

Linde

LindePartner

ZAAWANSOWANE TECHNOLOGIE I EKONOMICZNE ROZWIĄZANIA W BRANŻY LOGISTYCZNEJ

PRODUKT
**NOWY MODUŁOWY
WÓZEK DO KOMPLETACJI**
Seria 5213

NEWS
NOWE WARIANTY
BlueSpot™

NEWS
CIĘŻKIE WÓZKI LINDE W CZOŁÓWCE
Trzy testy wydajności TUV

LIFESTYLE
NOWA HISZPANIA
Podróż do Meksyku



Linde PARTNER
E.C.O. GRUPA
Magia jabłka

Linde PARTNER
HUHTAMAKI POLSKA
Krok po kroku

TEMAT NUMERU

Reputacja - dobro trudno uchwytne

“ O pesymistycznej nieodwracalności nadszarpniętego dobrego imienia można odnaleźć wiele cytatów, obserwacji i stwierdzeń. Chyba najbardziej znanym jest przypisywany Benjaminowi Franklinowi: „Szkło, porcelanę i reputację, łatwo rozbić, a sklejone już nigdy nie będą wyglądały dobrze”... ”



Linde Material Handling

Pozycja lidera technologicznego oraz zaufanie milionów klientów na całym świecie motywują nas do jeszcze lepszej obsługi w codziennych relacjach z partnerami biznesowymi.

Linde to niepodważalna kompetencja.
Produkt. Finansowanie. Serwis. Logistyka.

www.linde-mh.pl

tel. +48 22 420 61 00

Przełinał kolejny rok. Nim się obejrzelimy zaczęły się chłodne dni, a w witrynach sklepowych, na ulicach oraz w telewizji, krótko mówiąc dosłownie wszędzie, zagościł świąteczny klimat. W tym roku, trochę inaczej niż w poprzednich, nadciągamy z kolejnym numerem Linde Partnera tuż przed Świętami.



REPUTACJA - dobro trudno uchwytne

W ramach Tematu Numeru na warsztatach tym razem wzięta została reputacja i jej znaczenie dla firm. Nie do końca wiadomo, czy dobra reputacja przenosi się w bezpośredni sposób na wartość firmy i jej podstawowe wskaźniki ekonomiczne. Bardziej pewni jednak możemy być tego, że zła opinia na takie miary się już przekłada. Autor artykułu ze **strony 9** zastanawia się nad tym, kiedy tworzy się dobre imię, czy i w jakich sytuacjach można je stracić, a także czy i w jaki sposób się je odbudowuje. Warto zgłębić ten temat razem z nim.



Z pierwszym partnerem biznesowym udamy się w daleką podróż do samej Finlandii – rodzinnego domu Huhtamaki. Na pewno zainteresuje nas historia producenta opakowań, który nim się stał, był po drodze producentem ciukierków, produktów żywnościowych, produktów do ochrony zdrowia, damskich ubrań, maszyn budowlanych oraz komponentów elektronicznych. O Huhtamaki i o tym jak długą niekiedy drogę trzeba przebyć, by dojść do wielkiego sukcesu przeczytamy w prezentacji rozpoczynającej się **na stronie 14**.



Dietetycy zalecają spożycie przynajmniej dwóch jabłek dziennie – rano dla urody i wieczorem dla zdrowia. Drugi partner biznesowy zaprezentowany w tym numerze zajmuje się produkcją jabłek i nie będzie zabierał nas aż tak daleko jak Huhtamaki, bo tylko do grójeckich sadów. O E.C.O. Grupie, która swoje początki zawdzięcza założycielce „największego sadu Europy” – królowej Bonie, przeczytamy **na stronie 35**. Warto poznać magię jabłka!



Wraz z tym numerem byliśmy już w zimnej Finlandii i spacerowaliśmy po rodzimych ziemiach. Teraz nadszedł czas na zmianę klimatu. W ramach sekcji Lifestyle zapraszamy na fascynującą wyprawę aż do Meksyku. Autor artykułu ze **strony 24** w bajecznie kolorowy sposób najpierw zapoznaje nas z historią tych lądów, by następnie zabrać nas do najciekawszych ich zakątków i atrakcji. Dajmy się na chwilę porwać w te magiczne miejsca.



Rozgrzani ciepłem słońca Meksyku wracamy na ziemię, by zajrzeć do działu z technologicznymi nowinkami. **Na stronie 4** przedstawiamy Wam zalety modułowego wózka do kompletacji. **Na stronie 23** prezentujemy wyniki trzech testów wydajności i zużycia paliwa, które bezspornie udowodniły zalety wydajności wózka ciężkiego Linde. W ramach sekcji News zapraszamy również do zapoznania się z nowymi, dostępnymi wariantami BlueSpot – urządzenia wizualnego ostrzegania od Linde Material Handling – **strona 33**.



W ostatnim artykule (**strona 41**), w ostatnim w tym roku numerze prezentujemy studium przypadku Vivai Mazzoni i przekonujemy, dlaczego warto skorzystać z oferowanej przez Linde usługi wynajmu.

Na zakończenie chcielibyśmy życzyć wszystkim Czytelnikom Wesołych Świąt Bożego Narodzenia i Szczęśliwego Nowego Roku. Dziękujemy za kończący się rok 2013 i zapraszamy do równie udanej współpracy i wspólnych chwil z Linde Partnerem w ręku w nadchodzącym 2014 roku!

ZAMÓW NASZE BEZPŁATNE WYDAWNICTWA:

Jeśli chcesz otrzymywać bezpłatnie nasze wydawnictwa bezpośrednio do swojej skrzynki pocztowej lub na e-mail **daj nam znać: marketing@linde-mh.pl**

- Biuletyn „nowaOferta” – miesięcznik z aktualną ofertą certyfikowanych wózków używanych wyselekcjonowanych i serwisowanych przez Linde Material Handling Polska
- Magazyn „LindePartner” jest kwartalnikiem branży TSL. Przeczytasz w nim o nowoczesnych zagadnieniach związanych z logistyką, a także o nowinkach w zakresie oferty Linde oraz partnerów biznesowych

- Zapraszamy do subskrypcji naszego LindeNewslettera

Wersja elektroniczna magazynu i możliwość zapisu do LindeNewslettera dostępne na stronie: www.linde-mh.pl

BĄDŹ NA BIEŻĄCO • ZDOBĄDŹ PRZEWAGĘ • WYPRZEDŹ KONKURENCJĘ

Redaktor naczelny: Marcin Zarzecki
Redakcja tekstów: Monika Jamiolkowska
marketing@linde-mh.pl

Magazyn „LINDE PARTNER”

Nasz adres:
Linde Material Handling Polska Sp. z o.o.
03-044 Warszawa
ul. Płochocińska 59
tel: + 48 22 420 61 00
fax: + 48 22 420 61 01
www.linde-mh.pl

Nakład: 10 000 egz.

WYDAWNICTWO BEZPŁATNE
Wszelkie prawa zastrzeżone
All rights reserved Copyright© 2008-2013
Linde Material Handling Polska Sp. z o.o.



MODUŁOWY WÓZEK DO KOMPLETACJI Z PODNOSZONĄ KABINĄ – Linde V o udźwigu do 1200 kg – seria 5213

Bezpieczeństwo: Wózki V zostały zaprojektowane aby zagwarantować bezpieczeństwo operatora w każdych warunkach podczas jazdy, podnoszenia i kompletacji. Bardzo dobra widoczność poprzez maszt i na obie strony zapewnia najwyższy poziom bezpieczeństwa. Nisko umieszczony schodek zwiększa bezpieczeństwo, podczas gdy 2 zintegrowane czujniki dotykowe na panelu sterowania zapewniają pracę oburęcz. LSC monitoruje jazdę, hydraulikę oraz sterowanie redukując parametry w razie potrzeby.

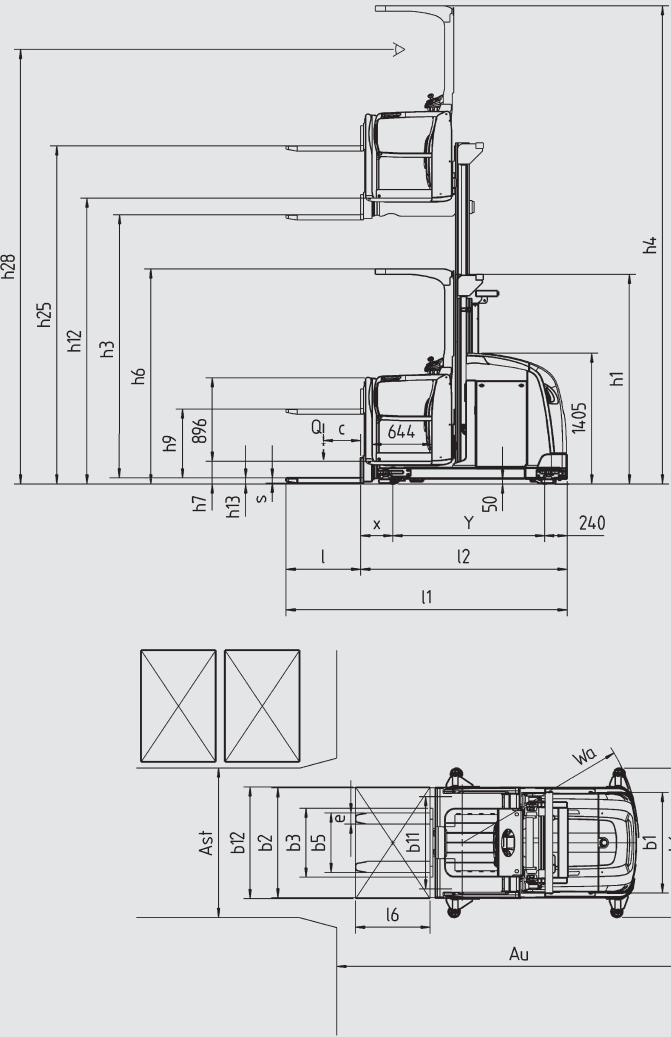
Wydajność: Efektywność i wysoka wydajność opisuje nowe modele wózków do kompletacji V. Posiada on możliwość kompletacji do wysokości 12000mm. Zastosowane mocne silniki prądu zmiennego łączą ze sobą optymalną wydajnością i niską konsumpcję energii. Trzy różne systemy jazdy i podnoszenia pozwalają dostosować wózek do aplikacji. Pochylne barierki zwiększają produktywność – operator może bardziej zbliżyć się do regałów aby sięgać głębiej.

Komfort: Podczas gdy operator wchodzi do wózka V na antywibracyjną matę od pierwszych

sekund odczuwa komfort miejsca pracy. Różnorodność miejsc odkładczych oraz szerokie możliwości konfiguracyjne sprawiają że wózek może zostać dobrany do każdego rodzaju aplikacji kompletacji. Nie ma znaczenia czy kabina jest podnoszona, opuszczana, z ładunkiem czy bez, kabina zawsze zatrzyma się delikatnie bez wstrząsu.

Niezawodność: Nasze doświadczenie w projektowaniu i konstruowaniu wyposażenia do obsługi ładunków gwarantuje, że można polegać na wózku V. Dzięki łatwej konserwacji, przestoje zostały zredukowane, a wydajność zwiększona. Aktywny system chłodzenia zapewnia największą dostępność wózka nawet w ekstremalnych warunkach.

Produktywność: Unikalny modułowy system wózka V zapewnia, że każdy wózek może zostać precyzyjnie dostosowany do aplikacji aby zmaksymalizować jego produktywność. Miejsce pracy oraz elementy sterowania zostały stworzone na podstawie ostatnich standardów dotyczących ekonomii dzięki czemu pozwalają operatorowi na maksymalizację wydajności.



Najwytrzymalsze opony do wózków widłowych

camoplast
solideal



Solideal MAGNUM

Wysoka wytrzymałość na zużycie
Zwiększona stabilność
Dostępna w wersji niebrudzącej
i wersji do szybkiego montażu

Solideal XTREME

Zwiększony okres eksploatacji o 30%
Poziom wibracji zmniejszony o 25%
Stabilność boczna poprawiona o 20%
Zmniejszone opory toczenia o 10%

SOLIDEAL POLSKA S.A. www.solideal.pl

www.camoplastsolideal.com



Korzyści / Cechy główne

Modułowa koncepcja

- Kombinacje różnych silników hydraulicznych i napędu, chassis, masztów, baterii, kabin itp. pozwala na dopasowanie wózka do aplikacji
- Dwa warianty napięcia dostarczają perfekcyjne rozwiązanie dla potrzeb klienta: 48V dla wysokiej wydajności w ciężkich i średnich aplikacjach oraz wariant 24V dla lekkich i średnich aplikacji



Przedział operatora

- Specjalnie zaprojektowane boczne barierki dla optymalnej kompletacji
- Pedał „deadman” ukryty pod gumową matą aby zapobiec potykaniu się
- Amortyzowane mocowanie kabiny i jej specjalnie zaprojektowana podłoga absorbująca wstrząsy i wibracje
- Bardzo przestronna kabina dzięki zintegrowanym panelom sterowania dla optymalnej swobody ruchów

Różnorodność aplikacji

- Widły przymocowane do platformy operatora do pracy z platformą do wychodzenia, z ochronną klatką bądź zabezpieczeniem przez kłamię
- Platforma przyspawana do kabiny operatora do kompletacji dużych ładunków
- Dodatkowe podnoszenia na platformie operatora. Paleta może zostać podniesiona do najbardziej wygodnego poziomu kompletacji

Koncepcja sterowania

- Panel sterowania oraz wyświetlacz zintegrowane są perfekcyjnie w polu widzenia operatora
- Standardowy wyświetlacz LCD przekazuje operatorowi niezbędne informacje
- Proste i ergonomiczne elementy sterowania pozwalają na precyzyjne operowania redukując obciążenie operatora i zwiększając przepustowość materiałów

Sterowanie

- Elektryczne sterowanie ze zdefiniowaną wycentrowaną pozycją
- Łatwe i precyzyjne manewrowanie gałką sterowania (opcjonalnie dostępna kierownica)
- Monitorowanie kąta skrętu zapewnia bezpieczną i bardzo wydajną charakterystykę jazdy



Wysoka wydajność z inteligentnym systemem

- Linde System Control (LSC) – bezstopniowa automatyczna regulacja prędkości w zależności od kąta skrętu kół, wysokości podnoszenia i wagi ładunku (opcja)
- Bezpieczne pokonywanie zakrętów z curve speed control w standardzie
- Aisle safety assis dla dostosowanych korytarzy wewnątrz magazynu, oferuje zatrzymanie podnoszenia lub jazdy, redukcję prędkości itp

Bezpieczeństwo

- Automatyczna redukcja prędkości podczas skręcania
- Wszystkie funkcje jazdy i podnoszenia zabezpieczone przez pedał „deadman” i czujniki oburęcznej pracy

Jazda i podnoszenie

- Mocne i ekonomiczne silniki napędu i hydrauliki łączą optymalną wydajność z niską konsumpcją energii oraz niskim zużyciem się podzespołów
- Najnowsza technologia MOSFET
- Wózek może zostać wyposażony w rolki prowadzące lub technologie prowadzenia indukcyjnego do aplikacji VNA



NAPĘD PEŁEN ENERGII

Dostarczamy Państwu odpowiedni system do każdego zastosowania: wózków widłowych, systemów składowania i magazynowania, systemów automatycznego transportu, maszyn czyszczących, platform podnoszących. Wszystkie technologie: kwasowo-ołowiowe, niklowo-kadmowe, bezemisyjne oraz hybrydowe, otrzymujesz z jednego źródła. Energia staje się synergia.

Nasze produkty:

- ☐ baterie trakcyjne
- ☐ prostowniki trakcyjne
- ☐ profesjonalne akumulatory

HOPPECKE Baterie Polska Sp. z o.o.
 ul. Składowa 13
 62-023 Żerniki k. Poznania
 Tel.: +48 61 64 65 000
 Fax: +48 61 64 65 001
www.hoppecke.pl



REPUTACJA - dobro trudno uchwytne

- dr Mikołaj Pindelski -

Reputacja, imię, sława, renoma, marka i szereg innych określeń na coś, co trudno uchwytne i niemal niedefiniowalne jak nie ma i oczywiste jak jest. Nieważne, dobra, czy zła. Reputacja, bo o niej będzie tu mowa, to opinia, jaką w otoczeniu, wśród ludzi ma rzecz, czy osoba. Firma także. Można ją mieć dobra lub złą, można ją zyskiwać i tracić, naprawiać i psuć, a nawet dbać o nią lub nie. W odróżnieniu od marki i wizerunku, reputacja jest ściśle powiązana z wartościowaniem i w efekcie oceną, jaką o danej jednostce mają wszyscy ci, co ją obserwują. To również ocena stopnia odchylenia od jakiegoś, zwykle bliżej niesprecyzowanego wzorca tkwiącego w umysłach oceniających. Całość zatem

tworzy dość zagmatwany obraz tego, czym reputacja jest, a raczej, mogła by być. Nie do końca zatem wiadomo, czy reputacją można zarządzać, czy można ją świadomie budować i świadomie zapobiegać jej, kolokwialnie rozumianej, utracie. Nie całkiem też jest sprawą pewną, czy w sposób bezpośredni przenosi się na wartość firmy i jej podstawowe wskaźniki ekonomiczne, zwłaszcza dobra reputacja. Nieco bardziej pewne jest jednak to, że zła opinia na takie miary już się przekłada. Tym bardziej więc, warto zastanowić się nad tym, kiedy się tworzy dobre imię, czy i w jakich sytuacjach można je stracić, a także, czy i w jaki sposób się je odbudowuje.



Benjamin Franklin

O pesymistycznej nieodwracalności nadszarpniętego dobrego imienia można odnaleźć wiele cytatów, obserwacji i stwierdzeń. Chyba najbardziej znanymi są przypisywane m.in. przez Wikipedię Benjaminowi Franklinowi (to ten, ze 100-dolarowego banknotu). „Szkło, porcelanę i reputację, łatwo rozbić, a sklejone już nigdy nie będą wyglądały dobrze.” „Dobrą reputację buduje niezliczona liczba dobrych uczynków, psuje ją jeden zły”. Wtórnie mu sentencja przypisywana biskupowi Josephowi Hallowi „Pękniętą reputację zapewne można skleić, lecz świat zawsze będzie widział miejsce naprawy.” Czy naprawdę te dwie znane XVII/XVIII-wieczne postaci były ich autorami, trudno to stwierdzić na pewno, nie mniej jednak oddaje to w jakimś zakresie sposób myślenia o reputacji. Można by to skwitować tym, że buduje się ją długo i z mozołem, traci szybko i na zawsze. Wygląda to dość pośpiesznie, ale czy faktycznie tak się zawsze dzieje? Czy nakłady na budowanie dobrego imienia w jakikolwiek sposób się zwracają? Czy złe imię powstaje w wyniku pojedynczego zdarzenia lub zaniedbania i jest nieodwracalne?

„ Czy nakłady na budowanie dobrego imienia w jakikolwiek sposób się zwracają? Czy złe imię powstaje w wyniku pojedynczego zdarzenia lub zaniedbania i jest nieodwracalne? ”

Banki i inne firmy

Chyba najprościej wytłumaczyć to zjawisko i także znaleźć spektakularne, bo nie tylko mierzalne, ale też na znaczną skalę i widoczne dla otoczenia przykłady wśród banków. Bank o dobrej reputacji może liczyć na klientów wpłacających i utrzymujących w nim swoje oszczędności. Wraz z utratą reputacji ludzie wycofują swoje pieniądze doprowadzając do jego upadku, a w każdym razie kłopotów. Reputacja ma tu jednak dość przewrotny charakter, gdyż dotyczy przede wszystkim uczciwego traktowania klientów i wiarygodności w zakresie wypłaty. A w zasadzie bardziej tego drugiego. Pomimo przecież znanych kłopotów mBanku z nadużywaniem niegdyś niekorzystnych dla kredytobiorców zapisów w umowach kredytowych jakoś nie widać istotnych problemów tej firmy z tego tytułu wynikających. Podobnie Citibank, będąc na dalekim końcu wg. rankingu reputacji (U.S.Pulse z www.reputationinstitute.com) Charlesa Fombruna, wciąż odnosi sukcesy rynkowe. Wystarczy jednak pogłoska, że bank ma, lub może mieć problemy z płynnością, kłopoty staną się widoczne i długotrwałe. Podobnie, gdy bank głośzący bezpłatne konta wprowadza opłaty. Najwyraźniej nie chodzi tu o złą reputację tak w ogóle, ale raczej w zakresie najbardziej istotnych, strategicznych kwestii. Zatem to, że producent wędlin chemicznie odświeża przeterminowane kielbasy, by ponownie wprowadzić je do sprzedaży jako świeże może być właśnie tą kluczową kwestią. Drugorzędną może stać się jednak to, jak traktuje pracowników, albo czy uwzględni podczas transportu zasady bezpieczeństwa w ruchu drogowym. Nie zawsze jednak można ustalić, co jest kwestią kluczową, a co poboczną. Słynna pogłoska sprzed kilku lat o nadmiernie obciążającej pracy w jednej z sieci marketów, bez względu na to czy prawdziwa, czy nie, jednak mogła mieć przełożenie nie tylko na swój wizerunek pożądanego pracodawcy, ale także na klientów utożsamiających się z pracownikami.

Dwie skale

Wygląda więc na to, że dobra reputacja i zła reputacja nie leżą na tej samej skali. To tak, jakby z jednej strony zła opinia w pewnym obszarze nie bardzo wpływała na inny i odwrotnie. Zła opinia o pracodawcy może nie odstraszać klientów, zaś zła opinia o produktach niekoniecznie musi odstraszać potencjalnych pracowników. Nie zawsze są to dwie różne grupy ludzi – jedni oceniający reputację firmy źle, inni dobrze, choć

z różnych powodów. Podobnie bowiem dobra opinia o niskich i wiarygodnych cenach staje się powodem, w pewnym sensie, uwielbienia, zaś beznadziejna obsługa powodem nienawiści i to u tej samej osoby. O złej reputacji, takiej naprawdę złej, można mówić, gdy poziom złej reputacji jest wysoko, a dobrej nisko. Przykładem może być Microsoft, który wypada relatywnie wysoko w indeksach reputacji ze względu m.in. na szeroko zakrojone akcje społeczne, ale przez ekonomistów jest silnie krytykowany za praktyki monopolistyczne, a przez informatyków za problemy w działaniu podstawowych produktów. Ma więc zarówno swoich zwolenników u których cieszy się dobrą opinią, ale też konstatorów, u których funkcjonuje zła opinia o tej firmie. Nie wydaje się to jednak, poza pewnymi turbulencjami wizerunkowymi, zagrażać istnieniu rynkowemu. Czyżby więc było tak, że zła reputacja, zniszczona jednym nieodpowiedzialnym działaniem to co najwyżej nieco pracy i zleceń dla specjalistów od public relations, jakieś koszty i trudno zauważalne wahnięcie wyników sprzedaży? Nie wydaje się. Możliwe bowiem, że kwestia monopolu, nawet pewnych usterek systemu to jedno, a ogólna przydatność produktów i umiejętność ich sprzedaży to drugie. Złe imię w jednych warunkach, to niekoniecznie zła reputacja w ogóle. Powstają dwa zasadnicze zadania: starać się być lepiej, lub przynajmniej nie gorzej postrzeganym przez tych, wśród których opinia jest dobra i znacząco lepiej przez tych, wśród których opinia jest zła. Podobnie dotyczy to zagadnień kluczowych – utrzymywać i ewentualnie poprawiać te, o których opinia jest dobra i zdecydowanie zmieniać na lepsze te, o których opinia jest zła. To już indywidualna decyzja każdej firmy, ale też osoby, np. polityka, który chce być wybrany, czy lepiej postawić na wzmacnianie dobrej opinii tam gdzie ona jest, czy osłabiać złą opinię, w miejscach jej występowania. O ile polityk przed wyborami przede wszystkim powinien chyba zabiegać o ograniczenie elektoratu negatywnego, to już w przypadku przedsiębiorstw sprawa nie jest tak oczywista.

Budowanie dobrej reputacji

W zasadzie co do tego wszyscy są zgodni. Budowanie dobrej opinii o firmie to proces długotrwały, wymagający szerokiego i poważnego zaangażowania wszystkich pracowników, podejmowania rozlicznych, kosztownych niekiedy działań nie zwracających się szybko. Niekiedy w ogóle w oczywisty i mierzalny sposób nie są one opłacalne. Nie zawsze też wiadomo, co jest ich celem, co tym bardziej podnosi poziom trudności. Akcje społeczne, wysokiej jakości produkty, odpowiedzialność za swoje działania, dbałość o pracowników, traktowanie klientów

i dostawców jak prawdziwych partnerów, nacisk na wysoki poziom bezpieczeństwa i higieny pracy i szereg innych kierunków aktywności wymaga od całej firmy nie lada wysiłku. Zwłaszcza, że powinno być realizowane konsekwentnie, w długim czasie i niezależnie od okoliczności.

Zła reputacja

Dlaczego w takim razie warto zajmować się złą opinią. Otóż wydaje się, że jest to element poważnie hamulcowy w rozwoju firmy. Niekoniecznie musi oznaczać bankructwo, ale może oznaczać protesty społeczne w przypadku chęci otwarcia nowej stacji benzynowej, zbudowania nowego magazynu, czy likwidacji starego. Wtedy negatywne środowisko się ożywia i negatywne opinie zyskują coraz więcej zwolenników, a pojedyncze historie urastają do decydujących kwintesencji sposobu działania danego podmiotu. Roztacza się efekt aureoli (tym razem negatywnej) na inne działania i produkty. Zła reputacja przybiera na sile i tym bardziej daje paliwo dla niechętnych. Likwidowanie obaw i źródeł oburzenia przeciwników może oznaczać bardzo ważne zadanie. Choć kuszące, bo przecież znacznie łatwiejsze jest dofinansowanie przedszkola, czy organizacja kolonii dla sierot lub posiłków dla bezdomnych, to jednak przedsiębiorstwa powinny zadbać także, a może przede wszystkim na znacznie trudniejszym rozpoznawaniu środowiska negatywnego i zapobieganiu zdarzeniom, które mogłyby stanowić dla nich pożywkę.

Ci co kochają, ci co nienawidzą

W zapobieganiu negatywnym zdarzeniom wpływającym na rozrost złej reputacji, pomimo tego, że w wielu miejscach, teoretycznie na poziom dobrej reputacji pozostają bez wpływu, warto zastanowić się nad grupą osób dość obojętnych, czyli od oceniających reputację jako umiarkowaną dobrą, przez tych bez zdania, po nadających jej ocenę umiarkowanie złą. Jak szybko migrują z jednej grupy do drugiej, pod wpływem pozytywnego, czy negatywnego zdarzenia raczej i jak bardzo w związku z tym zmieniają poziom oceny negatywnej i pozytywnej. Otóż, grupa obojętnych, w przypadku zdarzenia negatywnego zasila intensywniej grupę przeciwników, aniżeli w wyniku dobrego zdarzenia grupę pozytywnie nastawionych. Szybko zwiększa się zasięg opinii negatywnych i w efekcie odbija na rozpowszechnianiu złego jej imienia. Gdy firma serwisowa, żeby zwiększyć swoje zyski obniża jakość usług, albo stosuje, dajmy na to, zamiast zamiast deklarowanych części oryginalnych wystawia się na powstanie opinii negatywnej, rozrost grupy źle nastawionych i w efekcie utratę dobrej reputacji, rzetelnej firmy świadczącej usługi wysokiej jakości. Niekoniecznie musi

„ (...) grupa odbiorców obojętnych, w przypadku zdarzenia negatywnego zasila intensywniej grupę przeciwników, aniżeli w wyniku dobrego zdarzenia grupę pozytywnie nastawionych. Szybko zwiększa się zasięg opinii negatywnych i w efekcie odbija na rozpowszechnianiu złego jej imienia.”

się to odbić bezpośrednio na migracji klientów. Część z przyzwyczajenia, inni ze względu na szereg najróżniejszych przyczyn z pewnością pozostaną, nie mniej jednak powstaną bariery w dalszym rozwoju. Może to oznaczać wzrost czujności klientów w baczny przyglądaniu się poczynaniom usługodawcy i wzrost kosztów np. w tłumaczeniu się z oczywistych działań, przedstawianiu dodatkowej, uwiarygadniającej dokumentacji itp. To także może być problemem w pozyskiwaniu nowych nabywców, zwłaszcza z polecenia. W obrębie branży, czy po prostu danego środowiska, tego typu informacje rozchodzą się zwykle dość sprawnie.

Klienci z polecenia

I tu dotykamy chyba największego problemu będącego efektem negatywnego zdarzenia, osłabiającego dobre imię i zwiększającego złe zdanie o firmie. W wyborach dla usług i produktów testowanych, czy konsumowanych jednorazowo, lub w znacznych odstępach czasu tego typu opinia może mieć znaczenie decydujące. To tak, jakby decydować się, na jaki film pójdziemy w niedzielny wieczór. Zapoznając się z recenzjami i opiniami istotną rolę, jeśli nie decydującą odgrywają nad wyraz często te negatywne. Nierównowaga na korzyść opinii negatywnych jest wyraźna. Może pozostawać w proporcjach 10:1 i większych. Czyli dopiero 10 i więcej opinii pozytywnych równoważy niejako jedną opinię negatywną. Wzrost często pozostaje w proporcjach wykładniczych, czyli o ile jedną opinię negatywną równoważy dziesięć pozytywnych, to już dla dziesięciu negatywnych nie wystarcza sto pozytywnych, ale potrzeba ich znacznie więcej. To jaki film zostanie wybrany w tej sytuacji zależy jednak bardziej od liczby, ale też i jakości opinii negatywnych, a nie pozytywnych. Im mniej negatywnych, tym większe prawdopodobieństwo, że ten właśnie będziemy skłonni obejrzeć. Podobnie, gdy rzecz dotyczy produktów i usług i ich jednorazowego wyboru, opinia negatywna może decydować o ich wyborze.

Ale w przypadku polecenia ogólnych usług i jeśli reputacja nie jest ściśle związana z główną wartością oferowaną klientowi, sytuacja jest odwrotna. To dobra reputacja pomaga bardziej, niż zła szkodzi. Czyli wiodące stają się opinie pozytywne i mniejsza ich liczba jest w stanie zniwelować te negatywne.



„ Choć kuszące, bo przecież znacznie łatwiejsze jest dofinansowanie przedszkola, czy organizacja kolonii dla sierot lub posiłków dla bezdomnych, to jednak przedsiębiorstwa powinny zadbać także, a może przede wszystkim na znacznie trudniejszym rozpoznawaniu środowiska negatywnego i zapobieganiu zdarzeniom, które mogłyby stanowić dla nich pożywkę. ”

Środowisko negatywne się jednoczy

Kolejnym ważnym punktem jest, na ile otoczenie jest w stanie się zjednoczyć, czy to za, czy też przeciw poczynaniom firmy. Najłatwiej jest pozostać obojętnym i do tego nie potrzeba ludziom specjalnych bodźców. Nieco inaczej sytuacja wygląda, gdy przedsiębiorstwo chce zbudować wokół swoich działań środowisko pozytywne. Czy wystarczy do tego zwyczajnie dobre imię, jakim się wśród nich cieszy? Otóż tu również wpływ złej opinii wydaje się większy, niż opinii dobrej. Czyli ludzie, w tym także klienci, chętniej wystąpią przeciw pod wpływem złej opinii, niż za pod wpływem opinii dobrej.



Poradzimy sobie ze wszystkim.



**Cokolwiek potrzebujesz przetransportować-
Cascade posiada odpowiednie rozwiązania.**

**Posiadamy osprzęty do składowania, wypychania, przyciągania,
chwywania, podnoszenia, obracania każdego rodzaju ładunku.
Z osprzętem Cascade wózek już nie jest tylko wózkiem widłowym.**

**Z ponad 70-cio letnim doświadczeniem i niezrównaną jakością pro-
duktów, Cascade jest światowym liderem w produkcji osprzetów do
wózków widłowych.**

**W przypadku zainteresowania produktami prosimy o kontakt z
lokalnym przedstawicielem: Krzysztof Pacholec (+48 602 153 629)
lub krzysztof.pacholec@cascorp.com**



Czy to zła reputacja w dowolnym zakresie będzie tu decydującą przesłanką, czy też tylko w obszarze, którego spór dotyczy? Otóż dobra opinia w zupełnie odmiennym i często niezwiązanym z problemem zakresie powstrzymuje część niechętnych przed wyrażaniem opinii negatywnej. To tak, jakby sprawa dotyczyła wyboru dostawcy, który ma złą opinię co do terminowości dostaw, jednak ciesząc się dobrym imieniem jako firma kładąca znaczny nacisk na ochronę środowiska naturalnego. Ta świadomość, choć niby nie związana z przedmiotem, jednak może skutecznie powstrzymać źle nastawionych przed zjednoczeniem się w sprzeciwie wyboru tego podmiotu. To oznacza, że o swoje dobre imię jednak warto dbać, choćby w zakresie nie powiązanym bezpośrednio z działalnością podstawową. Pomóc raczej nie pomoże, ale może powstrzymać szkodzenie, a to już coś.

Co robić, gdy nadszarpięto dobre imię

To, czego otoczenie oczekuje to przede wszystkim bezsprzeczne przyznanie się do winy oraz bez sprzeciwu przyjęcie słowa krytyki. W kolejnym kroku należałoby wielokrotnie przyznać się do winy i w żadnym wypadku nie sugerować, że to ofiara wpłynęła na powstanie problemu. Czyli nie można się tłumaczyć ani przyjętymi normami, ani tym, że klient też tak robi, albo pracownik nie do końca przestrzega zasad bhp. Oczekiwane jest także głębokie wczucie się w problem ofiary i szkodę jakiej doznała, a także ustalenie i wykazanie, co firma zrobiła źle. W ostatnich krokach nie tylko należy wykazać starania naprawy szkody, ale też naprawić system tak, by uniemożliwić lub utrudnić jej wystąpienie w przyszłości. Każde inne formy reakcji są skazane na powstanie sporego środowiska negatywnego i zwiększania wpływu złej opinii w stosunku do obronnego wpływu opinii dobrej. Kiedy jedna z firm chemii domowej, na reklamację klienta dotyczącą wadliwego funkcjonowania zasilanego prądem z kontaktu wkładu zapachowego, który wylewa zostawiając trwałe plamy odpisuje mu, że wina leży po jego stronie, działa w sposób budujący nie tylko środowisko negatywne, ale nawet wywołując oburzenie społeczne. Tak jakby osoby te sprawy załatwiający ze strony dostawcy nie przeszły podstawowego kursu z zakresu budowania dobrej opinii o firmie. W wyniku nie stosowania się do tych kilku punktów powstaje zła opinia budująca złe imię firmy. A to, choć może nie znajduje bezpośredniego odzwierciedlenia w wynikach sprzedaży, zasila bombę z opóźnionym zapłonem, czekającym na iskrę. W przypadku jakiegokolwiek sytuacji kryzysowej, lub np. próby budowy zakładu, środowisko negatywne zjednoczy się i znajdzie dość powodów by stanąć przeciw tym planom.

„Wzrost często pozostaje w proporcjach wykładniczych, czyli o ile jedną opinię negatywną równoważy dziesięć pozytywnych, to już dla dziesięciu negatywnych nie wystarcza sto pozytywnych, ale potrzeba ich znacznie więcej.”

Gdy to już partnerka czy życiowy partner podjął decyzję o zakupie np. konkretnej marki i modelu samochodu, by wystąpić przeciw, potrzeba raczej negatywnych opinii na temat wybranego auta niż pozytywnych opinii na temat marek konkurencyjnych. A to już konkretna przesłanka dla tych wszystkich, którzy uczestniczą w przetargach lub konkursach ofert. Środowisko negatywne w firmie potencjalnego klienta dostaje oręż w chwili, w której złe imię jest znaczne. Środowisko pozytywne raczej z dobrego imienia nie będzie korzystać by bronić swój wybór.

Pamiętając, że pojedyncza zła opinia ma znacząco większy wpływ niż pojedyncza dobra, planując rozwój i realizując strategię warto pilnować, by tych złych wydarzeń, zwiększających wpływ opinii negatywnej było jak najmniej.

A dobre imię temu przeszkadza. Ludzkie myśli i opinie są jednak w tym zakresie nieodgadnione. Nie do końca bowiem wiadomo co kim kieruje i co może stanowić decydującą przesłankę przy przyłączaniu się do głosu krytyków.

„W zasadzie dobre imię powstałe w wyniku odpowiednich reakcji na sytuacje negatywne to jedyne źródło, czy obszar powstawania dobrego imienia, które może skutecznie wpływać pozytywnie i likwidować skutki złych opinii.”

Dobra reakcja buduje trwałe środowisko pozytywne

W zasadzie dobre imię powstałe w wyniku odpowiednich reakcji na sytuacje negatywne to jedyne źródło, czy obszar powstawania dobrego imienia, które może skutecznie wpływać pozytywnie i likwidować skutki złych opinii. Powstaje pewien poziom bezpieczeństwa kontrahenta, wynikający z tego, że kooperujący z nim przedsiębiorstwo, w trudnej i wywołanej przez siebie sytuacji dość nisko pochyli się nad problemem traktując go jako wspólny. Nie zostawi tego bez rozwiązania i odpowiednio się zaangażuje. To wpływa na nadawanie większego znaczenia dobrego imienia nad złym. Pomimo tego, że zdarzają się przypadki zamontowania zamiennika zamiast części oryginalnej, to jednak jeśli tylko coś takiego wystąpi firma natychmiast przyznaje się do błędu, szybko i na własny koszt wymienia na część oryginalną i wielokrotnie przeprasza. Więc w zasadzie nie ma się czego obawiać.

Zła szkodzi, czy dobra pomaga?

Choć nie można jednoznacznie na dzień dzisiejszy stwierdzić, czy dobra reputacja pomaga, czy zła szkodzi, to jednak nawet intuicyjnie wyczuwamy, że firmy o dobrej reputacji mają się ogólnie lepiej niż te o złej. W pierwszym wyborze spośród szerokiej oferty sprawdzana jest raczej dobra opinia. Po wstępnej preselekcji górę bierze jednak brak opinii negatywnej.

Do tego należy pamiętać, że pojedyncze złe zdarzenia mają wpływ wielokrotnie większy niż pojedyncze dobre, co mogłoby udowodniać tezę, iż dobrą opinię buduje się dłużej niż złą. Ale bez paniki, pojedyncze zdarzenia budujące opinię złą też nie są zwykłe w stanie naruszyć konstrukcji opinii dobrej. Wniosek jest jednak taki, iż trzeba dbać o oba mierniki równocześnie. Może chociażby dlatego warto dbać o swoją dobrą opinię? Przecież we współczesnym świecie coraz bardziej o sukcesie decydują niemierzalne, nieuchwytnie i nieodkryte wciąż jeszcze czynniki, do których może należeć zarówno złe, jak i dobre imię firmy.



W razie dodatkowych pytań
zapraszam Państwa do bezpo-
średniego kontaktu:

mikolaj.pindelski@immoqee.com

IMMOQEE

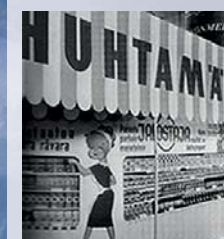
KROK PO KROKU

Firma Huhtamaki w swej codziennej działalności kieruje się kilkoma ważnymi zasadami. Podejmuje wszelkie działania proekologiczne, bo dba o środowisko, a także stosuje najnowsze technologie oraz materiały najwyższej jakości, bo dba o człowieka. Jest to zdecydowanie postawa, którą wszyscy powinni naśladować.



Kokkola - zachodnia Finlandia - miejsce powstania Huhtamaki

Firma Huhtamaki swoją nazwę zawdzięcza nazwisku założyciela. Syn wiejskiego piekarza Heikki Huhtamaki stworzył Huhtamaki Industries w 1920, w położonej w zachodniej części Finlandii miejscowości Kokkola. Początkowo firma zajmowała się produkcją cukierków i bardzo szybko stała się jednym z największych krajowych producentów.



W roku 1930 Huhtamaki zdywersyfikowała swoją działalność i rozpoczęła produkcję również innych produktów żywnościowych, zaś w 1940 roku włączyła do swojego portfolio również produkty do ochrony zdrowia, a następnie przez następne trzy dekady asortyment poszerzył się także o damskie ubrania, maszyny budowlane, reklamę oraz komponenty elektroniczne.

Wraz z założeniem w 1965 roku firmy Polarpak, produkcja opakowań zmieniła się w oddzielną linię biznesową. W późnych latach 70 Polarpak był już wiodącym europejskim producentem kubków papierowych. W 1986 roku zmienił swoją nazwę na Polarcup.

Następna poważna decyzja zapadła w roku 1988, kiedy Huhtamaki ustanowił sobie za cel strategiczny zostanie światowym liderem w jednej lub kilku bardzo zbliżonych dziedzinach biznesowych przed rokiem 2000. Wśród kandydatów na główny biznes, na którym Huhtamaki chciało się skupić, były produkty farmaceutyczne, produkcja opakowań oraz wyroby cukiernicze. Wszystkie pozostałe działalności zostały wyprzedane jedna po drugiej.

Gdy sprzedano jeszcze 2 z 3 pozostałych biznesów - firmę farmaceutyczną Leiras oraz firmę Leaf, zajmującą się produkcją

wyrobów cukierniczych, w grze pozostał przemysł opakowaniowy, który stał się wówczas podstawowym przedmiotem działalności.

W latach 1997 oraz 2001 Huhtamaki nabyło 14 firm zajmujących się produkcją opakowań, w tym główną amerykańską firmę Sealright (1998) oraz holenderskiego giganta na tym rynku Van Leer (1999). Z tych ostatnich firma zmieniła nazwę na Huhtamaki Van Leer. Van Leer został jednak wkrótce po tym sprzedany, ze względu na decyzję Huhtamaki, aby powrócić do korzeni jako producent opakowań konsumenckich.

W zaistniałej sytuacji Huhtamaki jako specjalista w jednej, zdefiniowanej dziedzinie wraca do swojej oryginalnej nazwy i zaczyna operować na jednym polu i pod jedną marką na całym świecie.

Jak to było w Polsce?

Na rynku polskim Huhtamaki pojawiło się w roku 1993. Początkowo działało pod nazwą Polarcup Poland, zaś w późniejszym czasie przyjęło nazwę Huhtamaki Van Leer.

W 1994 roku uruchomiono w Siemianowicach Śląskich zakład zajmujący się produkcją opakowań sztywnych – początkowo z tworzyw sztucznych, a następnie z papieru dla przemysłu spożywczego i gastronomii.

Rok 2010 to początek kolejnej, szczególnej dekady. Z dniem 1-go stycznia 2010 roku powstała Huhtamaki Foodservice Poland. Głównym zakresem działalności firmy była produkcja i dystrybucja naczyń i opakowań jednorazowych wykonanych z papieru, tworzyw sztucznych oraz masy celulozowej, stosowanych w przemyśle spożywczym.

Obecnie firma w swej strukturze posiada dwa zakłady produkcyjne. Nowo wybudowana fabryka naczyń papierowych umiejscowiona jest w Czeladzi, zaś zakład produkujący opakowania plastikowe w dalszym ciągu umiejscowiony jest w Siemianowicach Śląskich.



STOP
wymianom
baterii

Hawker® XFC™ Przełomowa technologia

Zwiększona ilość energii połączona z możliwością szybkiego ładowania w każdej dostępnej chwili to kluczowe parametry nowego, całkowicie bezobsługowego akumulatora **Hawker XFC**. Zaawansowana komunikacja z prostownikami wysokiej częstotliwości Hawker HF: LifeSpeed IQ™ i Life IQ™ gwarantuje najwyższą wydajność, zoptymalizowany serwis oraz zminimalizowane koszty obsługi i zużycie energii.

EnerSys
Power/Full Solutions

Centrala i marketing:

Bielsko-Biała
ul. Leszczyńska 73
43-300 Bielsko-Biała
tel. (033) 822 52 90
600 815 860
600 821 526
fax (033) 822 52 07

Biura sprzedaży:

Gdańsk
tel. 608 449 127
fax (058) 762 07 37

Poznań
tel. 604 901 562
fax (061) 650 31 16

Jelenia Góra
tel. 600 853 079
fax (075) 752 46 29

Warszawa
tel. 608 415 917
608 507 458
600 201 872

HAWKER

www.enersys-emea.com



Pionierstwo zobowiązuje

Jako pionierzy w branży Huhtamaki przywiązuje dużą wagę do działań proekologicznych. Dlatego też firma postarała się o wdrożenie certyfikatu PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification). PEFC jest międzynarodowym programem certyfikacji leśnej, który gwarantuje, że wyroby firmy, która go posiada, zostały wytworzone z surowców drewnopochodnych, które pozyskano z certyfikowanych obszarów leśnych.

Po uzyskaniu certyfikatu w październiku 2011 roku, Huhtamaki uzyskała także pozwolenie na używanie logo PEFC na swoich wyrobach.

Poza certyfikatem PEFC Huhtamaki zdobyła również certyfikaty ISO 9001:2008, ISO 14001:2004, OHSAS 18001:2007 oraz BRC/IoP. Stanowią one dowód zaangażowania firmy w problematykę bezpieczeństwa produktów, jakości wytwarzanych wyrobów, ochrony środowiska oraz bezpieczeństwa i higieny pracy. Uzyskanie poszczególnych certyfikatów zwiększa zaufanie klientów do firmy oraz polepsza jej pozycję na rynku.

Przy opracowywaniu nowatorskiego opakowania, dobór surowców i odpowiedniej technologii

„Dążenie do osiągnięcia doskonałości technologicznej pozwala Huhtamaki wytwarzać produkty o pierwszorzędnej jakości, przedstawiać oferty konkurencyjne cenowo oraz zapewniać łatwość zastosowania ich produktów przez nabywcę.”

uzależniony jest od wymogów określających sposób pakowania i serwowania produktu. Wszystkie te kwestie muszą być uwzględnione podczas podejmowania decyzji dotyczącej doboru optymalnej technologii produkcji i zastosowanego surowca, aby zapewnić funkcjonalne, estetyczne i atrakcyjne dla końcowego klienta opakowanie. Dążenie do osiągnięcia doskonałości technologicznej pozwala Huhtamaki wytwarzać produkty o pierwszorzędnej jakości, przedstawiać oferty konkurencyjne cenowo oraz zapewniać łatwość zastosowania ich produktów przez nabywcę.

Najnowsze technologie

Firma Huhtamaki, aby dostarczać swoim klientom produkty bezpieczne, a jednocześnie najwyższej jakości dba o to, aby w procesie ich wytwarzania stosowane były najnowsze technologie. Oferuje więc szeroki asortyment technologii formowania kartonu służących do wytwarzania kubków, wieczek, talerzy, tacek i innych opakowań o nowatorskiej konstrukcji spełniających wymagania naszych klientów na całym świecie. Odbiorcami jej produktów są firmy gastronomiczne oferujące posiłki i napoje oraz producenci gotowych posiłków, nabiału, mrożonych deserów i produktów sypkich.

Materiały stosowane do produkcji opakowań kartonowych są zawsze materiałami o wysokiej jakości, umożliwiającymi spełnienie wymagań klientów. Karton może być powlekany jednostronnie (na przykład materiał do produkcji kubków na gorące napoje) lub dwustronnie (na przykład materiał do produkcji kubków na zimne napoje) szeroką gamą tworzyw sztucznych lub bio-materiałów, w zależności od końcowego zastosowania danego produktu.

Co więcej karton jest zadrukowywany przed formowaniem przy wykorzystaniu, na przykład, technologii druku fleksograficznego lub druku offsetowego – jest to rozwiązanie idealne dla potrzeb

kreowania marki, drukowania znaków firmowych i informacji oraz prowadzenia akcji promocyjnych.

Firma Huhtamaki preferuje certyfikowanych dostawców papieru, co ma na celu wspieranie zrównoważonego zarządzania zasobami leśnymi, zgodnie z właściwymi kryteriami międzynarodowymi.

Wymogi współczesnego konkurencyjnego rynku sprawiają, że konieczne jest uzyskiwanie nowych i często skomplikowanych kształtów opakowań. W takich warunkach, dla wielu rozwiązań opakowaniowych, właściwą technologią jest kształtowanie termiczne. Aby zapewnić spójną jakość materiału, firma Huhtamaki sama produkuje folię stosowaną w tym procesie.

W procesie kształtowania termicznego wytwarzane są wyroby z wytłaczanych folii. Wytłaczany arkusz materiału jest podgrzewany i podawany do maszyny termoformującej, gdzie opakowania są kształtowane w formie. Po ochłodzeniu, wyroby są wypychane z arkusza i układane w stosy.

Firma Huhtamaki stosuje głównie proces liniowego kształtowania termicznego. W liniowym procesie kształtowania termicznego arkusz materiału jest wytłaczany bezpośrednio przed podaniem do maszyny termoformującej. Wszelkie odpady są mielone bezpośrednio w granulatorze na wylocie linii i podawane z powrotem jako przemielony materiał do wytłaczania. Ukształtowane termicznie kubki i pojemniki z tworzywa sztucznego można zadrukować przy wykorzystaniu technologii druku offsetowego.



Wygodne dla UŻYTKOWNIKÓW Łagodne dla NATURY



W CO NAPRAWDĘ PAKUJEMY?

“ Produkty BioWare ulegają całkowitej degradacji w optymalnych warunkach uzyskiwanych w kompostowniach (60°C +95% wilgotności) w ciągu 50-70 dni. ”



Opakowania z tworzyw sztucznych wytwarzane są z szeregu polimerów, takich jak polipropylen (PP), politereftalan-etylenu (PET), polistyren (PS) i biopolimery (PLA).

Wspomniane tworzywa sztuczne mają wiele zalet. Do głównych zaliczamy przede wszystkim mały ciężar, elastyczność konstrukcji opakowania (od cienkich folii do ciężkich pojemników), wielką różnorodność możliwości

dekoracyjnych (barwione tworzywa sztuczne, doskonała jakość nadruku, wygniatanie, etykietowanie), możliwość zastosowania specjalnej bariery oraz uzyskania innych właściwości opakowania oraz możliwość ponownego wykorzystania (recyklingu).

Firma Huhtamaki wytwarza opakowania z materiału PET, który jest materiałem uzyskiwanym z powtórnie przetworzonego, użytkowego tworzywa sztucznego (takiego jak butelki z politereftalanu-etylenu na wodę i napoje gazowane).

Firma Huhtamaki wykorzystuje także pewną ilość różnych biopolimerów zarówno ze źródeł odnawialnych jak i nieodnawialnych. Biopolimery stosowane przez firmę Huhtamaki spełniają wszystkie wymagania normy EN 13432 dotyczące kompostowalności.

Asortyment produktów BioWare obejmuje wyroby z bio-plastików wykonane z materiału Ingeo PLA, na przykład kubki typu „tumbler”, kubki na napoje i pojemniki na zimne posiłki. Materiał pochodzi w 100% z corocznie odnawialnych zasobów, posiada świadectwo potwierdzające kompostowalność i dodatkowo, charakteryzuje się następującymi właściwościami: jest przezroczysty, odznacza się wysoką klarownością oraz połyskiem. Co więcej jest to materiał o wysokiej twardości i sztywności, posiada barierę zabezpieczającą smak i zapach zapakowanego produktu oraz odporny jest na działanie oleju i tłuszczu.

Firma Huhtamaki w swej codziennej działalności kieruje się kilkoma ważnymi zasadami. Podejmuje wszelkie działania proekologiczne, bo dba o środowisko, a także stosuje najnowsze technologie oraz materiały najwyższej jakości, bo dba o człowieka. Jest to zdecydowanie postawa, którą wszyscy powinni naśladować.

HISTORIA WSPÓŁPRACY pomiędzy Linde MH Polska a Huhtamaki Polska

Współpraca między Huhtamaki, a Linde rozpoczęła się w 2009 roku od wynajmu długoterminowego, w którego skład wchodziły dwa wózki spalinowe H14T oraz dwa wózki magazynowe L16. Wszystkie maszyny zostały dostarczone do fabryki, która w tamtym czasie mieściła się w Siemianowicach Śląskich. Z początkiem 2010 roku powstały plany budowy nowej fabryki Huhtamaki i przeprowadzka do Czeladzi.

Wynajęte w 2009 roku wózki w pełni spełniły oczekiwania Klienta, który był bardzo zadowolony z zaproponowanych mu rozwiązań. Co więcej, wybór wózków Linde przyczynił się do obniżenia kosztów serwisowych i eksploatacyjnych. Wszystkie korzyści płynące z użytkowania wózków Linde skłoniły naszego Klienta do



rozpoczęcia poważnych rozmów w temacie dostawy całej floty do nowej fabryki. Projekt logistyki w nowej fabryce od początku do samego końca prowadzony był trójstronnie. Jego uczestnikami byli sam Klient, firma zajmująca się regałami oraz Linde jako główny dostawca wózków widłowych. Projekt, który był owocem tej współpracy, obejmował dostawę wielu specjalistycznych maszyn począwszy od wózków systemowych K10 przez wózki wysokiego składowania typu Reach Truck, wózki magazynowe do transportu poziomego, aż po czołowe wózki spalinowe i elektryczne. W rezultacie zamówionych zostało łącznie kilkanaście maszyn, które wraz z wcześniej wynajmowanymi przez klienta wózkami Linde, stanowią obecnie trzon logistyki w nowej fabryce Huhtamaki.

Warto dodać, że Klient cały czas rozwija swoje linie produkcyjne oraz powiększa magazyn, czego skutkiem są dostawy kolejnych wózków widłowych. Wszystkie maszyny znajdują się pod stałym nadzorem naszego serwisu Linde, dzięki czemu Klient może skupić się na samych korzyściach płynących z ich użytkowania.

Mamy nadzieję, że nasza współpraca trwająca już 5 lat, nadal będzie się tak owocnie rozwijać i będziemy mieli okazję uczestniczyć w jeszcze nie jednym projekcie naszego Klienta.

Opracował: **Przemysław Piszczala**
Starszy Doradca Techniczno Handlowy
Linde Material Handling Polska oddział Sosnowiec




Certyfikowane Wózki


CERTYFIKOWANY PRZEZ LINDE UŻYWANY PRZEZ STASZKA NOWAKA

Rozwój i sukces przedsiębiorstwa wymaga najwyższej jakości sprzętu do obsługi logistycznej. Jeśli nie jesteś w stanie uzasadnić inwestycji w nowe maszyny, certyfikowane przez Linde wózki używane są doskonałą cenowo alternatywą. Kupując wózek bezpośrednio od producenta otrzymasz najwyższą jakość produktu wraz ze świadectwem pochodzenia wózka i udokumentowaną ilością przepracowanych motogodzin.

Pełna oferta certyfikowanych przez producenta i gotowych do odbioru wózków Linde tylko na www.lindebazar.pl oraz w wydawanym przez Linde folderze Nowa Oferta.

Ogólnopolska infolinia +48 22 420 61 40

Linde. Przejdź na naszą stronę!
www.linde-mh.pl



CIĘŻKIE WÓZKI LINDE W CZOŁÓWCE

Trzy testy wydajności i zużycia paliwa udowodniły zalety wydajności wózka ciężkiego od Linde Material Handling



Linde Material Handling (MH) w 2009 zaprezentował program testów wózków widłowych w wyniku czego wraz z TÜV Nord rozwinął test produktywności. Niedawno przeprowadzone testy spalinowych wózków widłowych, o pojemnościach od 10 do 18 ton, ponownie podkreśliły zalety Linde w zakresie wydajności i zużycia paliwa nawet w tej klasie wózków.

Testy przeprowadzono na wózkach o udźwigu 16 ton od 5 producentów i koncentrowały się one na różnych aplikacjach w których używane są te duże wózki. Pierwszy test obejmował długi dystans "załadunku i transport" który możemy znaleźć np. w portach gdzie wózek musiał pokonać ponad 1,6km z pełnym ładunkiem. Wysoka intensywność operacji logistycznych została sprawdzona w drugim teście „Produktywności”, który obejmował podnoszenie, przemieszczanie i składowanie 16 tonowego ładunku po zdefinio-



wanym wcześniej torze. Trzeci i ostatni test został stworzony aby pozwolić na porównanie tylko i wyłącznie konsumpcji paliwa, dla klientów którzy używają specjalnego osprzętu wózka. Wyniki trzech testów ukazały, że wózki ciężkie Linde: H160 zużyły pomiędzy 15, a 38 procent mniej paliwa niż kolejny najlepszy konkurent i przy tym był 12 procent bardziej produktywny.

Colin Flint, Head of Marketing Heavy Trucks w Linde Material Handling pokazuje różnice w solidnej konstrukcji maszyny, doskonałej widoczności i doskonałej ergonomii kabiny, zalet Linde Load Control zarówno jak i efektywnego hydrostatycznego systemu napędowego. „W wąskich pomieszczeniach wymagających powtarzającego cofania, dwu pedałow system jest ciężki do pobicia. Zaskakujące jednak było niskie zużycie paliwa wózka na długich dystansach. Oznacza to, że klienci, którzy inwestują w wózki ciężkie Linde zawsze dokonują właściwego wyboru, niezależnie, czy zajmują się logistyką, przemysłem ciężkim, stocznią lub używają specjalistycznego osprzętu do wózków”



- Jarosław Grzeszkiewicz -

NOWA HISPANIA Odkrywanie Ameryki

3 sierpnia 1492 r., będący w służbie Królowej Hiszpanii, genueński żeglarz Krzysztof Kolumb, poszukując nowej morskiej drogi do Indii, wyruszył w daleki rejs. Mało kto spodziewał się wówczas, że ta wyprawa pozwoli odkryć nieznany wcześniej kontynent. Kolumb podszedł do „projektu” bardzo rewolucyjnie, ponieważ zamierzał płynąć przez Ocean Atlantycki w kierunku zachodnim (w odróżnieniu od Portugalczyków, którzy pływali na południe wzdłuż afrykańskiego wybrzeża). U podstaw tej decyzji leżało założenie powstałe w oparciu o dzieło greckiego geografa Ptolemeusza, że Ziemia jest kulista. 12 października „Santa Maria” wraz z dwoma innymi karawelami dotarła do brzegów wyspy San Salvador (w archipelagu Bahama), a odkryty ląd uznano za jedną z japońskich wysp. Kilka tygodni później Kolumb opłynął również Kubę i Haiti. Następnym krokiem było zorganizowanie jeszcze trzech wypraw. Do wybrzeży Wenezueli, Hondurasu i Pana-

my Kolumb dotarł z przekonaniem, że znalazł się na upragnionym azjatyckim kontynencie. Umarł w 1504 r. wierząc, że odkrył nową drogę do Azji. W 1500 r. florencki żeglarz i kartograf Amerigo Vespucci dotarł nad jezioro Maracaibo, gdzie miejscowi Indianie żyli w chatkach na palach wbitych w wodzie. Z tego też powodu miejsce to nazwał Wenezuelą, czyli „Małą Wenecją”. Podczas kolejnych, późniejszych wypraw, gdy odkrył ujścia rzeki Rio de Janeiro i Patagonię stwierdził, że odkryte ziemie nie są Japonią i innymi częściami Azji, ale zupełnie nowym kontynentem. Dlatego też owe ziemie – na jego cześć – zostały nazwane „Ameryką”. Prawdziwe „trzęsienie ziemi” na nowym kontynencie wywołało jednak dopiero przybycie młodego hiszpańskiego szlachcica - Hernana Cortesa. W 1519 r. Cortes wraz ze swoją załogą dotarł do wybrzeża Zatoki Meksykańskiej, gdzie założył pierwszy hiszpański port - Veracruz. Wkrótce



Podobizna Hernana Cortesa na banknocie 1000 peset hiszpańskich

potem nastąpić miała konfrontacja z największą współczesną cywilizacją mezoamerykańską. To starcie zakończyło się powstaniem w 1521 r. „Nowej Hiszpanii”...

Od cywilizacji ludów mezoamerykańskich do narodzin Meksyku

Cywilizacje mezoamerykańskie.

Mianem cywilizacji mezoamerykańskich określa się ludy zamieszkające w starożytnych czasach na terenach dzisiejszego środkowego i południowego Meksyku, Belize, Gwatemali, Salvadora oraz częściowo Kostaryki, Hondurasu i Nikaragui. Ludność tą łączyło kilka wspólnych, odnoszących się do różnych dziedzin życia (religii, kalendarza czy budownictwa), zwyczajów. Historycy często używają również określenia „cywilizacje prekolumbijskie”. Ich rozwój dzieli się na 3 okresy: preklasyczny (ok. 1500 p.n.e – 250 r.n.e.), klasyczny (ok. 250-900 r. n.e.) i po-klasyczny (ok. 900-1521 r. n.e.). Okres preklasyczny zapoczątkowali Olmekowie („Ludzie z Ziemi Gumy”), którzy stworzyli prawdziwe podwaliny kultury Mezoameryki. Zostały po nich tajemnicze bazaltowe głowy sięgające 3 metrów wysokości (muzeum La Venta k. Veracruz). Olmekowie byli wspaniałymi inżynierami, architektami i astronomami. Stworzyli m.in. pismo hieroglificzne i dwa kalendarze (religijny – 260 dni, słoneczny – 365 dni). Ponadto byli też znakomitymi rzeźbiarzami, którzy obraabiając jadeit tworzyli postacie bóstw kuku-rydzy, ognia, Pierzastego Węża czy boga-jaguara (kolejne ludy przejęły wiele z tych wierzeń). Równolegle na południe od Veracruz w Dolinie Oaxaki rozwijało się Państwo Zapoteków zlokalizowane w Monte Alban i Mitli. Władza w tym miejscu sprawowana była przez kapłanów, którzy ulepszyli pismo Olmeków, a do panteonu bóstw dołączyli jeszcze bogów deszczu i słońca, oraz boga-nietoperza. Pod koniec okresu preklasycznego zyskały na znaczeniu cywilizacje Majów i Państwo Teotihuacan, które czasy prawdziwej świetności przeżywały w okresie klasycznym. Jeśli zaś chodzi o okres poklasyczny w środkowym Meksyku szczególnie zauważalne były wpływy Tolteków (to właśnie oni założyli stolicę w Tula i znani byli z prężnej armii).

Imperium Azteków

Na początku XIV w. prawdziwym liderem wśród ludów Mezoameryki zostali wojowniczy Aztekowie (nazywani również Mexicas). Przybyli oni nad jezioro Texcoco w 1325 r. i założyli na nim „wyspiarskie” miasto Tenochtitlan. Pocięte ono było licznymi kanałami, a z lądem łączyły je 3

groble. Z wyborem tego „niestandardowego” miejsca wiąże się aztecka legenda, która mówiła, że miasto należy założyć w miejscu, w którym „siedzący na opuncji orzeł będzie pożerał węża” (ten motyw jest dziś widoczny na fladze meksykańskiej). Aztekowie przyczynili się do rozwoju rolnictwa, dostarczając w ten sposób żywność dla mieszkańców miasta, które w szczytowym okresie rozwoju liczyło ok. 200 tys. ludzi. O poziomie cywilizacyjnym i organizacyjnym Tenochtitlanu świadczy chociażby zachwyt kapitana hiszpańskiej armii Diaza Bernala, który w 1519 r. stwierdził: „byli wśród nas żołnierze, którzy przemierzali cały świat, Konstantynopol, Włochy, nawet Rzym. Mówili, że nigdzie na świecie



nie widzieli takiego uporządkowanego, dużego i przepelnionego towarami i ludźmi rynku”. Aztekowie, którzy byli bezlitosnymi wojownikami, systematycznie podbijali okoliczne ludy stając się w ten sposób największą potęgą w regionie. W wyniku wojen zyskiwali wielu jeńców, których później rytualnie składano na ołtarzach w ofierze różnym bóstwom. Podczas tych makabrycznych obrzędów żyjącym jeszcze jeńcom wrywano serca. Te masowe, krwawe ofiary miały również na celu zastraszenie przeciwników. Kulminacyjnym punktem było poświęcenie nowej świątyni „Templo Mayor” (w 1487 r.), kiedy to w ciągu 4 dni w opisany sposób „złożono w ofierze” 20 tys. jeńców. Te azteckie „zwyczaje” pokazane zostały w filmie M. Gibsona „Apocalipto”.

Podbój Tenochtitlanu

W takich to właśnie okolicznościach w kwietniu 1519 r. na czele 500-osobowej załogi do wybrzeży Zatoki Meksykańskiej przybył Hernan

Cortes. Jego wyprawa miała mieć charakter „odkrywczy” (taką misję zlecił gubernator Kuby Diego Velasquez), jednak już po przybyciu na miejsce w wyniku samowolnej inicjatywy Cortesa, radykalnie zmieniła ona swój charakter. Kiedy Hiszpanie dowiedzieli się od miejscowych plemion o istnieniu wielkiego i bogatego azteckiego imperium, przy pomocy ciemniejących ludów (stosując rzymską zasadę „divide et impera”) w ciągu 2 lat dokonali podboju Tenochtitlanu. Część historyków upraszcza prawdziwe przyczyny tej wyjątkowo skutecznej akcji militarnej, tłumacząc to faktem posiadania przez Hiszpanów broni palnej (np. arkebuz, lekkie działka), koni (nieznanych tamtym ludom), czy wierzeń azteckich, które szczególnie na początku kawały wierzyć Aztekom, że Cortes jest wcieleniem ich boga Quetzalcoatl („Pierzastego Węża”), który po latach powraca do „swojej własności”. Zapomina się jednak, że Cortes był genialnym strategiem i wizjonerem, człowiekiem wielkiej odwagi, który na obcej i nieznanej ziemi potrafił być doskonałym dyplomatą (ponad 90% armii, która podbiła Azteków stanowili miejscowi Indianie), a dla swoich ludzi prawdziwym liderem, za którym gotowi byli „pójść w ogień”. Wśród Azteków swoje żniwo zebrała również oспа (choroba jaką Hiszpanie przywieźli z Europy). Cortes miał też przy swoim boku Malinche, córkę indiańskiego wodza, która wraz z zakonikiem Aguillarem (który spędził 7 lat w niewoli u Majów) okazała się być nieocenionym wsparciem i przewodnikiem w tym „Nowym Świecie”. Często pisze się także o wyjątkowym okrucieństwie Hiszpanów przy zdobywaniu Tenochtitlanu, co nie do końca jest prawdą, ponieważ to sami Indianie (głównie Tlaxcalanie) walczący u boku „europejskich przybyszów” rewanżowali się za lata cierpień i dokonywali krwawej zemsty na znenawidzonych Aztekach. Śmierć azteckiej ludności nie była bowiem w interesie Hiszpanów, którzy po zdobyciu imperium potrzebowali siły roboczej do zorganizowania nowego państwa. Ta „czarna legenda” wokół Cortesa bierze się prawdopodobnie z faktu, że późniejsi konkwistadorzy (jak np. Pizzaro - zdobywca imperium Inków) przy zdobywaniu nowych ziem byli bezwzględni i często odznaczali się wyjątkowym okrucieństwem.

„Nowa Hiszpania”

Prawdziwe wice-królestwo, rodziło się w wielkich bólach, a sytuacja indiańskiej ludności w pierwszych latach po zdobyciu Tenochtitlanu była bardzo ciężka. Zaczęła poprawiać się od 1531 r., tj. od Objawienia Matki Bożej z Guadalupe,

Na zdjęciu ruiny Majów i piękne wybrzeża Karaibów w Meksyku - Tulum



Monte Alban - ruiny cywilizacji zapoteków w Oaxaca

po którym w ciągu kilku lat nastąpiło masowe i dobrowolne nawrócenie ok. 9 mln Indian. Zmiana statusu indiańskiej ludności usankcjonowana została papieską bullą Pawła II z 1537 r. (potwierdzającą fakt, że Indianie mają duszę i potępiającą niewolnictwo) oraz dekretem królewskim Karola V z 1542 r. zakazującym instytucji niewolnictwa. Te zmiany w kolejnych latach pozwoliły na wymieszanie się ludności hiszpańskiej z indiańską i zaowocowały powstaniem nowej rasy



Volkswagen - meksykańska taksówka

– Metysów (stanowią dziś oni ok. 60% populacji tego kraju). Z terminem „Nowa Hiszpania” po raz pierwszy spotkałem się w znakomitej książce badacza kultur prekolumbijskich p. Jana Gacia („Meksyk”). Autor słusznie dowodził, że to nowe państwo nie było typową „kolonią”, ale właśnie



Xochimilco - taksówka wodna

czas podróży po Meksyku wielokrotnie miałem okazję podziwiać prawdziwe arcydzieła meksykańskiego baroku, który w XVIII w. doczekał się godnego kontynuatora w postaci churriqueru (twórcą był Jose Benito Churriguero). Warto zaznaczyć, że mimo, że sztuka meksykańska wyrosła na glebie chrześcijaństwa europejskiego,

najczęściej bezpośrednimi wykonawcami tych wyjątkowych obiektów byli wspaniali indiańscy budowniczowie, artyści i rzemieślnicy.

Życie mieszkańców toczyło się w pueblach, w których żyli tzw. „campesinos”, czyli miejscowi rolnicy. Puebla znajdowały się w bezpośredniej bliskości zarządzanej przez właściciela („patrona”) hacjendy. Hacjendy z kolei były potężnymi majątkami ziemskimi nastawionymi na hodowlę bydła, uprawę kukurydzy, zboża, trzciny cukrowej, a czasami również agawy, z której wyrabiano alkohol – pulque. Można stwierdzić, że były to samowystarczalne „mini-państwa”, będące podstawą feudalnego ustroju ówczesnego wice-królestwa.

Narodziny Meksyku

Nowy naród kształtował się ciągu tych trzech stuleci. W 1821 r. wykorzystując sprzyjające okoliczności, wywalczył sobie wolność. Bohaterem narodowym był Ksiądz Hidalgo, który w 1810 r. poderwał Meksykanów do powstania narodowego. Kolejne 50 lat były trudnym okresem wewnętrznych sporów, przegranej wojny z USA, w wyniku której Meksyk utracił prawie połowę swojego terytorium. Względna stabilizacja nastąpiła dopiero za czasów dyktatury Porfirio Diaza (1876-1910). Wielkie powstania chłopskie pod wodzą legendarnego Emiliano Zapaty czy Pancho Villi doprowadziły do upadku reżimu. W wyniku tych przewrotów do władzy doszli zdeklarowani ateści, którzy pod pozorami budowy „laickiego państwa” (za prezydentury Plutraco Callesa) rozpoczęli okres ogromnych prześladowań katolików. Doprowadziło to do otwartej wojny domowej i powstania tzw. „Cristeros” (w 2013 r. wszedł na ekrany kin film „Cristiada” z Andy’em Garcią w roli legendarnego Generała Gorostiety). Następne lata dla Meksyku to kolejny okres względnej stabilizacji, w czasie której, przez ok. 70 lat rządy sprawowała typowa „partia władzy” - PRI (Partia Zinstytucjonalizowanej Rewolucji). Laureat literackiej nagrody Nobla - Octavio Paz – nazwał ją „ludowym ludojadem”. W 1968 r. PRI odpowiedzialna była za masakrę kilkuset protestujących studentów na Placu Trzech Kultur. W tym samym roku Meksyk organizował olimpiadę, a potem dwukrotnie piłkarskie mundiale (1970 i 1986 r.). W 1979 r. w ramach swojej pierwszej zagranicznej pielgrzymki do Meksyku przyleciał Jan Paweł II, który łącznie był tutaj 5 razy i był wręcz uwielbiany. W 2000 r. jednopartyjny monopol został złamany poprzez wybór Vincente Foxa (z PAN-u). Dziś Meksyk (oficjalnie: „Stany Zjednoczone Meksyku”) zajmuje powierzchnię ok. 2 mln km² i jest krajem federalnym złożonym z 31 stanów oraz 1 dystryktu federalnego. Populację stanowi ok. 117 mln ludzi, z czego 60% stanowią Metysi, 30% Indianie, a pozostałe 10% inne nacje (głównie Hiszpanie).

Jak dziś wygląda prawdziwy Meksyk?

Nasze pierwsze skojarzenia z pewnością podążą w stronę bardzo ostrego jedzenia. Bazą większości meksykańskich potraw jest niezastąpiona tortilla, która w połączeniu z różnymi sosami i nadzieniami oferuje cały wachlarz kulinarnych możliwości (tacos, enchiladas, tostadas itd.). Potrawy kuszą pełną gamą miejscowych warzyw, a ulubioną przyprawą Meksykanów są słynne papryczki chili, które nadają kuchni bardzo ostry charakter. Kolejnym rozpoznawalnym symbolem Meksyku są wszędobylskie kaktusy (każdy na pewno pamięta niezapomniane sceny starych westernów), które są prawdziwymi „mistrzami przetrwania” i potrafią egzystować w najbardziej ekstremalnych, pustynnych warunkach. Jednak prawdziwym skarbem narodowym jest inna roślina, która nazywana jest także „błękitnym złotem”. Agawa, bo o niej mowa, a dokładnie „Agave tequilana weber” jest składnikiem, z którego wytwarza się słynną Tequilę, której znamy kilka odmian, m.in.: Blanco, Reposado, Anejo. Tequilę zazwyczaj podaje się z limonką i solą, ale czasami również w wersji „vampiro” z pomidorem i napojem pomarańczowym.

Patrząc na meksykańskie ulice nie sposób nie dostrzec wszechobecnego sombrero, które stanowi nakrycie głowy większości mężczyzn. Niewiele osób wie, że ten kapelusz z szerokim rondem wykonany jest ze skóry, filcu lub słomy, a do Meksyku dotarł razem z hiszpańskimi konkwistadorami (w języku hiszpańskim słowo „sombra” oznacza „cień”). Trwałym obrazem meksykańskich ulic są również elegancko wystrojeni „Mariachi”. Podstawowe elementy ich ubioru to: kowbojskie buty, spodnie z lampasami, zdobione sombrera itd.. Mariachi są ulicznymi grajkami, którzy na zamówienie śpiewają piosenki o miłości, honorze i zdradzie. Na ulicach Meksyku daje się odczuć, że „kultura macho” jest ciągle modną, a wizerunek „twardego faceta” nie jest jedynie wytworem hollywoodzkich produkcji z Antonio Banderasem w roli głównej (np. „Desperado”, czy „Maska Zorro”), lecz obowiązującym wzorcem kulturowym. Pisząc o prawdziwych „twardzieliach” nie można zapomnieć o wielkim problemie, jakim szczególnie na północy kraju (na pograniczu z USA) są kartele narkotykowe, które potrafią kontrolować całe miasta i pełnić faktyczną władzę. To smutna prawda i ciemna strona Meksyku. Niestety trzeba też przyznać, że przedstawiciele władzy są często skorumpowani, a handel narkotykami czy kidnaping (co dobrze pokazuje film „Człowiek w ogniu” z Denzelem Washingtonem) są na porządku dziennym.



Aktywny wulkan Popocatepetl

Największe miasto świata, czyli „życie na wulkanie”

Zwiedzanie kraju należy zacząć od miasta Meksyk założonego na wyschniętym jeziorze, na wysokości ponad 2200 m.n.p.m. Jest to dolina, którą otaczają wysokie góry i ciągle aktywne wulkany (Popocatepetl - 5452 m. i Iztaccihuatl - 5286 m). Ostatni poważny wybuch w 1985 r. spowodował potężne trzęsienie ziemi, w wyniku którego zginęło ok. 10 tys. mieszkańców stolicy. To zagro-



Mariachi na ulicach Mexico City

żenie wpływa również na architekturę samego miasta, w którym nie ma zbyt wielu wieżowców. Co prawda jest wieża „Torre Latinoamericana” mająca 182 m., ale tylko dzięki stalowej konstrukcji przetrwała trzęsienia ziemi. Miasto słynie z gigantycznego smogu. Liczba samochodów jeżdżących w tej metropolii, która z aglomeracjami

liczy ok. 30 mln mieszkańców, jest trudna do oszacowania, a samych taksówek tzw. „peseros” (VW „Garbus”) jest ok. 100 tysięcy.

„Ciudad de Mexico” (inna nazwa stolicy) ze względu na wyjątkową architekturę i liczne pozostałości starożytnych cywilizacji nazywane jest także „miastem pałaców”. Zwiedzanie samej stolicy zacząć warto od największego na świecie Narodowego Muzeum Antropologicznego. Można w nim zobaczyć ogromną ilość eksponatów



Kobieta tańcząca na ulicach Mexico City

z dziedzictwa cywilizacji prekolumbijskich, m.in. słynny „kamień słońca” wykonany ku czci boga słońca Tonatiuh. Pobyt w muzeum był dla nas znakomitą lekcją historii i świetnym przygotowaniem do późniejszych wizyt w strefach archeologicznych. Jako, że miasto założone zostało na wyschniętym jeziorze, to kolejnym obowiązkowym

punktem programu była przejażdżka „wodną taksówką” w Xochimilco (co oznacza „miejsce ukwieconych pól”). Przed przybyciem Cortesa była to mała wioska połączona z Tenochtitlanem groblą, gdzie uprawiane były „chinampas” (pływające ogrody kwiatowe i warzywne). Dziś pozostała tam sieć azteckich kanałów (długości ok. 80 km), po których pływają płaskodenne łodzie wynajmowane przez turystów i mieszkańców stolicy. Jest to dla nich często ulubiony sposób na spędzanie wolnego czasu. Muszę potwierdzić, że ta „wodna podróż” przy dźwiękach muzyki Mariachi na długo pozostaje w pamięci.

Życie toczy się wokół Zocalo

Zwiedzanie zabytkowego centrum stolicy warto zacząć przy Avenida Juarez, gdzie w sąsiedztwie słynnego parku „Alameda Central” znajduje się piękny „Palacio de Bellas Artes” (Teatr Narodowy). Secesyjna fasada budynku i wnętrze wykonane w stylu art deco robią ogromne wrażenie. Najważniejszym jednak punktem każdego meksykańskiego miasta budowanego na planie szachownicy jest „zocalo” (tu w stolicy nazywa się „Plaza de la Constitution”). Wokół niego zgrupowane są zawsze najważniejsze miejskie budynki. W Mexico-city zocalo jest gigantycznym placem o wymiarach: 240x240 m. W jednym rogu widoczne są ruiny dawnej azteckiej świątyni Templo Mayor (odkopano je w 1978 r.), gdzie niegdyś czczono boga Huitzlopochtli i boga deszczu Tlaloloca. Tuż obok znajduje się Katedra Metropolitalna, która jest największym kościołem w całej Ameryce łacińskiej. Całą wschodnią pierzeję placu zajmuje Pałac Narodowy, którego fasada ma ponad 200 m. długości. To tutaj na zgłiszczach pałacu Montezumy (wodza Azteków) w 1523 r. Hernan Cortes wznosił pałac, który aktualnie jest rezydencją prezydentów Meksyku i mieści w sobie liczne rządowe biura. Przy wejściu do tego imponującego budynku wisi „dzwon Wolności” (Campana de Dolores), którym to właśnie w 1810 r. ksiądz Miguel Hidalgo obwieścił początek walki o niepodległość. W środku znajdują się m.in. muzeum prezydenta Benito Juareza i gmach starego parlamentu. Większość turystów przybywa tutaj, aby podziwiać niezwykle ścienne freski słynnego muralisty Diego Riverę.

Życie i twórczość Diego Riverę

Większość osób słyszała zapewne o tym wybitnym artyście i jego burzliwym małżeństwie z Fridą Kahlo (powstał o niej film „Frida” z Salmą Hayek w roli głównej). Życie Diego Riverę pełne było różnego rodzaju skandali. Przez wiele lat podziwiał Stalina, przyjaźnił się z Lwem Trockim i był zdeklarowanym komunistą. Trzeba przyznać, że był on niezwykle utalentowanym artystą, który pozostawił po sobie wiele niezapomnianych



Katedra Metropolitalna - centralny punkt Zocalo

dzieł. Na ścianach pałacu na powierzchni 450 m² widnieje niezwykle malowidło „Mexico a Traves de Los Siglos” („Meksyk na przestrzeni stuleci”). Przedstawia historię Meksyku – od czasów staroindiańskich aż do czasów współczesnych - widzianą oczyma Riverę, którego poglądy polityczno-społeczne znajdują odzwierciedlenie m.in. w obrazie „La Lucha de Clases” (walka klasowa). Dzieła Diego Riverę podziwiać można również w jego muzeum znajdującym się niedaleko Parku Alameda. Znajduje się tam słynny fresk „Sen w niedzielne popołudnie w Parku Alameda”. To ogromne malowidło waży ok. 35 ton. Na fresku uwiecznione zostały najważniejsze historyczne postaci Meksyku, obok których artysta umieścił siebie (jako młodego chłopca) i Fridę Kahlo. Po odsłonięciu dzieła doszło do dużego skandalu, ponieważ widniał na nim napis „Dios no existe” („Bóg nie istnieje”). W późniejszym okresie, Rivera ku zaskoczeniu wszystkich, własnoręcznie go zamalował, zaś dwa dni później zwołał konferencję prasową i oznajmił: „jestem katolikiem”. Następnie na łamach prasy wydał oświadczenie: „wyznam Dziewicę z Guadalupe. Była sztandarem Zapaty, jest symbolem mojego kraju...”. Można zadać sobie pytanie co skłoniło zacie-

kłego wroga Kościoła do nagłego zwrotu i tak zaskakującego oświadczenia? Proponuję w tym miejscu cofnąć się w czasie o kilkaset lat do pewnego wydarzenia, które miało miejsce na wzgórzu Tepeyac i wpłynęło na całą historię Meksyku.

Tajemnica Guadalupe

Historia wydarzyła się w dniu 12.12.1531 r., kiedy to Indianin Juan Diego miał objawienie Matki Bożej, która kilka razy poprosiła go, aby na wzgórzu Tepeyac wybudowano kaplicę. Na jej prośbę zerwał na wzgórzu kastylijskie róże, które wówczas w Meksyku nie były jeszcze spotykane, zawiązał w swój indiański płaszcz (tilma wykonana z włókien kaktusa agawy) i zaniósł je do biskupa Zumarragi, aby „zrelacjonować” całą niezwykłą sytuację. W momencie, w którym wysypywał przed biskupem róże, na jego płaszczu odkształcił się wizerunek młodej kobiety o śnieżnej karnacji, ubranej w piękny płaszcz. Podczas objawienia Kobieta ta, sama siebie nazywała „Coatlaxoipeuh”, co w języku nahuatl oznacza: „pogromczyni węży”. Jednak w związku z tym, że brzmiało to dość podobnie do hiszpańskiego „Guadalupe” (maryjne sanktuarium), do dziś pielgrzymi czczą ją jako Matkę Bożą z Guadalu-

pe. Obecnie Morenita z Tepeyac jest symbolem Meksyku i patronką obu Ameryk. Jej portrety widoczne są dosłownie wszędzie. Sam „oryginalny” wizerunek wyryty jest na bardzo nietrwałej tilmie, która wówczas używana była jako płaszcz (było to poncho Juana Diego), kołdra czy hamak dla dzieci. Naukowcy potwierdzili, że takie płótno z włókien kaktusa „Agave popotule”, maksymalnie po 20 latach musi zbutwieć i rozsypać się. Tymczasem ta tilma trwa w idealnym stanie po dziś dzień i wbrew wszelkim prawom natury wciąż nie ulega procesowi rozkładu. Szokuje to również licznych sceptyków, gdyż jest to jeden z najbardziej nietrwałych materiałów.

Badania naukowe tajemniczego Wizerunku

W XX w. przeprowadzono nad tym wizerunkiem szereg badań naukowych. Rozpoczął je laureat Nagrody Nobla w dziedzinie chemii prof. Richard Kuhn, który stwierdził, że nie ma na nim farb organicznych, ani mineralnych, zaś barwniki użyte na tym obrazie nie są nawet znane nauce. Jego kilkakrotne badania mikroskopowe potwierdziły również, że nie ma na nim żadnych śladów pędzla. W późniejszych latach liczni eksperci



Fragment muralu Diego Riverę



Obraz Matki Bożej z Guadalupe

stwierdzili, że na obrazie nie ma ani żadnych farb, żadnych śladów gruntuowania, werniksu czy szkieł i że „nie mógł on zostać namalowany ludzką ręką” oraz co ciekawe, że ma wszelkie cechy fotografii. Wielokrotne badania optyków przy pomocy oftalmoskopu (wziernika do badania wnętrza oka) dowiodły, że w oczach Matki Bożej (żrenica 7 mm) widocznych jest kilka postaci, które są różnej wielkości (jest to tak jakby refleks obrazu). Dr. Lavoginet stwierdził, że „rodzaj zniekształcenia i miejsce tego optycznego obrazu są identyczne z tym, jakie wytwarza normalne oko (...)” Taki refleks jest niemożliwy do osiągnięcia na płaskiej powierzchni (...) Za pomocą oftalmoskopu zbadałem oczy na różnych obrazach, tak olejnych, jak i malowanych farbami wodnymi, a także ich fotograficznych kopii. Na żadnym z nich, u nikogo z tych rozmaitych postaci nie znalazłem nawet najmniejszego refleksu, podczas gdy oczy Matki Bożej z Guadalupe sprawiają wrażenie żywych”. Późniejsze badania przy zastosowaniu sprzętu cyfrowego, którym posługuje się NASA umożliwiły 2500-krotne powiększenie obrazu, a wnioski były takie, że nie znaleziono na nim żadnych śladów farb, a jego kolory są żywe, świeże i błyszczące. Potwierdzone zostało

również odbicie kilku postaci w oczach Matki Bożej (utrwalona jest scena gdy Juan Diego wypuścił róże przed biskupem i jego świtą), a obraz w obu żrenicach widoczny był pod różnym kątem, co z kolei dr Tonsmann skomentował następująco: „w oczach Maryi z Guadalupe utrwalone zostały dwie „fotografie” wykonane pod dwoma różnymi kątami – dokładnie odpowiadającymi wektorowi, o jaki przesuwają się obraz widziany jedną i tą samą parą oczu. Na tym polega właśnie siła dowodowa tych obrazów. Żaden człowiek nie byłby w stanie czegoś takiego naszkicować. Kto miałby tego dokonać? I po co?”. Data objawienia podawana przez Kościół została niejako potwierdzona przez naukowców z NASA, którzy stwierdzili, że układ gwiazd widoczny na płaszczu Panny z Tepeyac jest identyczny z tym, jaki miał miejsce w tamtej okolicy, w dniu 12.12.1531 r., o godz. 10.40. Układ ten przedstawiony jest heliocentrycznie, czyli tak jakby obserwator znajdował się na Słońcu. Jest jeszcze wiele niewytłumaczalnych naukowo kwestii, które wiążą się z tym Wizerunkiem. W ramach podsumowania tej wyjątkowej historii pragnę dodać, że do sanktuarium rocznie przybywa ok. 20 mln pielgrzymów z różnymi prośbami i podziękowaniami. Czasami są to bardzo niezwykle podziękowania, czego przykładem może być niedawna wizyta Hiszpańskiej Federacji Piłki Nożnej, która zdecydowała się ofiarować Matce Bożej najcenniejsze piłkarskie trofeum - Puchar Mistrza Świata, który reprezentacja Hiszpanii zdobyła w 2010 r. na mundialu w RPA. Było to wotum wdzięczności i spełnienie



Pielgrzymi zmierzający do Bazyliki MB z Guadalupe w Mexico City

obietnicy, jaką złożył prezes federacji Angel Maria Villar. Villar podczas tej uroczystości powiedział: „za każdym razem kiedy podróżuję do Meksyku, nie mogę nie przyjść do bazyliki. Kiedy byłem tu ostatnio podpisać umowę dotyczącą meczu w Meksyku, poprosiłem tylko o jedno – żebyśmy zostali mistrzami świata!”



Ruiny Majów w Palenque: „El Palacio”

Okolice Mexico-city

Pierwszym wyborem większości turystów przebywających w stolicy jest wizyta w ogromnej strefie archeologicznej Teotihuacan (co znaczy: „miejsce, w którym urodzili się bogowie”), którą nazywano również „Rzymem Ameryk”. Dla nas na miejscu największym wyzwaniem okazało się wejście na gigantyczną „Piramidę Słońca” (trzecia co do wielkości na świecie), na którą prowadziło 248 bardzo wysokich schodów. Będąc na szczycie (65 m.) zobaczyliśmy wszystkie ważniejsze budowle zgrupowane wzdłuż centralnej alei („Droga Umarłych”). Ponadto dane nam było podziwiać również sąsiednią „Piramidę Księżycy”. U schyłku tej potężnej cywilizacji ok. 500 r. n.e. to miasto liczyło więcej mieszkańców niż ówczesny Rzym.

Następnie, jadąc w kierunku południowym, odwiedziliśmy Taxco - „miasto srebra”. Miasto położone jest u stóp malowniczego górskiego zbocza, a zostało założone przez poszukiwaczy cyny i srebra w XVI w. Jednak na znaczeniu zyskało dopiero, gdy w połowie XVIII w. baskijski emigrant Jose de La Borda (po 30 latach nieudanych prób) odnalazł nowe potężne złoża srebra i założył kopalnię San Ignacio. Właściciel kopalni stał się fundatorem pięknego kościoła Santa Prisca, który jest arcydziełem churriguerizmu. Borda będąc pospolitym górnikiem został również mecenasem sztuki na skalę Meksyku. Umarł skromnie, a przez całe życie rozdawał pieniądze ubogim Indianom, budując szpitale, przytulki, kościoły, zawsze wierny głośzonej zasadzie: „Dios da a Borda, Borda da a Dios” (Bóg daje Bordzie, Borda daje Bogu).

Opuszczając Taxco udaliśmy się nad Ocean Spokojny do „perły Pacyfiku” – Acapulco. Ten legendarny „kurort milionerów” rozstawiony został dzięki amerykańskim gwiazdom show-businessu (m.in. Elizabeth Taylor, John Wayne, Frank Sinatra), które często spędzały tutaj swój wolny czas. To w tym miejscu nakręcono też film „Fun in Acapulco”, gdzie główną rolę odgrywał sam Elvis Presley. Prawdziwe emocje przeżyliśmy wieczorem na skalistym cyplu „La Quebrada”. Odbывał się tam bowiem wyjątkowy pokaz „Clavistas” stojąc na platformie skalnej ok. 40 metrów nad powierzchnią wody skakali „na główkę” w wąską rozpadlinę, na której dnie szalały fale oceanu. To mroźące krew w żyłach widowisko ma miejsce trzy raz dziennie i zawsze gromadzi tłumy ciekawskich.

Kolejnym celem naszej podróży była znajdująca się na wschód od stolicy Puebla, nazywana „Miastem Aniołów” czy „Watykanem Meksyku”. Puebla była ulubionym meksykańskim miastem Jana Pawła II. Majestatyczna katedra zrobiła na nas ogromne wrażenie. Prawdziwym klejnotem meksykańskiego baroku jest jednak przepiękna Kaplica Różańcowa znajdująca się w Kościele św. Dominika (nazwana w XIX w. przez niemieckiego podróżnika Fryderyka Humboldta „Ósmym Cudem Świata”). Pueblę uważa się za kolebkę kuchni meksykańskiej i tutaj właśnie powstała słynna potrawa „mole poblano” (udko kurczaka w czekoladowym sosie). Na ulicach wszędzie widać było kolorową ceramikę zwaną „Talavera”. Przybiera ona różne formy, które widoczne są jako azulejos (kafle), talerze, wazy, fontanny

– wszystkie razem tworzą niezapomniany klimat tego pięknego miasta.

W stronę Chiapas

Żegnając Pueblę udaliśmy się do portu Veracruz, który słynie z tego, że jest „karnawałowym miastem bliźniaczym” dla Rio de Janeiro i Nowego Orleanu. To tutaj powstał słynny przebój „La Bamba”. Jadąc dalej na południe odwiedziliśmy przepiękne kolonialne miasteczko Tlacotalpan, o którym meksykańska pisarka polskiego pochodzenia Elena Poniatowska powiedziała: „kiedy chcesz się uśmiechnąć, pomyśl o Tlacotalpanie”. Duże wrażenie zrobiła na nas również wizyta nad 50-metrowym wodospadem Salto de Eyipantla, gdzie kręcono sceny do wspomnianego filmu „Apocalypso”. Wieczorem czekał nas niezwykle rejs po jeziorze Catemaco (na tzw. „Ziemii Czarowników”), podczas którego naszym punktem docelowym była wizyta na wyspie Tanxpillo, zamieszkaną przez kolonię małp. Makaki. Następnego dnia zaś pływając łodzią motorową po gigantycznym Kanionie Sumidero, którego ściany przekraczają 1000 metrów wysokości, mieliśmy okazję podziwiać niezwykle



Indianki w Zinacantan

bogactwo miejscowej fauny i flory (małpy, krokodyle, iguany itd.). Chiapas jest najbiedniejszym stanem całego Meksyku, a słynie z tradycyjnych indiańskich wiosek i zamieszkujących je tubylczych społeczności. Prawdziwym sercem tego indiańskiego stanu jest położone na wys. 2300 m.n.p.m. San Cristobal de las Casas. Nazwa tego uroczego kosmopolitycznego miasteczka wzięła się od słynnego dominikanina, nazywanego „apostolem Indian” – Bartolomeo de las Casas. Dziś miasteczko jest niemal „etnograficznym skansenem”, na ulicach którego pełno jest Indianek okrytych wzorzystymi chustami i odzianych w wełniane spódnice. Miasto ma długą i burzliwą historię, która niedawno nabrała nowych niespokojnych barw. W 1994 r. wybuchło tutaj powstanie Zapatystów, po któ-

rym doszło do interwencji wojsk federalnych. Będąc na miejscu konieczne należy odwiedzić pobliskie indiańskie wioski San Juan Chamula i Zinacantan, gdzie życie toczy się zupełnie innym rytmem, a miejscowi nadal kultywują zwyczaje swoich przodków. Opuszczając Chiapas dane nam było zobaczyć jeszcze piękne wodospady Agua Azul („Błękitna Woda”). W tym miejscu woda o turkusowej barwie płynie szerokimi kaskadami, a w kilku naturalnie utworzonych basenach można skorzystać z kąpeli.

Półwysep Jukatan – „na tropie Majów”

Jukatan był najbardziej niezwykłą częścią naszej wyprawy, a eksploracja słynnych majańskich stref archeologicznych sprawiła, że przez te kilka dni czuliśmy się niczym John Stevens (amerykański podróżnik) czy Frederick Caterwood (brytyjski artysta). To właśnie ci wielcy badacze w połowie XIX w. odkryli m.in. ruiny sławnych państw-miast: Palenque, Uxmal czy Chichen Itza.

Jednak to wizyta w Palenque wywarła na nas największe wrażenie. Sam kompleks archeologiczny zlokalizowany jest na skraju gęstej dżungli, a odgłosy



Tortilla na kamieniu

małp i tukanów dodatkowo potęgowały wrażenie przebywania w niesamowitym, historycznym miejscu. Zwiedzanie zaczęliśmy od ogromnego „El Palacio”, z którego rozciągał się piękny widok na imponującą „Templo de las Incripciones” („Świątynię Inskrypcji”), w której w XX w. odnaleziono grobowiec legendarnego władcy Palenque Pakala Wielkiego (603-683 r.n.e.). Palenque było jednym z najważniejszych ośrodków Majów, a jego szczyt świetności przypadł na VII-VIII w. n.e. Kolejnym ważnym punktem archeologicznym są ruiny w Uxmal, które reprezentują klasyczny styl budownictwa Majów nazywany również stylem „Puuc”. W kompleksie budynków zdecydowanie wyróżniają się Wielka Piramida i Piramida Wieszczka. Największy rozkwit architektoniczny tego miasta przypadał na ok. IX-X w. n.e.



Wodospady Agua Azul

Na koniec naszej podróży czekała nas najważniejsza wizyta w świętym miejscu Majów - Chichen Itza. Jest to zdecydowanie najbardziej znane miasto Majów, a znajdująca się tutaj słynna Piramida Kukulcana w 2007 r. ogłoszona została jednym z 7 nowych Cudów Świata. Kukulcan to inaczej Quetzalcoatl, czyli Pierzasty Wąż – najważniejsza postać prekolumbijskich wierzeń. Piramida mierzy 24 metry, ma 4 rzędy po 91 schodów, co gdy doliczy się górną platformę piramidy daje w sumie 365. Warto zauważyć, że liczba ta odpowiada liczbie dni w roku. Dwa razy w roku podczas zrównania dnia z nocą (21 marca i 21 września) zjawiają się tutaj tłumy ludzi, aby zobaczyć niezwykle przedstawić: promienie słoneczne rzucają cień na rogi piramidy, co daje złudzenie, że ze szczytu spłaz wielki wąż. Nie jest to jednak jedyna atrakcja, gdyż w Chichen Itza znajduje się jeszcze wiele innych niezwykłych obiektów. Wystarczy wspomnieć tylko chociażby imponującą „Świątynię Wojowników” czy też ogromne boisko do gry w pelotę, która dla przegranych drużyn kończyła się zazwyczaj tragicznie...

Będąc na Jukatanie nie można nie odwiedzić Meridy, nazywanej „Paryżem Nowego Świata”. Zaprojektowano ją tak, aby przypominała Pola Elizejskie. Miasto wzbogaciło się na eksporcie Sizu, z których wyrabia się m.in. hamaki.

Ostatnim punktem naszego programu było leżące nad Morzem Karaibskim Cancun, które jest stosunkowo młodym kurortem - powstało w latach 70-tych XX w.. Turystom oferuje piękne piaszczyste plaże i kąpiele w turkusowo-błękitnym Morzu Karaibskim. Dla bardziej aktywnych turystów przewidziane są dodatkowe atrakcje

w postaci rejsów na wyspy Cozumel czy Isla Mujeres. Jednak prawdziwym hitem jest wyprawa wzdłuż przepięknej Riwiery Majów. Jadąc wzdłuż wspaniałego wybrzeża można napawać się widokami wielu ruin miast Majów, a prawdziwym ukoronowaniem podróży jest wizyta w Tulum. Widok majestatycznego „Castillo” stojącego na skalnym urwisku nad Morzem Karaibskim jest zdecydowanie najlepszym zakończeniem wizyty w Meksyku. Ja również muszę już kończyć... ale wierzę, że po przeczytaniu tego artykułu większość czytelników zgodzi się ze mną, że „Como Mexico no hay dos” - co można przełożyć na: “Meksyk jest wyjątkowy”!

Bibliografia:
Jan Gać – „Meksyk” (seria „Poznaj świat”),Guadalupe. Cud” - Polskie Wydawnictwo Encyklopedyczne



Autor artykułu wraz z małżonką na tle Piramidy Kukulcana w Chichen Itza

10% PREMII

DLA MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM NA LEASING WÓZKÓW WIDŁOWYCH LINDE

— NOWOŚĆ —

Dzięki udziałowi w Programie Finansowania Rozwoju Energii Zrównoważonej w Polsce - PolSEFF możemy zaproponować Państwu finansowanie wózków widłowych LINDE z 10 procentową premią. W celu uzyskania szczegółowej oferty prosimy o kontakt z Doradcą ds. finansowania SG Equipment Leasing Polska Anną Grabowską +48 608 537 700. Wszelkie informacje na temat finansowania z premią, a także pełna lista pozostałych maszyn i urządzeń finansowanych w ramach Programu PolSEFF dostępne są na stronie:

www.sgef.pl/program-polseff.html



DOSTĘPNE NOWE WARIANTY URZĄDZENIA BlueSpot™

Jeżeli chodzi o bezpieczeństwo to kilka firm jest przygotowanych aby iść na skróty w zakresie kosztów czy nakładów. Mimo to posiadanie najbardziej skomplikowanego rozwiązania o najszerszym zakresie działania nie zawsze jest konieczne. Przykładem bardziej wyważonego rozwiązania jest BlueSpot™, urządzenie wizualnego ostrzegania od Linde Material Handling. Urządzenie BlueSpot™ dostarcza zwiększony poziom bezpieczeństwa podczas jazdy w korytarzach, skrzyżowaniach gdzie widoczność jest ograniczona. Od momentu wprowadzenia na rynek w marcu 2011, lampy LED o wysokiej intensywności światła przy zachowaniu niskiej konsumpcji energii stały się poszukiwanym rozwiązaniem w istniejących już wózkach. Teraz dostępne są dwie nowe wersje urządzenia dla wózków przeciw-wagowych oraz magazynowych.

Siemens AG jest jednym z klientów który był pod wrażeniem rozwiązania Linde BlueSpot™. Wszystkie z 40 przemysłowych wózków używanych w centrum logistycznym zakładu wysokonapięciowego Siemens'a w Berlinie są teraz wyposażone w urządzenie BlueSpot™ aby

zapewnić zwiększony poziom bezpieczeństwa. „Siemens skupia się na bezpieczeństwie swoich pracowników. W odpowiedzi na sugestie naszego specjalisty BHP, Ralfa Thielert, w ciągu ostatniego roku doposażyliśmy wszystkie nasze wózki elektryczne w urządzenie BlueSpot™. Chcieliśmy również aby w tą opcję były wyposażone wózki paletowe które niedawno zamówiliśmy”, wyjaśnia Arif Karamahmut, Head of the Logistics Hub and Fleet Manager of the Power Transmission Division w Siemens AG. „W naszym centrum logistycznym, używamy tylko elektrycznych wózków, które są znacznie cichsze lecz ciężkie do usłyszenia. W dodatku mamy bardzo duży obrót na magazynie. Przy posiadaniu 40 wózków, operatorzy mogą w łatwy sposób znaleźć się na drodze innego wózka”, wyjaśnia Karamahmut. Urządzenie BlueSpot™ istotnie zapobiega ryzyku kolizji. Według Karamahmut: „Nasi operatorzy są bardzo szczęśliwi z powodu urządzenia ostrzegawczego i cieszymy się z powodu znaczącej poprawy bezpieczeństwa.”

Linde BlueSpot™ jest ekstremalnie prosty w obsłudze: Przymocowany na górze ramy dachu ochronnego, wyświetla niebieskie kółko na podłodze kilka metrów przed wózkiem w kierunku jazdy lub cofania, tym samym ostrzegając pieszych, operatorów wózków lub operatorów innych urządzeń w miejscu pracy. Technologia LED

nie jest podatna na wstrząsy i wibracje, pozwala na długą żywotność. Ponadto całe urządzenie ostrzegawcze posiada klasę ochrony IP67, co oznacza, że jest odporne na kurz i wodę.

Najnowszym dodatkiem do zakresu rozwiązań modernizacyjnych Linde jest już dostępny „Spot” z czerwonymi diodami LED. Wprowadzenie tego urządzenia ostrzegawczego oznacza, że najbardziej efektywny sygnał ostrzegawczy może być teraz produkowany w zależności od koloru podłogi. Wariant „BlueSpot™ directional” również jest nowością: Diody LED wyświetlają niebieską strzałkę na podłodze, w ten sposób sygnalizując kierunek poruszania się zbliżającego się wózka. Obok wózków przeciw-wagowych, jest już dostępna możliwość wyposażenia w wizualny sygnał ostrzegawczy wózków do wąskich korytarzy VNA oraz wózków wysokiego składowania. Linde BlueSpot™ jest zastrzeżonym znakiem towarowym.

Dla Massimiliano Sammartano, Vice President Customer Services w Linde MH, BlueSpot™ od Linde stał się prawdziwym sukcesem: „Dane dotyczące sprzedaży BlueSpot™ znacznie przewyższyły wszystkie inne nasze rozwiązania modernizacyjne.” Większość sukcesu BlueSpot™ pochodzi od operatorów: Akustyczne urządzenia ostrzegawcze w przemysłowych wózkach są często wyłączane w wyniku uzyskania przez BlueSpot™ dużej akceptacji pracowników.

MAGIA JABŁKA

Europejskie Centrum Owocowe Sp. z o.o.

Jabłko odmiany Cortland



Znanych jest ponad 10 tys. odmian jabłek. Charakteryzują się one różną wielkością, kolorem, kształtem, a także różnym smakiem, aromatem oraz zastosowaniem w kuchni. Wyróżniamy jabłko deserowe (słodkie, soczyste i twarde), kwaśne (np. antonówka) oraz stołowe mające pośrednie właściwości i cieszące się największym zastosowaniem w kuchni.

Według Anglików wystarczy jedno jabłko dziennie, by pozostać zdrowym. Dietetycy zalecają spożycie przynajmniej dwóch jabłek – rano dla urody oraz wieczorem dla zdrowia. W jabłkach najcenniejsze są zawarte w skórce i gniazdach nasiennej pektyny, które oczyszczają organizm z wszelkich trujących substancji, z resztek pokarmów oraz regulują florę bakteryjną jelit. Pektyny mają pozytywny wpływ na zdrowie, gdyż zmniejszają wchłanianie cholesterolu, przez co skutecznie chronią przed miażdżycą i zawałem.

Jabłka zawierają mnóstwo witamin. Są przede wszystkim źródłem witaminy C, która działa korzystnie na układ odpornościowy. Poza tym są bogate w potas oraz żelazo, zapobiegające anemii. Jabłka spożywane na surowo wzmacniają więc serce, mięśnie, układ nerwowy oraz poprawiają pracę wątroby.

Poza właściwościami zdrowotnymi, jabłka mają także ogromny wpływ na urodę oraz wspomagają odchudzanie. Ułatwiają przyswajanie wapnia przez organizm, wzmacniają włosy, zęby i paznokcie. Jedzenie jabłek działa również pozytywnie na skórę, przeciwdziałając jej wiotczeniu i zapewniając młody wygląd.

Jabłka są także wykorzystywane w kuracjach odchudzających. Są sytące, a jednocześnie niskokaloryczne. Należy jednak pamiętać, by jeść je z umiarem, gdyż zawierają dużo cukru.

Sady Królowej Bony

To królowa Bona i jej zamiłowanie do ogrodnictwa oraz sadownictwa dało początek powstaniu „największego sadu Europy”. W 1545 roku otrzymała ona bowiem spore połacie ziemi na terenie powiatu grójeckiego. Dbała o nie, a co więcej ustanawiała liczne przywileje dla posiadaczy ogrodów. Kolejnym krokiem w rozwoju sadownictwa było umocowanie prawne poprzez wydany przez syna królowej Bony akt królewski z 1578 roku. Zapoczątkowało to rozwój sadów owocowych, w tym przede wszystkim jabłoniowych. Liczne dzieła historyczne zawierają wzmianki o rozwoju dworskich i chłopskich sadów na terenach powiatu grójeckiego. Ponadto nie małą rolę w historii grójeckich jabłek odegrali także duchowni (Niedźwiedzki z Łęczeszyc, Roch Wójcicki z Belska, Edward Kawiński z Konar i Stefan Roguski z Goszczyna). Byli oni swego czasu głównymi propagatorami sadownictwa na Grójecczyźnie. Z początkiem XX wieku rozpoczęto zakładanie sadów handlowych. Ich symbolem został Jan Cieślak z Pogórzyc, który wprowadził wysoką kulturę odnośnie uprawy oraz przechowywania jabłek. To on wybudował w roku 1918 pierwszą przechowalnię owoców w Polsce, dzięki czemu mógł uzyskiwać wysokie ceny za wysoką jakość owoców, których był producentem.

w E.C.O. Grupie siła

Wiele publikacji w prasie branżowej zostało poświęconych polskiej specyfice produkcji rolnej koncentrując się na dużym rozdrobnieniu gruntów i tym samym liczby producentów, stosunkowo niskim poziomie zmechanizowania produkcji i niewystarczającemu wsparciu doradczemu. Na tym tle, wydaje się, że tworzenie grup producenckich jest optymalnym rozwiązaniem strukturalnym, a jednocześnie istotnie wpływa na podwyższanie jakości i efektywności produkcji rolnej w naszym kraju. Producenci zrzeszeni w grupie zachowują pełną suwerenność, a jednocześnie zyskują prawo do decydowania



Sad z drzewkami odmiany Idared

o kierunkach rozwoju grupy, otrzymują konkretne wsparcie doradcze oraz możliwości unowocześnienia środków produkcji. Grupa producencka staje się silnym partnerem w codziennej grze rynkowej dając możliwość zbytu wyprodukowanych owoców i warzyw, zarówno w Polsce jak i zagranicą. To z kolei przekłada się bezpośrednio na podwyższanie dochodów członków grupy i pozytywnie wpływa na dynamiczny rozwój poszczególnych regionów naszego kraju. W warunkach globalnej gospodarki światowej i silnie konkurencyjnego rynku UE nie ma alternatywy dla budowania silnych, nowoczesnych i dobrze zarządzanych grup producenckich, które są w stanie stawić czoła wyzwaniom XXI wieku.



POCZĄTKI Europejskiego Centrum Owocowego Sp. z o.o.

Obserwując zachodzące procesy konsolidacji produkcji rolnej i wykorzystując wieloletnie doświadczenie w handlu owocami i warzywami, zdecydowaliśmy się założyć grupę producencką - Europejskie Centrum Owocowe Sp. z o.o. Od początku działalności handlowej kierowaliśmy się nadrzędną zasadą wspierania lokalnych producentów poprzez oferowanie korzystnych cen, wsparcie logistyczne i wymianę know-how. W rezultacie zbudowaliśmy stabilny i długoterminowy fundament współpracy z naszymi dostawcami. Wykorzystaliśmy ten cenny kapitał do stworzenia w 2010 roku grupy producenckiej umiejscowionej w Ręboli (pow. Grójec, woj. Mazowieckie). Dysponujemy 1,700 ha gruntów rolnych oraz wielkością produkcji na poziomie 50.000 ton, co stawia nas w czołówce działających grup producenckich w Polsce. Biznes to ludzie i zbiór relacji między nimi – dla nas to najcenniejsza inwestycja.

Wsparcie funduszy unijnych

Kluczową rolę w budowaniu potencjału polskich grup producenckich odgrywał i wciąż odgrywa Program Rozwoju Obszarów Wiejskich na lata 2007 – 2013, którego E.C.O. Grupa jest również beneficjentem. Głównym celem programu jest podniesienie dochodów rolników,



poprawę jakości i zmniejszenie kosztów produkcji. W przypadku członków E.C.O. Grupy przekłada się to bezpośrednio na zakup do końca 2015 roku maszyn i urządzeń niezbędnych w prowadzeniu nowoczesnego gospodarstwa sadowniczego. W ramach tego projektu otrzy-

mamy 48 wózków widłowych, 56 platform sadowniczych, 1107 wózków sadowniczych, 8 ładowarek teleskopowych oraz 47000 plastikowych skrzyń do zbioru świeżego jabłka. Wspomniana inwestycja ma bezpośredni wpływ na zwiększanie wydajności w codziennej produkcji naszych członków.



Otrzymane wsparcie z funduszy unijnych miało również strategiczne znaczenie w budowaniu potencjału E.C.O. Grupy i jej konkurencyjności na rynku polskim i zagranicznym. W 2012 roku ukończyliśmy inwestycje związane z budową centrum logistycznego o powierzchni 11.000 m²,

zakupem supernowoczesnych i wydajnych linii technologicznych do sortowania owoców, obierania i kostkowania oraz automatycznego pakowania. Obecnie jesteśmy w stanie przygotować produkt najwyższej jakości, zgodny ze standardami wymagających klientów z Europy Zachodniej i Bliskiego Wschodu. Najnowsza inwestycja



zakłada wybudowanie do końca 2013 roku bazy chłodniczej w technologii ULO na 10.500 ton owoców. Inwestycja ma dla nas strategiczne znaczenie, gdyż w znacznym stopniu zabezpieczy naszych klientów przed zmieniającą się koniunkturą cen na owoce i warzywa w ciągu roku.

11 rynków zagranicznych

Nasza grupa jest jednym z największych producentów oraz dystrybutorów owoców i warzyw w Polsce. Współpracujemy z największymi sieciami handlowymi oraz indywidualnymi odbiorcami na 11 rynkach zagranicznych. W tym roku zamierzamy zintensyfikować działania zmierzające do rozpoczęcia współpracy z polskimi



partnerami. Dzięki doskonałemu położeniu w sercu największego europejskiego zagłębia sadowniczego, wysokiej klasy zaplecza technicznego oraz długoletniemu doświadczeniu handlowemu spełniamy najwyższe standardy jakościowe potwierdzone otrzymanymi certyfikatami IPO oraz Global G.A.P. W najbliższym czasie planujemy wprowadzenie certyfikatów

IFS oraz BRC. Inwestycje w obszarze jakości traktujemy priorytetowo, gdyż wiemy jak duże ma to znaczenie w sytuacji budowania relacji biznesowych z partnerami zagranicznymi. Poza tym właściwe zarządzanie jakością przekłada się bezpośrednio na zyskowność prowadzonej działalności, dzięki czemu możemy w większym stopniu wspierać członków grupy oraz poszerzać możliwości produkcyjne E.C.O. Grupy.

W ostatnim czasie czerpiemy dużą satysfakcję z faktu, że naszą firmę odwiedzają liczne delegacje z krajów UE i przy okazji tychże spotkań jesteśmy komplementowani za dynamiczny rozwój i wdrożone wysokie standardy jakościowe. Jesteśmy traktowani jak poważny partner, z którym warto nawiązać długoterminową współpracę.

Jabłko ma różne „oblicza”. W Europie od zawsze było symbolem życia, zdrowia, miłości, płodności, urodzaju, dostatku, długowieczności i nieśmiertelności. Miało swoje znaczenie w mitologii greckiej, rzymskiej, celtyckiej czy nordyckiej. W tradycji chrześcijańskiej było symbolem pokusy i pożądania. Jabłko jest także atrybutem władzy królewskiej, obok berła i korony. Co więcej, według popularnej legendy, pomogło Isaacowi Newtonowi odkryć prawo grawitacji. Najważniejsze jednak jest to, jak pozytywnie spożywanie jabłek wpływa na zdrowie człowieka. E.C.O. Grupa dbając więc o jakość swoich produktów, dba jednocześnie o zdrowie wszystkich konsumentów.

Najnowocześniejszy system do parametryzacji i segregacji jabłek





HISTORIA WSPÓŁPRACY pomiędzy Linde MH Polska a Europejskim Centrum Owocowym Sp. z o. o.



Nasza współpraca rozpoczęła się na początku roku 2012, kiedy firma Europejskie Centrum Owocowe zaczęła proces innowacji oraz realizacji bardzo dużej inwestycji dotyczącej stworzenia nowo planowanego obiektu.

Na początku roku 2012 wnikliwej analizie zostały poddane typoszeregi oraz rozwiązania kilku marek dostawców wózków widłowych. Naszemu przyszłemu wówczas partnerowi zależało przede wszystkim na jak najlepszej optymalizacji czasu operacji oraz zminimalizowaniu kosztów serwisowych wózków, które w codziennym procesie załadunkowo-rozładunkowym miały rozładowywać po kilkadziesiąt naczep. W związku z dużymi wymaganiami Klient miał pewne obawy co do maszyn, które musiał wybrać.

Większość firm konkurencyjnych proponowało rozwiązania w postaci wózków czołowych z przeciwwagą. Po analizach kosztów zakupu oraz kosztów przeglądów maszyn, zaprezentowaliśmy

Klientowi naszą ofertę – nowatorski wózek T20SP serii 131. Ten, zwany potocznie rydwanem wózek, który był o ¼ tańszy w zakupie od wózka czołowego, jak się później okazało doskonale spełniał nałożone na niego codzienne obowiązki.

Po przeanalizowaniu naszej oferty oraz zalet jakimi charakteryzuje się proponowany T20SP, Klient podjął ostateczną decyzję i złożył pierwsze zamówienie na dwa owe wózki.

W kilka tygodni po dostawie maszyny Linde zebrały mnóstwo pozytywnych opinii. Doceniona została wysoka jakość produktu, niezawodność działania, doskonała widoczność przy jeździe wózkiem zarówno w przód, jak i w tył oraz doskonałe właściwości trakcyjne na nierównościach przy pokonywaniu progu naczepy, która zazwyczaj nie była w idealnej pozycji. Ponadto nasze wózki pozwoliły Klientowi na zwiększenie produktywności i umożliwiły wzrost wydajności pracy operatorów, którzy po 8 godzinach jazdy nie czuli tak dużego

zmęczenia, jak przy konwencjonalnych rozwiązaniach zastosowanych u konkurencji.

Optymalny udźwieg wózka 2000 kg, na środku ciężkości 500 mm ze stałą, bardzo bezpieczną klatką (SP) dla operatora, spełniły wszelkie oczekiwania klienta, zarówno pod względem jakości, jak i bezpieczeństwa w codziennej pracy.

W połowie 2012 roku firma Europejskie Centrum Owocowe Sp. z o.o. ogłosiła bardzo duży konkurs ofert na wózki elektryczne czołowe z przeciwwagą, który był jednym z większych przetargów w rejonie mazowieckim.

Firma Linde MH w konkursie ofert została wyłoniona jako główny dostawca kilkudziesięciu wózków czołowych elektrycznych z przeciwwagą, które charakteryzowały się doskonałymi właściwościami trakcyjnymi, bezpieczeństwem czyli stałą, jednolitą konstrukcją ramy ochronnej operatora oraz stabilizatorami ładunku w postaci siłowników pochylu masztu nad dachem, które dają największą precyzję w podejmowaniu ładunków.

Pod koniec roku 2012 klient zamówił kolejną, nową serię wózków wysokiego składowania. Tym razem były to wózki R16N serii 115-12, które zostały dedykowane do obsługi magazynu wysokiego składowania skrzynio-palet.



Na chwilę obecną współpraca partnerska pomiędzy naszymi firmami układa się wzorowo, co pozwoliło na kolejne inwestycje w zakupy wózków Linde w 2013 roku oraz podpisanie umowy serwisowej na wózki czołowe serii 386.

Co więcej Klient planuje kolejne inwestycje związane z logistyką w firmie Europejskie Centrum Owocowe Sp. z o.o. W związku z tym liczymy, że nasza współpraca będzie się nadal owocnie rozwijać oraz że będziemy mieli szansę być również częścią kolejnych projektów naszego Partnera.

Dziękujemy za zaufanie, a co za tym idzie zyskanie kolejnego Partnera w biznesie. Zespół Linde, jak zawsze, pozostaje do usług!

Opracował: **Mariusz Banachowicz**
Starszy Doradca Techniczno – Handlowy
Linde Material Handling Polska oddział Warszawa

Kiedy forma i funkcja
idealnie się uzupełniają

Linde Material Handling

Linde



Udane partnerstwo na rzecz rozwoju między Linde Material Handling i Inżynierią Porsche istnieje już ponad 30 lat!

Linde Material Handling Polska Sp. z o.o., ul. Płochocińska 59, 03-044 Warszawa
Telefon: +48 22 420 61 00, Faks: +48 22 420 61 01, www.linde-mh.pl

Mazzoni
GROUP



VIVAI MAZZONI

Produkcja owoców i warzyw na pewno wymaga pasji, poświęcenia, wiedzy i odpowiednich środków technicznych. Jeden z naszych Partnerów biznesowych udostępnia swoje ponad trzydziestoletnie doświadczenie w celu osiągnięcia satysfakcji klientów.

Vivai Mazzoni, bo o tej rodzinnej firmie mowa, zajmuje się produkcją sadzonek. W portfolio produktów znajdziemy m.in. truskawki, jabłka, gruszki, kiwi, ziemniaki, marchewkę, brzoskwinie, nektarynki, melony jak i czosnek.

W połowie listopada, w szczycie sezonu, odwiedziliśmy naszego Partnera aby na własne oczy zobaczyć jak wygląda praca na „najwyższych obrotach” oraz jak sprawują się maszyny Linde w takiej sytuacji.

W rozmowie z klientem dowiedzieliśmy się, że najważniejszymi elementami, które wpływają na efekt końcowy produktu są przede wszystkim zaawansowane metody produkcji, poszanowanie środowiska naturalnego i ekologicznych metod produkcji jak również skupienie się na produktywności a przez to na obniżeniu kosztów uprawy. Niezwykle istotnym jest także stałe poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań.

Vivai Mazzoni posiada 4 zakłady produkcyjne w Europie w tym odwiedzony przez nas zakład produkcji roślin świeżych na terenie Polski. Mazzoni stale inwestuje w powiększenie portfolio

obiektów i urządzeń produkcyjnych aby zapewnić jak najlepsze traktowanie owoców. Spośród nich, 80% składa się z chłodni najwyższej techniki (kontrola atmosfery, systemy absorpcji etylenu do kontrolowania dojrzewania owoców, technologia ILO aby zapewnić długoterminową ochronę bez stosowania obróbki chemicznej).

Grupa Mazzoni w celu osiągnięcia pełnej satysfakcji klienta i ciągłego doskonalenia całej organizacji wdrożyło certyfikat systemu jakości zgodnie z UNI EN ISO 9001:08; BRC Global Standard

Produkty Mazzoni są monitorowane i kontrolowane od samego początku, tak aby zapewnić bezpieczne i zdrowe w 100% produkty swoim konsumentom.

Nieprzerwanie od roku 2005 Vivai Mazzoni korzysta z usługi wynajmu z pełnym zakresem serwisowym wózków widłowych marki Linde. Z rozmowy z Dyrektorem Zarządzającym firmy dowiedzieliśmy się, że bezpieczeństwo i wydajność wynajmowanych wózków widłowych były, są i będą sprawą kluczową dla tak nowoczesnej i na-



International Food Standard (IFS). Podobna procedura została przeprowadzona dla produkcji rolnej, która została dopuszczona przez Global Gap, zapewniając niezmiennie wysoką jakość produktów.

stawionej na sukces organizacji jak Vivai Mazzoni. Niezmiennie cieszy nas taka postawa i dołożymy wszelkich starań aby nasza współpraca nadal układała się z korzyścią dla obu stron. Grazie mille!



Spojrzenie Linde na usługę wynajmu

Komentuje Dyrektor Działu Wynajmu
– Tadeusz Ostrowski

Osoba, która zamawia usługę wynajmu na ogół ma do rozwiązania „na szybko” krytyczny z punktu widzenia zarządzania problem. Tego typu nagłych sytuacji może być mnóstwo, a co więcej mogą się zdarzyć każdemu i to w najmniej oczekiwanym momencie. Może to być czekająca na rozładowanie paleta z towarem, może to być nagła sytuacja, w której zepsuł się kluczowy w firmie wózek bądź też przypadek, gdy potrzebne jest dodatkowe wsparcie z powodu sezonowego wzrostu sprzedaży. W każdej z tych sytuacji z pomocą może przyjść usługa wynajmu krótkoterminowego. Dzwoń do Linde lub umieszczając zapytanie

na naszym portalu www.wynajmijwozek.pl, klient oczekuje szybkiego, skutecznego i konkretnego rozwiązania oraz błyskawicznej reakcji na postawiony problem. W takich sytuacjach na ogół wózek potrzebny jest „na przysłowiowe wczoraj”, a do tego powinien być precyzyjnie dobrany do potrzeb klienta i jego aplikacji.

Aby w sprawny sposób rozwiązać zaistniały problem, warto skorzystać z oferty wynajmu Linde. Powodów, dla których korzystnie jest wybrać właśnie wózki marki Linde jest wiele. Po pierwsze żaden inny wózek nie jest tak skuteczny i nie ma tak sprawnej hydrauliki. Po drugie Linde to najmniejszy gabarytowo wózek w danym segmencie ładowności, który jednocześnie jest niesłychanie produktywny. Dla potwierdzenia

warto tu przytoczyć przykład z historii współpracy z jednym z naszych klientów. Początkowo chciał on wynajmować wózki Linde, ale co istotne tylko w wersji jednopedałowej. Jak się potem okazało, to stare przyzwyczajenia operatorów narzucały chęć korzystania tylko ze wspomnianej wersji. Po wielu rozmowach klient dał się jednak przekonać do spróbowania zastosowania klasycznego rozwiązania Linde, a mianowicie dwupedałowej wersji wózka, bez konieczności używania przełącznika kierunku jazdy i hamulca. Po upływie roku, na kolejny sezon, w ramach wynajmu krótkoterminowego dostarczyliśmy do klienta kilka wózków dwupedałowych i jeden jednopedałowy. Dwupedałowe wózki nie musiały długo przekonywać do siebie i udowadniać swojej przewagi. Już po dwóch dniach otrzymaliśmy prośbę o wymianę wózka jednopedałowego na „klasyczny Linde”, gdyż z owym wózkiem jednopedałowym jak się okazało klient tracił aż 30 sekund na operacji załadunku jednej palety.

Opisany przypadek wyraźnie pokazuje, dlaczego warto wybrać właśnie wózki Linde. Zwraca uwagę na szybkość działania, reakcji wózka na zadanie, a wreszcie na jego produktywność. Dodatkowym atutem, o którym warto pamiętać, jest również aspekt ekonomiczny – taki wózek zużywa po prostu mniej paliwa. Doświadczeni klienci widzą tę przewagę Linde nad konkurencją i podejmują właściwe decyzje – nawet w przypadku wózków wynajmowanych tylko na kilka dni lub tygodni.

Klient zamawiający flotę wózków chce mieć do dyspozycji pewne i sprawdzone rozwiązanie. Maszyna, która przyjeżdża musi więc być absolutnie sprawna i gotowa do pracy. Małe firmy oferujące wózki nie zapewnią właściwej jakości usług, ani też gwarancji wymiany sprzętu, gdy ten zawiedzie. Linde w ramach usługi STR (Short Term Rental – Wynajem Krótkoterminowy) gwarantuje reakcję serwisu już następnego dnia od zgłoszenia (mamy ponad 160 serwisantów w całej Polsce) oraz wymianę sprzętu w ciągu max. 72 godzin od usterki, której nie można zdiagnozować i naprawić u klienta. Profesjonalny serwis to jeden z podstawowych aspektów współpracy, dlatego też kładziemy duży nacisk na jakość i szybkość naszych usług.

W przypadku opisywanej usługi, jaką jest wynajem krótkoterminowy, sprawność logistyczna odgrywa rolę kluczową. Wózek bowiem musi być po pierwsze najlepiej jak to tylko możliwe dopasowany do potrzeb klienta, a po drugie dostępny od zaraz. W Linde jest to jak najbardziej możliwe, gdyż nasza flota obejmuje ponad 800 wózków dostępnych z pięciu lokalizacji w Polsce. Oznacza to, że nie ma takiej sytuacji, w której nie jesteśmy w stanie dostarczyć klientowi wózka już następnego dnia. W związku z tym, że każdy klient jest naszym priorytetem, zawsze staramy się, aby nasza oferta w pełni spełniała jego oczekiwania, a jednocześnie nie miała sobie równych wśród konkurencji.



www.wynajmijwozek.pl





Certyfikowane Wózki



www.lindebazar.pl

Aktualna oferta on-line certyfikowanych wózków używanych dostępnych od ręki!