszym



priorytetem jest budowanie pozytywnej przyszłości także za sprawą udziału w przedsięwzięciach niezwiązanych wprost z budownictwem. Taką inicjaty-

wą jest niewątpliwie klinika „Budzik” dla dzieci po ciężkich urazach mózgu, często przebywających w śpiączce, powstała z inicjatywy Ewy Błaszczuk oraz Fundacji „AKOGO?”. W ramach naszej współpracy, do końca 2015 roku, 1 złotówka z każdej sprzedanej rolki produktów ISOVER Termo-Mata Plus oraz Iso-Mata zostanie przeznaczona na rzecz Fundacji.

Z kampanią „Najważniejsze jest niewidoczne dla oczu” jesteśmy obecni na billboardach w całej Polsce, a także w prasie i najbardziej popularnych serwisach internetowych.

W kolejnym numerze biuletynu Lepiej Razem zaprezentujemy specjalny wywiad z Panią Ewą Błaszczuk, do lektury którego już dziś serdecznie Państwa zapraszamy.

Olga Mazurek

Olga.Mazurek@saint-gobain.com



Już wkrótce aplikacja Floor-Matrix na iPady!

Z przyjemnością informujemy, iż w ślad za drukowaną wersją zeszytu „Floor-Matrix STROPY” w najbliższych dniach ukaże się jego wersja mobilna na iPady.

Przypominamy, że zeszyt ten jest kolejnym, już czwartym w tej serii, wydawnictwem skierowanym do projektantów. Po paru miesiącach od jego publikacji możemy powiedzieć, że podzielił los poprzednich wydawnictw i stał się skutecznym narzędziem wspomagającym proces projektowania w zakresie ochrony akustycznej.

Zeszyt ten w całości został poświęcony zagadnieniu ochrony budynków zamieszkania zbiorowego i użyteczności publicznej przed hałasem – powietrznym i uderzeniowym – realizowanej dzięki od-

powiedniemu doborowi oraz prawidłowemu wykonawstwu stropów i podłóg z wykorzystaniem materiałów ISOVER i WEBER.

Wersja mobilna zeszytu znacząco skraca czas doboru rozwiązań, opisuje wykorzystane produkty, prezentuje przekrój warstw podłogowych odpowiadający dokonaniu doborowi i kieruje użytkownika na stronę internetową poświęconą rozwiązaniom podłogowym. Aplikacja dostępna będzie w sklepie AppStore, a bezpośredni link do jej pobrania umieścimy na naszej stronie internetowej www.isover.pl



Jesteśmy przekonani, że dzięki wprowadzeniu mobilnej wersji zeszytu „Floor-Matrix STROPY” powiększy się grono projektantów wykorzystujących nasze narzędzia w codziennej pracy.

Liczy się bowiem nie tylko pewność dobrze wykonanej pracy (w tym przypadku również spełnienie wymogów prawnych dzięki poprawnemu doborowi produktów), ale również przyjemność z wykorzystywania darów techniki.

Anna Gil

Anna.Gil@saint-gobain.com



Multi-Comfort – wyższa kultura budowania

Promocja standardu Multi-Comfort na polskim rynku budownictwa mieszkaniowego wchodzi w kulminacyjną fazę. Wraz z naszym partnerem, firmą Domy Hybrydowe, kończymy w Gdańsku budowę domu modelowego w technologii tradycyjnej, którego uroczyste otwarcie planujemy na wrzesień 2014 roku.

W maju miało miejsce otwarcie domu Multi-Comfort w technologii szkieletowej, który powstał w Stawigudzie koło Olsztyna, o czym wspominamy w osobnym artykule tego wydania „Lepiej Razem”. Rozpoczęliśmy też budowę Multi-Comfort pod Warszawą, jej postępy będzie można śledzić na murator.tv, a niebawem ruszą też prace w Jaworzu koło Bielska-Białej.



Naszym celem jest podniesienie standardów budownictwa mieszkaniowego w Polsce. Dzięki kompleksowemu podejściu do tematu normy przyjęte w ramach programu Saint-Gobain Multi-Comfort spełniają wymogi dla inwestycji dotowanych przez NFOŚiGW, a także wspieranych przez Unię Europejską, która promuje rozwój budownictwa energooszczędnego.

W tym roku intensyfikujemy również współpracę z kilkunastoma biurami projektującymi domy gotowe oraz z wybranymi firmami wykonawczymi, które będą ambasadami standardu Multi-Comfort w całym kraju, promując go już na etapie wyboru projektu przez inwestorów. W tym celu przeprowadziliśmy kilka sesji warsztatowych oraz stworzyliśmy specjalny katalog wytycznych projektowo - wykonawczych



dedykowany profesjonalistom, w którym szczegółowo zostały opisane i pokazane rozwiązania Multi-Comfort dla poszczególnych aplikacji.

Już ponad 3300 osób śledzi nasz profil na Facebooku, który jest nie tylko źródłem ciekawych rozwiązań oraz inspiracji do wprowadzenia we własnym domu, ale również łącznikiem społeczności ambasadorów.

Uwaga KONKURS!

Sprzedaliśmy już ponad 100 projektów z ubiegłorocznego wydania katalogu projektów domów gotowych. Zapraszamy kolejnych nowoczesnych inwestorów. Od lipca tego roku każdy inwestor planujący budowę domu będzie mógł wziąć udział w atrakcyjnym konkursie promującym Multi-Comfort, w którym główną nagrodą będzie najnowszy model samochodu Volkswagen Golf. Wystarczy kupić projekt domu w standardzie Multi-Comfort w jednym ze współpracujących z nami biur projektowych i rozpocząć budowę swojego domu, stosując nasze rozwiązania. Będzie wiele atrakcyjnych

nagród dodatkowych, w tym dla pierwszych 100 osób upominek w postaci znakomitej płyty Dawida Podsiadło – „Comfort and Happiness” z autografem autora.

We wrześniu planujemy szerszą kampanię komunikacyjno-promocyjną z udziałem Pani Agnieszki Maciąg, która została twarzą marki Multi-Comfort i będzie ją promować przez najbliższy rok, m.in. w programie Dzień Dobry TVN i na portalach branżowych oraz lifestylowych. Chcemy w ten sposób dotrzeć do jak największej grupy osób zainteresowanych budową domu, dla których aspekty dbałości o zdrowie i komfortowego mieszkania mają kluczowe znaczenie.

ISOVER jest liderem projektu Multi-Comfort w Polsce. Zapraszamy pod adres www.multi-comfort.pl oraz do śledzenia naszego profilu na Facebooku.

Benedykt Kordula

Benedykt.Kordula@saint-gobain.com
saint-gobain.com



Z ostatniej chwili!

Miło nam poinformować, że polski projekt Multi-Comfort został wyróżniony prestiżową nagrodą Stars of Communications Grupy Saint-Gobain. 23 czerwca br. w Paryżu odbyła się uroczysta gala finałowa, a nagrodę z rąk Prezesa Grupy Saint-Gobain Pana Pierre-Andre de Challendara odebrała Olga Mazurek – Menadżer Rozwoju Marki i Wsparcia Sprzedaży ISOVER. Gratulacje!



Wielkie otwarcie domu pokazowego w Stawigudzie

W ekspresowym tempie wybudowaliśmy wraz z firmą „BRAVO domy pasywne” pokazowy budynek wykonany w technologii szkieletu drewnianego. Cała budowa trwała zaledwie 10 miesięcy, a otwarcie odbyło się 22 maja.

Dwupoziomowy dom o powierzchni 205,86 m² będzie wykorzystywany do celów pokazowych i szkoleniowych. Specjaliści, architekci, inżynierowie, a przede wszystkim osoby zainteresowane budową takiego domu będą mogli zapoznać się tu z technologiami i produktami wykorzystanymi przy realizacji projektu, a także samemu ocenić, jak się mieszka w budynku wybudowanym według najlepszych standardów. Budynek spełnia standardy domu pasywnego oraz Multi-Comfortowego. Dom otworzył sam Delegat Generalny Saint-Gobain na terenie Polski, Bułgarii i Rumunii, Francois-Xavier Moser, który stwierdził m.in., iż: „co roku w Polsce powstaje ok. 5-6 tys. domów o konstrukcji szkieletu drewnianego, z czego 65% eksportowanych jest głównie do krajów skandynawskich, Austrii oraz Niemiec. Jednocześnie z roku na rok obserwujemy dynamiczny wzrost zainteresowania tego typu projektami w Polsce. Obecnie stanowią one już 5% wszystkich nowo powstających domów jednorodzinnych”.

Kluczowym elementem konstrukcji domu pokazowego jest ściana w standardzie pasywnym, którą zbudowaliśmy z użyciem 5 cm Aku-Płyty, 15 cm Super-Vent Plus $\lambda_D = 0,031$ W/mK oraz 26 cm ISOVER TF Profi $\lambda_D = 0,036$ W/mK, co dało współczynnik przenikania ciepła $U_c = 0,073$ W/m²*K! Oczywiście bez odpowiedniej izolacji dachu nie można mówić o budynku niskoenergetycznym, dlatego do izolacji dachu skośnego użyliśmy 55 cm Super-Mata $\lambda_D = 0,033$.

Aby dom był energooszczędny czy pasywny, konieczne jest zastosowanie kompleksowych rozwiązań poprawiających jakość energetyczną budynku. Montaż okien energooszczędnych, jak również

trzeba szczególną wagę przyłożyć do zapewnienia odpowiedniej szczelności budynku, dokładnie izolując już podwalinę, osadzenie stropów, instalacji, okien itp. Do tego celu najlepiej nadaje się system ISOVER VARIO.

Co ciekawe, w budynku nie zastosowano szczególnie dużo instalacji redukujących



zużycie energii, jak np. solary, fotowoltaika itp. Wyjątkowo niski współczynnik zapotrzebowania na energię uzyskano głównie dzięki doskonałej izolacji termicznej oraz przeciwwilgociowej, która będzie służyła bezawaryjnie przez długie lata, bez konieczności serwisowania jej w przyszłości.

Będziemy prowadzili kolejne działania zmierzające do promocji budownictwa szkieletowego w Polsce oraz zwiększania udziału ISOVER w tym segmencie budownictwa.



zwiększenie grubości izolacji jest niezbędne, ale dla utrzymania odpowiedniej estetyki trzeba sięgać po produkty o najlepszym współczynniku przewodzenia ciepła, gdyż użycie produktów o słabej λ spowoduje konieczność radykalnego zwiększenia grubości izolacji. Przy budowie domu energooszczędnego

Więcej informacji na temat programu w ramach działań habitatowych SAINT-GOBAIN, zdjęć prezentowanego budynku, użytych rozwiązań oraz samego otwarcia można znaleźć na stronie www.budujdomyszkieletowe.pl.

Sławomir Kocur

Slawomir.Kocur@saint-gobain.com



Otworzyliśmy Centrum Szkoleniowe ISOVER!

Zbudowaliśmy pierwsze w Polsce innowacyjne Centrum Szkoleniowe ISOVER! 4 czerwca 2014 r. na uroczystej ceremonii otwarcia naszymi specjalnymi gośćmi byli Delegat Generalny Grupy Saint-Gobain na Europę Wschodnią – Francois-Xavier Moser oraz Dyrektor Branży Izolacji Grupy Saint-Gobain – Emmanuel Normant, którzy przecięli symboliczną wstęgę z wełny szklanej!



z potrzebami Centrum Szkoleniowego. Na dwóch kondygnacjach, o łącznej powierzchni użytkowej ponad 500 m², znajdują się sala wykładowa „Thermistar”, sala treningowa „Mistrzów Izolacji” do prowadzenia szkoleń praktycznych oraz cała infrastruktura uzupełniająca, w tym modele z przekrojami wzorcowych rozwiązań izolacyjnych dla kluczowych aplikacji ISOVER – dachu skośnego, dachu

Centrum Szkoleniowego, była chęć przekazywania praktycznych umiejętności z zakresu izolacji, współpraca z uczelniami i szkołami technicznymi oraz kształcenie specjalistów. Chcielibyśmy podwyższyć standardy wykonawstwa na rynku izolacji i wspólnie z partnerami dzielić się wiedzą oraz praktycznymi umiejętnościami z zakresu izolacji budowlanych, jak i technicznych.



Pomysł stworzenia ośrodka, w którym poza dotychczas przekazywaną wiedzą teoretyczną, moglibyśmy szkolić również praktycznie, zrodził się w 2012 r., kiedy wzmocniliśmy współpracę z firmami wykonawczymi. Pierwsze prace wdrożyliśmy w październiku 2013 r. W pół roku przebudowaliśmy budynek „Starej Rozdzielni” energetycznej Zakładu Produkcyjnego i zaadaptowaliśmy go zgodnie

płaskiego, ścian zewnętrznych, ścian działowych, podłóg czy izolacji technicznych.

Głównym celem, jaki przyświecał pomysłodawcy zbudowania nowatorskiego



Obiekt spełnia standardy Multi-Comfort Saint-Gobain przewidziane dla tej kategorii budynków. Całość została wykonana z dużą dbałością o szczegóły architektoniczno-budowlane.

Marek Kolarz

Marek.Kolarz@saint-gobain.com



Konferencja dla firm wykonawczych

W dniu 18 marca w siedzibie ISOVER w Gliwicach odbyło się wyjątkowe wydarzenie w branży izolacji przemysłowych.

Spotkanie dwóch ważnych przedstawicieli procesu inwestycyjnego, liderów branży – projektantów branżowych oraz firm wykonawczych sektora energetycznego i petrochemicznego. Tym razem nie jako stron na budowie, ale w merytorycznej rozmowie na temat problemów i ich rozwiązań.

Spotkanie zostało przeprowadzone w formie panelu dyskusyjnego moderowanego

przez ISOVER. Podczas rozmów firmy wykonawcze poruszyły wiele kwestii związanych z projektowaniem izolacji przemysłowych.

My, jako ISOVER, mieliśmy możliwość prezentowania nowatorskich rozwiązań w zakresie izolacji z rodziny Ultimate oraz standardowej oferty izolacji przemysłowych, które spotkały się z bardzo pochlebnymi opiniami.

Mogliśmy również nauczyć się wiele od specjalistów w branży, co ułatwi nam przygotowanie trafnego portfolio produktów oraz

poszerzanie oferty i kreowanie nowych rozwiązań w zakresie izolacji z tego sektora.

Panel dyskusyjny był pierwszym tego typu spotkaniem w Polsce. Wszyscy uczestnicy stwierdzili, że dobrą praktyką będzie kontynuowanie takich wydarzeń cyklicznie. Będą się one odbywały dwa razy w roku. Już w tej chwili wiele firm, nie biorących udziału w pierwszym spotkaniu, wyraziło chęć uczestnictwa w kolejnym panelu.

Łukasz Mędrecki

Lukasz.Medrecki@saint-gobain.com



ISOVER zaprosił architektów na warsztaty

Wmarcu i kwietniu ISOVER, wraz z innymi markami Grupy Saint-Gobain, przeprowadził warsztaty dla biur projektów współpracujących z nami w ramach projektu Multi-Comfort. Pierwsze spotkanie, dla biur z północy Polski, miało miejsce w Supraślu, drugie, dla biur z południa, odbyło się w Gliwicach.

W całym przedsięwzięciu uczestniczyło 37 architektów z 15 pracowni. Z uwagi na to, że od zeszłego roku mamy już ponad 50 projektów domów typowych w standardzie Saint-Gobain Multi-Comfort, a w tym roku liczba ta przekroczy 100, chcieliśmy na warsztatach nie tylko porozmawiać o własnościach technicznych produktów, ale także o argumentach przemawiających za budowaniem domów w technologii M-C.

Przedstawiliśmy zatem zarys kampanii mającej wspierać Multi-Comfort, ale również listę atutów tego standardu. Każde ze spotkań kończyło się emocjonującymi warsztatami. Uczestnicy mieli za zadanie przygotować scenki, w których projektant przekonywał inwestora do zalet projektu domu Multi-Comfort.



Kolejnym wyzwaniem dla osób biorących udział w warsztatach było przygotowanie trudnych pytań, jakimi mieli zaskoczyć przedstawicieli naszych marek. Pragniemy poinformować, że nie udało się nas zagiąć! W Supraślu, podczas wycieczki z przewodnikiem, poznaliśmy dodatkowo uroczą architekturę miasta, a w Gliwicach nasi goście zobaczyli nowoczesną linię technologiczną wełny szklanej.

Jako podsumowanie warsztatów niech posłuży cytat z jednego z e-maili, który otrzymaliśmy po warsztatach: „My również pięknie dziękujemy za wspólnie spędzony czas – było multisympatycznie i multiinspirująco”.

Henryk Kwapisz

Henryk.Kwapisz
@saint-gobain.com



Zaczynamy projekt Żółta Misja 2014!

Kolejny już raz lipiec i sierpień to dla Ambasadorów ISOVER czas wielu wyzwań. Piętnastu studentów kierunków związanych z budownictwem rusza w Polskę, by sprostać postawionym przed nimi wyzwaniom oraz zdobyć cenne doświadczenie.



Tegoroczna edycja skupiona jest na firmach wykonawczych z branży izolacji budowlanych. To do nich właśnie – właścicieli i fachowców – mają docierać nasi Ambasadorowie, prezentując ofertę ISOVER oraz przede wszystkim, promując program partnerski dedykowany wykonawcom. Mistrzowie Izolacji, bo o tym programie mowa, to atrakcyjna formuła w nieskomplikowanej formie. Uczestnicy zbierają etykiety z rolek i paczek produktów ISOVER, następnie zamieniają je na wybrane z bogatego asortymentu nagrody gwarantowane. Finałem każdej edycji, a zarazem punktem kulminacyjnym, jest losowanie nagrody głównej – w tej edycji jest to samochodu roku 2014 – Ford Transit Connect.

Na czas Żółtej Misji wprowadzamy specjalne warunki w programie Mistrzowie Izolacji. Każdy wykonawca, odwiedzony przez jednego z naszych Ambasadorów, będzie miał możliwość skorzystania z oferty promocyjnej. Na wysyłających etykiety czekają ubrania robocze oraz dodatkowe punkty, które można wymienić na atrakcyjne nagrody.

Zachęcamy wszystkich do ciepłego przyjmowania naszych Ambasadorów oraz do korzystania z promocji!

Sebastian Dulik

Sebastian.Dulik@
saint-gobain.com



ISOVER dołączył do Klubu Milionerów

Nasz zakład ISOVER w Gliwicach dołączył do Klubu Milionerów – specjalnej grupy jednostek Saint-Gobain, które w szczególny sposób wyróżniają się przestrzeganiem zasad bezpieczeństwa. Konsekwencja i dbałość o bezpieczeństwo wszystkich pracowników oraz naszego otoczenia od zawsze miała dla ISOVER priorytetowe znaczenie. Pamiętamy o nim podczas codziennego wykonywania obowiązków, ale o jego istocie chcemy nieustannie przypominać również Klientom i Wykonawcom.



Z dumą możemy się teraz poszczycić tym, że nasz zakład jest szczególnie bezpieczny, czego dowodem jest członkostwo w Klubie Milionerów. Z pewnością dołożymy wszelkich starań, aby utrzymać ten status, będący symbolem uhonorowania naszej wieloletniej pracy na rzecz kultury bezpieczeństwa w ISOVER.

Irena Mścichowska

Irena.Mscichowska@
saint-gobain.com



Mistrzowie Izolacji – niezapomniany finał II edycji

W pierwszy weekend czerwca Mistrzowie Izolacji przybyli na imprezę finałową II edycji Programu do hotelu Senator w Dźwirzynie. Warto podkreślić, że dopisała 100% frekwencja, a uczestnikami były najlepsze firmy wykonawcze z całej Polski. Dystans do przebycia nie zniechęcił nawet tych, którzy mieli do pokonania 900 km. Czy było warto? Wystarczy zapytać uczestników wyprawy!

Jak to się wszystko zaczęło?

Warunkiem otrzymania biletu wstępu na wyjazd finałowy było wzięcie udziału w uruchomionej w październiku 2013 roku akcji „Rekomendacja” w programie Mistrzowie Izolacji i zajęcie pierwszego miejsca w jednym z 16 regionów dystrybucyjnych ISOVER (decydowała ilość zebranych w programie etykiet). Zaproszenie zostało przekazane na ręce firmy wykonawczej i przedstawiciela firmy dystrybucyjnej z akcji „Rekomendacja”.

Spotkanie rozpoczęło się w sali kinowej hotelu Senator. Podczas uroczystości nie zabrakło wspomnień zapisanych na ścieżce filmowej. Uhonorowano także przedstawicieli firm wykonawczych Certyfikatem Klubu Mistrzowie Izolacji – Klubu, którego członkowie są wyróżniani za doskonałą znajomość zasad aplikacji i montażu produktów ISOVER.

Mistrzowie Izolacji to platforma korzyści dla firm wykonawczych, jak i dystrybutorów

Osoby zapraszane na scenę nie kryły zadowolenia, że ich codzienna praca została doceniona. Bardzo dużym zainteresowaniem cieszył się zorganizowany specjalnie na tę okoliczność pokaz mody ubrań roboczych o nazwie „Pierre ISOVER Collection”. Z pełną świadomością nazwany pokazem mody, ponieważ wzory ubrań powstały w głowie projektantów, a prototypy zostały odszyte po jednej sztuce z każdego projektu. W roli modeli można było zobaczyć między innymi pracowników ISOVER, dla których było to nie lada wyzwanie. Biorąc pod

uwagę reakcję sali, bardzo dobrze spełnili się w tej niecodziennej roli. Ubrania w połowie lica zostaną zaprezentowane na stronie programu www.najlepszegoizolacje.pl, gdzie będzie można oddać głos na najlepszy strój. Projekt z największą liczbą głosów zostanie wprowadzony do produkcji, a członkowie klubu „Mistrzowie Izolacji” będą wyróżniać się nie tylko wiedzą i doświadczeniem, ale również wyglądem na budowie.

Wyprawa po dorsze

Jednym z ważniejszych elementów wyjazdu była wyprawa po dorsze. Na brzegu każdy z uczestników miał swoją strategię... jak złowić rybę. Niektórzy byli przygotowani bardzo profesjonalnie – łącznie z własnym sprzętem i spławikami. Pozostali liczyli na tytuł „farciarza”. „Farciarz” to uczestnik, który płynie na dorsze pierwszy raz w życiu i w trakcie połowu wyciąga najwięcej ryb i to te największe. W naszym przypadku był to wykonawca z Małopolski – p. Maciej Pelczar.



Nie mogliśmy uwierzyć w to, co widzieliśmy! Pojawiły się nawet domysły, że pod statkiem płynie pętlonurek, który podaje ryby na haczyk. Bałtyk był dla nas łaskawy, nie było osoby, która zakończyła by połowy bez zdobyczy. Wprawdzie nie zawsze był to dorsz, ale każdemu z uczestników udało się coś złowić: dorsze, diabły, flą-

dry i kawałek sieci – oto nasze łupy. Dla bardziej odważnych, tych, którzy ryzykowali ze słońcem, doszedł do tej kolekcji czerwony odcień skóry. Ryby filetowane przez kapitana kutra trafiły do głębokiego mrożenia, tak, aby mogły być przetransportowane do domów. Kilka godzin spędzonych na morzu minęło bardzo szybko – łowienie ryb wciąga. Jak tylko na statku pojawiał się sygnał zezwalający na wyrzucenie w morze spławika, każdy stał przy swoim stanowisku próbując różnych technik, żeby poczuć ciężar ryby na końcu wędki. Spotkanie z kucharzem ze wspólną przeszłością to dla mnie wyjątkowa wartość dodana tej wyprawy.

Emocjonujący off-road

Podczas wyjazdu każdy z uczestników mógł także zmierzyć się z błotem i wodą podczas off-road. Najtrudniejszy był moment, kiedy samochód zjeżdżał w dół po skarpie, a instruktor zabraniał naciskania pedału hamulca. Mogliśmy się przekonać, jak ważne jest zaufanie – samochód sam uregulował prędkość, mimo iż nachylenie było spore. Jedynie manewry kierownicą prowadziły samochód w miejsce, w które mieliśmy nadzieję, że pojedzie. Posiadacze 4x4 określają samochody osobowe jako słoiki. Dlaczego? Bo jak się uderzy to pęka. Dla terenówek gałęzie, wyboje czy błoto to chleb powszedni.



Należało jedynie uważać, żeby nie dostać gałęzią przez otwarte okno. Wyciągarka czy szekle to podstawowy ekwipunek, którego używa się, żeby pokonać trudną przeszkodę, kiedy koła kręcą się w miejscu. W pewnym momencie wydawało się, że jednak natura pokona samochód – nic bardziej mylnego – dzięki wzmocnieniu wyciągarki, samochód przeplynał po przeszkodzie.

Black jack czy ruletka?

Po tak ogromnych emocjach wróciliśmy do hotelu na zasłużony odpoczynek. Spacer po plaży w piękny słoneczny wieczór był bonusem od pogody. Nawet zamoczenie nóg w morzu nie spowodowało traumatycznych wspomnień. Było bajecznie, a czekały nas kolejne atrakcje z hazardem i degustacją whisky. Świadomość, że możemy zostać bankrutami bez konsekwencji, wprawiała nas w wyśmienity humor i zachęcała do odważnego obstawiania na stole do black jacka czy



w ruletce. Na końcu odbyło się losowanie pięknego modelu BMW, który trafił do rąk firmy wykonawczej z województwa świętokrzyskiego.

Mistrzowie Izolacji – III edycja

Obecnie trwa trzecia edycja programu Mistrzowie Izolacji, gdzie główną nagrodą jest Ford Transit Connect – Samochód Roku 2014. Uczestnicy naszego wyjazdu są już bardzo aktywni i zaangażowani w

wysyłanie etykiet, bo wiedzą, że warto. Mamy nadzieję, że ten artykuł trafi w ręce firm, których prostota zasad i atrakcyjność nagród, od mercedesa sprintera, którego wylosowała w pierwszej edycji firma Terom, po wyjazd na połów dorsza w finale II edycji czy Forda Transit Connect – nagrodę główną III edycji, przekonają do wzięcia udziału w Programie.

Warto śledzić aktualności Programu. Podczas święta futbolu w Brazylii w zakładach bukmacherskich dla uczestników Programu do wygrania są dodatkowe punkty oraz brazylijska.

Wszystkie szczegóły można znaleźć w materiałach informacyjnych oraz na stronie www.najlepszeizolacje.pl.

Monika Naczeńska

Monika.Naczenska@saint-gobain.com



Z wizytą w DomoLab w Paryżu

11 grudnia 2013 r., podczas gali wieńczącej rozstrzygnięcie konkursu Saint-Gobain i KAPE „Zbuduj z nami swój komfortowy dom”, odbyła się też ceremonia wręczenia głównej nagrody w rywalizacji dziennikarzy towarzyszącej konkursowi. Żurnaliści mogli zgłosić po dwa artykuły na tematy związane z budownictwem energooszczędnym. Przykładowo mogli napisać o: „Budowie domów jednorodzinnych w standardzie NF – 15 lub

NF-40”, „Zasadach budowania jednorodzinnych domów energooszczędnych”, „Domach w standardzie Multi-Comfort”, lub „Energooszczędność a komfort użytkowania”.

W konkursie zwyciężył redaktor Andrzej Papliński, kierownik działu publicystyki miesięcznika Murator i Telewizji Budowlanej Muratora. Nagrodą był dwudniowy wyjazd do Francji, podczas którego zaprezentowaliśmy dom Multi-Comfort w Beaucouze i Centrum Innowacji Saint-Gobain – DomoLab w Paryżu. Wyjazd miał miejsce w maju, bo jak tłumaczył nam zwycięzca, w tym miesiącu są długie dni, więc będzie miał znakomite oświetlenie do robienia zdjęć. ISOVER zarówno w Beaucouze, jak i w DomoLab prezentuje swoje innowacyjne rozwiązania dla komfortowych domów. Szczęśliwie pogoda dopisała, a



plan, choć napięty, został zrealizowany w 100%. Swoje odczucia pan Andrzej wyraził następująco: „Dużo wrażeń i podziw, jak dużą i innowacyjną firmą jest Saint-Gobain”.

Henryk Kwapisz

Henryk.Kwapisz@saint-gobain.com



Konkurs Multi-Comfort House dla studentów – edycja 2014

W tym roku odbyła się już 10. edycja międzynarodowego konkursu dla studentów – ISOVER Multi-Comfort House. My, jako polska drużyna, mieliśmy okazję brać w niej udział po raz trzeci.

Dla przypomnienia – jest to konkurs dla studentów uczelni technicznych, a tematy prac są każdorazowo związane z rzeczywistym problemem architektoniczno-budowlanym w wybranym miejscu na świecie. Tego roku zadaniem konkursowym było wykonanie i zaprezentowanie koncepcji architektonicznej szkoły podstawowej wraz z przyległym terenem w miejscowości Gaziantep (Turcja).

Podobnie jak w poprzednich latach kryteriami oceny prac były walory architektoniczne, techniczne i konstrukcyjne, ze szczególnym uwzględnieniem założeń koncepcji ISOVER Multi-Comfort House (energooszczędność, komfort akustyczny i termiczny, dostępność światła dziennego, bezpieczeństwo pożarowe) i wykorzystaniem rozwiązań ISOVER.

Miło nam poinformować, że w krajowej edycji konkursu udział wzięło aż 21 zespołów z Politechnik Śląskiej, Krakowskiej i Wrocławskiej, a nagrodzonymi zespołami zostały:

■ Miejsce I: Pani Patrycja Pokrzywa i Pani Karolina Chodura z Politechniki Śląskiej, opiekun Pan dr inż. arch. Jan Kubec

■ Miejsce II: Pani Edyta Wiśniewska, Pani Magdalena Orzeł i Pan Filip Potoczek z Politechniki Śląskiej, opiekun Pan dr inż. arch. Tomasz Wagner

■ Miejsce III: Pani Brygida Zawadzka, Pan Duong Vu Hong i Pan Michał Sapko z Politechniki Śląskiej, opiekun Pan mgr inż. arch. Andrzej Duda

fiła w ręce zespołu z Czech, a trzecia do Rumunii. Pomimo braku nagród w tym roku jesteśmy dumni z poziomu, jaki zaprezentowali nasi studenci, wyróżniający się na tle innych zespołów innowacyjnością i autoprezentacją.

Podczas tych kilku dni spędzonych w Bukareszcie, oprócz intensywnych zmagani konkursowych, na studentów i pozostałych uczestników czekały również inne atrakcje. Cała grupa miała okazję poznać miasto i jego historię, zobaczyć i zwiedzić Pałac Parlamentu – największy w Europie i drugi co do wielkości na świecie budynek publiczny, skosztować miejscowych specjałów czy podziwiać pokaz tańców narodowych.

Jak podkreśliło jury – wszystkie zespoły okazały się zwycięzcami. Prace konkursowe zostaną pokazane na specjalnej wystawie w Turcji, a pamiątkę z konkursu będzie stanowiła książka pokonkursowa prezentująca wszystkie finałowe prace.

Osoby zainteresowane konkursem oraz pomysłami kształtowania przestrzeni przez przyszłych projektantów zachęcamy do obejrzenia prac, które napłynęły do nas

na etapie krajowym. Zostaną one wkrótce pokazane na wystawie organizowanej przez Wydział Architektury na Politechnice Śląskiej, a zaraz potem można je będzie obejrzeć w naszym nowym Centrum Szkoleniowym ISOVER.

W przyszłym roku planowana jest kolejna, 11. już edycja konkursu ISOVER Multi-Comfort House, do udziału w której już teraz serdecznie zapraszamy.

Więcej informacji na stronie internetowej:

www.isover-students.com

Anna Gil

Anna.Gil@saint-gobain.com



Zwycięskie zespoły wraz z opiekunami wzięły udział w międzynarodowej edycji konkursu, która odbyła się w dniach 28-31 maja 2014 w Bukareszcie.

Przed międzynarodowym jury, w skład którego weszli m.in. przedstawiciele organizatora: delegaci ISOVER Saint-Gobain, architekci oraz reprezentanci landu w Turcji, swoje prace prezentowali studenci z 22 krajów.

Konkurs spotkał się z bardzo dużym zainteresowaniem ze strony studentów. O nagrodę główną walczyło 59 zespołów, w tym reprezentanci m.in. Chorwacji, Kirgistanu, czy Belgii.

Nagrodę główną jury przyznało reprezentantom z Francji, druga nagroda tra-



Nowy cennik ISOVER – czytelnie i jeszcze bardziej komfortowo!

Zaprezentowaliśmy już kolejną odsłonę cennika ISOVER, a wraz z nim, w odpowiedzi na potrzeby rynku, jeszcze szerszą ofertę oraz pewne zmiany w asortymencie. Nowe opakowania zbiorcze Super-Maty oraz Profit-Maty, czyli znaczne oszczędności w kosztach magazynowania i transportu przy zachowaniu doskonałej mechaniki produktów. Już niebawem Super-Mata dostępna będzie w grubości nawet 230 mm, z kolei Profit-Mata – do 250 mm. Jest to kontynuacja oferty spójnej z rozwojem budownictwa energooszczędnego, czyli izolowanego „lepiej i grubiej”.

Spektakularną propozycją jest również nowa generacja ISOVER Vario. System pod nazwą Xtra Safe to nie tylko nowa, inteligentna membrana paroizolacyjna o jeszcze szerszym zakresie zmiennego oporu dyfuzyjnego, ale równie ważne akcesoria zapewniające konieczną szczelność przegrody, a jednocześnie znaczna poprawa komfortu aplikacji systemu dzięki zastosowaniu w montażu nowoczesnej taśmy ISOVER Vario Xtra Fix.

Mówiąc o systemie Vario należy też zwrócić uwagę na nową ofertę wysokoparoprzepuszczalnych, mocnych i skutecznych membran wiatroizolacyjnych, czyli Draftex premium oraz Draftex

profi. Dzięki nim izolowana przegroda będzie jeszcze lepiej funkcjonowała w czasie. Nowoczesne izolowanie to również minimalizacja i eliminacja mostków cieplnych – stąd oferta zaślepek z wełny mineralnej skalnej TF Profi.

Komfort to także dbałość o akustykę. Niedawno ukazało się kolejne wydanie zeszytu z cyklu „Matrix” z rozwiązaniami dla izolacji akustycznej podłóg. W ślad za nim oferta na doskonałe produkty z wełny mineralnej szklanej pod nazwą TDPT, jak również nowa grubość Stropotermu, który dostępny jest już od 30 mm.

Myśląc o komforcie pamiętamy nawet o pozornie nieważnych detalach. Słuchamy naszych klientów, którzy np. wskazywali na niewystarczająco doskonałą czytelność naszych etykiet na opakowaniach jednostkowych, stąd też nowe rozwiązanie. Już od czerwca większość naszych produktów z wełny mineralnej szklanej będzie miała nowe duże i lepiej czytelne etykiety.

Ponadto nasi klienci będą mogli swobodnie odszyfrować kod produktu, w nowym cenniku dokładnie opisujemy zawarte w nim symbole.

Na lojalnych i zaangażowanych wykonawców czeka zaproszenie do kolejnej,



ISOVER
SAINT-GOBAIN

jeszcze ciekawszej odsłony programu Mistrzowie Izolacji. Zbierając etykiety można zdobyć wiele interesujących nagród, a ponadto wziąć udział w losowaniu samochodu dostawczego. Tym razem jest to Samochód Roku 2014 – Ford Transit Connect.

Ponadto, w najnowszym wydaniu tradycyjnie znajdziemy szereg przydatnych informacji dotyczących m.in. wzorów reklam, możliwości zamawiania gadżetów ISOVER, ogólnych warunków dostaw, odpowiedniego składowania naszych produktów i wiele, wiele innych.

Przez lata cennik zawierał głównie ofertę produktową. Obecnie jest to katalog produktów, rozwiązań izolacyjnych, argumentów i części oferowanego serwisu ISOVER, tak ważnego w dobrym rozwoju biznesu naszych klientów.

Janusz Łyczko

[Janusz.Lyczko@
saint-gobain.com](mailto:Janusz.Lyczko@saint-gobain.com)



SUPER-MATA

Mata z wełny mineralnej otrzymanej z włókien szklanych o doskonałych właściwościach izolacyjnych. Szybki montaż – nie wymaga sznurkowania.

NOWE GRUBOŚCI

Super-Mata								
numer produktu	kategoria dostaw	wymiary [mm]	grubość [mm]	m ² /opak.	m ² /pal.(MPS)	R ₀	il. rolek / pal.	cena [zł/m ²]
101205730	A	9500/1200	50	11,40	273,60	1,50	24	12,90
101205740	A	4500/1200	100	5,40	129,60	3,00	24	25,20
101205750	A	3100/1200	150	3,72	89,28	4,50	24	37,55
101205760	A	2600/1200	180	3,12	74,88	5,45	24	44,40
101205770	C	2400/1200	200	2,88	69,12	6,05	24	49,30
101205780	C	2200/1200	230	2,64	63,36	6,95	24	56,70

* Produkt dostępny tylko w zbiorczych opakowaniach MPS: 1200 x 1230 x 2250 mm (L:W:H)

PARAMETRY, DOKUMENTY ODNIESIENIA, ATESTY

Polska Norma: PN-EN 13162:2013 (IDT, EN - 13162:2012)

Atest higieniczny PZH: HK/B/1609/01/2010

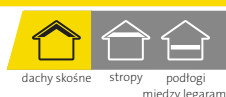
Klasyfikacja ogniowa: A1

Współczynnik przewodzenia ciepła: $\lambda_D = 0,033$ W/mK

Kod oznaczenia: MW-EN13162-T2-MU1-AFr5

Deklaracja właściwości użytkowych: www.isover.pl/DoP

Super-Matę w nowych wymiarach rozpoznaż po nowej, dużej, kolorowej etykiecie na rolkach



Budujemy radość dzieciom – finał aukcji z udziałem ISOVER!

Jesteśmy bardzo szczęśliwi, że kolejna akcja charytatywna z udziałem ISOVER okazała się sukcesem. 26 kwietnia, podczas tegorocznych Krakowskich Targów Budownictwa, odbył się finał aukcji „Budujemy Radość Dzieciom”. Wystawiony na sprzedaż drewniany dom, wyposażony przez sponsorów, m.in. ISOVER, został zlicytowany za 68 000 zł! Całkowity dochód przeznaczony zostanie na rzecz budowy Centrum Opieki



Wyřęczającej dla Przewlekłe i Nieuleczalnie Chorych Dzieci w Krakowie. Zwycięzca aukcji otrzymał projekt architektoniczno-budowlany, konstrukcję budynku z drewna świerkowego oraz materiały do wykończenia i wyposażenia domu o powierzchni ponad 75 m², w tym wysokiej jakości izolację cieplną budynku

ufundowaną przez ISOVER. Na koniec akcji wszystkim sponsorom wręczone zostały pamiątkowe dyplomy oraz drewniane miniaturki wylicytowanego domu.

Pomysłodawcą i głównym fundatorem organizowanej po raz drugi akcji jest Wojciech Mętel oraz firma FPHU DREWDOM – Mętel. Współorganizatorami są Centrum Targowe Chemobudowa oraz Małopolskie Hospicjum dla Dzieci. Aukcję prowadził Sebastian Wątroba.

Sławomir Kocur

Slawomir.Kocur@saint-gobain.com



ISOVER w akcji – Motoserce 2014



Ogólnopolska akcja Motoserce co roku odbywa się w ponad siedemdziesięciu miastach. Między innymi w pięknej scenerii zabytkowego zamku Chudowa, gdzie pod Patronatem Generalnym Kongresu Polskich Klubów Motocyklowych oraz PCK, zbieranie krwi koordynował Klub Motocyklowy Fire Birds MC Poland z Zabrze.

W tym roku kilkuset motocyklistów i blisko trzy tysiące osób wzięło udział w regionalnej edycji akcji wspierającej krwiodawstwo – Motoserce 2014. Pobrana krew trafi do najbardziej potrzebujących. Zebrano w tym dniu aż 35 litrów i jest to rekordowa ilość – na żadnym Motoserce w 2014 roku nie oddano jej tak wiele.

Z uwagi na ograniczoną przepustowość krwiobusów krew mogło oddać jedynie 81 osób, choć chętnych było znacznie więcej. Sytuację, w której każda kropla jest na wagę złota, a każdy litr może uratować czyjeś życie, zdarzają się każdego dnia. Szczególnie tragiczne jest, gdy z powodu braku krwi odchodzą dzieci. To właśnie również dla nich po raz kolejny krew oddali wszyscy zmotoryzowani.

Niezmiernie ważne, że wspieranie krwiodawstwa jest po stronie nie tylko instytucji medycznych – jak patronat Śląskiej Okręgowej Rady Krwiodawstwa PCK. Tę szczytną akcję wspierają pręźnie także firmy. Wśród nich nie mogło zabraknąć ISOVER. Akcja miała ogólnopolskie wsparcie medialne m.in. ze strony stacji AntyRadio.

Motoserce odbyło się w wyjątkowym dniu – w Dniu Dziecka. Akcja zwraca uwagę na problem braku krwi w polskich szpitalach. Dedykowana jest w szczególności dzieciom, dlatego zbiórkom krwi towarzyszyło wiele atrakcji: występy zespołów dziecięcych, liczne konkursy dla najmłodszych, pokazy ratownictwa, pokazy motocyklowe, koncerty. Dzięki partnerstwu Towarzystwa Przyjaciół Dzieci impreza nabrała charakteru integracyjnego. Przez cały dzień organizowane były gry i zabawy, oraz stoiska rękodzielnicze dla najmłodszych i niepełnosprawnych uczestników.

Olga Mazurek

Olga.Mazurek@saint-gobain.com



ISOVER wspiera młode talenty – „Zwiastuny 2014”

10 czerwca 2014 roku w Gliwickim Teatrze Muzycznym odbyła się IX edycja corocznej Gliwickiej Gali Młodych Talentów „Zwiastuny 2014”. Pomysłodawcą Gali jest Anna Krasowska, dyrektor Szkoły Podstawowej nr 21 w Gliwicach.

„Zwiastuny” to impreza, która co roku pozwala dzieciom i młodzieży szkolnej pokazać się szerszej publiczności. Przygotowani przez opiekunów i nauczycieli młodzi ludzie prezentują swoje zdolności śpiewając, grając na instrumentach, tańcząc, recytując wiersze czy odgrywając

role aktorskie. W holu teatru rozstawiono przeróżne fotografie i inne formy plastyczne autorstwa dzieci i młodzieży.

Tegoroczna uroczystość rozpoczęła się od powitania przez panią Annę Krasowską uczestników i gości Gali. Ponadto podziękowano dyrektorom szkół i przedszkoli oraz opiekunom młodych talentów za przygotowanie dzieci do uroczystości i wkład w ich rozwój. Podopiecznym gliwickich placówek oświatowych wręczono dyplomy i statuetki „Zwiastuna”. Następnie cała sala oklaskiwała kolejne występy najmłodszych.

W części finalnej „Zwiastunów” zaproszono na scenę przedstawicieli sponsorów Gliwickiej Gali Młodych Talentów. W podziękowaniu kwiaty wręczyli Prezydent Miasta Gliwice, Zygmunt Frankiewicz i dyrektor Anna Krasowska.



Możliwość udziału w uroczystości to dla ISOVER ogromne wyróżnienie i przyjemność. Wspieramy wiele inicjatyw związanych z najmłodszymi i młodzieżą szkolną oraz studencką – w obszarach sportowych, naukowych czy właśnie artystycznych. Idea pomocy w doskonaleniu talentów i pasji doskonale wpisuje się również w wizję ISOVER, który poświęca wiele uwagi istocie pracy i konsekwencji, aby tworzyć innowacyjne rozwiązania i kreować nowe lepsze standardy.

Paweł Polak

Pawel.Polak@saint-gobain.com



ISOVER CUP w Zielonej Górze

Co ISOVER ma wspólnego z rakietami? Ano więcej, niż mogłoby się wydawać! Dodajmy, że chodzi o rakietę tenisową w rękach naszych Partnerów Handlowych, przybyłych na mini-turniej ISOVER CUP 2014 towarzyszący Międzynarodowym Mistrzostwom Zielonej Góry w tenisie LOTTO CUP 2014 – Womens Circuit 10.000\$, który odbył się w dniach 10-17 maja 2014 r.

ISOVER nieustannie wspiera sportową rywalizację, dlatego byliśmy obecni na Turnieju zarówno jako jego sponsorzy, wierni kibice, jak również jako uczestnicy miniturnieju ISOVER Cup 2014. Po emocjonujących rozgrywkach pierwsze miejsce zajął Pan Zbigniew Węglowski (Artyvent), drugie – Pan Michał Zięba (CAP Metbud), a trzecie – Pan Rafał Tartanus (Tarti). Serdecznie gratulujemy!

Główny turniej zorganizowano ze sporym rozmachem. Na 10 kortach MOSiR wystartowało 90 tenisistów z 18 krajów. Zwycięzczynią została zawodniczka z Rosji – Natela Dzalamidze. Polka, Natalia Siedliska, triumfowała natomiast w finale debla. Organizatorzy LOTTO CUP zadbał również o szereg atrakcji i imprez towarzyszących, wśród nich m.in.: loso-



wanie samochodu osobowego Mazda 6, bieg Australijski dla amatorów, turniej golfa, turniej tenisowy jednego gema dla amatorów oraz największe w Polsce miasteczko zabaw dla dzieci.

Olga Mazurek

Olga.Mazurek@saint-gobain.com



ISOVER na sportowo

31 maja w Szczyrku odbył się towarzyski mecz piłkarski, któremu z przyjemnością patronowaliśmy jako sponsorzy. Na murawie z byłymi reprezentantami Polski – Orłami Górskiego – spotkała się drużyna Przyjaciół Centralnego Ośrodka Sportu w Szczyrku. Wśród nich byli pracownicy ISOVER – miłośnicy sportu i rywalizacji

w duchu fair play, Sebastian Dulik oraz Benedykt Korduła. Drużynę wsparli także m.in. trener kadry skoczków – Łukasz Kruczek, jego dwaj podopieczni – Maciej Kot i Jan Ziobro, najlepszy polski alpejczyk – Maciej Bydliński, były piłkarz Piasta Gliwice – Jarosław Kaszowski, a także mistrz olimpijski w zapasach – Ryszard Wolny.



Sebastian Dulik z gwiazdami

Mecz był niezwykle emocjonujący, a zawodnicy nie pozwolili kibicom na nudę – do bramek wpadło aż dziesięć goli! Jednego z nich strzelił Sebastian Dulik, zdobywając tym samym honorowy punkt dla drużyny Przyjaciół Centralnego Ośrodka Sportu w Szczyrku.

Nie wynik tej rozgrywki był jednak najważniejszy, ale możliwość wspólnego spotkania, które stało się pretekstem do świetnej zabawy, a także wsparcia najbardziej potrzebujących. W ramach przedsięwzięcia organizowanego przez Centralny Ośrodek Sportu w Szczyrku odbyła się licytacja pamiątek drużyny Orłów Górskiego – piłek i koszulek z podpisami reprezentantów Polski. Środki uzyskane z aukcji przeznaczono Stowarzyszeniu „Zbója Szczyrka”, prowadzącemu działalność charytatywną.

Sebastian Dulik

Sebastian.Dulik@saint-gobain.com



Mistrzowskie spotkanie w ISOVER

Przez cały sezon zimowy z zapartym tchem śledziliśmy zawody w skokach narciarskich z udziałem naszych polskich skoczków. Jako sponsorzy Kamila Stocha byliśmy szczególnie dumni i wzruszeni, gdy sięgał on – dwukrotnie! – po złoty medal olimpijski oraz Kryształową Kulę Pucharu Świata. Kiedy w kwietniu Kamil Stoch i Stefan Hula przyjęli nasze zaproszenie i odwiedzili zakład ISOVER w Gliwicach, wydarzeniu towarzyszyło wiele niezapomnianych chwil.



Skoczkowie przyjechali do ISOVER, aby spotkać się z całym naszym zespołem, opowiedzieć o emocjach podczas startów w zawodach, drodze do sportowych sukcesów oraz kulisach życia sportowców. Kamil Stoch z żoną Ewą Bilan-Stoch, Adam Bilan oraz Stefan Hula wraz z żoną Marceliną zostali uroczystie przywitani przez dyrektora ISOVER, Filipe Ramosa. Wspólnie jeszcze raz powróciliśmy do najbardziej emocjonujących chwil ostatniego sezonu oglądając prezentację filmową ze zwycięskich występów. Panowie podzielili się z nami wrażeniami z tych najważniejszych wydarzeń, a także ze współpracy z ISOVER. Następnie nadeszła długo wyczekiwana przez nasz zespół chwila. Podczas otwartego spotkania z pracownikami każdy mógł zadać pytanie sportowcom, poprosić o autograf i zrobić sobie pamiątkowe zdjęcie. Na zakończenie chcieliśmy pokazać gościom „serce” ISOVER zapraszając ich do zwiedzenia nowej linii produkcyjnej, co spotkało się z niemałym entuzjazmem.



Wracając do codziennych obowiązków po tak niezwykłym spotkaniu byliśmy pełni pozytywnych wrażeń i emocji oraz dumni z tego, że ISOVER to więcej niż izolacja.

Olga Mazurek

Olga.Mazurek@saint-gobain.com



„Najcieplejszy Dom z ISOVER” – rozmowa z laureatem III edycji konkursu

Pan Aleksandros Sidiropulos jest lekarzem. Wkrótce wprowadzi się do nowo wybudowanego domu w Goławicach Pierwszych. To dom szczególny – znakomicie ocieplony, czemu zawdzięcza pierwsze miejsce w III edycji konkursu „Najcieplejszy dom z ISOVER”.

Wojciech Lyszczyzna: Dzień dobry! Na wstępie gratuluję serdecznie zwycięstwa w konkursie „Najcieplejszy dom z ISOVER”.

Aleksandros Sidiropulos: Dzień dobry Panu, dziękuję za gratulacje – bardzo mi miło. Wygrana niezwykle ucieszyła zarówno mnie, jak i moją żonę. Z zawodu jestem lekarzem, moja praca to też częste dyżury, jestem w rozjazdach. Dlatego żona jest zaangażowana w budowę i wykończenie naszego domu równie mocno jak ja.

Czy może Pan zdradzić, co skłoniło Pana do wzięcia udziału w konkursie? Czy znał Pan wcześniej markę ISOVER?

Tak, znałem ISOVER już wcześniej, służyłem dobre opinie, a teraz przy budowie domu nadarzyła się okazja, żeby wypróbować, ile w nich prawdy. O konkursie dowiedziałem się w warszawskiej hurtowni Cemhurt, gdzie zaopatruję się w materiały budowlane. Wiedząc, że zamierzam ocieplać dom, i że zależy mi na dobrych materiałach, pracownik Cemhurtu polecił mi wełnę ISOVER do ścian zewnętrznych i na poddasze, a dodatkowo poinformował o możliwości udziału w konkursie ISOVER.

W.S.: Według zasad konkursu – przypomnijmy – nagradzamy domy najlepiej zaizolowane, czyli zwyciężają materiały o niskiej lambdzie i odpowiedniej grubości. Co Państwo wybrali?

Zdecydowaliśmy się na Polterm Max Plus o grubości 25 cm na ściany oraz 35 cm wełny Super-Mata w dwóch warstwach w dachu. To solidne ocieplenie, znacznie ograniczające straty ciepła. No i – jak się okazało – posiada parametry odpowiednie, żeby wygrać konkurs! Oprócz wełny mamy też paroizolację ISOVER Vario – wilgoć nam niestraszna. Taka inwestycja wymagała zapoznania się z tematem, zastanowienia i podjęcia świadomej decyzji – bardzo pomocny był na tym etapie sprzedawca z Cemhurtu, a dodatkowo w sprawę zaangażował się Doradca Techniczny ISOVER. Można było liczyć na jego fachowość oraz pomoc – czy to telefonicznie, czy nawet kilkakrotnie odwiedził nas na miejscu i doradził.

Domyślałem się, że materiały izolacyjne to nie jedyny przejaw dbałości o oszczędność energii i niskie rachunki za ogrzewanie – czy tak?

Rzeczywiście – zadbaliliśmy nie tylko o izolację ścian i dachu, ale również o potrójne szyby, wydajną instalację kominkową czy dobry kocioł opałowy. Planujemy też uruchomić solary. Mieszkam na wsi, lubię oddychać świeżym powietrzem, więc nie do końca odpowiada mi życie cały czas za zamkniętymi oknami, dlatego nie zdecydowałem się na rekuperację, która tego wymaga. Jednak kiedy okna są zamknięte, to szczelne drzwi i okna, oraz oczywiście wełna ISOVER, chronią przed stratami ciepła.



Sidiropulos to nietypowe na Mazowszu nazwisko, prawda?

Czuję się Polakiem, tak zostałem wychowany. Urodziłem się na Podlasiu, gdzie spędziłem dzieciństwo, ale mój ojciec pochodził z Grecji, więc mam w połowie greckie pochodzenie.

A jeśli miałby Pan wskazać coś, co szczególnie ceni Pan sobie, myśląc o Grecji – co by to było?

Na pewno klimat – no i fantastyczna kuchnia!

Bardzo dziękuję za rozmowę.

A.S.: Dziękuję również!

LAUREACI III EDYCJI KONKURSU

1. Aleksandros Sidiropulos adres inwestycji Goławice Pierwsze, zakupy ISOVER w Cemhurt Warszawa, zastosowanie ISOVER: ściany zewnętrzne 25 cm Polterm Max Plus, dach skośny 35 cm Super-Mata.
2. Jacek Fopke adres inwestycji Chwaszczy-no, zakupy ISOVER w BAT oddział Kokoszki.
3. Mateusz Zagała adres inwestycji Morawica, zakupy ISOVER w KCMB Wykończeniówka.

Rozmawiał:
Wojciech Lyszczyzna
[Wojciech.Lyszczyzna@
saint-gobain.com](mailto:Wojciech.Lyszczyzna@saint-gobain.com)



**STOPKA
REDAKCYJNA**

Redaktor naczelna: Olga Mazurek

Członkowie redakcji: Ewa Bryś, Sebastian Dulik, Anna Gil,
Sławomir Kocur, Marek Kolarz, Benedykt Kordula, Henryk Kwapisz,

Wojciech Lyszczyzna, Janusz Łyczko, Olga Mazurek, Łukasz Mędrcki, 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 11, czerwiec 2014

Skład i druk: Royal Brand PR

ISOVER
SAINT-GOBAIN

BEZPIECZEŃSTWO CIEPŁO CISZA

NAJWAŻNIEJSZE JEST
NIEWIDOCZNE DLA OCZU

„Zaufaj doświadczeniu ekspertów”

Henryk Cewajna

Rozwiązania ISOVER w Twoim domu są „niewidoczne dla oczu”, gwarantują jednak najwyższej jakości komfort ciszy i ciepła. Wybierz lepiej.

ISOVER
SAINT-GOBAIN

