

MagazinPlus

Magazin o stvaranju i stvarateljima
Broj 1 / srpanj 2004.





Alan Šišinački
Direktor marketinga
i prodaje
tel 01 36 98 837
fax 01 36 98 839
alan.sisinacki@holcim.com
www.holcim.hr



Dorijan Rajković
Direktor transportnih betona
tel 01 65 25 773
fax 01 65 30 105
dorijan.rajkovic@holcim.com
www.holcim.hr

Dragi čitatelji,

Jedna od Holcimovih vrijednosti je pristupačnost. A što to zapravo znači? Kad smo razmišljali o tome, sjetili smo se jednog događaja u rujnu prošle godine. Pripremali smo Dan otvorenih vrata, veliku proslavu na kojoj smo proslavili novi, Holcim brand. Naravno, željeli smo da svima bude zanimljivo i da se svi zabave. Organizaciju proslave smo prepustili agenciji, a vlasnica nas je odmah oduševila svojim širokim osmijehom i izuzetnom ljubaznošću.

Osim što se potrudila da upozna nas i naše poduzeće, razgovarala je i s našim zaposlenicima, kupcima, raspitala se za interese, te na taj način prikupila sve potrebne informacije o našoj firmi. Tijekom organizacije ponudila nam je nekoliko mogućnosti i o svakoj se

detaljno savjetovala s nama. Vidjelo se da joj nije cilj jednostavno nešto odraditi, već zaista organizirati večer tako da svima ostane u lijepoj uspomeni.

Došao je i taj dan; sve je bilo apsolutno savršeno, točno onako kako nam je obećala, više od 1.500 gostiju bilo je zadovoljno i sigurni smo da se i danas rado sjećaju Holcima i te posebne večeri. Oduševljeni profesionalnošću i ljudskim pristupom, odlučili smo suradnju s ovom agencijom nastaviti i u budućnosti.

Na isti se način i mi u Holcimu trudimo zadovoljiti vaše potrebe. Istraživanje tržišta i intervjui s više od 100 kupaca i ostalih korisnika naših proizvoda, koje smo organizirali u veljači ove godine, samo je još jedan korak da upoznamo vas i vaše potrebe. I željeli bismo da nas prepoznate kao stručnjake i

profesionalce koji će vam ponuditi kvalitetnu uslugu. Kao nekog tko će biti pouzdan u kvaliteti, rokovima i isporuci, nekog na koga se zaista možete osloniti.

Mi nismo samo netko tko Vam prodaje cement i beton, mi smo pristupačni partneri koji rade na obostranu dugoročnu dobrobit. Mi zajedno stvaramo rješenja.

Shvaćajući pristupačnost na taj način, u ovom vam broju s ponosom predstavljamo PartnerPlus, program osmišljen za vas, naše poslovne partnere.

S poštovanjem,
Vaš Holcim
Alan Šišinački i Dorijan Rajković



Dragi čitatelji,

Srdačno se zahvaljujem na svim vašim pozitivnim komentarima na dosadašnja dva izdanja našeg lista namijenjenog vama. Na temelju vaših želja i interesa odlučili smo krenuti korak dalje i malo ga 'podebljati'. Pred vama je dakle prvi broj magazina koji, eto, sad ima i svoje ime - MagazinPlus.

Moderni svijet se stalno ubrzava i zahuktava. Često čujemo kako nas posao sve više preuzima. Lijepo je onda, kad dodemo kući, imati neki hobi, aktivnost koja nas odmara. U ovom prvom broju predstaviti ćemo vam hobi našeg dugogodišnjeg partnera, gospodina Drageca iz Resnik betona, koji uživa u fazanima i predivnom vrtu svoje kuće u Zagorju.

“Dozvolite da preuzmemo vaš teret” slogan je TransPlus-a. Moram priznati da

ima dana u tjednu kad bi mi dobro došlo da netko preuzme moj teret svakodnevnice, ali ipak mislim da nisu mislili na takav teret. U ovom smo vam broju otškrinuli vrata u TransPlus i kroz reportažu predstavili djelić od 35 zaposlenih. A napravili su više od 1.000.000 km u nešto više od godinu dana - doista impresivno - dečki i cure svaka vam čast!

Građevinska industrija pruža toliko interesantnih i zadivljujućih projekata, tako da ćemo vam u svakom od brojeva predstaviti jedan projekt za koji se nadamo da će vas inspirirati: koliko je samo razmišljanja i mašte trebalo da bi se osmislio i realizirao muzej u obliku embrija?

Tema tijekom proteklih dva mjeseca bile su autoceste u Hrvatskoj. Stotine je radnika radilo danonoćno sedam dana u tjednu. Da li će stići u obećanom roku? U trenutku kad budete čitali članak o

Hrvatskim autocestama, odgovor na to pitanje već ćete znati.

U svakom ćemo vam broju predstaviti nešto i iz svijeta - Holcim posluje u više od 70 zemalja svijeta i bilo bi mi drago kad bi vam njihovi projekti donijeli nove ideje.

Odnosi s kupcima tema su broja u okviru koje vam predstavljamo i program najavljen početkom ove godine - PartnerPlus. Program je zamišljen tako da vam kroz radionice, seminare, druženja i kroz MagazinPlus pružimo novi doživljaj građevinarstva, stvaranja i nove ideje. Vi ste nam bitni jer vaš uspjeh znači i naš uspjeh, i zato vas pozivamo da zajedno unapređujemo naš partnerski odnos.

Nadam se da ćete uživati u čitanju.

Vaš Holcim,

Julija Škoro




Julija Škoro
Voditelj odnosa s
kupcima i komunikacije
tel 052 876 970
fax 052 987 250
julija.skoro@holcim.com
www.holcim.hr

Sadržaj

Holcim Worldwide: Iskustvo koje vam želimo pružiti	4
PartnerPlus: Što znači iskustvo 150.000 kubika betona za jednim stolom?	6
PartnerPlus: Druženje s pogledom na Europu, tj. Sloveniju	6
PartnerPlus: Dan kupaca na Brijunima	7
Tema broja: Odnosi s kupcima	8
Investitori: Hrvatske autoceste prema moru	10
Primjena: U kontroliranim uvjetima nastaje kvalitetniji proizvod	11
Projekti: Muzej krapinskog pračovjeka	12
Hobi: Fazani koji život znače	14
Predstavljamo interno: TransPlus preuzima vaš teret	15
I na kraju: Namještaj od betona?	16



Impressum:

MagazinPlus

Tromjesečni magazin o stvaranju i stvarateljima

Urednica:

Julija Škoro

Novinari:

Lela Vujanić
Radenko Vadanjel
Valentina Stanojević

Nakladnik:

Holcim (Hrvatska) d.o.o.
Koromačno bb
HR - 52222 Koromačno

Tel: 052 876 970, 01 36 98 837
Fax: 052 876 250, 01 36 98 839

E-mail: cement-hrv@holcim.com
beton-hrv@holcim.com
info-hrv@holcim.com

www.holcim.hr

Iskustvo koje vam

Holcimove strategije su jasne, a koncepti dobri. Međutim, ono čime se Holcim ističe su mnogi naši stručni i kreativni ljudi. Njihova predanost i profesionalno iskustvo stvaraju dodanu vrijednost i za Holcim i za naše kupce.

Od prvog predstavljanja novog branda, vrijednosti koje stoje iza Holcima doživjele su u samo nekoliko godina široko prihvaćanje. Sedam Holcimovih vrijednosti reflektiraju našu osnovnu filozofiju: mi želimo da nas vi procjenjujete iz perspektive naših kupaca i krajnjih korisnika te da naše vrijednosti zažive, **da ih prepoznate u našem kontaktu s vama.**



JEDNOSTAVNOST

Kad projekti postanu kompleksniji ističe se onaj dobavljač koji isporučuje jednostavna i jasna rješenja. Podrška kupcima, kvaliteta proizvoda, isporuke i razvoj gotovih rješenja, koji god problem bio u pitanju, Holcimovi stručnjaci uvijek izlaze u susret individualnim zahtjevima kupca i razvijaju učinkovita rješenja.

“S Holcimom mi je lako i jednostavno surađivati”



PRISTUPAČNOST

Naši kupci mogu očekivati da naši proizvodi budu isporučeni točno u dogovorenim količinama i kvaliteti, u pravo vrijeme i na pravom mjestu. Oni također mogu očekivati od naših savjetnika za primjenu da odigraju ključnu ulogu u razvoju učinkovitih rješenja za specifične primjene. Bilo da se radi o jednostavnim informacijama ili složenim uslugama, Holcim brand znači muškarce i žene koji će razmotriti sve opcije i primijeniti svoju stručnost za dobrobit kupca.

“Holcim ispunjava rokove isporuke koje mi je obećao”



STRUČNOST

U cijelom svijetu mi smo partneri u vrlo složenim graditeljskim projektima. Dobar primjer je najveće svjetsko dizalo za barže u Belgiji. Da bi se izgradio ovaj monolit, Holcim je osigurao 35.000 m³ kvalitetnog betona direktno na mjesto gradnje. S proizvodima specifičnim za svaki zasebni projekt i sa svjetskom razmjenom iskustva, naši kupci se uvijek mogu pouzdati u nas.

“Holcim ima prave proizvode i usluge za mene”

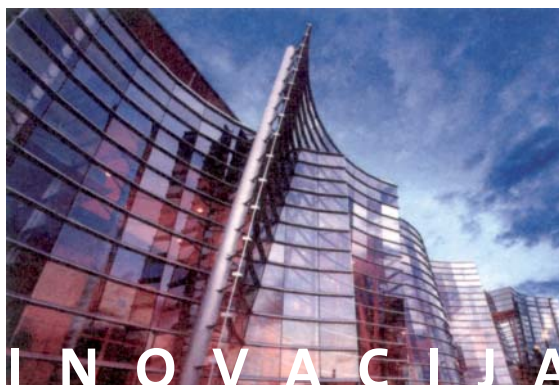
želimo pružiti



ODLUČNOST I INOVACIJA

Kad preuzimamo posao, mi također želimo vidjeti da je kvalitetno odrađen do samog kraja. U tom procesu Holcim koristi postignuća znanosti i istraživanja. Da bi stvorili dodanu vrijednost za naše kupce, nastojimo stvoriti dugotrajne partnerske odnose.

“Holcim je uz mene dugoročno”



Jedna od naših osnovnih kompetencija je razvoj novih proizvoda za tržište i za naše kupce. Čak i kod najzahtjevnijih projekata, Holcim nastoji ponuditi kvalitetne proizvode za izgradnju stabilnih objekata. Oni koji su uključeni u građevinske projekte s nama, znaju da Holcim pronalazi suvremena rješenja.

“Holcim mi donosi nova rješenja”



Björn Kälin

Voditelj odjela za
Holcim brand

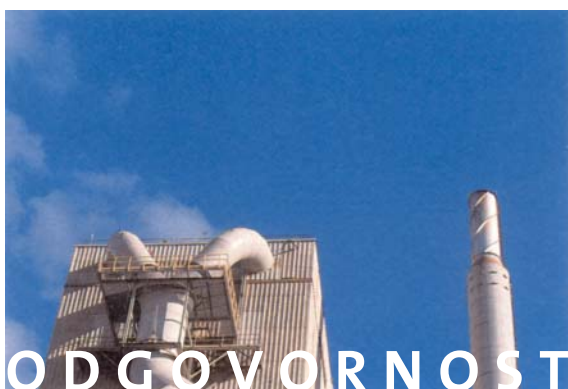
Zürich, Švicarska

tel +41 58 858 54 06

fax +41 58 858 54 15

bjoern.kaelin@holcim.com

www.holcim.com



ODGOVORNOST I PRISUTNOST

Mi smo vođeni snažnim osjećajem odgovornosti. Naše sudjelovanje u Svjetskom poslovnom savjetu za održivi razvoj, na primjer, odražava našu predanost održivom razvoju. Zbog toga svakodnevno donosimo poslovne odluke koje stvaraju bitne razlike u kvaliteti života u zajednicama u kojima radimo i živimo.

“Holcim mojoj zajednici omogućava održivi razvoj”



Naši zaposlenici su prisutni u više od 70 država svijeta i oni su naše najveće blago. Ono što ih ujedinjuje su znanje i iskustvo, od kojih Holcim stvara maksimum. Naši radnici pohađaju intenzivne treninge na svim razinama u cilju povećanja dobiti koja proizlazi iz svjetske razmjene stručnosti i najboljih praksi.

“Holcim gradi temelje za budućnost moje zajednice”

Što znači iskustvo 150.000 kubika betona za jednim stolom?



Put iz Zagreba u unutrašnjost Istre uvijek ima svoju posebnu magiju. Zidine Motovuna vide se u daljini, a mi polako zaboravljamo na stalni nedostatak vremena, gužvu i stres. Jer ovdje kao da je vrijeme stalo. Polako se uspinjemo, a u konobi 'Pod voltom' čekaju nas nasmiješeni i ljubazni domaćini koji su za svoje goste priredili najbolje istarske delicije. Ma kakve to veze ima s cementom i betonom? - pitate se sad. Ponekad cement i tartufi ipak idu zajedno.

Polako dolaze i naši gosti, vlasnici betonara i građevinskih tvrtki s područja Istre, za koje smo organizirali druženje nazvano večer tartufa. "Intencija ovakvih neformalnih okupljanja je", kako je objasnio Holcimov direktor marketinga i prodaje Alan Šišinački, "želja da se družimo i upoznajemo potrebe i želje naših kupaca kako bismo gradili partnerske odnose i stvarali zadovoljne kupce". Neki od kupaca se već odavno znaju, dok je za neke ovo prva prilika da se uz pomoć duhovitog "moderatora", odnosno Holcimovog regionalnog direktora, Branimira Sopte, međusobno upoznaju. Okupilo se dvadesetak gostiju, a tijekom večeri smo pričajući o

prodanim kubicima betona izračunali da se radi o 150.000 kubika betona za jednim stolom.

"Istria beton mafia" - našao se gospodin Jürgen Oecknick. Osim Holcimovog hrvatskog tima tu se naime, mimo svoje službene dužnosti, a isključivo na prijateljski poziv cijele ekipe, našao i jedan od najcjenjenijih Holcimovih stručnjaka, dr. Jürgen Oecknick. Bila je to prilika da s našim kupcima porazgovara o uvođenju europskih normi koje će od svih nas u budućnosti tražiti određena skupa prilagođavanja: "Prijelaz na EU norme čini beton skupljim, ali s dobrim rješenjima mogu se čak i smanjiti

produktivni troškovi." Razgovor s Holcimovim stručnjakom je za sve bio koristan i zanimljiv.

"Ovo je bilo dobro. Zbilja pogodeno. Vidi se da se zaista trude, nije da nam samo pokušavaju prodati cement." - rekao nam je gospodin Potočki, direktor Istragradnje. S njim su se složili i drugi, a gospodin Milan Domjanić iz Vladimira Gortana iz Pazina smatra da bi ovakvih druženja trebalo biti i više - "Prilika nam je to da se međusobno upoznamo, popričamo o problemima koji nas u poslu muče, možda saznamo nešto novo. Ovo je dobar način za to."



Druženje s pogledom na Europu, tj. Sloveniju

Građevinska sezona je zbog loših vremenskih uvjeta ove godine započela sa zakašnjenjem. No kako se već veli - bolje ikad nego ... Tako je Holcimov Odjel transportnih betona svojim poslovnim partnerima uspješnu građevinsku sezonu poželio u Laduču u prirodi, uz roštilj, sport i druženje. Bilo je to prilika da se u neformalnom druženju bolje upoznamo s našim kolegama, a naravno i da se dotaknemo posla u drugačijem ambijentu od običnog. Da ne bi mi previše pričali o tome kako je bilo prenijet ćemo dojmove sudionika. Evo što su naši građevinari rekli o druženju:

"bez moje stručne navigatorske pomoći propala bi Vam fešta" *Krste*

"ha, ha, ha, selo pokraj Zaprešića, s pogledom na EU" *Antun*

"konačno sam bio ugodno iznenađen nakon milijun fešti lošeg sadržaja;

razmišljao sam da nikog ne poznajem osim tebe, ali sam na kraju sreo zaboravljene prijatelje i stekao nova poznanstva; nadam se da će se uskoro ponoviti" *Žarko*
"volim te starudije, pogled je bio fantastičan" *Ivan & Ivan*

"nisam još nikada igrala nogomet u pješčanom "minskom polju", ne razmišljam o голу, gledaš kako da preživiš" *Lana*

"pripremao sam se za partiju tenisa, šteta što nisam imao partnera, bilo bi savršeno" *Joža*

"ne sjećam se kad sam se zadnji put tako opustio" *Miljenko*

"drago mi je što ste organizirali ovakvo druženje i pozvali ljude iz proizvodnje da se upoznamo, razmjenimo iskustva, riješimo probleme u ugodnom ambijentu, uz sport i ležerno druženje; mjesto me je iznenadilo, često sam u tom kraju ali nisam znao za ovo mjesto" *Berislav*

"e da sam imao kuburu u autu, čulo bi se u Europi" *Vlado & Vlado*

"mislim da bi svakom operativcu dobro došla ovakva druženja. Kad bi bila učestala naučili bi se opustiti i s druge strane sagledati svoje svakodnevne poslovne problem uz kolegijalnu kritiku i savjet, uz manje stresa sve se brže rješi; konačno sam pronašao vremena za sebe i ispunio svoju davnu želju - naučio boćati; zadovoljstvo mi je družiti se s Vama, a raditi sa Vama smatram svojim najboljim poslovnim potezom" *Toni*

S nestrpljenjem očekujemo sljedeće druženje...



Dan kupaca na Brijunima

“Stvoritelj je dio Zemlje naumio oblikovati prema slici Raja. Tako je nastala Istra, nalik vrtu obraslom predivnim drvećem i prostranim livadama, koji oplakuje plavo more i poziva ljude sretnom životu. No ljubomorni vrug uništio je njegovo djelo razrezavši vreću u kojoj je anđeo nosio ostatke neiskorištenog kamenja, te se tisuće kamenih stijena prosulo po istarskoj zemlji, zemlji kontrasta, u isto vrijeme pitomoj i surovoj, plodnoj i škrtaj, sunčanoj i oblačnoj. Rastuženi anđeli su prikupili djeliće Raja preostale među rasutim kamenjem i zaštitili ih morskim valovima. Tako su nastali Brijuni.”

www.brijuni-np.hr



Već tradicionalno, 6. godinu zaredom, Holcim u mjesecu rujnu organizira poseban događaj u našem kalendaru - Dan kupaca. Ove godine, naši kupci provest će dva dana na najljepšem i najpoznatijem hrvatskom otočju, na Brijunima. Što zbog svoje prirodne ljepote, što zbog svega što je izgradio i uzgojio čovjek, a što zbog svoje povijesne važnosti, svi su već odavna i u Hrvatskoj i u svijetu čuli za Brijune. Ipak kratko ćemo ih predstaviti, ali zaista kratko, jer je teško pobrojati sva prirodna i ljudskom rukom stvorena čuda koja danas možete pronaći na ovom otočju. Biljne i životinjske vrste cijelog svijeta skupljene su ovdje na jednom mjestu, jednako kao i 5.000 godina ljudskog postojanja.

Prirodnu biološku raznolikost koja oduvijek krase otok dodatno je obogatio čovjek tako da danas na Brijunima osim kroz šume i travnjake, možete šetati pejzažnim parkovima i birati u čijem hladu se želite odmarati: alpski bor, pinj, ili možda nešto egzotičniji himalajski bor, libanonski cedar, sekvoja...

Možda Vam hlad borova i ljepota egzotičnog bilja nije dovoljna? Posjetite safari park kojeg nastanjuju egzotične

životinje: indijski slonovi Sony i Lanka, ljame - južnoameričke deve za koje indijanska legenda kaže da su pripitomljene u najranije doba ljudskog postojanja, zebre, antilope, somalijske ovce i indijske svete krave, te autohtoni magarci.

Za one koje više zanima povijest ljudskog roda, Brijuni pružaju zaista puno: tu se nalaze izuzetno vrijedni ostaci graditeljske baštine jer na Brijunima je evidentirano stotinjak lokaliteta i objekata od kojih najstariji datiraju iz razdoblja prvog neolitskog naselja u zaljevu Soline. Tu se mogu pronaći raskošni ostaci iz Rimskog perioda, među njima se kao najveći i najljepši rimski ladanjski kompleks iz 1.st. nove ere ističe vila u zaljevu Verige; zatim, ostaci srednjovjekovne arhitekture, poznata crkva sv. Marije kao i mnogobrojni ostaci mletačkog razdoblja.

Brijuni početkom 20. st. postaju mondano ljetovalište i lječilište europske i svjetske elite u koje su početkom stoljeća dolazili različiti prinčevi i princeze, grofovi, barunice. Uistinu elitna gužva. Ljepoti Brijuna nisu mogli odoljeti ni austrougarski prijestolonasljednik Franz Ferdinand, njemački car Wilhelm II i mnogi, mnogi drugi, a odabirom otočja za rezidenciju Josipa Broza Tita, Brijuni postaju zaista elitno okupljalište koje su tijekom 25 godina (1954.-1979.) pohodili državni čač trećine zemalja diljem svijeta. Na Brijunima se viđaju mnogi okrunjene glave Europe i Azije, te poznate ličnosti - Sofia Loren, Elizabeth Taylor i mnoge druge zvijezde.

Danas Brijuni upotpunjuju svoju ponudu s različitim sadržajima aktivnog odmora,

a na raspolaganju Vam stoje golf, tenis, streljaštvo, odbojka, ronjenje, izleti putevima dinosaura, panoramsko jahanje, razgled električnim autićem, vlakicom ili biciklom.

U ovom jedinstvenom muzeju utonulom u rajski krajolik možete maštati i biti tko god zaželite: Rimljanin koji se odmara na ostacima luksuzne rimske vile u zaljevu Verige, avanturist u afričkom safari parku, svjetski državnik ili poznata filmska zvijezda u Titovom cadillacu iz 1953., iskusni igrač golfa na 80 godina starom golf igralištu i još mnogo toga... Vidjet ćemo što će od toga izabrati naši kupci i u idućem broju Vas izvjestiti o tome...



Vidimo se na Brijunima!

Da li ste znali ...

... da je 1902. godine na otoku po prvi put upotrijebljen armirani beton. Vidikovci podignuti u to vrijeme predstavljaju jedinstvena djela inženjerske arhitekture u nas, a postojeće tradicijske građevine upotpunjuju se novima.



Odnosi s kupcima ili zbog čega

Da li ste znali da ...

... se u nekim industrijskim granama za pridobivanje novih kupaca financijski treba uložiti pet do deset puta više nego što je potrebno da bi postojeće kupce zadržali zadovoljnim?

Na isti način, više se tvrtki u današnjem poslovnom svijetu brine o tome je li njihov tržišni udio veći ili manji, a to je pogrešno. Tržišni udio je gledanje unatrag, a zadovoljstvo kupaca je gledanje unaprijed, što je logično jer ako zadovoljstvo počne popuštati i tržišni udio će ubrzo početi padati.



"U marketingu se velika važnost poklanja privlačenju i zadržavanju profitabilnih kupaca. Postoje mnogi razlozi za to. Na primjer, poznato je da je u prosjeku pet puta jeftinije zadržati postojećeg kupca nego privući novog. Također je poznato da je efikasnije pronaći nove proizvode i prodati ih postojećim kupcima nego pronaći nove kupce za postojeće proizvode. Dobro poznavanje kupaca i upravljanje odnosima s kupcima zato igraju važnu ulogu u poslovanju poduzeća."

dr.sc. Sonja Radas
Ekonomski institut, Zagreb

Svijest o tome koliko je kupac važan i orijentiranost prema kupcu već odavno postoji, a u Hrvatskoj se građevinskoj industriji tek probija, tako da rijetke tvrtke imaju posebnu osobu koja se bavi odnosima s kupcima.

Customer Relationship Management (skraćeno CRM) ili upravljanje odnosima s kupcima pojam je koji cilja na suvremene strategije pružanja dodane vrijednosti kupcima. A za uspješnu CRM inicijativu potrebna su tri ključna elementa: ljudi, procesi i tehnologija. Svi

ljudi u tvrtki moraju na svoj specifičan način, ovisno o funkciji koju imaju, podržavati orijentiranost prema kupcu. Poslovni procesi tvrtke također moraju biti redizajnirani, i to s gledišta - Kako ovaj proces može bolje služiti kupcu? Tvrtke moraju izabrati pravilnu tehnologiju koja će podržavati ove poboljšane procese, osiguravati najbolje podatke zaposlenicima i biti dovoljno jednostavna za korištenje. Ako jedna od ovih osnova ne funkcionira dobro, kupac u konačnici neće osjetiti razliku - a to je bit - da kupac osjeti razliku.



Andrea Krkač
Konzultant
Gentis d.o.o.
tel 01 38 16 638
fax 01 38 66 127
gentis@mail.inet.hr

Uz profesionalnost potrebna je i ljudska

Gospođa Krkač je konzultant za razvoj organizacije, suvlasnica konzultantske agencije Gentis, a za Holcim Hrvatska je organizirala radionicu na temu odnosi s kupcima, na kojoj smo razgovarali o tome kakvi želimo biti prema našim kupcima. Zamolili smo je da vama, našim čitateljima, ukratko prenese svoja iskustva.

Gdje ste stekli Vaše bogato iskustvo na području marketinga i odnosa s kupcima?

Iskustvo sam stekla radeći na tri mjesta: u Commerz Bank u Essenu, Njemačka, na odjelu za rješavanje prigovora klijenata banke, u DHL International u

Zagrebu, u odjelu za telefonsku komunikaciju s klijentima i kao "tracing agent", tj. osoba koja rješava prigovore i traži pošiljke po svijetu, te u Coca-Cola sistemu, radeći u marketingu i s ključnim kupcima. Svako od iskustava je donijelo drugačija učenja - u banci diskrecija i efikasnost u međuljudskim odnosima, u DHL-u brzina i odgovornost, u Coca-Coli znanje i utjecanje na kupčeve strategije.

Radili ste u različitim granama industrije, da li u odnosu prema kupcima postoje neke specifičnosti između industrija?

Postoji puno različitosti i specifičnosti u svakoj industriji, iako je osnova ista - samo zadovoljan kupac kupuje. Neke

industrije si ne mogu dopustiti nemati izvrsnu brigu za klijente jer samo nju i prodaju npr. telekomunikacije. Druge proizvodne ipak još kaskaju u osluškivanju bila kupaca. Različiti je pristup, ali i kasnije nagrada. Recimo u DHL-u je stvar bila u snalažljivosti i brzini. Sjećam se kad nam je na sam Badnjak došla pošiljka iz Australije i nazvala nas je usplahireno baka - pošiljaoc i pitala jesmo li dostavili njen poklon unuci za rođendan - sutradan. Ispostavilo se da je tu pošiljku za nas tada i ratnim uvjetima bilo nemoguće dostaviti na otok Vis za jedan dan. Međutim, pokrenuli smo sve moguće veze i kombinacije i ostvarili bakinu želju. Cijeli naš tim radio je na tom mini

kupcu pružiti dodanu vrijednost?



“Ono što svi danas znamo je da je kupac kralj, da je upravo kupac na prvom mjestu. Međutim, Customer Relationship Management ne znači samo to, već osposobljavanje cjelokupnog poduzeća da tehnički, marketinški, kulturno, na koji god način hoćete, prati kupca u njegovim projektima, potrebama, željama.”

dr. Velimir Srića, prof.

Ekonomski fakultet i
Poslovna škola Delfin, Zagreb

Ono što se zapravo promijenilo je shvaćanje da nije dovoljno kupce voditi na ručak da bi se taj odnos nastavio, već da se na odnosima s kupcima mora trajno raditi i na poseban ih način održavati. Tu se radi i o tzv. community bonding - u: tvrtke formiraju zajednicu sa svojim klijentima, jer gospodarstvo manje ovisi o pojedinačnoj tržišnoj razmjeni roba, a više o uspostavljanju dugoročnih poslovnih odnosa.

Predstavljamo vam **PartnerPlus**[®]

U poslovnoj se literaturi može pročitati da proizvođač automobila Ford primjenjuje logiku: 'Ako kupci ne budu upravljali nama, neće ni našim automobilima'. U duhu istog takvog uvjerenja Holcim Hrvatska je ove godine organizirala istraživanje tržišta i više od 100 intervjua s našim kupcima i ostalim korisnicima cementa i betona, da bismo upoznali potrebe stručnjaka na području građevinarstva, i da biste vi upravljali nama. A sad krećemo dalje ...

“Naš uspjeh ovisi o našoj sposobnosti da vas, naše kupce, učinimo uspješnima”

To je vizija programa PartnerPlus, kojeg smo osmislili za naše kupce. Željeli smo da sam naziv programa označava i njegovu misao vodilju: partner ovdje stoji kao oznaka našeg odnosa, u kojem se ne radi samo o kupnji i prodaji, već o zajedničkom traženju rješenja i dobrobiti za oba partnera. Plus stoji za nešto više, za dodatnu vrijednost koju vam želimo pružiti kako bismo vas učinili uspješnima. PartnerPlus je nešto više, nešto posebno za naše partnere.

U okviru PartnerPlus-a događat će se različite zanimljive stvari i zajedničke aktivnosti: seminari, radionice, prezentacije, druženja i razmjena iskustava, tromjesečno ćete dobivati ovakav, i još bolji, MagazinPlus ...

A bilo bi nam drago da kroz naše svakodnevne kontakte i razgovore i vi s vašim prijedlozima sudjelujete u kreiranju programa, da nam kažete što je vama potrebno kako bismo zajedno bili uspješni.



emotivnost

projektu. Svi smo bili motivirani i ponosni postignutim. Takav duh klijenti cijene.

Koja je razlika u pristupu kupcima u svijetu i u Hrvatskoj?

Hrvatska uči od svijeta. Nama još tek treba postati jasno da kupci oblikuju naše plaće i radne uvjete. Ono što mislim da mi možemo naučiti svijet jest da uz profesionalnost ide faktor ljudske emotivnosti. Primijetila sam u Istri u nekim hotelima kako možda nedostatak novca za investicije u prostore, izvrsno nadoknađuju iskreno ljubaznim osobljem, koje zna Vaše ime, sjeća Vas se od prošle godine i preuzeti će odgovornost da Vaš boravak učini ugodnim.

Koji su najnoviji trendovi koji nam dolaze?

Trend je uvijek isti: nema spavanja, radi da oduševiš kupca svaki put. Sljedeći trend u brizi za klijenta je postati resurs kojeg kupac zaista može koristiti kao partnera. To podrazumijeva veliko znanje o industriji i svojim proizvodima ali i o njegovom poslovanju i njegovoj problematici. Dva klijenta nikada nisu slična, a to znači da mi moramo biti jako fleksibilni i puno raditi. Na primjer, na jednom ključnom klijentu godinu dana smo posvetili samo upoznavanju njegove organizacije, povezivanju ljudi iz naše dvije tvrtke, razumijevanju poslovnih procesa, poslovne problematike od proizvodnje do marketinga. Prijedlozi koje smo im tada

počeli iznositi više su bili analiza uspješnosti njihova poslovanja te konkretni strateški prijedlozi za poboljšanje. Zapravo, odlučili smo odraditi njihov posao. Puno kolega nas je pitalo zbog čega bi to uopće i radili? Odgovor je bio jednostavan, stekli smo kredibilitet, klijent se odlučio pilotirati prijedlog, a nakon toga ga provesti u čitavom nacionalnom lancu. Rezultat je bio nevjerojatan - rast prodaje od 7 (slovima: sedam) puta.

Kakve su općenito reakcije kupaca?

Kupci su sve kompliciraniji i zahtjevniji, obrazovaniji. Ali, kada ih oduševite, to vam uvijek vrate.



Hrvatske autoceste prema moru

U HAC-u je sve užurbanije, a radnici na cestama rade po tri smjene. San cijele Hrvatske, a pogotovo onih koji bi se za ljetnih vrućina brzo željeli dokopati mora - polako se bliži kraju. Zapravo, jedina stvar koja je bitna skoro koliko i nogometno prvenstvo u Portugalu je izgradnja autoceste Zagreb - Split. A upravo je HAC zadužen za izgradnju autoceste od Bosiljeva do Splita u dužini od 323,9 km. Holcim u ovom najvećem hrvatskom projektu sa svojim cementom sudjeluje na ukupno tri dionice.

O izgradnji autoceste razgovarali smo s gospođom Alenkom Dučić, šeficom Odjela za odnose s javnošću u HAC-u.

Koje dionice će biti u prometu od 30.06. 2004.?

- U lipnju će biti pušteno u promet novih 177 km autoceste. Otvara se dionica od tunela Mala Kapela do Gornje Ploče u dužini 95,5 km, od Zadra II do Pirovca u dužini 36 km, te od Vrpolja do Dugopolja u dužini 44,7 km.

Na kojim mjestima će biti obilasci?

- Autocestom će se putovati uz dva obilaska, s obzirom da će tunel Mala Kapela i dio od Pirovca do Vrpolja biti dovršeni u 2005. godini. Prvi obilazak je kojih 100 km nakon Zagreba, kod tunela Mala Kapela silazi se s autoceste na postojeću državnu cestu DC-23. Nakon obilaska Male Kapele (otprilike 13 km), slijedi ponovno uključanje na autocestu sve do Pirovca. Kod Pirovca, slijedi drugi obilazak, duljine otprilike 47 km, a silazi se s autoceste na spojnu cestu kroz mjesto Čista Mala i onda na cestu D-27 u Stankovcima, odakle se dolazi do postojećeg mosta preko ušća Krke kod Šibenika. Zatim se starom jadranskom magistralom prolazi Šibenik te se Borajskom cestom (D58) uspinje do Vrpolja. Slijedi ponovno uključanje na autocestu i 44,7 km punog profila autoceste do Splita, izlaz Dugopolje.

Hrvatske autoceste d.o.o.

tel 01 46 94 444
fax 01 46 94 505
info@hac.hr
www.hac.hr



Gdje će biti smještene benzinske postaje?

- Na dionicama koje će se pustiti u promet, u izgradnji je 11 cestarinskih prolaza te 12 pratećih uslužnih objekata od kojih su 5 benzinske postaje; Brinje, Janjče, Zir, Nadin i Kozjak, te sedam parkirališta.

Što nam još ostaje za napraviti u 2005. godini?

- U 2005. godini pustit će se u promet preostalih 50-tak km autoceste. Naime, do 30. lipnja 2005. godine pustit će se u promet tunel Mala Kapela, duljine 5.761 m te preostale dionice na potezu od Zadra do Splita (Bisko). Radi se o dionicama Pirovac - Skradin - Šibenik - Vrpolje i dionici Dugopolje - Bisko, duljine 44 km.

Koji su planovi HAC-a u budućnosti?

- Do kraja listopada 2004. godine, HAC će razraditi različite simulacije moguće realizacije pravaca autocesta koje još treba izgraditi, da bi Vlada do kraja ove godine mogla formulirati naredni četverogodišnji program za razdoblje od 2005. do 2008. godine. U tim

simulacijama ravnopravno će se razmatrati svi preostali pravci iz nadležnosti upravljanja HAC-a: Split - Ploče (60 km), Ploče - Dubrovnik (67 km), Žuta Lokva - Rijeka (56 km), Beli Manastir - Osijek - Svilaj (92 km), te Zagreb - Sisak (45 km).

Gospođi Dučić zahvaljujemo na ljubaznosti, a o izgradnji najvećeg hrvatskog tunela, razgovarali smo i s inženjerom Bosančićem:

- Najznačajniji objekt na sektoru je tunel Mala Kapela dužine 5.785 m, koji će biti pušten u promet u svibnju 2005. U veljači su izbušene obje cijevi tunela, a desna je već izbetonirana.

Za kraj, recite nam kako ste zadovoljni s Holcimom kao dobavljačem?

- Aranžman u izgradnji tunela ima talijanska tvrtka Coopcostruttori, ali mi također kontroliramo isporuke cementa. Holcim nam isporučuje oko 150 tona dnevno, a ukupno će isporučiti samo za ovaj tunel preko 30.000 tona. Mogu reći da se Holcim pokazao kao stabilan partner, pouzdan u rokovima i kvaliteti.



U kontroliranim uvjetima nastaje kvalitetniji proizvod

Za prvu temu ove rubrike odabrali smo betonsku galanteriju, a da bismo saznali više o primjeni cementa u proizvodnji betonske galanterije posjetili smo tvornicu betonskih proizvoda Beton Lučko. Kao renomirani proizvođač betona i proizvoda od betona Beton Lučko je u u zadnjih petnaest godina postojanja razvio više modernih tehnologija u proizvodnji betonskih opločnika. Tvrtka ima tehnologiju proizvodnje betonske galanterije od vibriranog betona, a pogon je izgrađen s vlastitim tehničkim rješenjima i inovacijama.

Razgovarali smo s direktoricom, arhitekticom Danicom Jelenić:

Beton Lučko je na tržištu prepoznatljiv kao proizvođač betonske galanterije. Koji proizvodi se najviše traže?

U programu betonske galanterije imamo preko 700 artikala koji se opet međusobno daju slagati, a najviše se proizvode opločnici. Opločnika imamo različitih vrsta materijala, oblika i obrade; koriste se za uređivanje i opločavanje privatnih dvorišta, ulica i trgova, površina za javni promet, zapravo za sve što možete poželjeti. Proizvodimo ih uglavnom od betona, pijeska i šljunka; cijeli postupak je automatiziran, a proizvodnu liniju opslužuju dvije automatske betonare. Potvrda naše kvalitete su osim zadovoljnih kupaca i nagrade; naime, mi konstantno izlazimo na Zagrebačkom velesajmu, i proljetnom i jesenjem; proljetni sajam kao specijalizirana priredba ima ocjenjivanje proizvoda i već treću godinu zaredom dobili smo nagrade za kvalitetan proizvod. Svake godine biramo jedan proizvod koji se daje u kvalifikaciju, zadnje je bilo element **rustica** koja je jedan specifičan element za opločenje: rustikalno izgleda, nema pravilne bridove, čak ima i valovitu gornju strukturu tako da je koncipiran da što prirodnije djeluje u okolišu. Nastojimo se našom proizvodnjom betonskih opločnika što više približiti prirodnom kamenu.



Tko su korisnici Vaših opločnika?

Korisnici naših proizvoda su i mali i veliki kupci, počev od privatnih kupaca koji ih koriste za uređenje okućnica; zatim, gradovi i općine, građevinari koji izvode radove na ostalim objektima, zapravo kupci svih profila.

Da li u Hrvatskoj postoji jaka konkurencija u proizvodnji betonskih opločnika?

Postoje još neki proizvođači; međutim, mi sa svojim brojem, količinom, različitim obradama, a naročito kvalitetom, ovog trena prednjačimo, odnosno najjači smo proizvođači u tom području.

Vaš proizvodni program je ipak mnogo širi od opločnika?

Osim ove sitne galanterije, kako ju mi zovemo, radimo proizvodnju i druge masivne prefabrikacije od betona; to su klasični elementi za zidove, za stropove,



gotove stubišne krakove, obloge od betona za stubišta, proizvodimo i elemente za hale: grede, stupove, krovne nosače. Zapravo se radi o jednom trendu koji je u svijetu već vrlo razvijen, da se što više radi u montažnoj i polumontažnoj gradnji; radi uštede vremena ali i same kvalitete koja je prisutna kod proizvodnje takvih elemenata. Naime, proizvoditi nešto u tvornicama betona je pod puno većom proizvodnom kontrolom nego na samom gradilištu, time je i kvaliteta puno bolja nego na gradilištu. U konačnici su montažni i polumontažni sistemi građenja jeftiniji: neke radnje se ne moraju raditi, npr. nije potrebna žbuka, vrijeme građenja se skoro prepolovljuje u odnosu na klasični način gradnje, sistem podupiranja je 1,5 puta manji nego kod klasične gradnje...

Gdje se vrši kontrola kvalitete za Vaše proizvode?

Za kontrolu kvalitete bazni laboratorij je u Lučkom, tu su zaposlena tri inženjera građevinskog materijala, mi imamo konstantnu tehničku kontrolu kompletne proizvodnje, odnosno svih naših proizvodnih programa.



Danica Jelenić
Direktorica

Beton Lučko d.o.o.
tel 01 65 30 500
fax 01 65 30 070
info@betonlucko.hr
www.betonlucko.hr

Muzej krapinskog



Jedan od velikih projekata u kojima je i Holcim dao svoj doprinos i na koje je posebno ponosan je izgradnja novog Muzeja krapinskih neandertalaca na lokalitetu Josipovac u Krapini. Izgradnja Muzeja započeta je još 1998. i ovih dana je dovršena, a nadamo se da će uskoro početi i njegovo unutrašnje uređenje.

Autori koncepcije novog muzeja u Krapini, paleontolog Jakov Radovčić i arhitekt Željko Kovačić osmislili su jedinstveni muzej koji će svojim oblikom, koncepcijom postava i tehnološkim rješenjima predstavljati muzeološki koncept

jednakovrijedan poznatim svjetskim muzejima. Za razliku od već postojećeg, novi muzej će na potpuno suvremen način prezentirati Krambergerovo senzacionalno otkriće brojnih ostataka pračovjeka.

Novi pristup potreban je zbog izuzetnosti ovog jedinstvenog i svjetski poznatog paleoantropološkog nalazišta, odnosno zbog primjerena prikaza i valorizacije. Međutim, novi muzej će biti i mnogo više; bit će to muzej o postanku i evoluciji čovjeka, vremenski stroj koji nas vodi od vremena otkrića pračovjeka do nastarije prošlosti zemlje i ljudskog roda. Organička

arhitektura ovog muzeja, čiji oblik podsjeća na embrio, nije slučajna ili sama sebi svrhom, već je rezultat pažljivog iščitavanja muzejskog postava, a vanjski izgled kao i svaki unutrašnji dio ovog Muzeja u potpunosti odgovara kontekstu teme koja se u njemu izlaže.

Muzej pračovjeka u Krapini lociran je neposredno uz glasovito nalazište na Hušnjakovom brijegu. "Vanjsko pročelje je interpretacija polušpilje u modernim materijalima - betonu i staklu. U početku modernog korištenja betona na prijelazu iz 19. u 20. stoljeće taj se materijal često



pračovjeka

nazivao "umjetni kamen" zbog svoje inženjerske interpretacije sila prirode u formiranju metamornih stijena."

Ulaskom u prodol Josipovca posjetitelj će se zateći pred okomitom stijenom i staklenim zidom Muzeja. Volumen, proporcije i pročelje Muzeja su projektirani prema izgledu sačuvanih staništa neandertalaca, a osnovna karakteristika polušpilje ili abria bila je jednodimenzionalna dvorana, prirodno izdubljena u gotovo vertikalnoj stijeni. Okomita stijena na ulazu u Muzej zapravo predstavlja ulazak u predšpiljski prostor pračovjeka, a

staklena stijena ima dvostruku ulogu: kroz nju je moguće motriti na prirodni krajolik ali ona može postati i platno na koje se projiciraju «slike iz života pračovjeka»: svakodnevne situacije, obitelj oko vatre, izrada artefakta, sukobi sa životinjama.

Posjetitelj na taj način biva odmah uvučen u život pračovjeka, postaje stanovnikom špilje da bi zatim sustavom podzemnih dvorana prolazio kroz različite vremenske i tematske cijeline koje čine sadržaj Muzeja. Oko ulaznog hola obavijene su kroz dvije etaže izložbene dvorane, od kojih nas prva uvodi u Krapinu s kraja 19. stoljeća, s izloženim eksponatima o ljudima i vremenu Krambergerova istraživanja na Hušnjakovu.

U sljedećoj prostoriji podižući telefonske slušalice, obješene na lutke s likom pojedinih znanstvenika s kraja 19. stoljeća (Darwin, Ranke, Lamarck), posjetitelj će moći čuti njihove stavove o porijeklu čovjeka. Mijenjajući slušalice posjetitelj postaje sudionik stoljetnih rasprava i često kontradiktornih razmišljanja jer se radi o vremenu kada još uvijek nema čvrstih dokaza o evoluciju čovjeka. U takvom trenutku na povijesnu scenu stupa Dragutin Gorjanović Kramberger i pokazuje Hrvatskoj i svijetu svoje senzacionalno otkriće. Rekonstrukcija izgleda lokaliteta za vrijeme istraživanja, kao i ostaci pračovjeka govorit će zorno o najbogatijem nalazištu neandertalskog pračovjeka na svijetu.

Jaka svjetlost velikog praska, odnosno postanak Zemlje sljedeći je segment muzejskog postava. Dvostruka pužnica, jedna unutar druge, velika je rampa kojom se posjetitelji penju iz prizemlja na kat muzeja. Ova spirala muzejskog postava je zapravo vremenski sat čiji prvi dio pokriva razdoblje oblikovanja zemlje (prekambrij), dok drugi dio pokriva vrijeme od paleozoika do danas i prikazuje razvoj života na zemlji sve do vremena neandertalskog pračovjeka. Raznim eksponatima, video projekcijama, modelima, simulacijama, interaktivnim ekranima, preparatima posjetitelj prolazi kroz sažeti pregled povijesti zemlje kojem je posebno naglašen slijed razvoja čovjeka, a sam uspon rampe ima i dodatnu formalnu simboliku uspona evolucije. Tu je zavojnici uspona pridodana i zavojita vertikala divovskog modela makromolekule DNK koja na poseban način potcrtava razvoj i logiku života.

Prateći stazu uspona i sve kemijske i organske mijene posjetitelj konačno dolazi do najstarijih fosilnih dokaza o pojavi ljudskih predaka.

Došavši na kraj rampe i na nivo prvog kata posjetitelji ulaze u vrijeme pojave neandertalaca koji su ovdje detaljno izloženi na primjerima krapinskog nalaza i zbirke. Prvi prostor je idealna rekonstrukcija krapinske polušpilje s nizom suvremenih dermoplastičnih prikaza neandertalaca rađenih prema krapinskim nalazima. Oni nam prikazuju neandertalskog čovjeka u punini njegova izgleda i života; stanište u kojem je obitavao, artefakti koje je izrađivao, kao i situacije iz njegovog života sa scenama umornog lovca, brižne majke, razigrane djece. Slijedi tema o duhovnom svijetu neandertalaca nakon koje dolazimo do prikaza svih svjetskih nalaza neandertalskih praljudi.

Govoreći o lokalitetima na kojima su se odigrale po povijest i znanost značajne stvari, arhitekt Kovačić će reći: "I treba biti pažljiv prema takvim mjestima, sačuvati ono što je sačuvano, ne graditi sebi spomenik jer spomenik je već tu." Oblikujući i oplemenjujući taj spomenik, Kovačić je uspio izgraditi Muzej koji će svojom arhitekturom i muzeološkom razradom predstavljati ne samo hrvatsku, već i svjetsku kulturnu baštinu.



Željko Kovačić
Arhitekt

tel 01 48 23 035
fax 01 48 23 035
zeljkok@zamir.net



Pri pisanju članka, uz razgovor s arhitektom Željkom Kovačićem, korišten je i njegov tekst pod naslovom "Kuća embrio".

Srdačno se zahvaljujemo izvođaču radova - poduzeću Carpona Gradex što nam je omogućilo da zajedno oblikujemo dom krapinskog pračovjeka.

Vaš Holcim

Carpona Gradex d.o.o.
tel 049 370 622
fax 049 370 622
www.carpona-gradex.hr

Fazani koji život znače



Dragutin Žugec
Direktor

Resnik beton d.o.o.
tel 01 20 09 845
www.resnikbeton.hr

Resnik beton je uspješna tvrtka za proizvodnju i trgovinu betonom sa sjedištem u Resniku, u istočnom dijelu Zagreba. Na ulazu nas mimoilaze kamioni i mikseri koji su krenuli prema gradilištima, sve užurbano i radno, a u kući koja više nalikuje ugodnom domu nego uredima, u prijateljskoj atmosferi čeka nas gospodin Dragutin Žugec, suvlasnik i direktor firme Resnik Beton. Gospodin Dragec je u betonskoj industriji već 20 godina i ako netko zna sve o betonu onda je to zasigurno on.

Razgovor o betonu i još nekim stvarima koje život znače započinjemo prisjećajući se njegovih početaka kao mladića koji zbog zarade odlazi na daleki put u Libiju, da bi tamo radio za njemačku građevinsku firmu, Henrich Becht.

Dragec, je li pao u Libiji prvi milijun?

- Pa nije baš milijun, ali s 21 godinom vratio sam se u Hrvatsku s 20.000 maraka, što je tada bio velik novac. Najveći posao tada je bila betonska pumpa, sada toga ima kol'ko hoćete...ali tako se počinjalo. Malo po malo, razvijao se business ...



Što sve Resnik Beton danas radi?

- Proizvodnja betona, prijevoz, transport pumpama, ugradnja, imali smo i betonsku galanteriju - odustali smo od toga jer ne

treba svaštari, treba delati korektno, u jednom smjeru, ali imamo desetak vrsta transportnog betona i jedini smo u proizvodnji lakog konstrukcijskog betona. U siječnju je u pogon puštena nova, potpuno kompjuterizirana betonara Teka iz Njemačke, najsuvremenije postrojenje, samo 17 takvih je u svijetu; njemački inženjeri i programeri su to odradili. Kad imaš novije postrojenje, ujednačiš proizvodnju, ujednačiš kvalitetu, nemaš nikakvih gubitaka, kupci su zadovoljniji.

Poznati ste po izgradnji velikih objekata. Recite koje ste projekte do sad izveli?

- Radili smo zgradu Coca Cole na Vukovarskoj, naplatne kućice na Bregani, stambeno naselje Čulinečka, Audi centar Sesvete, Tenis centar Pantovčak, ma ne mogu se svega ni sjetiti; sada imamo 15 projekata, 15 gradilišta na kojima se gradi... mogu Vam otkriti da ćemo raditi i novi toranj u Heinzlovju.

U ured dolazi i suvlasnik Resnik betona, gospodin Mijo Zgorelec, koji je s Dragecom u poslu od početka, od 1996. godine, od kad Resnik beton radi samostalno na ovoj lokaciji.

Dva vlasnika i direktora? Je li to funkcionira?

- Funkcionira uspješno, evo već osam godina. Dragec ugovara poslove, a ja radim operativu. Kod nas sve štima, ali konkurencija je strašna.

Dragec se također žali na nezdravu konkurenciju i objašnjava nam:

- Čini mi se da danas u Zagrebu rade 52 betonare, 18 samo u istočnom dijelu grada. Konkurencija je u betonu ubitačna... sve velike kompanije su u krugu od 5 km. Resnik Beton je treća najjača betonara na području Zagreba po proizvodnji, a po rezultatima bi se usudio reći i prva. Ako netko radi s dumping cijenama da bi uzeo tržište, a istovremeno je nelikvidan onda to nije nikakvo rješenje.

A kakva je suradnja s Holcimom? Barem sa Švicarcima sve uvijek štima, kod njih valjda ne vrijede političke veze?



- S Holcimom radimo otkad smo počeli, od prvog dana, imamo i korektnu cijenu. Mi trošimo puno cementa, zato nam Holcim voli i što je još važnije, plaćamo na vrijeme. Švicarci ne kuže baš kompenzacije, odgode... ali zadovoljni smo. I druga stvar, Holcimovo ime je i garancija kvalitete našeg betona.

Budući da razgovor vodimo u kasnim popodnevnim satima, primjećujemo da ovdje još uvijek svi rade punom parom. Dragec, pa nekad se valjda i odmarate? Čuli smo da imate zanimljiv hobi?

- Pa da, evo već dvadeset godina uzgajam fazane i imam farmu u Novom Marofu, odpeljam vas autom da vidite... i tako smo krenuli za Novi Marof, a kad tamo... potpuno drugi svijet... kao da smo došli na švicarsko selo gdje su domaćini u potpunosti posvećeni što ljepšem i urednijem izgledu svoga domaćinstva. Kuća s vrtnim patuljcima, vodoskocima, različitim vrstama cvijeća, a u blizini prekrasna klet, farma fazana, eko vrt... a sve uzgojeno i održavano s takvom energijom i ljubavlju da vam jednostavno zastaje dah.

Koliko vrsta fazana imati i gdje ste nabavili kućice za njih?

- Sve je ručno rađeno, po narudžbi; fazana imam desetak vrsta: kraljevski, zlatni, divlji, filbrirni, platinasti, dijamantni, uhati... tu su i japanske prepelice, golubovi...

Znajući da gospodin Dragec većinu vremena provodi na poslu pitamo se gdje su ljudi koji sve ovo održavaju?

- Sve održavamo žena i ja. A i nije mi teško... svaki dan, već 19 godina putujem iz Novog Marofa za Zagreb. Probao sam živjeti u Zagrebu ali ovdje je ljepše. Kad dođem umoran s posla, sjednem s obitelji na ovu klupu i kad vidim ovaj pogled, vrt, fazane... ma šta da vam pričam... to je odmor za dušu.

Sve nam je bilo jasno jer smo se i mi osjećali kao da smo na trenutak pobjegli u potpuno drugi svijet, daleko od svakodnevnih briga, stresa na poslu, prometnih gužvi i svih onih stvari zbog kojih sanjate o životu na nekom mirnijem mjestu.



TransPlus preuzima vaš teret

Jednom davno, dok sam bio još dijete, otišao sam u kino gledati nekakav trećerazredni kung-fu film. Nakon višeminutne "makljaže" u kojoj je glavni junak zadobio jedva vidljivu posjekotinu iznad lijevoga oka, pogled mi je neplanirano zapeo na čudnovatom "Jadrolinijevom" kontejneru koji se nenadano našao tamo, na filmu, uredno posložen među stotinama drugih u Hongkongskoj luci. Premda se radilo o filmu i miljama udaljenoj egzotičnoj luci, srce mi je razdragano zaigralo. Onako zamrljan kolicima i zavaljen u mekanom sjedištu kina, osjećao sam se, odjednom, dijelom velikog, nedohvatljivoga Svijeta.

Danas, na autoputevima, kad se neplanirano mimoidemo s blistavo bijelim šleperima, prošaranim žarko crvenim i crnim oznakama na kojima velikim slovima piše: "Holcim", osmijeh nam, isto tako neplanirano kao meni onda u kinu, zatitra na razgaljenim licima. Premda ne poznajemo svakoga vozača ponaosob, njihovo iznenadno pojavljivanje na prometnoj, dalekoj cesti razveseli nas, ulijevajući nam dodatnu sigurnost. Osjećamo, mada kilometrima udaljeni od kuće, dašak toploga doma.

U želji da saznamo tko su ti "moderni Holcimovi nomadi" koji neumorno prevalljuju velike razdaljine, prevozeći robu do udaljenih gradova i gradilišta, razgovarali smo s direktorom poduzeća "TransPlus", gospodinom Nenadom Juretićem.

- Imamo 6 cisterni za prijevoz rasutog tereta, 7 poluprikolica s kipanjem, jednu normalnu poluprikolicu koja ne može kipati i 13 tegljača. Uz to imamo i 14 vozila, što miksera što pumpi ... - precizno nam sortira impresivni vozni park gospodin Juretić.

- "TransPlus" je firma koja je u stvari u vlasništvu "Holcima" i jednog partnera iz Češke. Ali djelujemo samostalno - vodimo cijelo poslovanje, imamo vlastito računovodstvo.

Ono na što su posebno ponosni u "TransPlusu", saznajemo iz razgovora s gospodinom Juretićem, satelitska je

navigacija kamiona, prva uvedena u Hrvatskoj.

- Mi u svakom momentu možemo vidjeti gdje je kamion, brzinu, potrošnju goriva, koliko je kamion radio, koliko je bio na istovaru i na utovaru. Jako puno podataka može se dobiti od tog softvera za satelitsko praćenje. Ma možemo vidjeti i gdje šoferi stanu na kavi, u kom kafiću - smije se gospodin Juretić.

Kamioni su svi novi. Ugrađeni klima uređaji čine vožnju ugodnijom. Svaki kamion godišnje pređe 120.000 kilometara. Kamioni su stalno u pokretu. Vrlo rijetko više od dva kamiona "odmaraju" u krugu tvornice.

- Cilj nam je da sljedeće godine iskoristivost povećamo na 150.000 kilometara godišnje. Planiramo zaposliti još šofera, tako da ih po kamionu budu trojica. Mada je cement primaran, na povratku, nakon istovara cementa, često prevozimo ciglu, pijesak, žbuku za građevinare u Istri, ili za potrebe "Holcima" prevozimo palete, pijesak za proizvodnju... - objašnjava nam optimističkim tonom gospodin Juretić.

Na parkiralištu, iščekujući utovar, prilazi nam Kristijan Popović, jedan od mlađih šofera na super novom kamionu za prijevoz paletizirane robe i rasutih materijala. Od njega saznajemo iz prve ruke kako je to svakodnevno biti za volanom, o čemu se razmišlja tijekom dugih vožnji, koja se muzika sluša, kada je vozaču najteže...

- Vozim pretežno za Zagreb, Varaždin, Čakovec, u Dalmaciju nešto malo. Ceste su dosta loše. Pretežno u vožnji slušam "Narodni radio". Politiku ne pratim. Slušam samo muziku. Inače od kazeta preferiram Zečića, Mišeta (što bi značilo: Mišo Kovač), uglavnom stare hitove.

Kristijanov kamion ljeska se na suncu od čistoće. Pored volana, s unutarnje strane kabine, nazire se žuta pločica na kojoj velikim slovima piše "Kristijan". Kristijan i njegov kamion, očito, dobro se slažu.

- To su kamioni "mladi", "dobri". Sve imamo. I klimu... A klima? Znaš šta, koliko je dobra, toliko šteti zdravlju. Baš sam se jedan dan vraćao iz Zagreba i na autoputu, tamo, i ono, po danu sunce - toplo, uključio sam klimu, ali čuo sam odmah, sinusi. Inače, ljeti bez klime, tko bi to izdržao?

Dok razgovaramo o kamionu, diskretno se okrećemo prema njemu, kao prema nekakvom kućnom ljubimcu.

- Od Zagreba do Labina, normalnom vožnjom, treba mi oko četiri i pol sata. Od Zagreba i nazad sve skupa s tunelom ima oko 600 kuna cestarine za platiti. Cestarine su užasno velike. Kamion potroši na toj relaciji oko 250 - 270 litara nafte, odnosno na 100 km potroši od 40 do 45 litara nafte. Ispod ne može, po ovim terenima, uvijek smo puni, teški teret, cement...

Kada bi pokupio neku zgodnu stoperku, npr. na izlazu s auto-puta, da li bi se to očitovalo preko satelita, postavljamo hipotetičko pitanje Kristijanu.

- Mislim da ne, ali vidiš stvarno ne znam - smije se Kristijan, i brzo dodaje - Ja nisam još oženjen, ali stvarno ne znam.



Nenad Juretić
Direktor

TransPlus d.o.o.
tel 052 876 195
fax 052 876 225
mob 098 334 499
nenad.juretic@transplus.hr



S lijeva na desno:
Bruno Fajman, vozač
Diego Kalac, disponent
Nenad Juretić, direktor
Kristijan Popović, vozač

Reportaža
tekst i fotografije:
Radenko Vadanjel

Namještaj od betona?



Šetajući llicom u čudu zastajemo: Da li je moguće? Betonska fotelja? Da li možete zamisliti da se u svom vrtu odmarate u fotelji napravljenoj od betona?

Upravo takvu fotelju napravio je švicarski arhitekt Stefan Zwicky 1980. godine kao hommage slavnoj Le Corbusier-ovoj stolici. Le Corbusier je svoju kožnu stolicu kreirao za izložbu Lifestyle iz 1929. godine u Parizu, a danas je ona već klasik modernog dizajnerskog namještaja. Želeći odati počast Le Corbusier-u, slavnom arhitektu i dizajneru koji je početkom stoljeća promijenio naše shvaćanje oblikovanja, švicarski arhitekt Zwicky je napravio istu takvu stolicu, prema originalnom nacrtu i dimenzijama Le Corbusier-ove, s jedinom razlikom - nova

fotelja je od betona. Betonska fotelja ipak nije zamišljena kao dio namještaja u vašoj dnevnoj sobi - samo desetak takvih postoji danas u Europi, nešto u muzejima, a nešto kao izložbeni primjerak u salonima namještaja. Ona je zamišljena kao umjetničko djelo, odnosno skulptura koja oplemenjuje vanjski prostor.

Iz ovog primjera vidimo da beton nije samo, poslije vode, drugi najkorišteniji materijal na svijetu, on ima i svoju estetsku funkciju, a ponekad može, kao u ovom slučaju, postati i samo umjetničko djelo.

Betonsku fotelju smo za vas pronašli u salonu namještaja Intera, na adresi Ilica 168A.



Zdravi i veseli bili

Na godišnjem dobro se odmorili

Želi Vam Vaš Holcim

P.S. Uz odmor i kupanje sjetite se i nas - pošaljite nam razglednicu. A kamo? Na našu novu adresu u Zagrebu:

Holcim (Hrvatska) d.o.o.

Karlovačka 2E

HR - 10000 Zagreb

A nakon godišnjih odmora, **10. rujna** organizirat ćemo svečano otvorenje na koje ste svi srdačno pozvani. Nadamo se da će razglednica koju ćete nam poslati za većinu vas biti izvan mjesta stalnog boravka, a za sve vas koji ćete nam ju poslati pripremili smo poklon - da i u vašem uredu bude slatko kao što će biti u našem novom.

