# RZECZ O BIZNESIE

WYDAWCA: KOWALSKI PRO-MEDIA NR 1 (107) WTOREK 29 STYCZNIA 2019 DODATEK PROMOCYJNO-REKLAMOWY



SELGROS cash & carry
PRZEMYŚLANE ZAKUPY


## Klienci wybierają Kaufland

***Sieć Kaufland nieustannie się rozwija, otwierając nowe sklepy oraz dbając o jak najwyższy standard obsługi. Firma realizuje swoją strategię w oparciu o cztery wartości, którymi są: jakość, wybór, cena i prostota. W rezultacie Kaufland został uznany przez konsumentów za najlepszą sieć w Polsce i otrzymał wyróżnienie Laur Konsumenta 2019 w kategorii „Supermarkety".***

### Liczy się jakość

Wysoka jakość jest jednym z kluczowych wyznaczników firmy Kaufland. Sieć dba o atrakcyjność swoich marketów, otwierając nowoczesne sklepy oraz modernizując dotychczasowe placówki, w których wdrażane są rozwiązania przyjazne środowisku, takie jak oświetlenie LED czy technologia odzysku ciepła odpadowego. Kaufland zwraca też uwagę na jakość swojej oferty oraz trend świadomego odżywiania. Konsumenci coraz bardziej interesują się składem produktów, zwracając przy tym uwagę na stosunek jakości do ceny. Analiza koszyka cenowego pokazuje, że pod tym względem Kaufland niezmiennie utrzymuje się na wysokiej pozycji.

### Szeroki wybór i atrakcyjna cena

W każdym sklepie Kaufland klienci mogą znaleźć kilkanaście tysięcy produktów, w tym bogatą ofertę artykułów świeżych i regionalnych – owoców i warzyw, pieczywa prosto z pieca, mięsa, serów i wędlin. Kaufland odpowiada przy tym na rosnące zainteresowanie konsumentów produktami szczególnych potrzeb żywieniowych. Z nową marką własną K-free sieć wspiera klientów w prowadzeniu diety pozbawionej glutenu i laktozy. Osobom poszukującym szybkich i smacznych przekąsek, Kaufland oferuje produkty K-to go. W asortymencie sieci dostępna jest także marka K-Bio, która obejmuje certyfikowane artykuły ekologiczne. Firma wprowadziła także do swojej oferty produkty mięsne ze znakiem jakości QAFP, które pochodzą wyłącznie ze sprawdzonych polskich hodowli. Na klientów czeka także szeroki wybór artykułów przemysłowych. W 2018 r. wprowadzona została nowa marka własna Bevola, obejmująca artykuły drogeryjne dla całej rodziny. Sieć stworzyła także własną ofertę tekstyliów dla najmłodszych – ubrania marek Kuniboo oraz Hip&Hopps, które wyróżnia wysoka jakość potwierdzona licznymi certyfikatami – GOTS, OEKO-TEX czy Bionic Finish Eco.

W sieci Kaufland można zrobić zakupy na dobry tydzień, korzystając z atrakcyjnych ofert. Na klientów, oprócz standardowej gazetki reklamowej obowiązującej od czw. do śr., czeka czerwona ulotka z ofertą na początek tygodnia, a także promocje weekendowe – „nie lada piątek" czy „udana sobota".

### Po czwarte – prostota

Kaufland nieustannie wprowadza nowoczesne rozwiązania ułatwiające klientom zakupy. Jednym z nich są kasy samoobsługowe. Kaufland umożliwił także klientom dokonywanie płatności poprzez Apple Pay oraz wprowadził nowy format gazety reklamowej 3D, dzięki której klienci znajdą szereg dodatkowych materiałów – filmów, zdjęć, modeli produktów, przepisów kulinarnych dostępnych za pośrednictwem darmowej aplikacji. Od kwietnia 2018 r. w sklepach funkcjonuje program PAYBACK. Kaufland stał się tym samym jedyną siecią handlową w Polsce, która może zaoferować swoim klientom multipartnerski program lojalnościowy.

### Plany na 2019

Kaufland nadal będzie uważnie obserwować potrzeby klientów i dostosowywać do nich swoją ofertę. Sieć planuje także w tym roku otworzyć kolejne markety oraz wprowadzić nowe marki własne, w tym markę z produktami od polskich producentów. Oprócz tego przeprowadzi projekt wspierający polskie start-upy.

– *Nasz model działalności związany z połączeniem hipermarketowej różnorodności asortymentu i dyskontowych cen jest kierunkiem, w którym nadal chcemy się rozwijać. Działamy na wyjątkowo trudnym i wymagającym rynku, ale mimo to nasza konsekwentnie prowadzona strategia przynosi dobre rezultaty. W mijającym roku rozwój sieci Kaufland był stabilny, co pozwala nam z ufnością kontynuować naszą strategię* – podsumowuje Gunnar Günther, prezes zarządu Kaufland Polska.

## VIFON i TaoTao ponownie docenione przez konsumentów

***Marki VIFON i TaoTao, których wyłącznym dystrybutorem i importerem od ponad 28. lat jest firma Tan-Viet International S.A., zdobyły ponownie czołowe miejsca w kategorii „Produkty orientalne" w piętnastej już edycji ogólnopolskiego plebiscytu popularności Laur Klienta/Konsumenta 2019.***

Marka VIFON otrzymała złoty Laur Konsumenta 2019, potwierdzając swoją niezaprzeczalną, wysoką pozycję na rynku. Polacy uwielbiają tę markę za szeroką gamę smaków (już 30 pozycji w asortymencie zup błyskawicznych z makaronem) oraz opakowań (folia, miski, kubki, saszetki), gdzie każdy znajdzie coś dla siebie. Marka ma swoich wiernych fanów i jako odpowiedź na ich prośby została stworzona nowa linia zup VIFON pikantnych, która w asortymencie ma cztery smaki z ostatnio wprowadzoną zupą o smaku wołowiny z curry. Pod marką VIFON można znaleźć również Lunch Boxy – dania z makaronem ryżowym, pszennym i ryżem, które po zalaniu gorącą wodą są gotowe do jedzenia prosto z pudełka. Oferta marki jest uzupełniana przez słodkie, słodko-pikantne i słodko-kwaśne sosy chili.

Marka TaoTao, która w swoim portfolio ma bezglutenowe makarony ryżowe, sosy sojowe, pikantne sosy chili, marynaty, mleczko kokosowe, grzyby MUN i wiele innych orientalnych produktów, głosami badanych nagrodzona została podwójnie. W kategorii: „Sosy sojowe i marynaty" marka TaoTao otrzymała złoty Laur Konsumenta 2019, natomiast w kategorii „Produkty orientalne" nagrodzona została srebrnym Laurem Konsumenta 2019.

Produkty TaoTao mogą być z powodzeniem stosowane zarówno w przygotowaniu dań orientalnych, jak i coraz częściej i chętniej używane są do dań i przekąsek kuchni europejskiej, w szczególności polskiej. Sosu sojowego można używać zamiast soli do tradycyjnych zup, takich jak rosół lub ogórkowa oraz sycących kremów pomidorowego lub z pora. Szerokie zastosowanie mają również sosy chili, które z powodzeniem zastępują keczup i mogą być dodatkiem do kanapek, parówek, tostów, pizzy i dań z grilla. Stałe grono odbiorców mają również makarony ryżowe, które ze względu na skład są wybierane przez sportowców, osoby dbające o linię oraz mamy chcące urozmaicać dietę swoich pociech. Powstają tylko z wody i mąki ryżowej, dzięki czemu nie zawierają konserwantów, są wyjątkowo niskokaloryczne i bezglutenowe.

Serdecznie dziękujemy wszystkim naszym klientom za zaufanie i lojalność wobec naszych marek VIFON i TaoTao. Zadowolenie konsumenta daje nam najwięcej satysfakcji oraz motywacji do tego, aby dostarczać produkty jak najlepszej jakości, zróżnicowane w smakach i skierowane do szerokiego grona odbiorców.


TaoTao® harmonia smaków

VIFON® SINCE 1963

kowalski pro-media **Redaktor naczelny:** Robert Kowalski • **Wydawca: Kowalski Pro-Media Kowalski Robert • NIP: 634 247 79 84 • tel. (32) 205 55 90 • e-mail: info@rzeczobiznesie.eu**

# Jak poruszać się w dżungli nowości rynkowych

***Zastanawialiście się kiedyś, jak poruszać się po dżungli bez przewodnika? Oczywiście, gdybyśmy wszyscy byli jak Bear Grylls, byłoby to bajecznie proste, ale niestety nie jesteśmy. Dżungla jest nieprzewidywalna. Nigdy nie wiadomo, w co wdepniemy lub w które kłącze się zaplączemy, nie jest także pewne, czy nie zaatakuje nas jakaś dzika zwierzyna czyhająca na nasze zdrowie, bądź życie.***

Co roku taką nieprzewidywalną dżunglą jest rynek nowości i to nie tylko kosmetycznych, czy farmaceutycznych, ale każdych. Firmy kuszą nas niczym wąż najlepszymi, najbardziej innowacyjnymi i najskuteczniejszymi produktami. Jak odnaleźć się w tym gąszczu, skoro każdy producent, czy dystrybutor twierdzi, że jego produkt jest najcudowniejszy, jedyny i niepowtarzalny w swoim rodzaju?

Pomyślmy logicznie: jeśli coś jest jedyne, to przecież nie może być stadne. Ale logika nie pomoże, kiedy na opakowaniu trzech różnych produktów, z tego samego segmentu, różnych marek, zobaczymy słowa: „innowacja", czy „najskuteczniejszy". Gdzie zatem szukać ratunku? Z pomocą oczywiście przychodzi niezastąpiony przewodnik. Jego imię to Odkrycie Roku, a dokładnie Laur Klienta/Konsumenta Odkrycie Roku.

### Dla kogo/czego?

Odkrycie Roku to nagroda przyznawana innowacyjnym produktom i usługom, które pomimo krótkiego funkcjonowania na rynku potrafią wzbudzić zaufanie konsumentów. Ale nie tylko. Dotyczy ona również produktów i usług, które objęła nowa, ciekawa i skuteczna kampania reklamowa. To także nagroda dla tych marek, które przeszły lifting marketingowy, relaunch, bądź zostały po raz pierwszy wskazane przez konsumentów w ogólnopolskim sondażu Laur Klienta/Konsumenta.

### Kto/jak?

Nagroda jest przyznawana przez komisję konkursową projektu Laur Konsumenta/Klienta. To ona dokonuje oceny innowacyjności produktów, perspektyw odbioru przez rynek oraz prognozowanej dynamiki wzrostu popularności i wybiera w każdej kategorii (w konkursie jest ich około 200) jeden z nich.

Komisja konkursowa pracuje niezależnie, co nie znaczy, że nie można do niej zgłosić swojego „odkrycia". Wręcz przeciwnie. Komisja z chęcią przygląda się i ocenia produkty, które zgłaszają konsumenci czy nawet producenci, dając szansę na wyjście z dżungli najciekawszemu z nich.

***Magdalena Ryś***

# EOS. FOR A DEBT-FREE WORLD.

***Spółki EOS dla świata bez długów. Na pierwszy rzut oka nowe motto firm windykacyjno-prawnych EOS brzmi nieco przewrotnie.***

W Polsce ponad 2,5 mln osób posiada zobowiązania na łączną kwotę 45,7 mld zł. W ciągu ostatnich 4 lat wielkość zadłużenia Polaków (w wieku od 36. do 59. roku życia) wzrosła trzykrotnie. Chyba nikt nie ma złudzeń, że świat bez długów jest niemożliwy.

Mimo to spółki EOS z całego świata postanowiły podjąć wyzwanie i stawić czoła pogłębiającemu się problemowi życia na kredyt. Zmiana podejścia do osób zadłużonych na traktowanie ich jako partnerów biznesowych, wdrażanie atrakcyjnych programów spłat zobowiązań, edukacja młodzieży w zakresie racjonalnego zarządzania finansami, czy implementacja ogólnofirmowych wartości z szacunkiem, otwartością i dotrzymywaniem słowa na czele to tylko nieliczne inicjatywy podejmowane przez pracowników spółek EOS.

– *Problem zadłużania się istniał od zawsze i żadne działania tego nie zmienią (…), właśnie dlatego należy zmienić podejście do osób, które korzystają ze środków finansowych innych podmiotów czy osób. Większość z nas na różnych etapach życia wspiera się rozmaitymi formami pożyczania pieniędzy i czas zacząć traktować to zjawisko jako coś zupełnie naturalnego i oczywistego* – mówi Dariusz Petynka, prezes zarządu EOS KSI Polska. – *Czasy, kiedy osobę zadłużoną traktowano jako kogoś, kto dopuścił się czegoś złego i niedopuszczalnego, dawno się skończyły. Prawie 40% polskiego społeczeństwa posiada kredyty lub pożyczki, to oznacza, że w samym EOS w Polsce ponad 200 osób pomaga sobie kredytami i potencjalnie może mieć problem z ich spłatą (…). Branża windykacyjna jest tak samo potrzebna oraz naturalna jak inne gałęzie gospodarki. Aby być skutecznym i profesjonalnie realizować swoją pracę, trzeba się wykazywać odpowiednim podejściem, wiedzą oraz umiejętnościami. To jest nasz cel, doskonalić się w zakresie realizowanych działań windykacyjnych, traktować innych poważnie tak, jak sami chcielibyśmy być traktowani, uświadamiać i współdziałać (...)* – mówi prezes zarządu EOS KSI Polska.

Od początku swojego istnienia Grupa EOS działa „dla świata bez długów", co miesiąc z powodzeniem zamykając średnio 95,918 spraw windykacyjnych .

Nowe motto, zmiana podejścia, inaczej sformułowane cele, otwartość na dialog to najskuteczniejsza reakcja i odpowiedź na sytuację rynkową oraz oczekiwania wszystkich, którzy mają do czynienia z windykacją.

**Artykuł został opracowany przez Dział Personalny EOS w Polsce**

*Grupa EOS powstała w 1974 roku w Niemczech, z siedzibą w Hamburgu. Zatrudnia na całym świecie łącznie ponad 7 500 pracowników, w 26. krajach, w Polsce ponad 500. i wciąż rośnie.*

# Black & White Style – użyteczny design

***Firma Black & White Style doskonale wie, gdzie bije serce domu, dlatego sukcesywnie rozszerza swoją ofertę zestawów mebli kuchennych. Każda linia to odpowiedź na różnorodne potrzeby wymagających klientów zarówno tych ceniących tradycyjny design, jak i tych, którzy w nowoczesnych wnętrzach czują się najlepiej.***

W katalogu firmy Black & White Style znajdują się kolekcje mebli zaprojektowanych niemal na każdą przestrzeń, a także kieszeń. Wszystko dlatego, że tworząc meble, projektanci mają na uwadze przede wszystkim ich użyteczność, oczywiście nie zapominając przy tym o niebagatelnej roli designu. Na pierwszy plan wysuwają się zatem codzienne potrzeby domowników – rozdysponowanie mebli na dostępnej przestrzeni, łatwy dostęp do sprzętów i produktów, a poza funkcjonalnością również wspomniany wcześniej ponadczasowy design.

Linia mebli kuchennych Christina, uhonorowana Laurem Konsumenta Odkrycie Roku, to kolekcja odznaczająca się ponadczasowym klasycznym stylem z lekką nutą nowoczesności. Doskonale nadaje się również do otwartych wnętrz, gdzie kuchnia łączona jest z salonem. Ciepły dębowy kolor, lekko sztukowane fronty wykończone prostymi uchwytami sprawiają, że meble wypełniają wnętrze harmonią, komponując się doskonale zarówno z nowoczesnymi wnętrzami, jak i tymi bardziej klasycznymi. Stworzone zostały przede wszystkim dla tych, którzy cenią prostą formę i nienachalne detale. Dzięki temu kuchnia staje się sercem domu, dając jej domownikom również radość z jej codziennego użytkowania.

# Godła programów wspierają decyzje konsumentów!

***Dokonując codziennych, mniejszych bądź większych, zakupów, niejednokrotnie zdarzyło nam się natknąć na godła obecne na opakowaniach wielu produktów. Obracając w ręku słoiczek z majonezem lub butelkę szamponu, kupując materiały budowlane, a nawet korzystając z poważnych usług biznesowych, niejednokrotnie zdarzyło nam się zatrzymać wzrok na charakterystycznym logotypie.***
***Czy zastanawialiśmy się kiedykolwiek, co tak naprawdę niesie za sobą ów medal?***
***Czy zapytaliśmy w myślach siebie samych, jaką korzyść odnosi producent decydujący się wziąć udział w konkursie popularnościowym, który prowadzi do przyznania takiego godła?***
***Bo przecież nie chodzi o to, by etykieta z godłem promocyjnym po prostu ładnie wyglądała...***
***No, być może jest to jeden z powodów szczycenia się godłem promocyjnym, jednak wierzymy, że tym najmniejszym.***

Odpowiedź na te i szereg innych pytań przyniosły nam ogłoszone niedawno wyniki badań wykonanych przez instytut GFK Polonia, będący oddziałem jednej z największych firm badawczych na świecie. Wywiadów konsumenckich dokonano na zamówienie holdingu reklamowego AEGIS Media.

Pod uwagę wzięto preferencje 3000 potencjalnych klientów z najbardziej reprezentatywnego przedziału wiekowego 15-64 lat. Sposób badania, na który się zdecydowano, w terminologii profesjonalnej nazywa się CAPI (Computer Aided Personal Interview). Osobom niezwiązanym z branżą badawczą, czy reklamową ten skrót może niewiele mówić. W uproszczeniu, CAPI to metoda bezpośrednich wywiadów przeprowadzanych w domach respondentów z udziałem komputera. Wyniki takich badań kodowane są w trakcie przeprowadzania wywiadu, a dane z terenu przesyłane specjalnie zabezpieczonym łączem.

Podczas badań CAPI dotyczących rozpoznawalności godeł promocyjnych kierowano się kilkoma istotnymi kryteriami, wśród których były takie wytyczne jak: płeć badanego, dochody, wykształcenie, czy aktywność zawodowa. Sprawdzono również, które z wielu obecnych na rynku godeł ma największy wpływ na wybór opatrzonych nimi produktów.

Przyznać trzeba, że wyniki okazały się zadziwiająco jednoznaczne i wyraźnie wskazujące na... skuteczność godeł. Aż 26% badanych stwierdziło, iż medal (inaczej: godło promocyjne – przyp. aut.) zamieszczony na opakowaniu w istotny sposób wpływa na wybór oznaczonego nim produktu. Grupą, która najczęściej zwraca uwagę na godła promocyjne, okazali się mieszkańcy dużych, ponadstutysięcznych miast.

Zaintrygował nas fakt, że po raz kolejny panie okazały się bardziej dociekliwe i spostrzegawcze. Z badań jasno wynika, że to właśnie kobiety przywiązują większą wagę do tego, co widnieje na opakowaniu produktu. W ten sposób dowiedzieliśmy się, że to właśnie one, nieco częściej niż mężczyźni, kierują się przy zakupach godłami promocyjnymi. Na dokonanie zakupu towaru oznaczonego godłem ma również wpływ zasobność portfela. Osoby o wyższych dochodach, dokonując zakupu, chętniej sugerują się graficzną informacją o zdobyciu przez daną markę konkretnego tytułu, na przykład Lauru Konsumenta. Obecność godła przykuwa także uwagę osób wykształconych. Badanie wykonane przez GFK Polonia pokazało nam, że ci, którzy ukończyli studia, nieco częściej zwracają uwagę na obecność godeł promocyjnych przy logotypie wybieranej marki.

Śledząc dalej wyniki badań, da się zauważyć, że obecność logotypów konkursowych nie jest obojętna również osobom aktywnym zawodowo. To one chętniej wybierają te marki, które znalazły uznanie również wśród innych użytkowników.

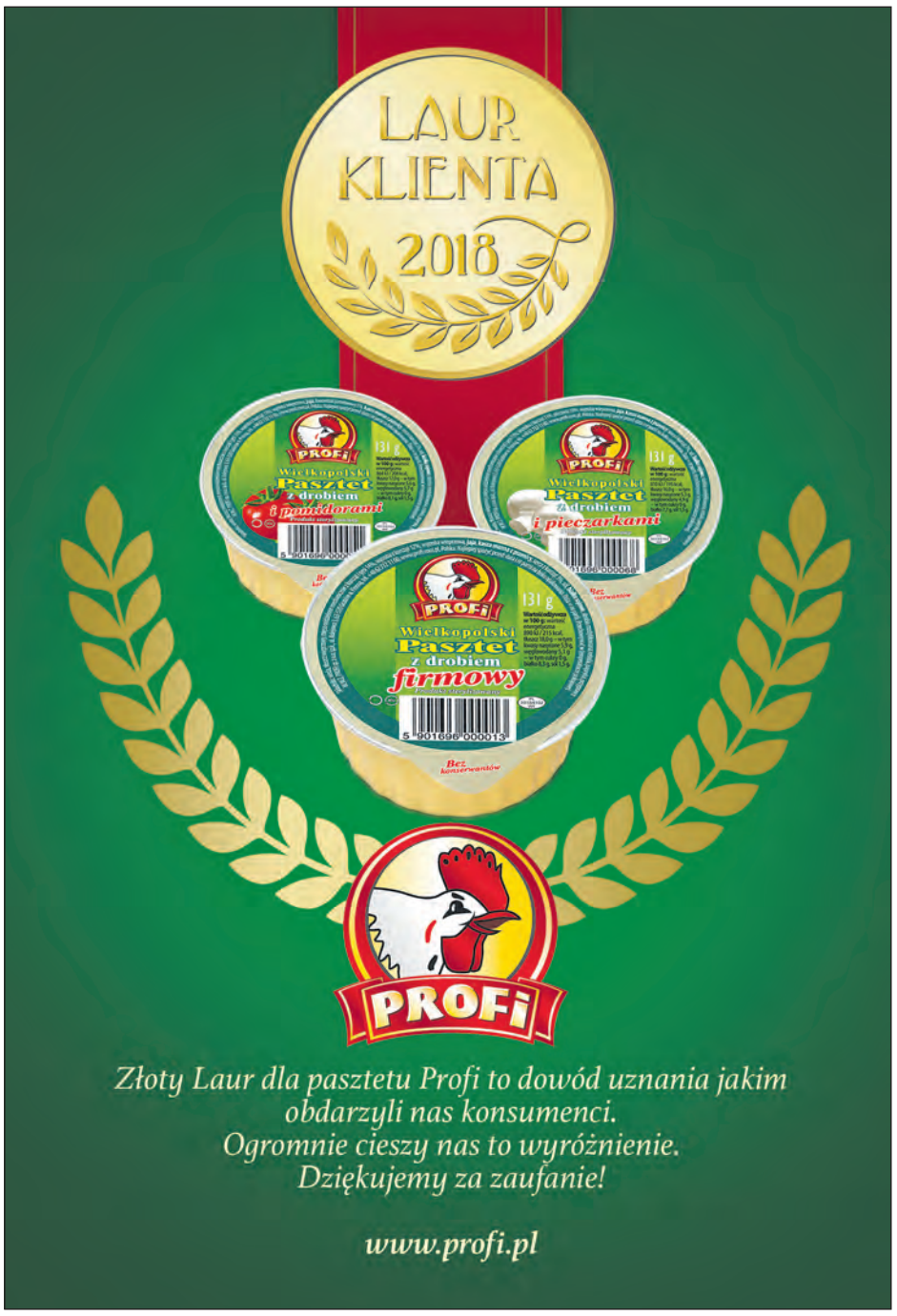
No dobrze, ale przecież godeł, którymi opatrzone są rozmaite produkty, jest kilka. Czy w takim razie wszystkie są tak samo miarodajne? Czy każde z nich znaczy dla konsumenta dokładnie to samo?

Z badania GFK Polonia wynika, że aż 25% osób zwraca przy zakupach uwagę na znaki promocyjne, z czego największym zaufaniem darzone są godła konkursów Teraz Polska oraz Laur Konsumenta.

Skoro tak, to skupmy się na przykład na samym Laurze Konsumenta. Nie trzeba długo szukać, by dowiedzieć się, że aż 3 spośród 9 najbardziej rozpoznawalnych godeł promocyjnych w Polsce związane są z programem Laur Konsumenta. Są to: Laur Klienta / Laur Konsumenta (w nomenklaturze programu panuje swoisty dualizm związany z charakterem konkretnych branż, w których medale są przyznawane), Top Marka oraz Odkrycie Roku.

Czas w takim razie pochylić się nad każdym z tych godeł z osobna.

Godła Top Marka oraz Odkrycie Roku w najmocniejszym stopniu trafiają do mieszkańców dużych miast. Ci, którzy wybierają produkty opatrzone godłem Top Marki to najczęściej mężczyźni. Panów satysfakcjonuje najwyższe z możliwych odznaczeń, co wskazywać może na odwieczną samczą chęć współzawodnictwa, zdobycia najwyższej wygranej. W tym przypadku takim konsumenckim świętym Graalem jest produkt najbardziej rekomendowany przez innych, marka nie opuszczająca podium w plebiscycie Laur Konsumenta, czyli Top Marka. Top Marka najbardziej przekonuje także osoby o nieco grubszym portfelu i wyższym wykształceniu. Panie okazują się za to zapalonymi odkrywcami. To one poszukują nowych rozwiązań i wykazują się chęcią zmiany dotychczasowych zwyczajów zakupowych. Dlatego właśnie godłem, które najbardziej skłania je do dokonania konkretnego wyboru, jest Odkrycie Roku.



# Prestiżowe wyróżnienie liderów w dziedzinie HR

***Co składa się na sukces firmy? Dobry biznesplan? Nakłady finansowe? A może po prostu szczęście? Zapewne każdy z tych elementów, ale niewątpliwym atutem dobrze prosperującego przedsiębiorstwa jest inwestycja w kapitał ludzki. Projekt Solidny Pracodawca Roku powstał przede wszystkim po to, aby wyłonić, uhonorować oraz promować podmioty gospodarcze cechujące się wzorcową polityką personalną, która przekłada się na wysoką jakość produktów i usług. Spośród tysięcy podmiotów gospodarczych działających na terenie całego kraju selekcjonowane są te przedsiębiorstwa, które mogą zawalczyć o tytuł Solidnego Pracodawcy Roku i znaleźć się w elitarnym gronie laureatów.***

SOLIDNY PRACODAWCA ROKU 2018

### O programie

Celem programu Solidny Pracodawca Roku jest wyłonienie najlepszych pracodawców w Polsce, szczególnie tych, którzy w swojej działalności promują najciekawsze rozwiązania z zakresu HR, a przy tym dzielą się własnymi doświadczeniami na łamach ogólnopolskiej prasy.

Projekt powstał przede wszystkim po to, aby wyłonić i nagrodzić firmy, które cechują się solidnością zatrudnienia przekładającą się na wysoką jakość produktów i świadczonych usług na wymagającym rynku polskim.

Program Solidny Pracodawca Roku odbywa się w kilku równorzędnych kategoriach branżowych, regionalnych, oraz kategorii ogólnopolskiej. Kategorie regionalne przeznaczone są dla firm, których siedziby znajdują się w poszczególnych makroregionach, ta ostatnia dotyczy zaś przedsiębiorstw, których oddziały lub filie obecne są na terenie całego kraju.

### Weryfikacja

Spośród tysięcy podmiotów gospodarczych działających na terenie całego kraju redakcja na podstawie zebranych przez siebie informacji selekcjonuje przedsiębiorstwa, które mogą zawalczyć o tytuł Solidnego Pracodawcy Roku i znaleźć się w elitarnym gronie laureatów. Wyróżnieniem dla firm jest już sama nominacja, gdyż w dużej mierze jest ona wynikiem pozytywnych rekomendacji oraz opinii zaczerpniętych w lokalnym środowisku.

Zdobycie tytułu to nie tylko prestiżowe wyróżnienie, ale również możliwość zaprezentowania się na łamach ogólnopolskich mediów w ramach zdobytego tytułu.

### Podsumowanie projektu

Zwieńczeniem każdej z edycji projektu jest ogólnopolska gala, na którą zaproszeni zostają wszyscy laureaci tytułu. Podczas uroczystości wyróżnione firmy otrzymują tablice pamiątkowe, symbolizujące słuszność dotychczasowych działań z zakresu polityki personalnej. Wydarzenie jest również wspaniałą okazją do wymiany doświadczeń i pomysłów z obszaru HR.

Zapraszamy na naszą stronę internetową: www.solidnypracodawca.pl, gdzie mogą się Państwo zapoznać z wypowiedziami naszych laureatów na temat projektu, którzy są wizytówką tego przedsięwzięcia.

### Dobiega końca XVI edycja projektu Solidny Pracodawca Roku

Po zakończeniu XVI edycji oraz podsumowaniu, jakim będzie uroczysta gala, organizatorzy: „Rzecz o Biznesie" oraz „Strony Rynku" po raz kolejny sukcesywnie będą realizować program Solidny Pracodawca Roku, wspierając tym samym firmy, których polityka personalna jest na najwyższym poziomie.

*– Żywię nadzieję że kolejne lata przyniosą wiele pozytywnych zaskoczeń i nowości w zakresie HR. Co roku przekonujemy się o tym, że kultura organizacji pracy przedsiębiorstw zarówno tych z korzeniami i kapitałem polskim, jak również tych zagranicznych wciąż się rozwija i pnie coraz wyżej. Zadowalający jest fakt, iż coraz więcej pracodawców rozumie, że ludzie to fundament dobrze i efektywnie prosperującego biznesu* – mówi Tina Dej, dyrektor programu Solidny Pracodawca Roku.

Projekt wspiera przedsiębiorstwa, które pozwalają zatrudnionym osobom poprzez codzienną pracę realizować zarówno swoje, jak i firmowe cele biznesowe. Rynek pracy w Polsce stale się rozwija. Coraz więcej firm rozumie znane wszystkim stwierdzenie, że pracownicy są najcenniejszym kapitałem każdego przedsiębiorstwa. Dziś już wiemy, że aby osiągnąć sukces w swojej branży, liczy się nie tylko dobry biznesplan i nakłady finansowe, ale przede wszystkim czynnik ludzki.

# Firma przyjazna pracownikom

***Wrocławskie Zakłady Zielarskie Herbapol Spółka Akcyjna to firma, która istnieje w Polsce już od przeszło 70. lat. Tak duże doświadczenie przekłada się nie tylko na rozpoznawalność marki zarówno w Polsce, jak i za granicą, ale i na dziesiątki sukcesów odnoszonych przez firmę na różnych polach swojej działalności. Zwieńczeniem tych sukcesów są liczne nagrody, wśród których wymienić można choćby zdobywany regularnie od siedmiu lat tytuł „Solidnej firmy". Firma WZZ Herbapol S.A. została uhonorowana w tym roku tytułem Solidnego Pracodawcy Roku. To dowodzi, że 70 lat doświadczenia to także umiejętność budowania i utrzymywania wysoko wykwalifikowanego zespołu.***

W firmie z ponad 70-letnim doświadczeniem pracuje obecnie ok. 550 osób. To, co dość szczególne, to fakt, że sporo pracowników to doświadczeni specjaliści po 50. roku życia. Nie brakuje również młodych osób, które swoje nadzieje z firmą wiążą już na etapie nauki, zgłaszając się na organizowane w WZZ Herbapol S.A. praktyki. Spośród kilkudziesięciu zgłoszeń co roku ok.15 osób będzie miało szansę pracować z najlepszymi specjalistami w branży farmaceutycznej i nie tylko. Wiele z nich otrzyma propozycję pracy i zostanie w firmie na wiele lat – trzeba bowiem wiedzieć, że wskaźnik rotacji utrzymuje się tu na niskim poziomie.

Co sprawia, że w firmie z taką tradycją, w tak wymagającej branży i przy tak dużym zróżnicowaniu pod względem wieku i doświadczenia pracowników udaje się utrzymać stabilny zespół specjalistów? Odpowiedź jest prosta: ludzie. I na równi z nimi: mądrze prowadzona polityka personalna. Ta ostatnia opiera się na wypracowanym przez kilka dekad systemie, który zakłada wszechstronny rozwój pracowników.

Trzeba bowiem zauważyć, że WZZ Herbapol S.A. naprawdę rozumieją, że rozwój pracownika ma bezpośrednie przełożenie na sukces biznesowy całej firmy. W ramach realizowanych w firmie programów szkoleniowych pracownicy uczestniczą m.in. w szkoleniach i warsztatach zewnętrznych. Od 2015 roku średnio w danym roku pracownicy uczestniczyli w ok. 70 szkoleniach otwartych organizowanych przez firmy zewnętrzne.

Ponadto pracownicy uczestniczą regularnie w szkoleniach i warsztatach wewnętrznych prowadzonych we własnym zakresie przez trenerów wewnętrznych (szkolą wysoce wykwalifikowani pracownicy, eksperci w danej dziedzinie zatrudnieni w firmie) oraz w szkoleniach o charakterze zamkniętym, realizowanych przez firmy zewnętrzne, ale dedykowanych jedynie pracownikom WZZ Herbapol S.A. Przykładem tych ostatnich mogą być cykliczne szkolenia z zakresu Dobrej Praktyki Produkcyjnej (z ang. Good Manufacturing Practice – GMP). Tylko w roku 2017 przeprowadzono w firmie sześć szkoleń z obszaru GMP, w których udział brało ok. 180 osób.

Firma duży nacisk kładzie również na rozwój kadry menedżerskiej, tworząc i realizując różne projekty szkoleniowe w zakresie kompetencji miękkich. Aktualnie pracownicy szczebla menedżerskiego uczestniczą w cyklicznym i długofalowym programie spersonalizowanym na potrzeby firmy. Dodatkowo pracownicy spółki mają możliwość uczestniczenia m.in. w szkoleniach językowych na różnych poziomach zaawansowania oraz w licznych sympozjach, kongresach, konferencjach, seminariach zarówno farmaceutycznych, jak i typowo menedżerskich.

Przy tak ogromnych możliwościach rozwoju nie dziwi fakt, że zespół jednej z najbardziej rozpoznawalnych marek w Polsce tworzą pracownicy wysoko wykwalifikowani, doświadczeni i zgrani – szkolenia to również doskonała forma integracji. Przy tej okazji warto wspomnieć również o bogatym pakiecie socjalnym i szerokim wachlarzu benefitów pracowniczych, do których oprócz wielopoziomowych benefitów zaliczyć należy również dofinansowanie wypoczynku dla pracowników i ich rodzin, pożyczki mieszkaniowe, zapomogi, karty Multisport , a także szereg miłych gestów, jak paczki świąteczne, bony i cała gama biletów na wydarzenia kulturalne.

W świetle takiej tradycji, doświadczenia, a także dotychczasowych osiągnięć perspektywy firmy są doskonałe, co pozwala jednoznacznie nazwać politykę personalną WZZ Herbapol S.A. sukcesem.

WROCŁAW Herbapol SA

# Veolia łączy energię pokoleń i patrzy w przyszłość

***Veolia jest uznaną światową marką specjalizującą się w optymalnym zarządzaniu zasobami naturalnymi. Zatrudnia ponad 169 000 pracowników na całym świecie. W Polsce Grupa od 20. lat jest sprawdzonym partnerem miast i przemysłu, oferującym innowacyjne usługi dostosowane do potrzeb klientów, stale rozwijającym swoją działalność na terenie kraju. Veolia jest jednym z czołowych dostawców usług w zakresie zarządzania energią, gospodarki wodno-ściekowej i odpadowej. W Polsce prowadzi działalność w 83 miastach, w 41 zarządza sieciami ciepłowniczymi. Grupa zatrudnia w Polsce około 4300 pracowników.***

Jako pracodawca – Veolia łączy energię pokoleń, starając się jak najlepiej wykorzystywać potencjał różnorodności.

Nasi pracownicy są dla nas najważniejsi. Wierzymy, że ich zaangażowanie, wkład i codzienny wysiłek gwarantują nasz wspólny rozwój i sukces firmy. Zapewniamy stabilność zatrudnienia w firmie o ugruntowanej pozycji na rynku i z potencjałem rozwoju – 90% umów o pracę to umowy na czas nieokreślony. Szkolimy i dbamy o rozwój naszych ludzi – na każdego pracownika przypada 40 godzin szkoleń rocznie. Od lat realizujemy programy rozwojowe, dedykowane dla różnych grup pracowników. To m.in.: diVE (Dni Integracji Veolii) dla nowych pracowników, SPARK (Z iskrą do działania) dla średniej kadry menedżerskiej i POWER LEAD (Siła Liderów) – program rozwijający kompetencje przywódcze.

Ambicją Veolii jako pracodawcy jest być przygotowanym do przyszłości. Z jednej strony – szanując tradycję, odpowiednio zarządzając wiekiem i różnorodnością, a z drugiej reagować na zmieniający się świat i dostosowywać się do niego wdrażając nowoczesne rozwiązania biznesowe i HR. Dlatego też, w ramach programu GENERATOR, Veolia współpracuje z 7 szkołami średnimi na terenie całej Polski. Obejmuje w nich patronatem klasy o profilu energetycznym i zatrudnia absolwentów w swoich spółkach. Natomiast w ramach wdrożonego programu In.ON (Innowacje.ON) budujemy kulturę innowacyjności. W dobie cyfrowych rozwiązań pracujemy nad digitalizacją, wprowadzamy bardziej nowoczesne narzędzia, w tym w obszarze HR. Dzięki nowoczesnym, innowacyjnym rozwiązaniom i projektom, staramy się być pracodawcą referencyjnym w branży.

Wykorzystując zarówno energię i zaangażowanie naszych ludzi oraz działalność Grupy na rzecz społeczności lokalnych poprzez m.in. Fundację Veolia Polska staramy się być pracodawcą odpowiedzialnym społecznie. Prowadzimy akcje w ramach wolontariatu pracowniczego – „Zielone Podwórka Veolii" w Poznaniu, Łodzi, Tarnowskich Górach i Warszawie. Realizowane poprzez Fundację projekty mają na celu budowanie kapitału w lokalnych społecznościach, a także wspieranie współpracy pomiędzy biznesem, samorządami, lokalnymi organizacjami pozarządowymi. To między innymi takie projekty jak: Szkoła Liderów Miast, Młodzi Obserwatorzy Przyrody i Sportowa Akademia Veolia (SAV).

Dbamy o dobry klimat i o relacje z partnerami społecznymi. Spotykamy się z naszymi ludźmi. Pytamy ich o opinię i o komentarze podczas cyklicznych badań zaangażowania i bezpośrednich spotkań. Pracownicy Veolii doceniają najbardziej atmosferę i bezpieczne warunki pracy, jakie im gwarantujemy.

**www.veolia.pl**

VEOLIA

# Inteligentne usługi finansowe

***Rozmowa z Dariuszem Petynką, prezesem zarządu EOS KSI Polska.***

***– Grupa EOS jest międzynarodowym dostawcą spersonalizowanych usług finansowych. Na jakich fundamentach opiera się działalność firmy?***

– Głównym przedmiotem funkcjonowania EOS Group jest zarządzanie wierzytelnościami, obejmujące trzy kluczowe segmenty: windykacja powiernicza, skup długów i outsourcing procesów biznesowych. Mając blisko 7 500 pracowników i ponad 60 jednostek zależnych, EOS oferuje około 20 000 klientom B2B w 26 krajach na całym świecie bezpieczeństwo finansowe. Jest to możliwe dzięki dostosowanym, elastycznym usługom w segmentach B2C i B2B. Będąc częścią międzynarodowej sieci spółek partnerskich EOS Group, mamy dostęp do zasobów w ponad 180 krajach. Jej główne sektory docelowe to bankowość, media i telekomunikacja, a także sektor publiczny, nieruchomości, sprzedaż wysyłkowa, handel elektroniczny, a obecnie coraz bardziej skupiamy się na wierzytelnościach zabezpieczonych.

***– Jakimi zasadami w biznesie kieruje się EOS KSI?***

–Naczelnymi zasadami w całym EOS Group są dążenie do celu i zrozumienie sytuacji. Zapewniamy skuteczną realizację działań w sposób rzetelny i zaangażowany. Do każdej sytuacji podchodzimy w sposób indywidualny i otwarty, w celu znalezienia optymalnego rozwiązania dla wszystkich partnerów. Współpracujemy z klientami w charakterze dostawcy usług i partnera, zaś dłużników traktujemy jak partnerów biznesowych. Nasze dążenie do celu opiera się na indywidualnym podejściu do każdej sprawy oraz znajdowaniu kompromisowych rozwiązań dla wszystkich zaangażowanych stron. Teraz kiedy jesteśmy w trakcie wewnętrznej zmiany kultury organizacyjnej pracy stajemy się coraz bardziej świadomi tego w jakim kierunku chcemy podążać oraz co wpływa na przyszły sukces naszej firmy. Mamy zdefiniowane motto spółki, wyłoniliśmy 7 najważniejszych naszym zdaniem wartości jakimi powinna kierować się spółka oraz znamy wizję na przyszłość. To wszystko można obejrzeć w naszym spocie.

***– Kim są dla EOS KSI dłużnicy?***

–Doskonale potrafimy zrozumieć znaczenie istniejących relacji biznesowych. Nasza firma pełni funkcję mediatora w sytuacji, gdy stosunki te zostały nadszarpnięte. Traktujemy dłużników tak samo, jak inne osoby, z którymi współpracujemy – uczciwie i z szacunkiem. Windykacja w naszej spółce jest daleka od popularnych uprzedzeń dotyczących branży. Radzenie sobie z długiem bardzo często oznacza radzenie sobie z emocjami. Dlatego też, sednem centrów obsługi klienta EOS w Polsce jest znalezienie rozwiązania dla każdego, kto posiada długi. Radzimy sobie z długiem w sposób konstruktywny i dochodzimy do porozumienia w sprawie płatności. EOS KSI zawsze przestrzega porozumień osiągniętych z zadłużonymi klientami klientów.

***– W jaki sposób prowadząc własną działalność można uchronić się przed problemami z utrzymaniem płynności finansowej?***

– Pierwszym etapem procesu ochrony firmy przed podmiotami uchylającymi się od zapłaty jest wstępna ocena i zatwierdzanie potencjalnych klientów. Niezwykle istotne jest wprowadzenie jasno określonego procesu wyboru, aby zatwierdzani byli tylko kandydaci faktycznie spełniający kryteria.
Po zatwierdzeniu potencjalnego klienta należy monitorować określone limity kredytowania i zadbać o ich przestrzeganie. Klienci muszą również przestrzegać terminów płatności. Ważne jest też monitorowanie sygnałów ostrzegawczych na wczesnym etapie, które mogą prowadzić do późniejszych trudności w regulowaniu zobowiązań. Mogą one obejmować zmianę metod płatności np. z przelewów bankowych na płatności gotówką lub nowe informacje dotyczące konta bankowego oraz częste zmiany adresu/miejsca pobytu.
Specjaliści z EOS chętnie pomagają przy opracowywaniu skutecznego systemu zarządzania informacjami w celu zabezpieczenia firmy od samego początku relacji z nowym klientem. Zdobyte przez nas doświadczenie w zakresie zarządzania należnościami jest pomocne przy zabezpieczeniu płynności firmy po niewywiązaniu się przez klienta z obowiązku zapłaty. Jesteśmy członkami KPF i w swoich działaniach przestrzegamy ZDP.

***– Dlaczego warto jest zlecić innej firmie zarządzanie należnościami zamiast samemu pozwać dłużnika do sądu?***

– Podstawową korzyścią płynącą ze współpracy z wyspecjalizowaną firmą windykacyjną, taką jak nasza, jest fakt, że są to eksperci w swej branży. Wykorzystujemy nowoczesne metody windykacji i dokładamy wszelkich starań w celu wypracowywania indywidualnych rozwiązań dla klientów. Zlecając EOS KSI Polska usługi zarządzania należnościami, możemy skupić się na działalności zasadniczej, mając pewność, że wierzytelność znajduje się w rękach profesjonalistów. Dodatkowo koszty związane z procedurami sądowymi są zwykle wysokie, zaś uzyskanie prawomocnego wyroku zazwyczaj trwa dość długo. W związku z tym w pierwszej kolejności zaleca się podjęcie próby rozwiązania sprawy w trybie pozasądowym, a jeżeli to nie przyniesie pożądanego rezultatu, wówczas należy rozważyć możliwość wprowadzenia sprawy na drogę sądową.

***- Jakie mają Państwo plany na przyszłość?***

– Dostosowując się do zmieniających się potrzeb klientów zrezygnowaliśmy z wykonywania wąskiej oferty usług na rzecz podejścia bardziej kompleksowego. Rozpoczęliśmy dostarczanie klientom dodatkowej wartości intelektualnej w postaci wielopłaszczyznowych analiz dotyczących specyfiki konsumentów oraz obserwowanych długoterminowych trendów w zmianach cech portfeli wierzytelności. Ograniczenie się tylko do windykacji bez wykorzystania dostępnej wiedzy byłoby zmarnowaniem ogromnego potencjału. Uważamy, że takie kompleksowe podejście do obsługi klientów może stać się unikalnym wyznacznikiem nowej jakości, której pionierem chce stać się EOS KSI Polska. Nasza organizacja kładzie nacisk na aspekt analityczny, wykorzystuje także inne narzędzia, takie jak modele ewaluacji typu champion/challenger, oraz stale porównuje ofertę z innymi, dostępnymi na rynku. Dzięki tym działaniom jesteśmy w stanie dostosować naszą usługę do konkretnego odbiorcy.
Dodatkowo rozszerzyliśmy swoją działalność o sprzedaż wierzytelności hipotecznych. Dlatego też, na bieżąco rozwijamy systemy informatyczne pod kątem obsługi tego typu działań i zatrudniamy specjalistów doświadczonych w tej tematyce.

***– Dziękuję za rozmowę.***

**Więcej informacji o działalności EOS KSI Polska znajduje się na stronie internetowej *www.eos-solutions.com***

# Stosowanie nowoczesnych metod płatności w Polsce i Europie, zachęca społeczeństwo do dobrych praktyk płatniczych

***Badanie EOS pokazuje, że mniej niż jedna trzecia firm europejskich oferuje cyfrowe metody płatności. Co trzecie przedsiębiorstwo jest przekonane, że cyfrowe metody płatności doprowadziłyby do zmniejszenia liczby opóźnień w płatnościach i przypadków nieuregulowanych zobowiązań.***

W przeprowadzonej wiosną przez Kantar TNS (wcześniej TNS Infratest) ankiecie wzięło udział 3400 firm z 17 krajów. Jak wiadomo, Europejczycy mają ze sobą więcej wspólnego, niż się powszechnie uważa. Poza podobieństwami kulturowymi i zamiłowaniem do piłki nożnej, Europejczyków łączy również to, że preferują tradycyjne środki płatnicze. Dlatego też, firmy wychodząc naprzeciw preferencjom swoich klientów, nadal oferują tradycyjne metody płatności. W sumie, firmy oferują średnio 4 opcje płatności, począwszy od tych tradycyjnych, aż po nowoczesne. Przelew bankowy osiągając wartość 82 %, jest metodą płatności najczęściej oferowaną przez firmy europejskie. Kupowanie na kredyt (64%) wiedzie prym przede wszystkim w Europie Zachodniej (73 %), lecz jest znacznie mniej popularne w Europie Wschodniej (59 %) – jednak co ciekawe, w Polsce jest to główna metoda płatności, utrzymująca się na poziomie 90%. Niemcy zajmują drugie miejsce z wynikiem 88 %. Wbrew zasadzie "najpierw kup, a potem zapłać", płatność z góry jest możliwa w całej Europie, w prawie co drugiej firmie (52%), co czyni ją trzecim najpopularniejszym sposobem płatności. Jest to najczęściej wybierana metoda w Rosji (76 %).

### Dominująca pozycja konwencjonalnych metod płatności jest bezsporna

Tradycyjne metody płatności, takie jak zakup na kredyt (90%) czy też płatność zaliczkowa (45%), wyraźnie przeważają w przypadku polskich klientów. Obecnie tylko co czwarta firma oferuje swoim klientom możliwość płacenia za pomocą cyfrowych metod płatności, przede wszystkim poprzez przelew bankowy 78 %. Konwencjonalne metody płatności są obecnie na wiodącej pozycji. W 39% firm działających w Europie, klienci mogą opłacać swoje rachunki bezpośrednio przy użyciu gotówki. Jedna trzecia firm oferuje płatności w ratach, natomiast, 32 % oferuje płatności kartą kredytową, a 26 % płatności kartą debetową. Obecnie tylko około 29 % firm oferuje płatności za pomocą środków cyfrowych. Co ciekawe, w najbliższej przyszłości większość firm europejskich nie zamierza zapewniać szerszego wyboru metod płatności. Tylko pięć procent firm oferuje swoim klientom opcje korzystania z płatności mobilnych lub e-portfeli. Choć kryptowaluty zdają się być obecnie gorącym tematem, tylko jeden procent firm akceptuje je, jako opcję płatności.

### Zachowawcze metody zachodnich sąsiadów

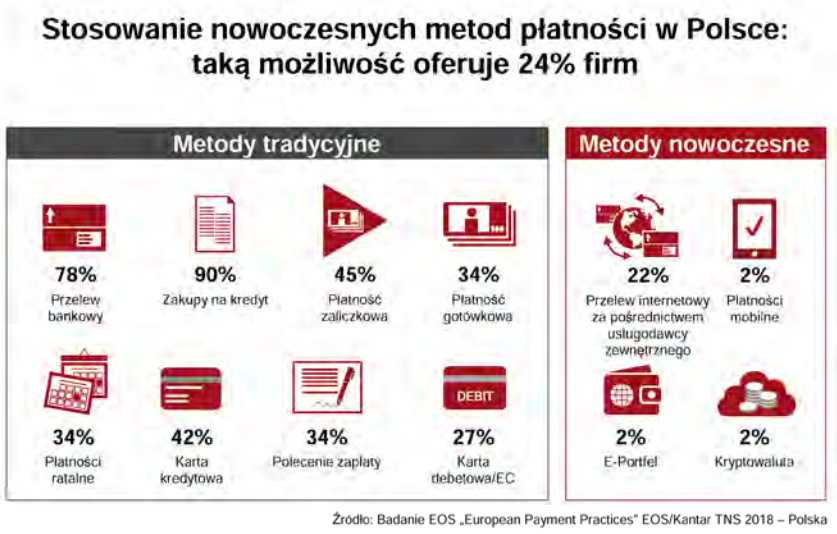
Tradycyjne metody płatności cieszą się popularnością również w Niemczech. Firmy niemieckie najczęściej oferują zakupy na kredyt (88 %) i w formie przelewu bankowego (96%) - co plasuje je znacznie powyżej średniej europejskiej dla tych metod (odpowiednio 64 i 82 %). Niemieckie firmy preferują sprawdzone metody płatności: również takie metody jak płatność z góry (76 %), polecenie zapłaty (66 %) lub płatności gotówkowe (52 %) są oferowane znacznie częściej w Niemczech niż gdzie indziej w Europie. Z kolei, firmy niemieckie znajdują się niemal na samym dole europejskich rankingów płatności kartami kredytowymi (17 %), za którymi stoją tylko Rosjanie (15 %). Pomimo, że obecnie trudno wyobrazić sobie Niemcy bez tych tradycyjnych metod płatności, wielu decydentów biorących udział w ankiecie deklarowało, że oferują oni już swoim klientom opcje płatności cyfrowej (34%). W tym kontekście, przelewy elektroniczne za pośrednictwem zewnętrznych usługodawców są preferowaną metodą plasującą się na poziomie 23 %.

### Zarządzanie należnościami przyczynia się do wzrostu zadowolenia klientów

Powód do zadowolenia jednych, jest przyczyną zmartwień innych. Na przykład, popularna metoda zakupów na kredyt niesie ze sobą największe ryzyko dla firm związane z opóźnieniami zapłaty, a nawet z możliwością jej nieotrzymania. Sytuacja ta stawia firmy przed pewnym dylematem, ponieważ muszą one znaleźć sposób radzenia sobie z metodami płatności, które z jednej strony są zgodne z preferencjami klientów, natomiast z drugiej, zwiększają ryzyko opóźnień w płatnościach. Potencjalne ryzyko można zminimalizować dzięki dobrze funkcjonującemu zarządzaniu należnościami. Jeśli jest ono odpowiednie, mogę jako firma oferować swoim klientom także popularne opcje płatności, np. zakupy na kredyt, a tym samym zwiększyć lojalność klientów oraz sprzedaż.

### O badaniu EOS "Europejskie Praktyki Płatnicze" 2018

We współpracy EOS Group z niezależnym instytutem badań rynkowych Kantar TNS (wcześniej TNS Infratest), wiosną 2018 roku przebadano 3400 firm w 17 krajach europejskich: Dania, Niemcy, Wielka Brytania, Hiszpania, Francja, Belgia, Szwajcaria, Rumunia, Czechy, Chorwacja, Węgry, Bułgaria, Słowacja, Słowenia, Polska, Rosja i Grecja. Pytania dotyczyły własnych doświadczeń z płatnościami, rozwoju gospodarczego w poszczególnych krajach oraz kwestii związanych z zarządzaniem ryzykiem i należnościami.




Źródło: Badanie EOS „European Payment Practices" EOS/Kantar TNS 2018 – Polska

**Więcej informacji na temat badania można znaleźć na stronie: *https://de.eos-solutions.com/surveys***

# Pan Orzech – 100% natury

***Zdrowa żywność nieustannie króluje na naszych domowych stołach. Jest to jeden z najlepszych nawyków jaki mogliśmy nabyć w ostatnich czasach. Zdrowy styl życia opiera się teraz na wyeliminowaniu produktów sztucznie wytwarzanych, a także wzmocnionych różnymi konserwantami.***

W rezultacie zmieniła się świadomość konsumentów na temat zdrowego żywienia i prowadzenia innego niż dotychczas trybu życia. Asortyment proponowany przez sklep Jawo, wychodzi naprzeciw naszym oczekiwaniom oferując w sprzedaży produkty zdrowej żywności najwyższej jakości z najniższymi cenami.

– *W naszym internetowym sklepie ze zdrową żywnością klienci znajdą wszystkie podstawowe produkty, które mogą stać się normalnymi zamiennikami obecnie stosowanych artykułów w kuchni* – mówi Janina Wierzbanowska, właściciel sklepu JAWO Kraków. Mowa między innymi o zmianie białego cukru na ksylitol, zwykłej soli na sól himalajską, sztucznych przypraw na naturalne i suszone zioła, herbaty w torebkach na liściastą, słodyczy na bakalie i orzechy albo też dodatków spożywczych również na naturalne. To tylko część artykułów spożywczych, które można i warto zamienić na alternatywne i zdrowe produkty. Oferta sklepu posiada w swoich zasobach bardzo szeroki wybór żywności naturalnej. - Nasze produkty zdrowej żywności są nie tylko zróżnicowane pod względem rodzajów, ale również ceny – dodaje Janina Wierzbanowska. - Zapewniamy żywność naturalną najwyższej jakości, a mimo wszystko nadal nasza oferta jest konkurencyjna i korzystna dla naszych klientów. Nie chcemy, aby chęć zdrowego życia była ograniczana i determinowana przez warunki finansowe, dlatego nasze produkty są optymalne cenowo i bardzo dobre gatunkowo, dzięki czemu już od pierwszego zastosowania można poczuć różnicę. Pan Orzech

Z pasji do zdrowej i nieprzetworzonej żywności firma JAWO Kraków stworzyła markę Pan Orzech. Pomysł do stworzenia maseł orzechowych bez żadnych dodatków w postaci cukru czy soli lub co najgorsza oleju palmowego narodził się bardzo szybko i tak samo szybko został wcielony w życie. Drużyna Pana Orzecha to osoby, które są sprawcami tego zamieszania. Postanowiły że zrobią wszystko by stworzyć masło orzechowe idealne dla osób, które tak jak większość nie akceptuje przetworzonej żywności. Portfolio produktów marki Pan Orzech przeznaczone są dla osób dbających o swoje codzienne nawyki żywieniowe, pilnujące swojej diety, a co najważniejsze uzupełniające ją w bogate wartości odżywcze pod postacią maseł o różnych smakach orzechów i nie tylko. Właściciele marki postawili sobie bardzo wysoką poprzeczkę w kwestii zadowolenia wszystkich tych dla których wartość produktu nieulepszonego żadnymi zbędnymi składnikami jest ważna. Konsumenci docenili starania producenta czego dowodem jest przyznana nagroda złoty Laur Konsumenta 2019, będąca najlepszym odzwierciedleniem zadowolenia ze strony kupujących. Pan Orzech został laureatem pierwszego miejsca w kategorii: Kremy i pasty orzechowe.

### Odchudzasz się? Koniecznie sięgnij po pasty orzechowe!

Wbrew obiegowym opiniom naturalne pasty orzechowe nie tuczą! Wręcz przeciwnie, zawarte w orzechach tłuszcze to w większości tłuszcze nienasycone, które sprzyjają spalaniu tkanki tłuszczowej. Ponadto wysoka zawartość błonnika pokarmowego sprawia, że uczucie sytości utrzymuje się na dłużej. Badania wykazują, że osoby, które zrezygnowały ze spożywania masła z orzechów na czas diety, wolniej traciły na wadze. Orzechy są źródłem wielu składników niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania organizmu. Wytworzone z nich pasty marki Pan Orzech są w 100% naturalne. Nie zawierają sztucznych barwników bądź konserwantów, ponadto posiadają mikroelementy i witaminy. Jedną z największych zalet pasty wytworzonej z orzechów jest wysoka zawartość kwasów oleinowych, które korzystnie wpływają na poprawę gospodarki lipidowej organizmu. Pasta z orzechów zawiera także niezbędne do utrzymania prawidłowego krążenia witaminy z grupy A, B i E, które pozytywnie wpływają na układ kostny, nerwowy oraz narządy wzroku. Tost z pastą jest więc nie tylko energetycznym śniadaniem, ale także prawdziwą witaminową bombą. Produkty marki Pan Orzech świetnie komponują się zarówno ze słodkim, jak i pikantnym smakiem. Znane są przede wszystkim jako dodatek do smarowania pieczywa śniadaniowego, jednak nadają się także do urozmaicania lodów, krakersów czy ciastek.

### Alternatywa dla wegetarian

Wysoka zawartość substancji odżywczych w pastach i kremach orzechowych pozytywnie wpływa na każdy organizm – niezależnie od płci czy wieku. Najbardziej wskazane są jednak w przypadku wegan i wegetarian, ponieważ pozwalają dostarczyć odpowiednią porcję protein niezbędnych do prawidłowego funkcjonowania organizmu. Włączenie do diety produktów zawierających łatwo przyswajalne białko roślinne zalecane jest także dzieciom i młodzieży w okresie wzrostu. Pełnowartościowa pasta z orzechów ziemnych pozwala zaspokoić dzienne zapotrzebowanie organizmu na niezbędne do prawidłowego funkcjonowania witaminy i minerały. Dzięki temu, iż w procesie produkcji wyrobów marki Pan Orzech nie użyto konserwantów, sztucznych barwników i substancji aromatyzujących, stanowi ono doskonały komponent pożywnego śniadania czy kolacji – nie tylko rozpieszczający podniebienie wyjątkowym, delikatnym smakiem, ale także zdrowy oraz dodający energii na resztę dnia.

### Porcja energii dla osób aktywnych fizycznie

Pasta orzechowa stanowi świetny dodatek do zdrowego, a przede wszystkim niezwykle energetycznego posiłku. Orzechy nerkowca zawierają cenną dla organizmu niacynę, która pozytywnie wpływa na pracę i kondycję mięśni, jak również niweluje uczucie zmęczenia. Ponadto sprzyja ich regeneracji po wzmożonym wysiłku fizycznym, więc spożycie orzechów zaleca się osobom uprawiającym sporty.

**Pan Orzech - 100 % z naturalnych składników, bez dodatku sztucznych konserwantów, barwników i substancji aromatyzujących – w skład oferty wchodzi:**
**- Pasta z orzechów ziemnych kremowa**
**- Pasta z orzechów ziemnych z kawałkami orzechów**
**- Pasta z orzechów ziemnych z dodatkiem soli**
**- Pasta z orzechów nerkowca**
**- Pasta z orzechów laskowych**
**- Pasta z migdałów**
**- Pasta z kokosa**
**- Pasta sezamowa (Tahini)**
**- Pasta z orzechów piniowych**
**W pełni naturalne składniki i pasja z którą przygotowywany jest każdy słoik pasty Pan Orzech, świadczy o wysokiej jakości produktu. Składniki użyte przy produkcji są objęte ścisła kontrolą jakości. Z kolei szereg badań przeprowadzonych przed wypuszczeniem produktu na rynek, daje 100% pewności na zakup doskonałej pasty orzechowej.**

PAN ORZECH