



► wywiad ze Zbigniewem Gonsiorem, wiceprezesem zarządu Ferro SA

# Zmiana organizacji sprzedaży i marketingu w FERRO

**Zmiany w kierownictwie firmy to świetna okazja do zadania kilku pytań. Zaczynam więc prośbą o podzielenie się informacją na ten temat...**

Po kilku latach funkcjonowania zarządu w czteroosobowym składzie, Przemysław Szczygieł (wiceprezes zarządu, dyrektor handlowy) w maju tego roku zdecydował się zakończyć współpracę z FERRO z powodów osobistych. Nastąpiło to zaledwie kilka miesięcy po odejściu z Rady Nadzorczej jednego ze współwłaścicieli, Jana Gniadka. Wydarzenia te stały się więc okazją do dalszych zmian organizacyjnych w firmie. I tak, z początkiem czerwca szeregi FERRO zasilili Damian Majer, dyrektor ds. sprzedaży hurtowej. W ten sposób wróciliśmy do pewnej koncepcji funkcjonowania na rynku. Prezesem niezmiennie pozostaje Pani Aneta Raczek, ja odpowiadam za sprzedaż i marketing, a Artur Depta za finanse.

■ **Obserwując rozwój spółki na przestrzeni zaledwie kilku lat, uderzająca jest dynamika zmian, za którą, podejrzewam, kryje się długodystansowa strategia biznesowa. Czy mógłby Pan skomentować te najistotniejsze, jakie są ich przyczyny?**

Odpowiem przekornie – FERRO lubi zmiany, lub nieco bardziej filozoficznie, parafrazując powiedzenie „jeżeli nie szukasz problemów, to one cię znajdą” – jeśli nie będziemy antycypować zmian, zarządzać nimi i wykorzystywać ich do celów biznesowych w co najmniej 10-letniej perspektywie czasowej to one, w niesprzyjających okolicznościach,

mogą zakłócić proces rozwoju firmy. Dlatego, jak słusznie Pani zauważyła, zmiany, o których mówimy są integralną częścią obranego modelu biznesowego, jak również wyrazem realizacji długoletniej wizji dotyczącej miejsca Grupy FERRO w globalnej gospodarce. Przechodząc do najistotniejszych: lata 2007/2008 to okres zmian strategicznych – przekształcenie FERRO w spółkę akcyjną i dywersyfikacja oferty produktowej. 2010 rok to debiut na GPW w Warszawie, oceniany jako jeden z najlepszych debiutów małych spółek w I połowie roku. 2011 rok upłynął pod znakiem przejęcia czeskiej spółki Novaservis,

dzięki któremu, w kolejnych latach 2012/2013 możliwe stało się wdrożenie cross sellingu, wejście na nowe rynki i umocnienie pozycji lidera w Europie Środkowo-Wschodniej. Obecnie jesteśmy na etapie analizy, jak wykorzystać pojawiające się możliwości związane z poprawą koniunktury na wszystkich rynkach naszej działalności.

**Czy będzie Pan odpowiedzialny tylko za rynek Polski, czy także za rynki zagraniczne?**

Za główne rynki zagraniczne odpowiadałem już wcześniej. Zdobyte doświadczenie pozwalało dzielić się nim w Grupie, wykorzystywać najlepsze wzorce i przenosić je elastycznie

na nowe rynki przy jednoczesnym zachowaniu lokalnych uwarunkowań. To znakomicie się sprawdziło w skali europejskiej. Teraz kolej na reorganizację sprzedaży na rynku polskim. Sprzyja nam lekkie ożywienie gospodarcze, a także zaufanie klientów, z którymi łączą nas bardzo dobre relacje. Niezwykle wysoko cenimy ich zaangażowanie, dzięki któremu po obu stronach rośnie wolumen sprzedaży, a marka FERRO umacnia swoją pozycję.

**Patrząc na ostatnie miesiące/lata działalności firmy FERRO, jakie były najlepsze posunięcia rynkowe, które już dziś przynoszą realne korzyści w postaci wyników finansowych?**

## Zbigniew Gonsior

Wiceprezes zarządu, od czerwca dyrektor sprzedaży i marketingu

**Wykształcenie:** wyższe, magister w zakresie zarządzania, Akademia Ekonomiczna w Katowicach

**Przebieg kariery zawodowej:**

Od czerwca 2014 r. – wiceprezes zarządu FERRO S.A., dyrektor sprzedaży i marketingu  
2007 – do maja 2014 roku – wiceprezes zarządu FERRO S.A., dyrektor marketingu  
2001-2007 – Sanitec Koło Sp. z o.o., ostatnio jako Marketing Communication Manager Central Eastern Europe

**Hobby:** szachy, pływanie, zainteresowania kulturą i sztuką Francji





Do najważniejszych należy niewątpliwie przejęcie Novaservis, które pozwoliło Grupie FERRO na optymalizację produkcji i wdrożenie cross sellingu, czyli wzajemnej sprzedaży produktów Novaservis na rynku polskim poprzez kanały dystrybucji Grupy i produktów FERRO na rynkach obsługiwanych przez czeską spółkę. Ta spektakularna akwizycja wzbogaciła nasz asortyment o kilkadziesiąt wysokiej jakości produktów, portfolio poszerzyło się o nowe marki Metalia, Titania i Novatorre, wzrosła konkurencyjność na rynku polskim oraz otwarto się przed nami rynki zagraniczne, na których inwestujemy. Dzięki przejęciu Novaservis w 2011 roku, w 2014 wykorzystujemy już w pełni efekt synergii, jaki osiągnęliśmy w Grupie na wszystkich polach działalności, w szczególności w zakresie optymalizacji produkcji.

Od kilku lat inwestujemy z powodzeniem w rozwój innowacyjnych technologii i produktów ekologicznych – baterii i natrysków oszczędzających wodę. Widzimy ogromne zapotrzebowanie na ten asortyment, ponieważ mamy drogą wodę, a cena energii w odniesieniu do zarobków jest w Polsce jedną z najwyższych w porównaniu do krajów europejskich.

Przyszłość należy także do energooszczędnych rozwiązań dla instalacji grzewczych przeznaczonych budownictwu jednorodzinemu – ten segment produktów jest dla nas równie istotny. O znaczeniu tych inwestycji świadczą certyfikaty i wyróżnienia przyznane produktom spełniającym najwyższe normy środowiskowe, między innymi takie jak: EU Ecolabel, Godło Teraz Polska, Medium Lider Instalacji.

**Parę lat temu Ferro postawiło na baterie m.in. kupując fabrykę baterii w Znojmo.**

### Jakie znaczenie ten segment produktów ma dziś dla FERRO?

Jeżeli chodzi o baterie jesteśmy największym graczem rynkowym w tej części Europy, numerem 1 w Czechach i na Słowacji, numerem 2 w Polsce, dynamicznie rozwijamy się w Rumunii. Poza wymienionymi, produkty FERRO są sprzedawane w około 20 krajach Europy Wschodniej i Zachodniej, dlatego planując ekspansję na kolejne rynki nasza oferta musi być konkurencyjna. W tym celu ubiegaliśmy się o najwyższe europejskie wyróżnienie w zakresie ekologii – certyfikat EU Ecolabel dla baterii oszczędzających wodę: Cassino VerdeLine, Veneto VerdeLine i Genova VerdeLine. W styczniu 2014 roku, w wyniku pomyślnie zakończonego procesu certyfikacji, FERRO stało się pierwszą europejską firmą z Certyfikatem EU Ecolabel: PL/040/001/01, przyznany w kategorii: armatura sanitarna. To powód do radości i dumy nie tylko dla FERRO, ale i dla naszego kraju, którego udział w składanych wnioskach jest niewielki.

### Jak w praktyce sprawdza się model spółki giełdowej w wypadku Ferro?

Wejście na giełdę było starannie przygotowanym, kolejnym krokiem w rozwoju spółki, dlatego liczyliśmy się ze wzrostem wymagań, które objęły wszystkie obszary działalności Grupy. Transparentne finanse, wiarygodna polityka informacyjna, dbałość o reputację, odpowiedzialność przed nowymi interesariuszami, czyli właścicielami akcji – wymagały spełnienia najwyższych standardów zarządzania. Wydaje mi się, że FERRO odnalazło się w tym modelu bardzo dobrze, co potwierdzają instytucje finansowe. Jak pokazały 4 lata obecności na GPW, radzimy sobie z tym wyzwaniem doskonale. ■

## „Wentylacja pożarowa – oddymianie” nagrodzona na Targach Książki

Na majowych Targach Książki, które odbyły się na Stadionie Narodowym w Warszawie nagrodzono najlepsze książki w poszczególnych dziedzinach tematycznych.

Za najlepszą akademicką książkę techniczną jury uznało podręcznik autorstwa prof. Bogdana Mizielińskiego i dr. Grzegorza Kubickiego „Wentylacja pożarowa - oddymianie” i nagrodę wręczyło wydawnictwu WNT.

Książka skierowana jest do szerokiego grona odbiorców m.in. studentów uczelni technicznych o specjalności instalacji sanitarnych oraz szkół pożarniczych, a także wszystkich uczestników procesu inwestycyjnego: architektów, projektantów instalacji bezpieczeństwa pożarowego, inspektorów nadzoru budowlanego i rzeczoznawców bezpieczeństwa pożarowego.

Na 370 stronach podręcznika zawarte zostały informacje dotyczące podstaw teoretycznych niezbędne dla zrozumienia procesów towarzyszących pożarom w obiektach budowlanych takich jak wymiana ciepła, dymotwórczość, emisja i zagrożenie dymem oraz przepływ dymu w budynku. Opis zjawisk fizycznych stanowi wstęp do omówienia zasad funkcjonowania, projektowania i wykonania różnego typu systemów wentylacji



pożarowej, stosowanych w ochronie szerokiej grupy obiektów budowlanych (obiektów wielokubaturowych, wielokondygnacyjnych, atriów, garaży zamkniętych i tuneli drogowych). W końcowej części podręcznika znaleźć można szereg praktycznych informacji dotyczących elementów systemu wentylacji pożarowej oraz wymagań odnośnie wykonania, odbiorów i nadzoru nad tego typu instalacjami.

Książka jest kompleksowym podręcznikiem przedmiotu wentylacja pożarowa i jako taka powinna znaleźć miejsce w bibliotece każdego inżyniera budownictwa oraz osoby odpowiedzialnej za bezpieczeństwo pożarowe obiektów budowlanych.

