

# JAKOŚĆ NIE TOLERUJE KOMPROMISÓW

Rozmowa z Leszkiem Zemankiewiczem, Dyrektorem Regionalnym Polor Sp. z o.o. – Dystrybutora Marki Kleen Purgatis



Który z oferowanych przez Polor produktów adresowanych do sektora HoReCa sprawdzi się najlepiej w utrzymaniu czystości sanitariatów?

Mamy tak wiele preparatów, że trudno wymienić jeden konkretny. Jednak najczęściej sprzedawanymi środkami chemicznymi, pod marką Kleen Purgatis, służącymi do utrzymania czystości sanitariatów nie tylko w hotelach są Premium nr 1 Classic oraz Sanivex.

Troska o higienę w profesjonalnej kuchni wymaga stosowania specjalistycznych środków czyszczących. Co szczególnie polecałby Pan właścicielom i zarządcom hoteli i restauracji w okresie porządków po zimie i przygotowań do sezonu letniego?

Wybór preparatu jest zdeterminowany wieloma czynnikami. Najważniejsze parametry to stężenie środka chemicznego, jego przeznaczenie, zakres stosowania. Dopiero bazując na tych i innych informacjach, doradzamy zakup konkretnego produktu.

Środkiem, który szczególnie polecam pracownikom kuchni przemysłowych, piekarni, ubojni, ale również sam stosuję w domu, jest doskonały preparat służący do mycia

m.in. blatów, usuwający tłuszcz i białka ze wszystkich powierzchni w kuchni – Top Off. Jest to środek neutral-

ny, bezpieczny dla środowiska i użytkowników. Oferujemy go w sprzedaży jako gotowy preparat wraz ze spryskiwaczem bądź jako koncentrat w opakowaniach 10-litrowych.

Czy przy zakupie środków do utrzymania czystości, np. w hotelu, restauracji, centrum handlowym, możliwe jest połączenie niskiej ceny z wysoką jakością?

Uważam, że jeśli chodzi o kuchnie przemysłowe i hotelowe pierwszym kryterium nie powinna być cena. To nie tylko kwestia wymagań, jakie wiążą się z HACCP, lecz także stosowanej w firmach tzw. dobrej praktyki higienicznej. Procedury planu higienicznego, wdrożone w danej firmie przez personel, determinują wybór środków czystości określonej jakości, o określonych stężeniach. Na tej podstawie dobiera się producentów i preparaty.

Uważam, że w przypadku profesjonalnych kuchni cena środków czystości jest



sprawą ważną, ale nie pierwszorzędną. Zaopatrywanie się w supermarketach jest w efekcie kosztowniejsze niż nawiązanie stałej współpracy z profesjonalnymi dostawcami produktów czystościowych.

#### Czy mogą Państwo liczyć na lojalność klientów?

Jest wielu producentów i dostawców środków czystościowych w kraju i za granicą. Przywiązanie klienta do marki jest zazwyczaj wynikiem jego wyjątkowego zadowolenia z użytkowania danego preparatu oraz faktu, że legitymuje się on wymaganymi atestami, dokumentami, a zatem spełnia wymogi jakościowe i sanitarne. Jeśli do tego ma w miarę przystępną cenę, klient nie ma powodu, by zmieniać dystrybutora. Nie dotyczy to oczywiście przypadku przetargów w jednostkach gospodarczych z udziałem Skarbu Państwa, gdzie nie ma mowy ani o lojalności, ani wyborze właściwej oferty. Decyduje tylko cena.

#### A jak Pan ocenia kierunek zmian na rynku środków do utrzymania czystości?

W porównaniu do lat 90., kiedy zaczynałem pracę w tym zawodzie, zmieniło się bardzo wiele. Przede wszystkim rozbudowano w Polsce bazę hotelową oraz restauracyjną, na korzyść zmieniła się również jakość obsługi. Przy czym trzeba podkreślić, że nie wszyscy właściciele i administratorzy tego typu obiektów zdają sobie w pełni sprawę ze złożoności zagadnienia, jakim jest obsługa gości. Nie każdy bierze pod uwagę fakt, że gra toczy się o zdrowie i życie ludzi, ich bezpieczeństwo, a nie wystrój i standard lokalu. Stąd, zwłaszcza w mniejszych obiektach – motelach, pensjonatach – zdarza się, że jest brudno lub sprząta się nadal domowymi sposobami. Natomiast, na szczęście, w przypadku dużych hoteli standardy przeważnie nie odbiegają od europejskich.

#### Co Pan sądzi o poziomie wykwalifikowania personelu firm sprzątających?

Dużym problemem jest rotacja kadry sprzątającej. W tym przypadku niebagatelną rolę odgrywają regularne szkolenia pracowników. Nie zawsze jednak kwestie edukacyjne są dla właścicieli ho-

teli czy restauracji priorytetem. Z doświadczenia wiem, że jeśli personel ma jasno wytyczone procedury, zakres obowiązków, plan higieny – wówczas się do nich stosuje.

Z kolei jeśli chodzi o firmę Polor, zatrudniamy tylko fachowców, ponieważ nie wyobrażam sobie jakichkolwiek kompromisów w tej materii. Nie zajmujemy się przypadkową sprzedażą. Nasi handlowcy są wyposażeni w wiedzę i służą kompetentną radą klientom, a nasze produkty są certyfikowane – w pełni bezpieczne i profesjonalne. Celem firmy Polor jest nie tylko sprzedaż preparatów, lecz może przede wszystkim kompleksowa obsługa w zakresie rozwiązywania problemów higienicznych – tworzenie długofalowej strategii rozwoju współpracy z naszą firmą.

#### Czy w najbliższym czasie pojawią się w ofercie Polor nowości produktowe?

Producent – marka Kleen – zmienił ostatnio design i tworzywo, z którego wykonane są litrowe opakowania preparatów. Zmiana uwarunkowana była przede wszystkim troską o środowisko naturalne – opakowania łatwiej poddają się recyklingowi i są tańsze w produkcji.

Jeśli chodzi o nowości produktowe, to wprowadzamy je systematycznie. Dotyczy to preparatów chemicznych, ale nie tylko.

Prawdziwą rewelacją są nowe pady czyszczące, przeznaczone do maszynowego i ręcznego czyszczenia podłóg, powstałe na bazie naturalnych składników,



eliminujące w znacznym stopniu konieczność stosowania chemikaliów. Jest to sprzęt ekologiczny i ekonomiczny. Odpowiada światowym tendencjom do stosowania środków biodegradowalnych, jak również redukcji stosowania nadmiernych ilości szkodliwych substancji chemicznych. Zainteresowanych odsyłam do odwiedzenia strony internetowej [www.brudnyharry.pl](http://www.brudnyharry.pl)

#### W jakim kierunku i z myślą o której z branż chcą Państwo rozwijać swój asortyment produktów i usług w 2010 roku?

Największe pole do popisu mamy w odniesieniu do rozwoju sprzedaży środków chemicznych: wprowadzania kolejnych preparatów i środków nowej generacji. Mam tu na myśli zwłaszcza rozwiązania w zakresie nanotechnologii. Zależy nam na zrównoważonym rozwoju firmy i ugruntowaniu jej pozycji na rynku.

