

LEPIEJRAZEM

NR 20 grudzień 2018



„SUKCES NIE DZIEJE SIĘ Z PRZYPADKU”

WYWIAD Z MICHAŁEM ADAMIUKIEM,
PREZESEM 3W DB

NOWE MOŻLIWOŚCI CENTRUM SZKOLENIOWEGO ISOVER

SESJA FOTO MISTRZÓW IZOLACJI

▲ LAUREACI ŻÓLTEJ MISJI 2018

PROGRAM „CZyste Powietrze” – to warto wiedzieć!



POLUB ISOVER.PL NA **FACEBOOKU**

ISOVER
SAINT-GOBAIN

ISOVER



„
Sposobem na
podejmowanie
lepszycy decyzji
jest podejmowanie
ich częścicy!

”

Anthony Robbins

Szanowni Państwo, Drodzy Klienci,

Rok 2018 był dla budownictwa wyjątkowy – to okres bardzo dobrej koniunktury i rosnącej liczby realizowanych inwestycji, co z pewnością przyczyniło się do tak pozytywnej oceny ostatnich 12 miesięcy. Był to również czas niezwykle ważny dla nas ze względu na 25-lecie marki ISOVER w Polsce. Wspólnie celebrowaliśmy jubileusz poprzez szereg przedsięwzięć wspierających sprzedaż oraz wzmacniających siłę i pozycję rynkową naszej marki.

Innowacyjny produkt STROPMAX 31 z ogromnym sukcesem rozwija nową technologię skutecznej izolacji sufitów przemysłowych, która znacznie przyspiesza proces realizacji inwestycji. W projekcie Żółta Misja młodzi, energiczni i otwarci Ambasadorzy naszej marki odwiedzili tysiące punktów sprzedaży materiałów budowlanych na terenie całego kraju, promując ofertę ISOVER. Pilotażowy program Mistrzowie Dystrybucji został znakomicie przyjęty i doceniony przez naszych Partnerów Handlowych. A w październiku wystartowaliśmy z kolejną odsłoną Mistrzów Izolacji z nagrodą główną w postaci Mercedesa VITO.

Wspólnie zrealizowaliśmy wiele udanych przedsięwzięć, teraz nadchodzi pora na nowe inicjatywy budujące rynek w Polsce.

Zanim jednak rozpoczniemy nowy rok, chciałabym życzyć Państwu Świąt Bożego Narodzenia wypełnionych radością oraz optymizmem spędzonych w rodzinnej, ciepłej atmosferze.

Niech zbliżający się 2019 rok będzie okresem wyzwań podjętych wspólnie z ISOVER i zakończonych wieloma sukcesami!

Do zobaczenia!

Ewelina Rajs

Dyrektor Sprzedaży



spis treści

04 WYWIAD
Z ...

/ Michałem Adamiukiem – Prezesem Zarządu firmy 3W Dystrybucja Budowlana

07 INICJATYWA
ISOVER

/ Rafting ISOVER – szaleństwo na wodzie!

10

08 ROZMOWA
Z...

/ Andrzejem Grochowskim, właścicielem firmy URB

10 ŚWIAT
MARKETINGU

/ Wyjątkowa 7. edycja „Mistrzów Izolacji”. Twarzami programu pracownicy ISOVER!

13 INICJATYWA
ISOVER

/ Żółta Misja 2018 zakończona sukcesem!

14 ROZWÓJ
RYNKU

/ ISOVER wspiera Czyste Powietrze

14 / Eco-seller, czyli jak zostać Zrównoważonym Bohaterem

15 / Projektowana charakterystyka energetyczna budynku

15 / Sztandarowe obiekty referencyjne ISOVER

16 / Uczestniczymy w rewolucji Industry 4.0

17 / ENERGETYKA BIELCHATÓW 2018

18 / Poznajemy aplikację ISOVERPL

19 / Szkolenia e-learning z ISOVER



19 / Badanie satysfakcji Klientów

20 WYWIAD
Z ...

/ Wywiad z Tomaszem Gałązkiewiczem – Dyrektorem Łańcucha Dostaw ISOVER

21 ROZWÓJ
RYNKU

/ Rozszerzenie oferty szkoleniowej

22 / Modernizacja Roku – ZPEC Zabrze

23 NASZE
WARTOŚCI

/ EHS Day - święto odpowiedzialności

24 / Motoserce – ISOVER po raz piąty

25 ROZMOWA
Z...

/ Łukaszem Miodyńskim, Koordynatorem Doskonalenia Procesów Sprzedażowych ISOVER

» Sukces nie dzieje się z przypadku



Anna Kozera: Panie Prezesie, co spowodowało, że firma 3W Dystrybucja Budowlana, pomimo stosunkowo młodego wieku, osiągnęła taki sukces rynkowy?

Michał Adamiuk: Tak jak w sporcie, potrzebnych jest kilka elementów łącznie, aby uzyskać dobre wyniki i sukces. Z pewnością wiele pracy i trochę talentu, ale ważne też jest podejmowanie ryzyka oraz odrobina szczęścia. Kiedy zaczynaliśmy w ogóle nie myśleliśmy, że firma tak nam się rozwinie. Zebrałiśmy kilka osób, zbudowaliśmy niewielki kapitał i wymyśliliśmy, że otworzymy 8 do 10 oddziałów. Ten cel osiągnęliśmy w ciągu 2 lat. Później otwieraliśmy kolejne oddziały, rozwijaliśmy się bardzo szybko. Nawet za szybko. Gdy doszliśmy do 17 oddziałów pojawiały się różne problemy, bo w ślad za takim rozwojem musi iść też rozwój struktur, finansów, a z nimi nie było łatwo, bo branża jest trudna, nisko marżowa, więc tych pieniędzy nie zostaje za dużo na inwestowanie. Przekształciliśmy się w spółkę akcyjną i szukaliśmy inwestora, aby wejść na giełdę New Connect. W międzyczasie pojawiła się możliwość przejścia od Saint-Gobain aktywów Raab Karchera. To też nie był łatwy proces, bo musieliśmy pozyskać finansowanie, ale wykorzystaliśmy tę szansę. Bardzo szybko udało nam się zrestrukturizować przejęte aktywa i to nam dało ogromnego „kopa”. Nagle zwiększyliśmy dwukrotnie obroty oraz ilość oddziałów. Staliśmy się ważniejszym partnerem dla naszych dostawców. Mając blisko 40 oddziałów, zdecydowaliśmy się na bardziej stabilny rozwój i lepsze poukładanie firmy. Do naszego zespołu dołączył nowy Dyrektor Finansowy Artur Paleczny, który wszedł do Zarządu, stworzyliśmy wewnątrz firmy dział personalny, dział księgowości, dział bhp – czyli wszystkie zasoby, które wcześniej były outsourcowane. Stworzyliśmy również dział gospodarki magazynowej, wprowadziliśmy też elektroniczny obieg dokumentów w całej firmie. Skoncentrowaliśmy się na tym, co udało się zbudować, aby tego nie zaprzepaścić. Nie otwieraliśmy już kolejnych oddziałów, ale poczuliśmy,

że potrafimy robić akwizycje. Bo skoro potrafiliśmy przejąć aktywa tak dużej firmy konkurencyjnej, to jaki problem, żeby przejmować inne mniejsze. Podsumowując, wpływ na nasz dynamiczny rozwój i sukces miało wiele osób. Jako udziałowcy mieliśmy już zbudowane zaufanie do siebie i na bazie tego zaufania powstała ta firma. Udało nam się też zatrudnić wartościowych, doświadczonych i fajnych ludzi, dzięki którym tak dynamicznie się rozwijamy.

A.K.: Akwizycje strategią na biznes?

M.A.: I tak, i nie. Jak pojawia się okazja, szansa na rozwój to człowiek się nad tym pochyla i analizuje, czy to coś wniesie do firmy czy nie. Tak powstał oddział w Opolu. Mieliśmy już tam człowieka, ale baliśmy się tego rynku. Spotkaliśmy się z właścicielką firmy SALOME, która chciała zrezygnować z biznesu i weszliśmy w jej miejsce – na gotowe. Podobnie w Szczecinie przejmując aktywa mającej problemy finansowe firmy Apa Strip, zwiększyliśmy momentalnie naszą pozycję konsolidując istniejący oddział z przejętymi aktywami. Akwizycji w naszej branży nie da się zaplanować, trzeba po prostu obserwować rynek i wykorzystywać

okazje. Jednak trzeba bardzo uważać i podejmować przemyślane decyzje, bo dużo firm jest niestety słabo zarządzanych, ich właściciele często zatrzymali się na pewnym etapie rozwoju firmy i wielu rzeczy nie wiedzą o swojej działalności. Nie znają dokładnie struktury kosztów, mają słabą rotację towarów i za wysokie stany magazynowe, a także stawiają na nisko marżowy asortyment. Nie mają dobrego działu kontroli kredytowej, czyli towar jest rozdawany albo czekają na pieniądze dłużej, bo sprzedaje znajomy, znajomemu. U nas nie ma to miejsca. W dziale limitów kredytowych i windykacji pracuje kilkanaście osób i one podejmują decyzje na podstawie wielu danych i zabezpieczeń. Jeśli ktoś nie płaci, to jest bardzo szybka reakcja. W naszej spółce ja i Paweł Sepiolo Wiceprezes Zarządu zajmujemy się sprzedażą i sprawami personalnymi, natomiast całym obszarem operacyjno-finansowym zarządza Artur Paleczny Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Finansowy, który z kolei pilnuje nas (śmiech). Bo my z natury handlowcy chcielibyśmy jak najwięcej sprzedawać, ale handel nie może się wtrącać w sprawy limitów kredytowych. To jest bardzo ważne, aby był wyraźny rozdział działów handlowych od działu limitów kre-

dytowych, bo bez tego można mieć duże kłopoty finansowe.

A.K.: Jak Pan widzi rozwój rynku dystrybucji materiałów budowlanych w Polsce? Co się najbardziej zmieni w kolejnych latach?

M.A.: Handel materiałami budowlanymi jest coraz bardziej spolaryzowany. Rozwijają się sieci DIY, które mają już chyba połowę rynku. Może Castorama czy Leroy Merlin już nie tak bardzo w kwestii nowych lokalizacji, ale OBI tak. Przejmowanie lokalizacji po Praktikerze na to wskazuje. Są też mniejsze sieci detaliczne, jak np. PSB Mrówka i Bricomarche, które również chcą się rozwijać. To są najdynamiczniejsze dzisiaj firmy, które działają w mniejszych, powiatowych miastach. To jest jedna część rynku, do której w jakimś sensie my nie mamy dostępu, bo tam jest detal i mały wykonawca, który nam ucieka właśnie do marketów. Drugi segment to rynek inwestycyjny, w którym działa 3W, czyli rynek B2B i on też będzie się rozwijał. Najgorzej będą miały małe i średnie hurtownie, które nie są zrzeszone i nie zbudowały mocnej pozycji lokalnej. One będą powoli upadać albo będą przejmowane przez takie firmy jak nasza. Jednak przejęcia firm nie są proste. Właściciele firm chcieliby duże pieniądze za coś, co w naszej opinii jest niewiele warte i trzeba wielu miesięcy restrukturyzacji, żeby taki biznes zaczął być dochodowy. Więc z tymi

akwizycjami też będzie problem i to będzie długotrwały proces w odróżnieniu od tego, jak bardzo szybko nastąpiła konsolidacja, np. w branży spożywczej. Ale wcześniej czy później rynek musi się skonsolidować. Konsolidacja postępuje też poprzez coraz agresywniejszą politykę sieci DIY, które mają dobre lokalizacje, szeroki asortyment i lokalne hurtownie nie wytrzymują tej konkurencji, i powoli znikają z polskiego rynku.

A.K.: Czy mają Państwo problem z pozyskaniem pracowników i jaki to może mieć wpływ na branżę budowlaną?

Największy problem, jeśli chodzi o pracowników w branży budowlanej, jest w firmach wykonawczych. Nam oczywiście też brakuje ludzi, ale nie mamy problemów w pozyskaniu kilku czy kilkunastu osób do hurtowni w dużym mieście. Problem jest na dużych inwestycjach, gdzie są potrzebne setki osób z wielu branż, fachowcy i osoby z dużym doświadczeniem. Tutaj najbardziej brakuje pracowników i obawiam się, że będzie coraz gorzej. Największy problem mają generalni wykonawcy, którzy wykonują jeszcze projekty po niższych stawkach, a podwykonawcy, z którymi nie mieli zakontraktowanych tych tematów, wymagają czasem absurdalnych stawek. Ceny materiałów nie wzrosły przecież ponad 50%, to robocizna tak wzrosła. Dlatego aktualnie z tego powodu zaczynają najbardziej korzystać pod-

wykonawcy, którzy nie podpisali umów na niskich stawkach. Niestety z tego powodu duże firmy zaczynają pokazywać coraz gorsze wyniki, a to może się przełożyć na pogorszenie kondycji hurtowni budowlanych.

A.K.: Sądzi Pan, że dojdzie niebawem do jakiegoś załamania na rynku?

M.A.: Jestem optymistą i wychodzę z założenia, że jeżeli będzie jakieś załamanie, to dzięki niemu uspokoi się trochę sytuacja na rynku materiałów budowlanych. W ostatnich miesiącach brakowało materiałów konstrukcyjnych, weten skalnych, płyt OSB, a dostawy drzwi wydłużyły się nawet do 20 tygodni. Taki zwariowany czas wcale nam nie pomaga, bo ani nie pozwala na podniesienie marży, ani na generowanie większej sprzedaży. My wolimy normalność. Jakies spowolnienie musi nastąpić, bo to już jest odczuwalne, ale nie sądzę, aby pokrzyżowało to nam nasze plany.

W Polsce jest jeszcze dużo do zrobienia, dlatego branża budowlana mimo cyklicznych zawirowań będzie nadal rosła. Jak będzie wzrost gospodarczy na poziomie 2-3% to my nadal będziemy sprzedawać materiały budowlane i tu się nic nie wydarzy.

A.K.: Co było największym wyzwaniem w osiągnięciu obecnej pozycji 3W? Czy coś Pana zaskoczyło?



M.A.: Zaskoczył mnie tak szybki rozwój naszej firmy, a największym wyzwaniem było przejęcie aktywów Raab Karchera, bo to była naprawdę duża sprawa. Spółka, która generowała niecałe 200 mln przejęła konkurencyjną spółkę z przychodami powyżej 300 mln. Oczywiście my nie przejęliśmy wszystkich aktywów, ale wchłonąć strukturę większą od swojej w 2 miesiące – to było osiągnięcie. Podpisaliśmy umowę, czekaliśmy na decyzję UOKiKu, a w międzyczasie przygotowaliśmy się organizacyjnie. Po otrzymaniu pozytywnej decyzji w jeden dzień przejęliśmy wszystkie oddziały, materiały, ludzi do naszego systemu i wystawiliśmy we wszystkich nowych oddziałach pierwsze faktury sprzedażowe. Nie licząc informatyków to bezpośrednio w proces przygotowawczy do przejęcia było zaangażowanych kilkanaście osób.

A.K.: Jakie są kluczowe wartości Waszej firmy?

M.A.: Kluczowe wartości 3W to wiedza, wiarygodność i współdziałanie. W handlu zatrudnia się ludzi z różnym wykształceniem – inżynierów, ekonomistów, historyków – ważny jest dryg do tego. Dlatego Inżynier nie mając kompetencji handlowych nie sprzeda, choćby wiedzę miał ogromną. Wiedza też jest dla nas bardzo ważna, ale ją można nabyć również w wyniku akwizycji. W 2014 roku przejęliśmy od Saint-Gobain hurtownię Cortina, między innymi po to, żeby nabyć kompetencje w zakresie sprzedaży płytek ceramicznych. Ale zauważyliśmy, że z pozycji oddziału nie wniesiemy tej wiedzy do pozostałych naszych hurtowni. Dlatego zatrudniliśmy menadżerów produktowych, którzy w całej Polsce wspierają naszych przedstawicieli handlowych. Mamy duże kompetencje w zakresie chemii budowlanej i ociepleń budynków, a mimo

tego zatrudniliśmy również menadżerów do tego rynku. Oni nie konkurują, ale współpracują z naszymi handlowcami. W 2016 roku przejęliśmy również hurtownię EGZ z Wrocławia, która specjalizowała się w sprzedaży stolarki drzwiowej. A teraz rozwijamy dział inwestycji, żeby wiedzieć, co się dzieje na danej budowie i jeśli to jest duży projekt, np. szpital, szkoła czy biurowiec, to naszym celem jest zapewnić szerszy zakres materiałów. Chcemy być obecni już od początku, od fundamentów po wykończenie, bo mamy bardzo szeroką ofertę.

A.K.: Powiedział Pan o wiedzy i współdziałaniu, a trzeci filar – wiarygodność?

M.A.: Wystarczy spojrzeć na nasze ratingi. Nasza moralność płatnicza jest bardzo istotna i podkreślamy to na spotkaniach z klientami. Zamawiając u nas towar, klient jest pewny, że ten towar zawsze dojedzie na czas. Mamy duże limity kredytowe u wszystkich naszych dostawców, płacimy terminowo. Są różne instytucje, które to potwierdzają, jak np. Euler Hermes, wg którego nasz wskaźnik moralności płatniczej PMI jest na poziomie 100 na 100 pkt.

A.K.: Widoczna jest dbałość o wizerunek i pozycjonowanie marki. Inwestujecie w sponsoring i rozpoznawalność, czyli działania, których efekty często trudno zmierzyć.

M.A.: Rzeczywiście działania te są niepolityczne i trudno określić ich skuteczność, ale my jesteśmy do nich przekonani. Sam z doświadczenia wiem, jak rozpoznawalność marki „otwiera drzwi”. Jeszcze kilka lat temu naszym ludziom ciężko było się przebić na budowach. Dzisiaj przez tą dbałość o wizerunek firmy i to, że coraz więcej o nas słychać łatwiej jest nawiązać relacje z firma-

mi wykonawczymi oraz kontakt z kierownikami i dyrektorami na dużych inwestycjach, a w konsekwencji otrzymać zamówienie. Stąd konkretne dane na stronie internetowej, współpraca z mediami, logowane gadżety, wprowadzana spójna kolorystyka i wygląd naszych oddziałów, ale też nasza firmowa loża w Tauron Arenie Kraków. Jeżeli chodzi o sponsoring, to zawsze było widać nasz związek ze sportem i w to inwestujemy. Od zawsze robiliśmy eventy sportowe związane z piłką nożną, siatkówką czy piłką ręczną. Dlatego zdecydowaliśmy się na sponsorowanie SKRY Bełchatów, czyli najbardziej utytułowanego klubu siatkówki w Polsce i jednego z bardziej utytułowanych w Europie i na świecie. Wspieramy również zespół piłki ręcznej Wybrzeże Gdańsk oraz piłkarzy plażowych Grembach z Łodzi. Ten nasz sponsoring jest biznesowy. Często też osoby, które działają w tych klubach poznajemy wcześniej i one nas przekonują do tego, że warto im pomóc. Dzięki temu mamy reklamę w TV i możliwość zapraszania naszych klientów na fajne wydarzenia sportowe. W 2015 roku zostaliśmy również sponsorem nagrody głównej na Gali Mistrzów Sportu organizowanej przez Przegład Sportowy. To był zupełny przypadek. Na rozpoczęcie współpracy mieliśmy tylko 2 tygodnie. Szybka i sprawna organizacja zaproszenia udziałem w kolejnych edycjach.

A.K.: Jak Pan regeneruje siły po ciężkim tygodniu pracy? Co Pana odpręża?

M.A.: Bardzo lubię projektować wnętrza i meble lub jak jest coś do zrobienia przy domu. Sam to wymyślam. Większość mebli w domu zaprojektowałem sam. Nie mam pasji typu wędkowanie. Najczęściej odpoczywam wyjeżdżając z rodziną – żoną i trzema córkami. Firma jest tak poukładana, że możemy razem ze współnikiem wyjechać jednocześnie i firma normalnie działa. Doskonałym tego przykładem jest wyjazd sprzed dwóch lat. Nie było nas miesiąc, a wróciliśmy jak po weekendzie (śmiech).

A.K.: Dziękuję za zaproszenie i ciekawą rozmowę.

M.A.: Ja również. Pozdrawiam.

Anna Kozera
anna.kozera
@saint-gobain.com



Rafting ISOVER – szaleństwo na wodzie!



We wrześniu w ramach niedawno sfinalizowanego programu Mistrz Dystrybucji zaprosiliśmy uczestników na pełen ekstremalnych doznań wyjazd. Znużeni pobytami w ciepłych hotelach i luksusowych warunkach postanowiliśmy zaproponować ciekawszą alternatywę naszym drogim partnerom ISOVER.

Grupa wyjazdowa składająca się ze 105 osób podzielona została na trzy turnusy po 35 osób, których zadaniem było zmierzyć się z żywiołem wody, własnymi umiejętnościami oraz lękami. Imponujące austriackie Alpy, przepiękna rzeka Salza i zapierająca dech w piersiach przyroda – to tylko dodatki do pełnego ekstremalnych wrażeń i emocji wyjazdu.

Wszyscy wyruszyliśmy w trasę autokarem z Polski, kilkugodzinna podróż minęła dość szybko i w wesołej atmosferze integracji. Po dotarciu w godzinach późno południowych do Austrii na kemping każdemu z uczestników przydzielony został namiot, w którym czekały go 2 noclegi pełne wrażeń. Wszak dużo było osób które pierwszy raz w życiu miały okazję spędzić wyjazd prawie pod gołym niebem w warunkach czysto obozowych, jakie niektórzy z nas pamiętają

z dziecięcych czy młodzieńczych lat. Na uczestników wyjazdu czekała kolacja i wspólne ognisko wraz z gitarami w towarzystwie wspólnych śpiewów. I tak nam minął pierwszy dzień – relaks, laba i atmosfera obozowa udzieliła się wszystkim. Uczestnicy bawili się do późnych godzin wieczornych, lecz pamiętając, że następnego dnia czeka ich nie lada wyzwanie.

Drugi dzień zaczął się od przydzielania niezbędnego sprzętu, obuwia do sportów wodnych, pianek oraz kajaków i wiosł. Wszyscy uczestnicy zostali przydzieleni do dwuosobowych mini kajaków pneumatycznych i większych pontonów 3-, 4-, i 5-osobowych. Po dotarciu nad brzeg każdy z drżącym sercem obserwował rzekę Salzę. Po krótkim instruktażu, jak pływać oraz co ważniejsze – jak bezpiecznie wpaść do wody, z uśmiechami na twarzy rozpoczęli rafting. Pierwszy odcinek rzeki nie dla wszystkich okazał się prosty, wiele pontonów i kajaków dość często wywracało się do góry dnem, a śmiechu i zabawy było bez liku. Wiosłowanie okazało się całkiem niezłym wysiłkiem fizycznym, ale mimo to wszyscy uczestnicy dołączyli szczęśliwie do mety. Trzeci dzień i drugi odcinek rzeki Salzy

był już zdecydowanie bardziej wymagający. Jeżeli wśród uczestników byli tacy, którzy na pierwszym odcinku pozwalali sobie na małe przerwy w wiosłowaniu, czy powątpiewali w siłę żywiołu jakim jest woda, tym razem przeżyli rozczarowanie.

W ostatnim dniu wyjazdu wszyscy wspólnie mieli okazję obejrzeć przepiękne wodospady Wasserlochklamm, zrobić wiele pamiątkowych zdjęć i wpisać się do księgi gości, którym udało się dotrzeć na szczyt. Warty zaznaczenia jest fakt, iż wejście na górę zajmowało aż 1,5h, a biorąc pod wagę uprzednie dwudniowe zmęczenie ciała podczas raftingu, dla wielu to zadanie było istną próbą własnych możliwości. Po tej niezwykle forsownej fizycznie eskapadzie przyszedł w końcu czas na upragniony relaks w hotelu.

Wszystkim uczestnikom serdecznie dziękujemy i zobowiązujemy się w przyszłości zapewnić dalsze niesztampowe rozrywki! Do zobaczenia!

Alicja Czuba-Gigoń

alicja.czuba
@saint-gobain.com



„Wykonawcą 25-lecia ISOVER”



Anna Kozera: Prawidłowa izolacja to są wysokiej jakości produkty o najlepszych parametrach, ale również fachowe wykonawstwo. Nieustannie to podkreślamy, a Pana praca została doceniona podczas naszej jubileuszowej gali. Otrzymał Pan wyróżnienie w kategorii „WYKONAWCA 25-lecia ISOVER”. Jakie uczucia towarzyszyły Panu podczas odbierania statuetki?

Andrzej Grochowski: Byłem mile zaskoczony. Nie spodziewałem się, że będę wyróżniony. Nawet przez chwilę miałem nie jechać na galę z powodu natłoku obowiązków, ale wymagał tego szacunek do marki ISOVER oraz wieloletnia współpraca. W momencie rozdania wyróżnień, uświadomiłem sobie, że nie wszyscy zaproszeni otrzymali tak prestiżowe nagrody. Poczuliśmy się szczególnie docenieni. To były potężne emocje, które spłynęły nagle. Fantastyczne przeżycie.

A.K.: Prowadzi Pan firmę wykonawczą i działa na terenie Lublina. Jaki zakres prac Pan wykonuje i kto jest Pana klientem?

A.G.: Współpracuję z szerokim wachlarzem klientów – od różnej wielkości firm zlecających remont, wykończenie czy adaptację lokali, poprzez prace elewacyjne i wykończeniowe w deweloperskich budynkach jedno- i wielorodzinnych, po klientów indywidualnych i wykańczanie budynków „pod klucz”. Główny zakres prac wykonywanych przez moją firmę dotyczy docieplania poddaszy oraz elewacji. Wykonujemy również, jak już wspominałem, remonty kompleksowe oraz prace wykończeniowe w lokalach usługowych i mieszkalnych. W zasadzie to klient określa zakres prac, a moim zadaniem jest ich wykonanie.

A.K.: Duże znaczenie podczas prac remontowo-wykończeniowych mają fachowcy. Wielu wykonawców narzeka na brak rąk do pracy, a inwestorzy, że są odległe terminy i opóźnienia. Czy Pana te problemy też dotykają?

A.G.: Na pewno nie można czuć się bezpiecznie. Niejednokrotnie wszystko jest misternie zaplanowane: transporty materiałów, ilość pracowników na budowie, terminy zapisane w kalendarzu i wydaje się, że teraz już tylko można czekać na zyski. Nagle okazuje się, że ktoś wyjeżdża za granicę, bo potrzebuje większego zastrzyku gotówki, ktoś inny potrzebuje urlopu ze względów zdrowotnych lub rodzinnych i całą układankę trzeba ułożyć od nowa. Może się wtedy zdarzyć, że termin nieznacznie się przesunęła, co jest komplikacją nie tylko dla klienta, ale i dla właściciela firmy. Trzeba także pamiętać, że wykonywanie zewnętrznych prac budowlanych uzależnione jest od warunków pogodowych. Deszcz, niska, jak i zbyt wysoka temperatura mają znaczenie. Ponadto często pojawiają się prace dodatkowe, o które proszą klienci, choć wcześniej nie były uwzględniane w ramach czasowych. Trzeba więc mieć się na baczności, zachować elastyczność w planowaniu i czasem doradzić klientowi rozwiązania, których nie dostrzega. Na pewno jest lepiej w dużej firmie jak moja, gdzie pracowników jest więcej i nawet gdy się traci te kilka osób, to wciąż kilkudziesięciu pozostaje.

A.K.: Od którego roku działa Pan w branży?

A.G.: Działam w branży budowlanej od 1997 roku. Kiedyś był Gullfiber a teraz jest ISOVER, ale od zawsze jestem związany z waszą żółtą marką. Zatrudniam większość swoich pracowników na umowę o pracę. Wielu z nich jest od lat związanych z firmą i to jest jej główny filar. Dbają oni o swoje miejsce pracy. Wiedzą, że warto solidnie pracować i traktować swoje miejsce pracy rozwojowo, ponieważ to wiąże się zarówno ze stabilizacją, zarobkami, jak i przyjemnością z wykonywania codziennych obowiązków. W razie potrzeby współpracuję też z firmami podwykonawczymi, sprawdzonymi na lubelskim rynku budowlanym.

A.K.: Zwyciężył Pan w rankingu 6. edycji programu Mistrzowie Izolacji, czego serdecznie gratuluję. Jak Pan ocenia ten program i czy poleciłby Pan go swoim kolegom z branży?

A.G.: Oczywiście, że poleciłbym. Jest to bardzo wymierny i czytelny program, „łatwy w obsłudze”. Samo korzystanie z produktu dobrej marki to już zysk, bo nie muszę myśleć o takim problemie jak reklamacja. Dodatkowe profity daje program lojalnościowy. Dla mnie to prestiż, mocna pozycja i dodatkowe bonusy.

A.K.: Jak ocenia Pan nagrody i katalog?

A.G.: W pogramach lojalnościowych uczestniczę już chyba od 20 lat :-), ale nie można powiedzieć, że wszelkie potrzeby już są zaspokojone. Zawsze w katalogu znajdzie się coś potrzebnego do pracy lub do domu.

A.K.: Gdyby miał Pan doradzić inwestorowi po czym poznać fachowego wykonawcę, rzetelnego, któremu można zaufać i zostawić klucze – co by Pan powiedział?

A.G.: Trudno jest ocenić na pierwszy rzut oka. Dlatego polecam obejrzenie kilku inwestycji wykonanych przez danego fachowca oraz przyjrzenie się warsztatowi pracy. Chodzi na przykład o kwestię narzędzi: profesjonalne czy jakaś zbierani-na; materiały: renomowanych, znanych firm czy nieznanego pochodzenia: ubiór: firmowy czy niekoniecznie. Trzeba też zweryfikować wiedzę, doświadczenie i referencje. W końcu ocieplenie dachu czy elewacji, to trudna i kosztowna praca, a nie malowanie, które łatwo poprawić. Wiele poddaszy moja firma zerwała i poprawiała po innych firmach. Takie rzeczy wciąż się zdarzają.

A.K.: Na czym polegały najczęstsze błędy w takich przypadkach?



A.G.: Niestarannie włożona wełna, wełna o złej jakości lub jej zbyt cienka warstwa. To głównie decyduje o efekcie.

A.K.: Jak oceniliby Pan ogólny poziom wiedzy inwestorów odnośnie izolacji?

A.G.: Ostatnie lata są dosyć budujące. Klienci są o wiele bardziej zorientowani w parametrach technicznych, a co najważniejsze chcą mieć położoną grubszą warstwę wełny i o bardzo dobrej lambda.

A.K.: Co Pan lubi robić w wolnym czasie?

A.G.: Jestem wszechstronnie aktywny. Jeżdżę na nartach, na rowerze, łowią ryby, jestem myśliwym. Praca w branży budowlanej jest dość stresująca, a kontakt z na-

turą pozwala rozładować emocje, pomyśleć nad logistyką i wrócić z duchem walki do obowiązków.

A.K.: Bardzo dziękuję za rozmowę. Może chciałby Pan coś jeszcze dodać od siebie?

A.G.: Uczestniczę z ramienia Związku Łowieckiego w akcji „Pomóż dzieciom przetrwać zimę”. Jest to niesamowita inicjatywa, którą chciałbym zarazić innych. W zeszłym roku udało mi się zebrać 120 kg różnych słodczy. W tym roku również podjąłem już pewne działania w zakresie zorganizowania zbiórki.

A.K.: Czy w zbieranie słodczy angażuje Pan też pracowników i bliskie osoby? Gdzieś Pan to ogłosił?

A.G.: Nie, nigdzie nie ogłosiłem. Znajomi i rodzina chętnie biorą udział w tej akcji. To było bardzo miłe, gdy moje dzieci pakowały paczki. Czasami wystarczy okazja, żeby się zaangażować i poczuć, że można zrobić coś dobrego.

A.K.: Dziękuję za rozmowę.

A.G.: Dziękuję i pozdrawiam.

Anna Kozera
anna.kozera
@saint-gobain.com



Wyjątkowa 7. edycja „Mistrzów Izolacji”. Twarzami programu pracownicy ISOVER!

Wystartowała kolejna, 7. już edycja programu lojalnościowego ISOVER pt. Mistrzowie Izolacji. Edycja wyjątkowa z wielu powodów. Po pierwsze rusza w naszym jubileuszowym roku. 25 lat obecności na polskim rynku świętujemy cały rok i ze wszystkimi ważnymi dla nas osobami – pracownikami na pikniku czy comiesięcznych wspólnych śniadaniach, kluczowymi klientami na gali, a teraz też z wykonawcami! Specjalnie na tę okazję nagrodą główną jest nowy Mercedes VITO. Oprócz niego do wygrania będzie wiele atrakcyjnych nagród, m.in. sprzęt elektroniczny, bony podróżne oraz profesjonalne narzędzia do pracy. Ale to nie wszystko!

Twarzami poprzedniej edycji programu byli wykonawcy. Tym razem, to im – Wykonawcom – chcemy pokazać, jak wiele różnych osób „stoi” za jakością naszych produktów, z którymi pracu-

ją na co dzień. To kolejny projekt, do którego zaprosiliśmy naszych pracowników, a ich opinie o tej inicjatywie tylko zachęcają do kontynuowania takich działań. Zresztą, przeczytajcie sami, co powiedzieli nasi modele o swojej pracy, produktach, promocji marki i zgodzie na wykorzystanie swojego wizerunku...

W role wykonawców wcielił się Rafał Eichner, Tomasz Donotek i Robert Micał, a inwestorką na budowie była Anna Kozera. Autorem zdjęć promujących program jest również nasz pracownik – Łukasz Miodyński. Zapraszamy do przeczytania z nim wywiadu na stronie 25 w cyklu „Człowiek z pasją”.



SZCZEGÓŁY PROGRAMU:

WWW.MISTRZOWIEIZOLACJI.PL

Nagroda Główna

Wygraj nowego Mercedesa Vito!

Przystąp już dziś do Mistrzów Izolacji i spełnij swoje marzenia! Już w listopadzie 2019 roku wśród wszystkich Uczestników 7 edycji, którzy przesyła do nas minimum 500 etykiet rozlosujemy wspaniałe nagrody! Nagrodą Główną jest Mercedes Vito. Oprócz niego do wygrania będzie jeszcze wiele atrakcyjnych nagród m.in. sprzęt elektroniczny, bony podróżne oraz profesjonalne narzędzia do pracy.

Kontakt

Biurowisko Promocji i adres do wysyłki etykiet:
MPL Verbum S.A., ul. Szelągowska 45A,
61-626 Poznań, tel. 61 / 825 07 85,
info@mistrzowieizolacji.pl

Program dla firm wykonawczych

Wygraj Mercedesa Vito!

Całkowita nagroda: 1000 Mercedesów Vito

Każde 500 etykiet to jeden los. Więcej losów to większa szansa na wygraną.

www.mistrzowieizolacji.pl

Czas trwania 7 edycji 1.10.2018 - 30.09.2019



RAFAŁ EICHNER
– OPERATOR LINII WS1, od 2 lat w ISOVER

A.Kozera: Rafał, opowiedz, czym się zajmujesz w ISOVER?

R.Eichner: Jestem operatorem rolarki. W niej mata, która znajduje się na linii jest obcinana na daną długość. Podjeżdża do mnie dywan wełny i musi on zostać zrolowany w tzw. walec. Zostaje przygotowana odpowiednia folia z klejem, np. Super-Mata i odpowiednio skompresowany produkt zostaje finalnie przygotowany w postaci rolki.

A.K.: Czyli wykonując swoją pracę masz wpływ na jakość produktu, który trafi do inwestora?

R.E.: Oczywiście, mam bardzo duży. Na moim stanowisku pracy są przeprowadzane badania laboratoryjne. Co godzinę sprawdzam wagi i średnicę produktów, a co 2 godziny muszę rozwinąć matę i sprawdzić, czy ma odpowiednią długość i przede wszystkim gęstość. W specyfikacji są odpowiednie parametry, które po rozwinięciu tej rolki muszą się zgadzać. Moim zadaniem jest tego dopilnować. Nawet, gdy przychodzę do pracy i ktoś mi mówi, że były już przeprowadzane badania, to i tak sam wolę to zrobić drugi raz. Wtedy jestem pewien, że produkt będzie odpowiedni dla inwestora.

A.K.: Co sądzisz o angażowaniu pracowników w kampanie reklamowe?

R.E.: Zapraszanie kogoś z zewnątrz i udawanie, że oni to robią na co dzień, i potrafią to robić, nie jest fajne. U pracowników jest to naturalne, że chcemy reklamować nasze produkty. Po zaproszeniu do udziału było wahanie, czy się do tego nadają i jak odbiorą to koledzy z pracy. Nie wiedziałem zupełnie, czego się spodziewać, natomiast byłem bardzo pozytywnie zaskoczony. Było to bardzo miłym doświadczeniem.

A.K.: A koledzy?

R.E.: W końcu zostałem przez nich nazwany celebrytą i obróciłem wszystko w żart mówiąc, by ustawiali się w kolejce po autografy, bo potem mogliby się nie dopchać. Po paru dniach całe to zamieszanie się uspokoiło. Generalnie fajnie, że zostałem doceniony, że firma chce widzieć mnie jako swojego przedstawiciela. Podoba mi się współpraca z ISOVER – oby tak dalej.

ROBERT MICAŁ

– REGIONALNY DORADCA TECHNICZNO-HANDLOWY, od 11 lat w ISOVER

Anna Kozera: W swoich codziennych obowiązkach, z naszej ekipy modeli, jesteś najbliższym wykonawcą. Czy Twoim zdaniem warto mówić naszym partnerom, że do promowania marki ISOVER nie angażujemy wynajętych twarzy?

Robert Micał: Nasz udział w kampanii – pracowników różnych działów, również sprzedaży i marketingu – to dodatkowa wartość, którą warto podkreślać, bo świadczy o naszej wiarygodności. Skoro sami coś promujemy, to podkreślamy tym fakt, że jesteśmy przekonani do wysokiej jakości tych produktów. Znamy standardy naszej fabryki, wysokie wymagania jakościowe, proces produkcji, ile testów jakości przechodzą produkty zanim trafią do klienta, znamy ich sprężystość... i wiele innych atutów, które nie są pustymi sloganami. Nasza obecność na ulotkach czy plakatach jest tego dowodem. W końcu „podpisujemy się” swoim wizerunkiem uczestnicząc w kampanii.

A.K.: Jakie korzyści z udziału w programie Mistrzowie Izolacji ma wykonawca?

R.M.: Wykonawcy z katalogu produktów głównie wybierają narzędzia oraz ubrania robocze, bo one są niezbędne na budowie. Lepiej się pracuje z wysokiej klasy sprzętem, jak DeWalt i przy muzyce, którą zapewnia Radio Makita. Część wykonawców zamawia też produkty, które są im niezbędne w życiu codziennym, jak AGD do domu czy rzeczy przydatne w codziennym użytkowaniu samochodu. Oprócz katalogu nagród rzeczowych są też dodatkowe atrakcje, jak wyjazd na off-road czy rafting. Wielu klientów dopytywało też o samochód, bo jest to dla nich bardzo konkretna nagroda. Warto przeliczyć wartość etykiety na nagrody. Obok doskonale zaizolowanego poddasza kompleksowymi rozwiązaniami ISOVER dla klienta, wykonawca może zyskać dodatkowy upominek dla siebie.





TOMASZ DONOTEK
– BRYGADZISTA, w ISOVER od 20 lat; Magazyn Wyrobów Gotowych

A. Kozera: Tomku, ile lat pracujesz w naszej firmie i czym się zajmujesz?

T. Donotek: W maju minęło 20 lat odkąd jestem w ISOVER. Zaczynałem jako operator wózka widłowego. Od 1997 roku posiadam umowę nieprzerwanie do dzisiaj. Aktualnie zajmuję się logistyką łańcucha dostaw na magazynie wyrobów gotowych.

A. Kozera: Piękny staż w jednej firmie. Zdradz nam pierwszą myśl, gdy zostałeś zaproszony do firmowania działań promocyjnych ISOVER swoim wizerunkiem oraz jakie masz wrażenia z sesji?

T. Donotek: Byłem zadowolony, że ktoś polecił moją osobę. Jest to bardzo przyjemne uczucie – bycie docenionym. Sama sesja to fajne doświadczenie i zabawa. Było miło i ciekawie. Nie sądziłem, że będzie aż tak profesjonalnie. Światła, miliony klitek – to robiło wrażenie. Bardzo fajna sprawa i gdyby była jeszcze okazja na takie przedsięwzięcie, to pójdę jak w dym (śmiech).

EDYCJA

Anna Kozera
anna.kozera
@saint-gobain.com



Zółta Misja 2018 zakończona sukcesem!



Wakacje już daleko za nami, wśród jesiennej aury niknie z wolna wspomnienie okresu letniego, który obfitował w emocje i ciekawe wydarzenia. W tym roku zaprosiliśmy ponownie 15 studentów z całej Polski do wzięcia udziału w naszym programie stażowym – Zółta Misja.

Dwa miesiące, blisko 4500 odwiedzonych punktów redystrybucji materiałów budowlanych, niezliczona ilość przejechanych kilometrów oraz dużo nowych doświadczeń – tak w skrócie można podsumować tegoroczną edycję programu.

Studentom przyszło się zmierzyć z niełatwymi realiami rynku budowlanego oraz wykazać się w nowych sytuacjach, m.in. w pracy handlowca z prawdziwego zdarzenia. Staż polegający na penetracji rynku, często oznaczał dla uczestnika wyjście poza ramy strefy komfortu,

więc od naszych stażystów wymagaliśmy przede wszystkim energii i drygu w kontaktach międzyludzkich.

Program rozpoczął się poprzez intensywne nabory rekrutacyjne prowadzone w wielu miastach w Polsce. Po cyklach spotkań i selekcjach udało się wybrać najlepszych z najlepszych. Spotkanie otwierające miało miejsce na początku lipca w Gliwicach, gdzie studenci mieli po raz pierwszy okazję zapoznać się bliżej z celami misji, zasadami programu stażowego oraz ze sobą nawzajem.

Ambasadorzy wyposażeni zostali w niezbędne materiały i narzędzia pracy, i wypuszczeni w świat. Dwa miesiące niesamowitych doświadczeń, radzenia sobie w niecodziennych sytuacjach, możliwość sprawdzenia się na rynku pracy, codzienne podróże, wiele telefonów i rozmów – tak w kilku słowach

można opisać to, co się działo w okresie wakacyjnym. Poza zadaniami wynikającymi z natury stażu trzem ambasadorom, których wyniki były ponadprzeciętne, zadedykowana została okładka grudniowego numeru Lepiej Razem. Tym bardziej serdecznie dziękujemy Michałowi Szczurkowi, Monice Majewskiej oraz Damianowi Urbańskiemu.

Wszystkim serdecznie gratulujemy – to były niesamowite 2 miesiące, życzymy powodzenia i liczymy, że jeszcze kiedyś się spotkamy!

Alicja Czuba-Gigoń
alicia.czuba
@saint-gobain.com



ISOVER wspiera Czyste Powietrze

Problem zanieczyszczonego powietrza dotyka nas wszystkich, a co za tym idzie czyni nas wszystkich odpowiedzialnymi za jego rozwiązanie. Niezależnie od różnych badań i statystyk ogromny wkład w to zanieczyszczenie wnoszą związki powstałe w wyniku spalania paliw w celu ogrzania naszych domów.

Jakość paliw ma ogromny wpływ na to, jakie substancje emitowane są do atmosfery podczas spalania, niemniej jednak w większości są to związki szkodliwe dla zdrowia. Rządowy program „Czyste Powietrze” wydaje się być szansą dla nas wszystkich na poprawę jakości powietrza, którym oddychamy.

Nie bez przyczyny aspekt czystego powietrza, czy raczej braku smogu, powiązany jest z termomodernizacją. Im mniej energii dostarczymy do ogrzania pomieszczeń tym mniej zużyjemy paliwa co spowoduje mniejszą emisję spalin. Im bardziej dom będzie zaizolowany tym mniej energii będziemy zmuszeni dostarczyć, aby uzyskać komfortową temperaturę wewnątrz. Program skierowany jest do właścicieli domów jednorodzinnych - jak informuje Narodowy Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej - wymiana źródła ciepła oraz termomodernizacja dotyczyć będzie ok. 3 milionów budynków w okresie od 2018 do 2029r.

ISOVER jako producent materiałów termoizolacyjnych może w znaczącym

stopniu przyczynić się do powodzenia tego programu dzieląc się wiedzą i doświadczeniem w zakresie termomodernizacji. W naszej codziennej pracy pomagamy dobierać, w oparciu o produkty ISOVER, najkorzystniejsze rozwiązania w zakresie izolacji termicznej. Do dyspozycji naszych Klientów są materiały zawarte na stronie www.isover.pl, jak i konsultanci, pod adresem konsultanci.isover@saint-gobain.com lub pod nr telefonu 800 163 121. Nasze produkty, ze względu na wysoką jakość, mają ugruntowaną pozycję na rynku, a nasi partnerzy handlowi zapewniają ich pełną dostępność.

Aby skutecznie walczyć z zanieczyszczeniem powietrza pochodzącym z opalania naszych domów, w pierwszej kolejności należy przeprowadzić termomodernizację przegród zewnętrznych. Następnie zoptymalizować istniejące instalacje wewnętrzne i jeśli to konieczne zamontować nowoczesne (bardziej ekologiczne) źródło ciepła.

Kuba Błażewicz
kuba.blazewicz@saint-gobain.com



Eco-seller, czyli jak zostać Zrównoważonym Bohaterem

Na początku października grupa pracowników Isover, Isoroc i Rigips brała udział w warsztatach pod nazwą Eco-seller. Wspomagani przez Julie, Caroline i Yvesa z centralnego zespołu Saint-Gobain, mogliśmy się dowiedzieć, co to jest: deklaracja środowiskowa, ocena cyklu życia, certyfikacja BREEAM czy LEED.

Choć wszystkie te pojęcia mogą wydawać się skomplikowane, dzięki wykorzystaniu nowoczesnych narzędzi cyfrowych, łatwiej było zrozumieć jak, kiedy i dlaczego należy je stosować. Słuchaliśmy nie tylko wykładów, ale też graliśmy w gry, rozwiązywaliśmy quizy, a na pytania odpowiadaliśmy nie przez podniesienie ręki, tylko

wykorzystując smartfony. Dzięki temu znacznie łatwiej było przyswoić, dość trudną wiedzę.

Ważne jest też, że aby zdobyć ogólne pojęcie o tym, o czym będą warsztaty, poproszono nas miesiąc wcześniej, żeby korzystając z aplikacji Sustainable Hero, poznać lepiej świat zrównoważonego budownictwa. Dzięki temu mamy już kilkoro trzygwiazdkowych Zrównoważonych Bohaterów. Taki tytuł zdobywa się po przejściu wszystkich trzech modułów aplikacji, która jest dostępna w języku polskim.

Poprosiliśmy też reprezentantów generalnego wykonawcy i czołowego dewelopera o przedstawienie ich spojrzenia na rozwój i korzyści zrównoważonego budownictwa. I co najważniejsze - w ankiecie oce-



niającej poziom warsztatów 94% uczestników odpowiedziało, że jest w stanie lepiej odpowiedzieć na potrzeby klientów/projektantów w kwestii zrównoważonego rozwoju

Henryk Kwapisz
henryk.kwapisz@saint-gobain.com



Projektowana charakterystyka energetyczna budynku ISOVER w bazach materiałowych programów dla projektantów, certyfikatorów i audytorów energetycznych

Największe straty ciepła w budynkach spowodowane są niewłaściwą izolacją termiczną dachu, podłóg, ścian oraz okien. Prawie 60% energii ucieka właśnie przez nieprawidłowo zaizolowany dach i ściany. Dobór odpowiednich materiałów i rozwiązań do izolacji termicznej przegród budowlanych na samym początku realizacji inwestycji umożliwia zmniejszenie strat ciepła przez przenikanie.

Chcąc poznać, na etapie projektu, jakie będzie zapotrzebowanie budynku na energię i oszacować jakie koszty związane będą z jego eksploatacją, warto zapoznać się z projektowaną charakterystyką energetyczną budynku.

Co to jest projektowana charakterystyka energetyczna budynku?

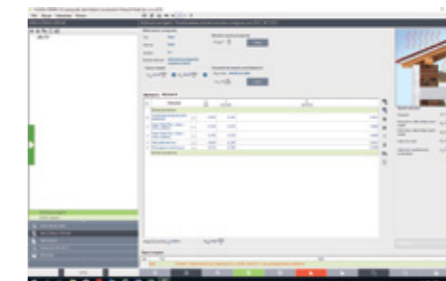
Projektowana charakterystyka energetyczna budynku to zbiór danych i informacji na temat budynku, które mają wpływ na ilość energii, jaką będzie zużywał, aby móc go użytkować zgodnie z jego przeznaczeniem.

Jakie informacje powinny być w niej zawarte?

Obejmuje ona między innymi ocenę izolacyjności cieplnej ścian zewnętrznych, dachów i innych przegród w budynku oraz informacje na temat sprawności energetycznej instalacji ogrzewczych, wentylacyjnych oraz klimatyzacyjnych, wskazując sumaryczne zapotrzebowanie na energię pierwotną EP [kWh/m²rok].

Kto i kiedy powinien wykonać projektowaną charakterystykę energetyczną budynku?

Projektowaną charakterystykę energetyczną budynku wykonuje projektant na etapie opracowania projektu budowlanego. Informacje w niej zawarte pozwalają dokonać optymalizacji rozwiązań przyjętych w projekcie, umożliwiając poprawę efektywności energetycznej budynku, które po uwzględnieniu w czasie realizacji budynku mogą przynieść wymierne korzyści.



Więcej informacji na potrzeby projektowanej charakterystyki budynku projektanci używają programów komputerowych.

Jako producent materiałów termoizolacyjnych, chcąc pomóc projektantom, certyfikatorom, audytorom energetycznym, a na późniejszym etapie również inwestorom i wykonawcom w doborze izolacji termicznej przegród, wprowadziliśmy produkty ISOVER do baz materiałowych programów, z których korzystają projektanci, certyfikatorzy i audytorzy energetyczni. W tym między innymi do programu ArCADia-TERMO.

Wiemy bowiem, że właściwy dobór materiału izolacyjnego, zgodnie z jego przeznaczeniem, o bardzo dobrych parametrach i właściwościach użytkowych na etapie projektu, a później jego konsekwentny i prawidłowy montaż umożliwi uzyskanie oczekiwanego zapotrzebowania budynku na energię i niskich kosztów eksploatacji.

Ewa Bryś
ewa.bryś@saint-gobain.com



Program ArCADia-TERMO

Wyjątkowa publikacja: Sztandarowe obiekty referencyjne ISOVER

Niebawem ukaże się w limitowanym nakładzie album obiektów referencyjnych ISOVER, prestiżowe wydawnictwo prezentujące najważniejsze realizacje z udziałem naszych materiałów i rozwiązań izolacyjnych oraz wartości marki wyznaczające kierunek jej rozwoju od 25 lat.

W albumie zaprezentujemy ponad 20 obiektów referencyjnych, które przyczyniły się do sukcesu ISOVER na polskim rynku. Liczba ta obejmie zarówno budyn-

ki mieszkalne, jak i obiekty użyteczności publicznej i komercyjne: m.in. budynek Narodowej Orkiestry Polskiego Radia w Katowicach, Stadion Narodowy w Warszawie, Centrum Handlowe - Galeria Jurowiecka w Białymstoku czy 'najcichsze' miejsce w Krakowie - komorę bezechową w Katedrze Mechaniki i Wibroakustyki Akademii Górniczo-Hutniczej. Profesjonalnym zdjęciom budynków towarzyszą krótkie opisy inwestycji oraz zastosowanych produktów ISOVER.

Najważniejszą częścią wydawnictwa będą jednak ludzie - współpracujący

z marką wykonawcy oraz architekci - twórcy najlepszych projektów w Polsce, a także zespół ISOVER. Obok każdego obiektu znajdziemy wypowiedzi osób zaangażowanych w realizację inwestycji, które stały się symbolem zrównoważonego, bezpiecznego i komfortowego budownictwa.

Agnieszka Hat
agnieszka.hat@saint-gobain.com



Już wkrótce!

Uczestniczymy w rewolucji Industry 4.0

Termin Industry 4.0 po raz pierwszy pojawił się w 2011 na targach przemysłowych w Hanowerze, czyli około 7 lat temu. Czasami używa się go wymiennie z określeniem „czwarta rewolucja przemysłowa”, co z jednej strony tłumaczy od razu w czym jest rzecz, a jednocześnie może też powodować mylne zrozumienie tej koncepcji.

W historii współistnienia człowieka i technologii istotne i relatywnie nagłe zmiany określane jako rewolucje przemysłowe wydarzyły się trzy razy. Pierwszą rewolucją przemysłową zainicjowało wynalezienie maszyny parowej, a tym samym przejście od wytwarzania ręcznego na maszynowe. Drugą wiązała się z rozwojem napędów elektrycznych, kolejnictwa i powstaniem linii montażowych (jak choćby słynna linia produkcyjna samochodów Ford). Z kolei trzecią rewolucją przemysłową określa się okres rozwoju automatyki przemysłowej i robotyzacji.

Na tym etapie przemysł zatrzymał się na jakiś czas, a stery rozwoju światowej gospodarki wzięły w swoje ręce firmy tworzące Technologie Informatyczne i Komunikacyjne. Powstała tzw. gospodarka aplikacji, która przyniosła wiele nowych rozwiązań dla biznesu. Koncepcja Industry 4.0 zakłada wykorzystanie i integrację technologii informatycznych i komunikacyjnych z zautomatyzowanymi i zrobotyzowanymi liniami produkcyjnymi. Od razu należy podkreślić, że nie chodzi tu o obstawienie wszystkich linii produkcyjnych robotami, które wprost zastąpią operatorów, a raczej o zmianę charakteru działania firm, szczególnie produkcyjnych.

Koncepcja Industry 4.0 mówi o lepszej i wydajniejszej kooperacji pracy maszyn i ludzi przez rozwój systemów IT. O wymianie komunikacji w czasie rzeczywistym wzdłuż całego tzw. „łańcucha wartości” od dostawców surowców, maszyn oraz serwisów, przez wytwarzanie i łańcuch dostaw aż do finalnego klienta. Działania te powinny opierać się o wydaj-

ne i bezpieczne dla biznesu sieci teleinformatyczne oraz systemy zbierania danych pozwalające na analizę i wyciąganie wniosków na podstawie realnych informacji z różnych procesów.

W tym wszystkim istotną rolę odgrywa człowiek. Pracownik potrafiący definiować potrzeby, koordynujący pracę maszyn i systemów, analizujący zebrane dane i podejmujący samodzielne decyzje. Żeby osiągnąć taki poziom współpracy na styku maszyn i ludzi niezbędne są zmiany w organizacjach zarówno w zakresie struktur, jak i zakresów obowiązków. Kompetencje i uprawnienia z czasem będą przekazywane na niższe poziomy organizacji, gdzie zapotrzebowanie na autonomicznych, wielofunkcyjnych inżynierów i operatorów będzie rosło wraz z poziomem zaawansowania w nowoczesne technologie. Do osiągnięcia celów na każdym poziomie struktury potrzebne będą osoby z biznesowym podejściem do zakresu obowiązków i chęcią nieustannego rozwoju oraz kształcenia. Pożądane będą umiejętności analizy danych i wyciągania wniosków, inicjatywa, chęć i umiejętność kompleksowego rozwiązywania problemów. W tym zakresie praca do wykonania jest zarówno po stronie pracodawców, jak i pracowników.

Przykładów rozwiązań z zakresu Przemysłu 4.0 jest całe mnóstwo: urządzenia diagnozujące swój stan i automatycznie wysyłające zlecenia konserwacji, zdalne serwisy maszyn, wymiana informacji



o zapasach i planach produkcji pomiędzy dostawcą i odbiorcą, usługi oferowane łącznie z fizycznym produktem w ramach tworzenia nowych modeli biznesowych. Wybór rozwiązań jest bardzo szeroki, a decyzja o kierunku rozwoju zależeć będzie od decyzji każdej firmy w zależności od jej profilu i sytuacji na rynku.

Dziejąca się właśnie czwarta rewolucja przemysłowa może być widziana raczej jako ewolucja istniejącego stanu rzeczy. Ale czy na pewno? Dla nas w ISOVER, zautomatyzowana linia produkcyjna wydaje się czymś normalnym. Zresztą już teraz stosujemy takie rozwiązania, jak inwentaryzacja zapasów robiona za pomocą skanerów, używamy systemów IT do zarządzania firmą, planami produkcji oraz do kontaktów z klientami. Wciąż jednak istnieje wiele zakładów o znacznie niższym poziomie zaawansowania w automatyzację i informatyzację. Dla nich wejście w tematykę Przemysłu 4.0 będzie dużym skokiem.

Do zobrazowania intensywności działań i szybkości rozwoju koncepcji In-



dusty 4.0 niech posłuży prosty test na ilość publikacji w Internecie. Po wpisaniu tego hasła do wyszukiwarki otrzymamy 153 000 000 wyników. Wynik wyszukiwania dla hasła „Champions League” to 519 000 000 wyników, a rozgrywki te, licząc łącznie z Pucharem Europy Mistrzów Klubowych, funkcjonują już od 64 lat (przypomnę, że hasło Industry 4.0 pojawiło się 7 lat temu). Wyniki te świadczą o tym, że ilość publikacji

o czwartej rewolucji przemysłowej szybko rośnie, a tym samym koncepcja I4.0 jest dzisiaj tematem wielu rozważań biznesowych.

Jerzy Ross-Żółtkiewicz
jerzy.ross-zolkiewicz@saint-gobain.com



ENERGETYKA BĘŁCHATÓW 2018

Każdego roku w pierwszych dniach września Bęłchatów, miasto, w którym znajduje się największa elektrownia na węgiel kamienny w Europie, staje się stolicą polskiej energetyki. Rusza największa konferencja skupiająca całe środowisko branży energetycznej. Prawie 800 uczestników, 270 firm i instytucji, niemal 80 stoisk wystawienniczych, 63 referaty techniczne, 10 paneli tematycznych, 3 debaty i Forum Energetyczne.

W dniach 3-5 wrzesień 2018 odbywała się już XX edycja tego wydarzenia. Oczywiście nie mogło nas tam zabraknąć.

Po raz kolejny prezentowaliśmy nasze rozwiązania skierowane do sektora przemysłowego, które w tym roku mogliśmy rozszerzyć o produkowane na najnowocześniejszej linii w Polsce produkty do za-

stosowań wysokotemperaturowych (Tech Wired Mat). Podczas wielu rozmów mogliśmy zaprezentować rozwiązania, które wyróżniają nas na rynku, jak rodzina produktów Ultimate przeznaczona dla tego sektora. Udowodniliśmy również nasz profesjonalizm i to, że możemy nazywać się ekspertami w dziedzinie izolacji przemysłowych, co dzisiaj skutkuje wieloma pytaniami o naszą opinię i radę w zakresie niekonwencjonalnych zastosowań.

Obecnie cała branża staje przed problemem emisji CO₂. Wszyscy musimy poprawić efektywność naszych instalacji przemysłowych. Tutaj nieodzownym elementem jest izolacja. Współpracując z uczestnikami tego rynku (inwestorzy, projektanci, wykonawcy), wykorzystując naszą wiedzę i dostępne narzędzia jak kalkulator TechCalc, możemy w sposób optymalny dopasować rozwiązanie do potrzeb i przepisów.



Łukasz Mędrcki
lukasz.medrecki@saint-gobain.com



Poznajemy aplikację ISOVERPL



Część 1:

Kalkulator ciepły

Kalkulator umożliwia wyznaczenie wartości współczynnika przenikania ciepła U (wymagane wg norm prawa budowlanego) dla przegród tworzących kopertę budynku – dachów skośnych, dachów płaskich, ścian zewnętrznych oraz stropów garaży. Przegrrody te oddzielają wnętrze budynku od zewnątrz, w związku z tym jednym z kluczowych parametrów jest dla nich izolacyjność termiczna, mająca zasadniczy wpływ na efektywność energetyczną i komfort cieplny. Krótko mówiąc: dzięki właściwej izolacji możemy sporo zaoszczędzić na ogrzewaniu i klimatyzacji, a w domu mieć taką temperaturę, jaką lubimy.

Po uruchomieniu w aplikacji mobilnej ISOVERPL sekcji kalkulator ciepły, wybieramy przykładowo dach skośny, po czym dobieramy z listy produkt do izolacji między krokwiami i określamy, jaką grubość chcemy sprawdzić. Tak samo postępujemy przy doborze wełny pod krokwiami – dobór produktu i jego grubości. W zależności od tego, jakie

wełny i w jakich grubościach wybraliśmy, poniżej otrzymujemy wynik w postaci uzyskanej wartości U i jej odniesienia do wartości referencyjnej, za którą przyjęto wartość wymaganą w prawie budowlanym dla budynków obowiązującą od roku 2020.

Wyznaczana wartość U odnosi się do całej przegrody – w tym przypadku dachu skośnego – obejmującej także dachówki, folie wiatro- i paroizolacyjne, płyty gipsowo-kartonowe, obliczenia uwzględniają też opór przejmowania ciepła na zewnętrznej i wewnętrznej powierzchni przegrody. W przypadku dachu płaskiego uwzględniono wpływ membrany, stropu żelbetowego i tynku na parametry przegrody. Dzięki temu wyznaczone orientacyjne wartości U stają się bardziej miarodajne.

Analogicznie działa mechanizm wyznaczania wartości U dla pozostałych przegród, przy czym w przypadku dachów płaskich umożliwia dobór całych zestawów, bądź też samodzielne zestawienie dostępnych produktów, a w przypadku stropów garaży – umożliwia wybór między obliczeniami dla stropu w garażu otwartym a stropem nad pomieszczeniem nieogrzewanym.

Pobierz: www.isover.pl/isover-app



Część 2:

Porównywarka materiałów izolacyjnych

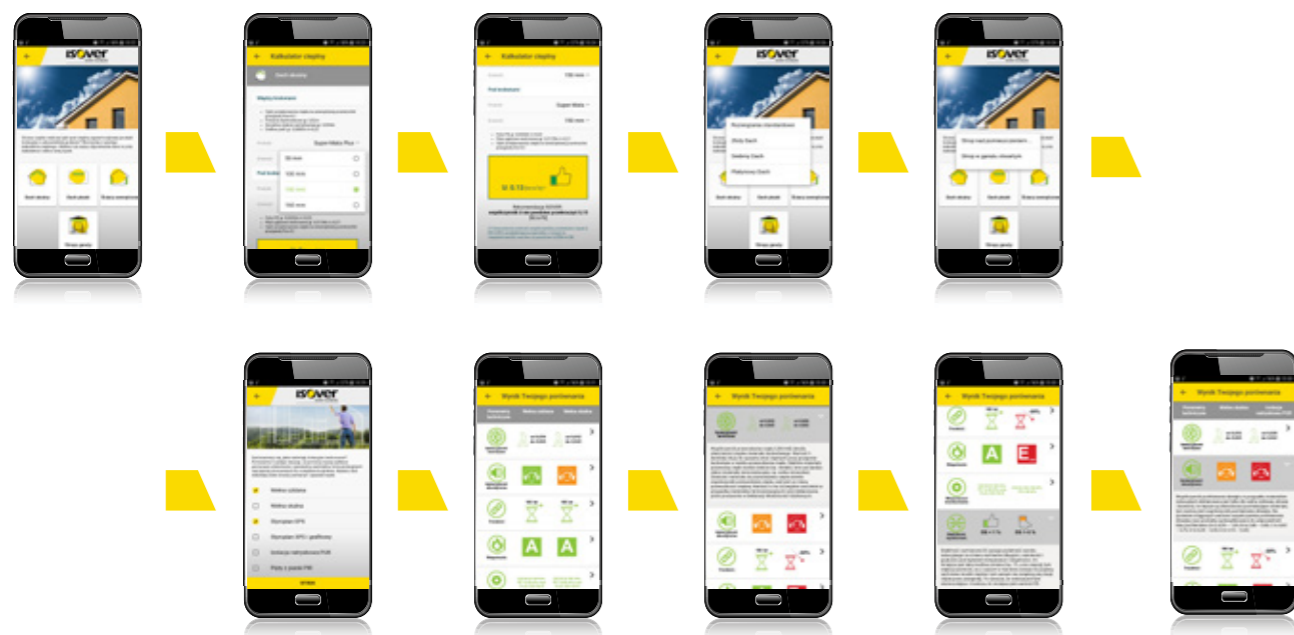
O ile kalkulator ciepły w dużym stopniu szczegółowości traktuje parametry termiczne, o tyle porównywarka pozwala na wychwycenie różnic między dostępnymi na rynku materiałami izolacyjnymi w szerszym spektrum właściwości.

Oprócz termiki istotne są wszak walory akustyczne (tłumienie dźwięku), bezpieczeństwo pożarowe, trwałość danego rozwiązania czy parametry mechaniczne.

Interesująca dla użytkowników chcących dokładniej zapoznać się z danym parametrem materiału (akustyka, trwałość itp.) jest możliwość rozwinięcia objaśnień dotyczących wybranego parametru oraz sposobu jego mierzenia.

Wojciech Lyszczyna

wojciech.lyszczyna@saint-gobain.com



Szkolenia e-learning z ISOVER

Sir Winston Churchill powiedział kiedyś: „Mądry uczy się stale, głupi wcale”. Zgadając się z tym stwierdzeniem ISOVER od początku swojej działalności zwraca szczególną uwagę na rozwój własny oraz umożliwia rozwój – poprzez przekazywanie wiedzy – wszystkim grupom swoich klientów.

Z pewnością warto tu wspomnieć o największej i najbardziej znanej inicjatywie w tym zakresie – Centrum Szkoleniowym ISOVER. Działające przy gliwickim zakładzie Centrum to pierwszy tego typu obiekt w Polsce w branży materiałów izolacyjnych. Od 2014 roku prowadzimy w nim szkolenia teoretyczne i praktyczne dla firm wykonawczych zajmujących się izolacją budynków i instalacji, a także innych osób zawodowo związanych z tymi zagadnieniami. Od początku jego istnienia w naszych szkoleniach wzięło udział kilka tysięcy osób. Równolegle prowadzimy szkolenia w siedzibach naszych partnerów handlowych – firm dystrybucyjnych.

Kolejnym krokiem na drodze wspierania naszych partnerów są szkolenia e-learning. Na początku listopada, we współpracy z grupą PSB, uruchomione zostało szkolenie publikowane na wewnętrznej platformie tej grupy, którego celem jest podnoszenie kwalifikacji zawodowych pracowników dystrybucyjnych w zakresie wiedzy z zasad i poprawności wykorzystywania materiałów izolacyjnych.

Moduł szkoleniowy zawiera podstawowe zagadnienia, które mogą być pomocne w profesjonalnym doradztwie handlowym w składach budowlanych, w tym odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania oraz test pozwalający ocenić stopień przyswojenia informacji przekazanych podczas szkolenia. I co niezwykle istotne – można do niego wracać wielokrotnie, by przypomnieć sobie i utrwalić przydatne informacje.

Dla pierwszych 5 osób, którym udało się uzyskać maksymalną liczbę punktów podczas testu sprawdzającego zostały przewidziane atrakcyjne nagrody.

Wszystkim użytkownikom naszych szkoleń życzymy miłej i efektywnej nauki!

Anna Gil

anna.gil@saint-gobain.com



Badanie satysfakcji Klientów

Rosnące zaangażowanie przedsiębiorstw w działania Customer Experience sprawia, że potrzeba mierzenia i porównania skuteczności realizowanych strategii staje się kluczowa. Coraz powszechniej wykorzystywane są w tym celu uniwersalne wskaźniki. Jednym z najpopularniejszych obecnie wskaźników jest Net Promoter Score (NPS).

Wskaźnik ten służy do pomiaru lojalności Klientów poprzez pytanie o to, jak bardzo prawdopodobne jest, czy polecą oni swoim znajomym lub rodzinie Twoją firmę, markę, serwis WWW, produkt lub usługę. Odpowiedzi w skali od 0 do 10 klasyfikuje się w grupy promotorów (9-10), pasywnych (7-8) oraz krytyków (0-6). Wskaźnik NPS obliczany jest poprzez odjęcie procentu krytyków od procentu promotorów. Procent pasywnych nie wpływa na wartość NPS. Wartości wskaźnika zawierają się pomiędzy -100 a

+100. Wynik dodatni jest wynikiem pozytywnym, a powyżej wartości 50 określa się go mianem doskonałego.

Na przełomie października i listopada przeprowadziliśmy wśród naszych Klientów z kanału dystrybucyjnego badanie satysfakcji uwzględniające metodologię NPS. Odpowiedzi poprzez ankietę elektroniczną udzieliło 86 respondentów.

Wszystkie aspekty relacji ISOVER z Klientami zostały ocenione dobrze lub bardzo dobrze. Średnie wartości odpowiedzi na poszczególne pytania zawierały się między 7 a 9 punktów na skali dziesięciostopniowej. Najlepiej oceniona została rozpoznawalność marki ISOVER uzyskując aż pięćdziesiąt odpowiedzi z najwyższą notą. Doceniona została także jakość produktów oraz profesjonalizm Zespołu Sprzedaży.

Niewątpliwym sukcesem naszej firmy w relacjach z Klientami jest bardzo wy-

soka wartość wskaźnika Net Promoter Score. W tegorocznym badaniu NPS osiągnął wynik +45, co potwierdza dbałość ISOVER o jakość produktów, usług i współpracę biznesową.

Ciesząc się z osiągniętych wyników wszyscy w ISOVER czujemy się odpowiedzialni za ich podtrzymanie. ISOVER stawia na długoterminne relacje i docenia ich znaczenie zarówno w okresach dobrej koniunktury, jak i pełnych wyzwań. Nasza owocna współpraca z pewnością zapoczątkuje także w nadchodzącym 2019 roku, który dla rynku budowlanego może okazać się trudniejszy, niż bieżący.

Franciszek Kulaneck

franciszek.kulaneck@saint-gobain.com



Łańcuch Dostaw na miarę Industry 4.0

Natalia Rychel: Istnieje wiele różnych definicji łańcucha dostaw i logistyki, która jest Tobie najbliższa?

Tomasz Gałązkiewicz: Najbliższa jest mi zasada „7W”, która jest niejako skróconą oraz uproszczoną definicją samej logistyki.

Koncepcja „7W” jest tłumaczeniem z języka angielskiego zasady „7R”, która oznacza po prostu 7 razy W – WŁAŚCIWY (z ang. R - RIGHT). „7W” jest bardzo proste i oznacza:

- WŁAŚCIWY produkt,
- WŁAŚCIWA ilość,
- WŁAŚCIWY stan,
- WŁAŚCIWE miejsce,
- WŁAŚCIWY czas,
- WŁAŚCIWY Klient,
- WŁAŚCIWA cena.

N.R.: Co zatem dzieje się w łańcuchu Dostaw ISOVER?

T.G.: Jak zawsze – całkiem sporo. Pod niektórymi względami śmiało mogę powiedzieć, że to jest przelomowy rok.

N.R.: Brzmi intrygująco. Czy możesz uchylić rąbką tajemnicy i zdradzić więcej szczegółów?

T.G.: Po kolei. W pierwszej połowie roku nasze wysiłki włożone w podnoszenie poziomu obsługi Klienta oraz optymalizację procesów biznesowych zostały docenione przez branżę i zostaliśmy, jako Zakład w Gliwicach, uhonorowani nagrodą „Streamline Best Improver Award Isover”. Wakacje zakończyliśmy finalizując inwestycję rozpoczętą jeszcze w ubiegłym roku, która na trwałe zmieniła ruch logistyczny na zakładzie. Powstała nowoczesna brama główna dla wjazdu i wyjazdu większości pojazdów, które obsługujemy. Dla wielu osób z naszego działu wielkim wydarzeniem była przeprowadzka do nowopowstałego Biura Magazynu Wyrobów Gotowych. Zarówno dla pracowników magazynu, jak i kierowców znacząco poprawiły się warunki, w których przeprowadzane są formalności związane z załadunkiem, jak również samo oczekiwanie na wjazd na teren zakładu. Do dyspozycji kierowców oddaliśmy dostosowane do ich potrzeb łazienki, kuchnię oraz poczekalnię, gdzie mogą zregenerować swoje siły przed dalszą podróżą. Zmianie uległy także zasady poruszania się po zakładzie w Gliwicach.

W chwili obecnej udało nam się poprawić bezpieczeństwo naszych gości oraz pra-

owników poprzez wyeliminowanie skrzyżowań dróg transportu samochodowego, wózków widłowych oraz ruchu pieszych, które z założenia stwarzają zagrożenie. Co się zaś tyczy końca roku, to w ubiegłym miesiącu przedstawiliśmy Partnerom handlowym nową ofertę serwisu logistycznego: Dostawy SPRINT, czyli szybkie wysyłki niewielkiej ilości akcesoriów.

N.R.: Jak te wszystkie zmiany przekładają się na serwis oferowany naszym Klientom?

T.G.: Dostawy Sprint dają możliwość doręczenia naszych produktów takich, jak folie i akcesoria, w jak najkrótszym czasie, a tym samym zwiększenia efektywności współpracy z naszymi Partnerami. Wymieniona wcześniej nagroda, jako statuetka, nie przekłada się na serwis oferowany Klientom, ale już nasze działania, które zostały nią docenione, powinny zostać pozytywnie przyjęte przez tych, dla których to robimy. Rok do roku zmniejszamy liczbę błędów, które popełniamy realizując zamówienia. Zarówno tych dotyczących wywiązywania się z terminów dostaw deklarowanych



w Ogólnych Warunkach Dostaw, zgodności ceny fakturowanej z ustaleniami handlowymi czy braku uszkodzeń podczas magazynowania, załadunku czy transportu. Jeżeli popełniamy istotny błąd w procesie realizacji zamówienia, zawsze go analizujemy i wyciągamy wnioski tak, aby nie popełniać go w przyszłości.

Dzięki Streamline, (od autora – metodologia SG) częściej i bardziej krytycznie weryfikujemy nasze portfolio produktowe, aby było jak najlepiej dopasowane do zmian na rynku materiałów izolacyjnych.

N.R.: Słuchając Ciebie jestem pewna, że nadchodzący rok zapowiada się równie interesująco. Jakie są plany na przyszłość?

T.G.: Masz rację, dlatego już teraz mocno pracujemy nad tym, co chcemy zrobić w przyszłości. A w roku 2019 planujemy uruchomienie systemu planowania załadunków w przedziałach czasowych tak, aby jeszcze bardziej skrócić czas oczekiwania, a tym samym zwiększyć efektywność transportu oraz magazynu. Skupiamy się na podnoszeniu poziomu serwisu oferowanego naszym Klientom. Chcemy baczenie przysłuchiwać się głosom Klientów słyszalnym poprzez bliską współpracę z koleżankami

i kolegami z działów handlowych oraz badanie satysfakcji, które cyklicznie przeprowadzamy. Wszystko po to, aby ukierunkować nasze działania w stronę, której oczekują od nas nasi Partnerzy. Jeśli chodzi o plany na jeszcze dalszą przyszłość, to mam świadomość, że świat niesamowicie idzie do przodu, a my będziemy się zmieniać razem z nim.

N.R.: Przemysł 4.0?

T.G.: Oczywiście. Inteligentne fabryki i silnie zautomatyzowane hale produkcyjne same w sobie nie mogą wesprzeć gospodarki przemysłowej. Zautomatyzowana gospodarka magazynowa, logistyka z technologią IT i cyfrowo przekształcone łańcuchy dostaw to prawdziwy klucz do takiej przyszłości. Żyjemy w ekscytujących czasach, a jutro przyjazne będzie dla tych, którzy potrafią wykorzystać ludzką i sztuczną inteligencję oraz uczenie maszynowe do kreowania inteligentnych łańcuchów dostaw. Granice między organizacjami, a nawet krajami zostaną zdefiniowane przez jakość zasięgu cyfrowego, a świat już nigdy nie będzie taki sam.

N.R.: A co z nami? Co z ludźmi?

T.G.: Ludzie byli, są i pozostaną najważniejsi. Mam zaszczyt kierować kompetentnym

zespołem profesjonalistów, którzy chętnie ze sobą współpracują. Najważniejsze to wyzwolić w nas to, co najlepsze, abyśmy realizowali każde wyzwanie z pasją i zaangażowaniem.

N.R.: W takim razie trzymam kciuki za wprowadzenie planów w życie, powodzenia.

T.G.: Do pracy, bo same „słowa pokazują jakiego masz ego, natomiast działania pokazują twojego ducha”.

N.R.: Skąd ten cytat?

T.G.: Pożyczyłem od trenera moich córek... Ale trafione w punkt!

N.R.: Dziękuję za rozmowę.

T.G.: Dziękuję!

Natalia Rychel
natalia.rychel
@saint-gobain.com



Rozszerzenie oferty szkoleniowej

W Centrum Szkoleniowym działającym przy gliwickim zakładzie ISOVER od ponad 4 lat szkolimy wykonawców, inspektorów nadzoru, projektantów i dystrybutorów z zagadnień związanych z izolacją. Zajęcia obejmują zarówno zagadnienia teoretyczne, jak i praktykę. W październiku uruchomione zostało nowe zaplecze techniczne.

Tylko w 2018 roku w Centrum Szkoleniowym ISOVER odbędzie się ponad 65 szkoleń, w których łącznie weźmie udział ponad 1000 uczestników. Olbrzymia potrzeba szkoleń świadczy o rosnącym z roku na rok zainteresowaniu działalnością Centrum w Gliwicach. Zmieniają się przepisy prawne, warunki techniczne, a przede wszystkim rozwiązania, które dają nowe możliwości.

Sukcesywnie przygotowujemy się do zmiany Warunków Technicznych, która czeka nas od końca 2020 roku. Od kilku miesięcy obowiązuje nowa norma dotycząca wymagań akustycznych w budynkach. Tych ważnych zmian jest naprawdę wiele, dlatego potrzeba szkoleń w tym zakresie jest tak duża. W Centrum Szkoleniowym ISOVER nacisk kładziemy również na umiejętności praktyczne i nieustannie zwiększamy nasze możliwości w tym zakresie.

Sala treningowa do prowadzenia szkoleń praktycznych została uzupełniona o nową konstrukcję dla zastosowań: dach skośny, ściana działowa, okładzina ścienna od wewnątrz, stropy drewniane, podłoga na legarach, sufit podwieszany, izolacja koszy dachowych i gliców okiennych. Daje ona szeroki zakres możliwości



badawczych nowych materiałów oraz szkoleniowych. Dzięki niej zajęcia praktyczne są jeszcze bardziej efektywne i komfortowe dla uczestników.

Niezmiennie prowadzone są testy szczelności, szkolenia z izolacji sufitów żelbetonowych, fasad wentylowanych, instalacji technicznych HVAC oraz izolacji przemysłowych.

Paweł Polak
pawel.polak
@saint-gobain.com



Modernizacja Roku – ZPEC Zabrze

Ogólnopolska nagroda w kategorii Modernizacja Roku 2017, jaką otrzymała firma Wagstyl z Pszczyny, to najwyższe wyróżnienie w 12-letniej historii firmy. Obiekt, za który firma otrzymała tę nagrodę to Zabrzeńskie Przedsiębiorstwo Energetyki Ciepłej.

Zakres prac obejmował termomodernizację obiektu w systemie fasady wentylowanej. Budynek pierwotnie służył jako miejska kotłownia, a w późniejszym czasie został przekształcony w biurowiec dla ZPECu. Inwestor w trakcie wyboru oferenta podkreślał trudność prac i wymagania, jakie stawia przyszłemu wykonawcy.

Projektant zmienił całkowicie wygląd obiektu z tzw. „klocka PRL” na nowoczesny obiekt wpisany w ścisłe centrum Zabrze. Firma Wagstyl specjalizuje się w fasadach wentylowanych i już od wielu lat współpracuje z ISOVER. Przed przystąpieniem do prac pracownicy firmy Wagstyl konsultowali się z Doradcami i Technologami ISOVER, próbując znaleźć rozwiązania dla krzywych i niejednorodnych ścian.

Ostatecznie zastosowali produkt ISOVER Super-Vent z wełny mineralnej szklanej. Dzięki jego elastyczności poradzi sobie z krzywymi ścianami, uzyskując równą i estetyczną powierzchnię, a dzięki bardzo dobrym parametrom termicznym ($\lambda = 0,032$),

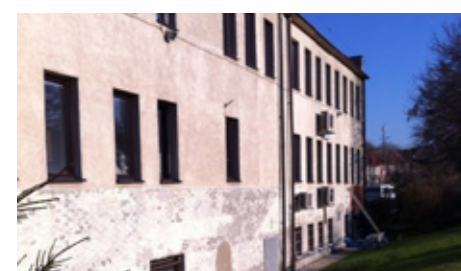
zmniejszyli grubość materiału zachowując wymagany współczynnik przenikania ciepła przez przegrodę.

Cała realizacja była dużym wyzwaniem wykonawczym, ale firm Wagstyl stała się na wysokości zadania i wykonała z precyzją oraz dokładnością cały zakres termomodernizacji, za co otrzymała nagrodę Modernizacja Roku 2017 od Ministra Infrastruktury i Budownictwa, pod patronatem Dziennika Rzeczpospolita.

Piotr Czekala
piotr.czekala
@saint-gobain.com



PRZED



PO



EHS Day – święto odpowiedzialności

Jesteśmy odpowiedzialni. Naszym zadaniem jest troska o bezpieczne warunki pracy dla wszystkich pracowników i ochrona środowiska naturalnego. Kluczem do tej wartości jest zaangażowanie każdego pracownika. Właśnie na tym skupiał się dzień bezpieczeństwa, zdrowia i ochrony środowiska, który w tym roku obchodziliśmy pod hasłem EHS Yes.

Wydarzenie odbyło się 9 października. Tegoroczne przesłanie miało pokazać, że EHS może być i jest źródłem entuzjazmu, motywacji i mobilizacji przekuwanej na działania, których efekty widzimy każdego dnia. O mnogość realizowanych projektów, pozytywnych postaw i zaangażowania pracowników ISOVER nie trudno.

Podczas oficjalnego otwarcia omówiliśmy sytuację EHS w grupie Saint-Gobain na świecie, w Polsce i w Gliwicach. Przedstawiliśmy nasze ambicje związane z budową świadomości środowiskowej i kultury bezpieczeństwa. Zaprezentowaliśmy cele, do których należy utrzymanie zera wypadków, zera chorób zawodowych i zera wypadków środowiskowych. Dyrektor zakładu Albert Bieniecki przypomniał, że nic nie jest tak ważne, aby nie mogło być zrobione bezpiecznie.

Dzień EHS był też okazją do skorzystania z szeregu atrakcji. Program nie był przypadkowy i celował w potrzeby pracowników. Diagnostyka narządów ruchu, konsultacje ze specjalistami, masaże czy zdrowy poczęstunek to tylko niewielka część tego, co działo się podczas wydarzenia.

Co roku ubywa na naszym globie ok. 15 mln ha lasów, co stanowi prawie połowę powierzchni Polski, a nasz kraj boryka się z niską jakością powietrza. Zainspirowani kampanią „małych wielkich kroków”, która towarzyszy nam m.in. w postaci piktoqramów przypominających o wyłączeniu światła czy zakręceniu wody, postanowiliśmy coś z tym zrobić. Właśnie dlatego

zebraliśmy nasze domowe odpady, wymieniając je na sadzonki drzew.

Wychodząc poza bramy zakładu, komitet organizacyjny zainicjował działania ukierunkowane na bezpieczeństwo kierowców i ich pasażerów. Kampania, na którą składały się komunikaty, plakaty, naklejki i zawieszki ma przypominać o naszej odpowiedzialności. O tym, że ponosimy ją wszyscy, gdy w grę wchodzi



bezpieczeństwo. I nie chodzi tu tylko o nas, dlatego zorganizowano też treningi z zakresu prac na wysokości i prac w przestrzeniach zamkniętych dla naszych stałych podwykonawców.

Ten dzień, pomimo chłodu, udało się ocieplić z pomocą strażaków, którzy pokazali nam, jak radzić sobie zarówno podczas pożaru w zakładzie, jak i w

warunkach domowych. Zwycięzcy konkursu przeciwpożarowego poza umiejętnościami zabrali do domów gaśnice kuchenne i detektory dymu.

EHS Day to tylko umowna okazja do świętowania i refleksji nad bezpieczeństwem, zdrowiem i ochroną środowiska. Okazywanie troski o BHP i środowisko to część DNA naszej organizacji, która niesie za sobą same korzyści. Zarówno te osobiste – każdego dnia bezpiecznie wracamy do domu, społeczne – przenosimy nawyki i wrażliwość EHS do naszej codzienności, jak i biznesowe – stając się przykładem i wzorem do naśladowania, budujemy relacje z partnerami.

Często korzyści płynące z silnego EHS dostrzegamy dopiero w momencie ich straty, jednak tym razem było inaczej. Dziękujemy wszystkim zaangażowanym w organizację EHS Day i tym, którzy swoją codzienną pracą udowadniają, że nic nie jest tak ważne, aby nie mogło być zrobione bezpiecznie.

Bartosz Gawron
bartosz.gawron
@saint-gobain.com



Motoserce – ISOVER po raz piąty

MOTOSERCE to ogólnopolska akcja zbiórki krwi organizowana przez motocyklistów zrzeszonych przy Kongresie Polskich Klubów Motocyklowych. Partnerami akcji są Polski Czerwony Krzyż (PCK) i Polskie Towarzystwo Stwardnienia Rozsianego. Od 10 lat polscy motocykliści angażują w Motoserce nie tylko siebie, ale i innych, którzy z ryczącymi jednośladami mają mniej wspólnego.

ISOVER po raz pierwszy dołączył do akcji w 2014 roku, jako sponsor Motoserca na zamku w Chudowie w pobliżu Gliwic, z inicjatywy jednego z naszych pracowników, z klubu motocyklowego Firebirds, znanego jako „Gumiś”. Od tej pory co roku wspieramy Motoserce, doceniając zarówno szlachetny cel, jak i wspaniałą atmosferę towarzyszącą temu wydarzeniu.

Organizowane w wielu miejscowościach w całym kraju akcje to oprócz promocji krwiodawstwa także świetna zabawa dla dorosłych i dzieci. Kto może i chce oddać krew – ma do tego okazję podczas każdej lokalnej edycji Motoserca. Wszyscy natomiast mogą posłuchać muzyki na żywo – motocykliści proponują rasowe brzmienia rockowe i bluesowe, ale nie tylko.

Tegoroczna akcja 15 września w Zabrze w Parku 12C przy Sztolni Królowa Luiza miała w programie m.in. koncert znakomitej zabrzańskiej kapeli Highway, znanych śląskiej i pozaśląskiej publiczności Oberschlesien, zespołów Full Light oraz The Harpagans. Zagrała również Orkiestra Muzeum Górnictwa Węglowego w Zabrze. W minionych latach wśród atrakcji były pokazy sztuk walki czy kaskaderskich sztuczek rowerowych i motocrossowych. W roku 2018 nowością była gra miejska i „Bajtel Gruba” – czyli

także dla seniorów czy najmłodszych, dla których przygotowywane są animacje, bajeczne bańki mydlane, dmuchane zjeżdżalnie i konkursy. Pokrzepić się można słodkościami czy żołnierską grochówką, dostępne są też napoje.

Jedną z atrakcji przyciągających i starszych i młodszych jest przejazd kolumny motocykli – czy to w malowniczej scenarii okolicy zamku Chudów czy dwa lata temu przez piękny rynek w Pszczynie, czy jak we wrześniu przez ulice Zabrze. Nie sposób nie zwrócić uwagi na to wydarzenie, choćby z racji pomruku kilkudziesięciu co najmniej silników różnej mocy, a i wizualnie jest to widowisko nie lada; stalowe rumaki lśnią błyskiem chromu, a ich jeźdźcy wyróżniają się strojem, stylem, fantazyjnymi kaskami i akcesoriami.



Wojciech Lyszczyna

wojciech.lyszczyna@saingobain.com



kopalniany park tematyczny dla dzieci, wchodzący w skład kompleksu Sztolni Królowa Luiza w Zabrze.

Tradycją Motoserca stały się pokazy ratownictwa medycznego, dzięki którym w przyjemnych okolicznościach można nabyć umiejętności, które mogą komuś uratować życie. Z roku na rok akcja zyskuje na popularności, ludzie przybywają całymi rodzinami, organizatorzy zapewniają rozrywki



Anna Kozera: Jak rozpoczęła się Twoja przygoda z fotografią?

Łukasz Miodyński: Pierwszy aparat dostałem w wieku 10 lat od babci. Ta pasja nie przyszła do mnie nagle, tylko wykształciła się z czasem. Wszystko zaczęło się od rodzin dziecka. Stwierdziłem wtedy, że są takie momenty, które chciałbym utrwalić. I tak to już potem zaczęło się to rozwijać. Na początku robiłem bardzo dużo zdjęć, chciałem poznać i zrozumieć światło.

A.K.: Wiedzę nabywałeś na warsztatach czy jesteś samoukiem?

Ł.M.: Nie czuję się dobrze na kursach. Wszystkiego uczyłem się sam, czytając dużo książek lub podpatrując innych fotografów – taki „learning by doing”. Wiele błędów popełniałem. Zresztą nadal popełniam, tylko innego kalibru. Fascynowała mnie sama technologia robienia zdjęć. Pierwszy aparat cyfrowy jak kupiłem, to było coś nie-

samowitego. Poświęcałem dużo czasu na fotografowanie, ale nie na postprodukcję. Z czasem chciałem coraz więcej i więcej. Oczywiście wtedy akcenty były rozłożone zupełnie inaczej. Na początku człowiek myśli, że jak kupi sobie lepszy obiektyw to od razu kadr też będzie lepszy (śmiech).

A.K.: No tak. Wysoka jakość sprzętu pomaga, ale nie zastąpi talentu.

Ł.M.: Tak. Jest nawet taki dowcip jak słynny fotograf przychodzi do restauracji. Kucharz go rozpoznaje i zagaduje: „Robi pan świetne zdjęcia – musi mieć pan świetny sprzęt”. A fotograf mu odpowiada: „Robi pan pyszne jedzenie. Musi mieć pan świetne garnki.” Na początku tak jest. Człowiek chce coraz lepszy sprzęt, ale później przychodzi opamiętanie.

A.K.: Nie ukrywajmy, że jest to kosztowne hobby...

Ł.M.: Bardzo. Są pewne minima, w które trzeba zainwestować, jeśli chce się rozwijać. Dobrze byłoby mieć jakieś źródło światła i obiektywy, które dużo tego światła wpuszczają. Trzeba zadbać też o odpowiedni sprzęt, który to światło przetworzą na obraz. Apejtyt rośnie w miarę jedzenia, ale ta krzywa z czasem jest coraz mniej stroma i się spłaszcza, aż człowiek dochodzi do pewnego momentu, kiedy stwierdza, że ma wszystko czego potrzebuje.

A.K.: Co Ciebie najbardziej interesuje w fotografii? Gregora Laubscha twarze, naturalizm, czarno-biała fotografia analogowa, Annie Leibovitz kojarzy mi się z fotografią komercyjną, a Łukasz Miodyński – z czym będzie po tej rozmowie?

Ł.M.: Z fotografią ludzi nie czuję się komfortowo, bo trzeba umieć pracować z modelem. Nasza sesja była dla mnie nowym, ciekawym doświadczeniem. Nie, że nie lubię, czy nie mam doświadczenia w fotografowaniu ludzi, bo mam. Jest to jednak współpraca z modelem, któremu trzeba mówić, jak ma się zachować. To jest trudne, bo trzeba ustawić drugą osobę i wprowadzić ją w rolę, a jednocześnie sprawić, żeby czuła się komfortowo. Pozując nigdy nie jesteśmy do końca swobodni – wyzwanie polega właśnie na zapewnieniu modelowi tej swobody. Bardziej poszukuję możliwości, żeby fotografować pejzaże i architekturę.

A.K.: Czyli interesuje Cię fotografia statyczna, w której nie widać emocji?

Ł.M.: I tak, i nie. To zależy, jak na to spojrzeć. Są to dwa bardzo różne dziedziny fotografii. Świetnym przykładem architektury jest zdjęcie, które otwiera szablon naszej firmowej prezentacji. Taki city line. Wspominasz



o emocjach – dążę do tego, aby zdjęciami je wywoływać raczej niż pokazywać.

A.K.: *Ok, ale jak już sam wspomniałeś o tym zdjęciu – czy to prawda, że było ono pierwowzorem do stworzenia nowego logotypu Saint-Gobain?*

Ł.M.: To jest plotka, której nie potwierdzam i nie zaprzeczam. (śmiesz)

A.K.: *Przez skromność? W każdej plotce jest ziarenko prawdy, więc...*

Ł.M.: Nie wiem, czy tak się stało. Jest pewne podobieństwo, może zdjęcie było inspiracją. Trzeba by sprawdzić, co najpierw powstało. Z pewnością kształt logo jest oparty o jakąś linię miasta, ale mogło to być też Toronto, Tokio czy inne.

A.K.: *A na Twoim zdjęciu jest...*

Ł.M.: Filadelfia. Z tym zdjęciem związana jest ciekawa historia, bo swego czasu bardzo dużo podróżowałem i chciałem połączyć te podróże z pasją fotograficzną. Przed wyjazdem szukałem takiego miejsca za street view na google, które byłoby fajnym kadrem. I w Filadelfii znalazłem bardzo ciekawy kadr. Naprawdę fantastyczny. Jednak kolega, który zna te okolice odradził mi wizytę tam, jeśli życie mi miłe. Było to miejsce, w którym młodociane gangi przeprowadzają chrzciny swoich nowych członków, dając im broń. Jest to najbardziej niebezpieczne miejsce w USA...

A.K.: *Czyli planując wyjazd nie szukasz atrakcji do zwiedzania, tylko do fotografowania.*

Ł.M.: Tak. Zawsze szukam ciekawych kadrów. Moja rodzina już się do tego przyzwyczaiła, że tak planujemy wakacje i ja później znikam na pół dnia, aby zrobić to jedno ważne dla mnie zdjęcie. Tą Filadelfią byłem trochę zrozpaczony, bo fotografie traktuję w kategoriach swoich marzeń. To znaczy, jak już dochodzisz do pewnego momentu w swoim życiu i stwierdzenia, że już masz 40 lat i nie masz o czym marzyć, bo nie jesteś małym dzieckiem....

A.K.: *Zabrzmiało jakbyś miał 80 lat i zaraz zęgnął się ze światem.*

Ł.M.: W ramach dojrzewania człowiek przestaje marzyć jak dziecko o rzeczach materialnych typu konsola do gier czy nowa piłka. Takie przedmioty albo się ma, albo stają się niepotrzebne. Moje marzenia ukierunkowały się na kadry i zdjęcia. No i

tutaj byłem trochę zdegustowany tą sytuacją, aż nagle jadąc mostem w Filadelfii dostrzegłem ten kadr ze zdjęcia i było wow! Następnego dnia pojechałem o zmierzchu i chyba 3 godziny robiłem to ujęcie.

A.K.: *3 godziny jedno zdjęcie? To co ci w nim nie pasowało?*

Ł.M.: Wydaje się długo, ale w fotografii, jest coś takiego jak „magiczna godzina”. To naprawdę trwa 20 minut w zależności od pory roku. Jak fotografujesz linię miasta i słońce właśnie się chowa za horyzontem, ale jeszcze krzywizna ziemi powoduje, że ono oświetla niebo od spodu i kolor przechodzi z niebieskiego w granat. Powoli zaczynają zapalać się światła uliczne, w budynkach itd. Szczególnie, jak nie ma dużo chmur, wtedy słońce nadaje otoczeniu plastyczne oświetlenie. Magia polega na uchwyceniu tego momentu.

A.K.: *Czyli twoim zdaniem fotografia wymaga cierpliwości?*

Ł.M.: Pokory. Przed brakiem dostatecznych umiejętności, żeby wydobyć to, co chcesz przekazać. Bo później wiele godzin spędzasz na postprodukcji. Zwłaszcza w fotografii pejzażu bardzo dużą rolę odgrywa to, co zrobisz z tym zdjęciem w domu. Aparat rejestruje stan, ale nie wie, co ty widzisz. Chciałabyś przekazać to swoje subiektywne odczucie, które towarzyszyło ci w momencie spoglądania na dany przedmiot czy widok. Na przykład myślisz śnieg i widzisz biały kolor. A na zdjęciu może okazać się, że ten śnieg jest niebieski lub zielony, bo coś się na nim odbiło, itd.

A.K.: *Kto jest twoim autorytetem w tej dziedzinie sztuki?*

Ł.M.: Holenderski fotograf Joel Tjintjelaar, który robi dużo architektury w bieli i czerni. To, co on tworzy spokojnie można nazwać twórczością i jest dla mnie niedoścignioną doskonałością. Jego sesja Manhatanu to coś niesamowitego. Jeśli chodzi o pejzaże to polski fotograf Marcin Sobas, który pokazuje, jak można czasami popatrzeć na jakiś krajobraz i wydobyć z niego coś, czego normalnie nie widzisz. Marcin Sobas odkrył przede mną nowe możliwości. Na przykład Morawy koło Brna na południu Czech. Zupełnie jakbyś wylądowała nagle w Toskanii. Każdy wie, że Toskania jest piękna i to jest już taki stereotyp, a mało kto wie jak pięknie może być na Morawach.

A.K.: *Prowadzisz bloga. Strona powstała z*

chęci dzielenia się pasją, potrzeby pokazania czy sprzedajesz swoje zdjęcia?

Ł.M.: Blog to dużo powiedziane. Mam stronę Miodynski.com, gdzie umieszczam swoje zdjęcia, ale to jest bardzo czasochłonne. Sprzedaję zdjęcia, ale to nie są duże kwoty. Ciężko na tym zarobić duże pieniądze bez poświęcenia się temu tematowi naprawdę bardzo mocno. To nie jest coś takiego, że można to robić z doskoku, żeby naprawdę coś zarobić.

A.K.: *Twoje zdjęcia promują 7. edycję „Mistrzów Izolacji”. Ponoć chciałeś się wycofać z realizacji naszej sesji, a tymczasem wyszły świetnie, co potwierdza wprowadzenie ich do międzynarodowej bazy przez Centralę Saint-Gobain w Paryżu.*

Ł.M.: Powiedzmy tak, że miałem daleko idące obawy, czy ta sesja w ogóle się uda. Zaplanowana była w plenerze, przy budowie, a pogoda była mało zachęcająca do tego, żeby cokolwiek robić na tych zdjęciach. W fotografii ludzi istotne jest, żeby model czuł się zadowolony, że ja go fotografuję. Jeśli pojawia się jakikolwiek dyskomfort, to on wychodzi na zdjęciach. W takich sytuacjach cokolwiek bym nie próbował i ile siedział nad postprocessingiem, to tego nie da się zmienić. A tymczasem rzeczywiście fajnie wyszło.

A.K.: *Zdarzyło ci się zobaczyć w przestrzeni publicznej inne swoje fotografie?*

Ł.M.: Tak. Kilka razy się w artykułach internetowych, a ostatnio w trakcie podróży samolotem zobaczyłem moje zdjęcie Seulu w magazynie linii lotniczych.

A.K.: *Można powiedzieć, że kolekcjonujesz marzenia w kadrach?*

Ł.M.: Tak, zdecydowanie. Mam takie kadry w głowie, które są pomiędzy planami a marzeniami. Obecnie marzę o sesji na Islandii. Mam nadzieję, że najlepsze kadry przede mną.

A.K.: *W takim razie życzę Ci realizacji tych marzeń i dziękuję za rozmowę oraz zdjęcia, które będą dla mnie również fajną pamiątką.*

Ł.M.: Ja również dziękuję.

Rozmawiała:

Anna Kozera

anna.kozera@saingobain.com



LEPIJ RAZEM
nr 20, grudzień 2018

SUKCES NIE DZIEJE SIĘ Z PRZYPADKU
współpraca z międzynarodową agencją reklamową

SESJA MISTRZÓW IZOLACJI ISOVER
PROGRAM „CZYSTE POWIETRZE” – to warto wdrożyć!
NOWE MOŻLIWOŚCI CENTRUM SZKOLENIOWEGO ISOVER

POBIŁ ISOVER.PL NA FACEBOOKU

STOPKA REDAKCYJNA

Dyrektor wydawnictwa: Benedykt Korduła
Redaktor wydania: Wojciech Lyszczyzna
Autorzy tekstów: Kuba Błażewicz, Ewa Bryś, Alicja Czuba-Gigoń, Bartosz Gawron, Anna Gil, Agnieszka Hat, Benedykt Korduła, Anna Kozera, Franciszek Kulanek, Henryk Kwapisz, Wojciech Lyszczyzna, Paweł Polak, Jerzy Ross-Zółkiewicz, Natalia Rychel, Jakub Zarzycki
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 20, grudzień 2018 | **Skład i druk:** Royal Brand PR



Wygraj Mercedesa Vito!

Dołącz do najlepszych
wykonawców w branży

Zarejestruj się na stronie
www.mistrzowieizolacji.pl

Zbieraj etykiety
z produktów premiowanych

Zdobywaj punkty
1 etykieta = 1 punkt

Odbieraj nagrody
już od 10 punktów

Wygraj Mercedesa
Każde 500 etykiet to jeden los.



Ekspres ciśnieniowy



Skrzynia i organizer



Ubranie robocze



Paca nierdzewna



Wiertarko-wkrętarka



Konsola Xbox One X



New iPad



Słuchawki
bezprowodowe



Dalmierz



Radio Makita



iPhone 8



Lampa
halogenowa



Zestaw walizek



Torba sportowa

Więcej szczegółów na ulotkach, w punktach dystrybucji
oraz na stronie www.mistrzowieizolacji.pl