

# Rynek wymaga innowacyjności

Rozmowa z Robertem Kaczorem, dyrektorem handlowym firmy Swisspor Polska, organizatora konkursu „Przegroda termoizolacyjna przyszłości”

*Firma Swisspor Polska jest obecna na polskim rynku od 1999 roku. Jak ocenia Pan ten okres od strony marketingowej?*

Wydaje mi się, że możemy o tym mówić tylko pozytywnie. W tym czasie, zdobyliśmy pozycję jednego z liderów na polskim rynku styropianu. Zbudowaliśmy również fabrykę pap termozgrzewalnych i wprowadziliśmy na rynek nową markę papy o nazwie „Czarna mamba”. Nowa papa okazała się bardzo udanym pomysłem, który od razu został zaakceptowany przez naszych klientów. Wyrazem ich uznania jest zdobycie ostatnio przez „Czarną mambę” tytułu „Odkrycie roku” w konkursie „Laur Klienta” organizowanym przez Grupę Media Partner i Instytut Gallupa. Jest to dla nas o tyle ważne, że konkurs bazuje na badaniu ankietowym wykonywanym na grupie osób związanych z rynkiem bu-

dowlanym. Był to więc wybór samych klientów. Bardzo nas to cieszy.

*Jak konkurs „Przegroda termoizolacyjna przyszłości” wpisuje się w politykę marketingową firmy?*

Swisspor na rynku polskim od 1999 roku nieprzerwanie inwestuje i rozwija produkcję w segmencie termo- i hydroizolacji. Bardzo ważnym elementem naszej strategii jest rozwój technologii. Oprócz prac rozwojowych jakie prowadzimy w naszym laboratorium, inicjujemy również szereg działań mających na celu propagowanie oszczędzania energii, szacunku dla środowiska naturalnego oraz wspierania inicjatyw młodych naukowców. Organizując konkurs, chcielibyśmy skrócić i ułatwić drogę, jaką musi pokonać polski inżynier-wynalazca, od pomysłu do wdrożenia rozwiązania na skalę przemysłową. Uważamy, że w budownictwie istnieją ciągle ogromne możliwości rozwoju technolo-

gii izolacyjnych. Jesteśmy przekonani do wysokich kwalifikacji polskich inżynierów i naukowców. Chcielibyśmy, aby mogli realizować swoje pomysły.

*Czy konkurs organizowany jest tylko w Polsce?*

Nie, niedawno zakończyła się szwajcarska edycja. Nadesłano ponad 70 prac. 30 z nich okazało się naprawdę interesujących. Komisja wybrała z tego grona 3 laureatów.

*Jakie tendencje można było zauważyć w szwajcarskich pracach konkursowych? W jakim kierunku będzie rozwijał się rynek termoizolacji?*

Wydaje się, że na podstawie konkursu można wskazać dwa takie kierunki. Z jednej strony jest to kompleksowe roz-



## swisspor



### KONKURS

#### PRZEGRODA TERMOIZOLACYJNA PRZYSZŁOŚCI

Oświadczam, że znam i akceptuję zasady konkursu PRZEGRODA TERMOIZOLACYJNA PRZYSZŁOŚCI i spełniam warunki przystąpienia do Konkursu.

Wyrażam zgodę na zamieszczenie moich danych osobowych w zbiorze danych administrowanych przez Swisspor Polska w celu ich przetwarzania i wykorzystania na potrzeby Konkursu PRZEGRODA TERMOIZOLACYJNA PRZYSZŁOŚCI. (Powyższe oświadczenie wymagane jest przez przepisy o ochronie danych osobowych z 29 sierpnia 1997 roku, Dz. U. 133 poz. 883. Osoba, której dane dotyczą, ma prawo wglądu do swoich danych znajdujących się w zbiorze danych oraz ich poprawiania. Podanie danych jest dobrowolne.)

PARTNERZY:



Ministerstwo  
Budownictwa



[www.przegrodaprzyszlosci.pl](http://www.przegrodaprzyszlosci.pl)

Imię i nazwisko:

Adres:

Telefon:

Nazwa proponowanego rozwiązania:

Podpis:

Wycięty kupon wraz z pracą konkursową prosimy przesać listem poleconym na adres: Swisspor Polska Sp. z o.o., ul. Kroczyńskich 2, 32-500 Chrzanów z dopiskiem PRZEGRODA TERMOIZOLACYJNA PRZYSZŁOŚCI.

wiązanie dla wszystkich elementów budynku, które sumarycznie pozwalają zaoszczędzić nawet 60-70 procent energii wykorzystywanej do jego funkcjonowania. Z drugiej zaś strony można obserwować wzrastające zainteresowanie izolacjami typu vacuum – pozwalającymi na zmniejszanie różnic temperaturowych pomiędzy zewnętrznymi warstwami przegrody, a przez to podniesienie jej efektywności. Można to robić na dwa sposoby. Albo przez wykorzystanie energii geotermalnej do budowy przegród nowego typu, albo przez wykorzystanie materiałów absorbujących energię słoneczną, która będzie oddawana w nocy – wtedy, kiedy różnice temperatur pomiędzy zewnętrznymi warstwami przegrody termoizolacyjnej są największe. Jest tutaj wciąż ogromne pole do popisu – stworzenie materiału, który jednocześnie izoluje oraz pozwala na kumulowanie energii wytwarzanej na powierzchni takiej przegrody w ciągu dnia. Inteligentne, samoregulujące się przegrody to na pewno przyszłość rynku termoizolacji.

*Czy zaproponowane w szwajcarskiej edycji konkursu rozwiązania mają szansę na uprzemysłowienie i zastosowanie w produktach obecnych na rynku?*

Na pewno zintegrowane podejście do budynku jest czymś, co jest bezpośrednio związane z rozwojem świadomości ekologicznej inżynierów, architektów, inwestorów oraz klientów rynku materiałów budowlanych. W tym sensie bardzo nam leży na sercu informowanie i uświadamianie naszych klientów w tym zakresie oraz rozwijanie metodologii projektowania i wykonawstwa budynków o korzystnym bilansie energetycznym. Rozwijają



nie świadomości ekologicznej to jest także kwestia zauważania energii pierwotnej koniecznej do wyprodukowania materiałów i maszyn niezbędnych w rozwoju branży. Jest to bardzo istotny element potrzebnej dzisiaj „rewolucji energetycznej”. Także zauważanie źródeł energii odnawialnej oraz uwzględnianie ich w przygotowywanych regulacjach prawnych rynku energetycznego w skali europejskiej leży nam bardzo na sercu. Ostatnią kwestią jest praca nad nowymi typami inteligentnych materiałów izolacyjnych, które pozwalają na kumulację energii słonecznej i wiatrowej oraz wykorzystanie jej dla polepszenia efektywności przegród izolacyjnych. Nagrodzone w konkursie rozwiązania będą z pewnością rozpatrywane jako ważne propozycje, które wskazują kierunki rozwoju naszych nowych produktów.

*Czy wobec laureatów polskiej edycji konkursu macie Państwo podobne zamiary?*

Jeżeli tylko pojawią się ciekawe pomysły, natychmiast je podejmiemy. Bardzo ważne jest także to, że jeden z partnerów naszego konkursu, Naczelna Organizacja Techniczna, zadeklarował sfinansowanie dalszych prac badawczych dotyczących rozwoju najciekawszych rozwiązań. Mam nadzieję więc, że pojawi się ich dużo i dla dobra autora będziemy mogli je rozwijać. Rynek wymaga od nas ciągle nowych rozwiązań i musimy inwestować w nowe technologie. Mam nadzieję, że wśród naszych nowych propozycji będą rozwiązania zaproponowane przez polskich wynalazców.

*Bardzo dziękujemy za rozmowę, rozmawiał Krzysztof Soloducha*

