



Prezydent
Rzeczypospolitej Polskiej

Warszawa, dnia 12 listopada 1992 roku

Laureaci Złotych Asów

Szanowni Państwo!

Jesteście laureatami nagrody będącej potwierdzeniem osiągnięć wyrosłych z dobrego pomysłu, aktywności i gospodarności. Potrafiłście Państwo udowodnić, że istnieje polski przepis na sukces. To słuszny powód do dumy. Podjęliście wyzwanie, umiejętnie wykorzystaliście szanse, jakie daje nam nowa rzeczywistość. Waszą dewizą jest nowoczesność, zaradność i solidność. Właśnie dzięki temu jesteście najlepsi z najlepszych.

Cudze chwalicie, swego nie znacie - powiada przysłowie. Jestem jednak przekonany, że coraz rzadziej będziemy je powtarzać w nowej Polsce. Będzie to Waszą zasługą. "Złoty As" symbolizuje to co najlepsze. Takie akcje promocyjne jak "Odrodzenie 1992" przybliżają nas do Polski na miarę naszych aspiracji. Polski nowoczesnej, gospodarnej i zasobnej.

Konkurencja jest zasadą wolnego rynku. Może ona wywoływać lęk i bierność. Wtedy paraliżuje i osłabia. Wygrywa ten, kto nie boi się wyzwania konkurencji. Szuka lepszych, rodzimych rozwiązań i osiąga sukces. Pokazaliście Państwo, jak sprawić, aby "polskie" znaczyło "lepsze". Za to właśnie Państwu dziękuję.


Lech Wałęsa



Marszałek Sejmu
Rzeczypospolitej Polskiej

Warszawa, listopad 1994 r.

Laureaci Złotych Asów

NAGRODA, ZŁOTY AS

Wilanów, 1996

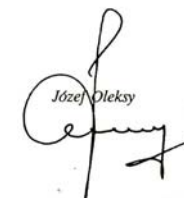
Szanowni Państwo,

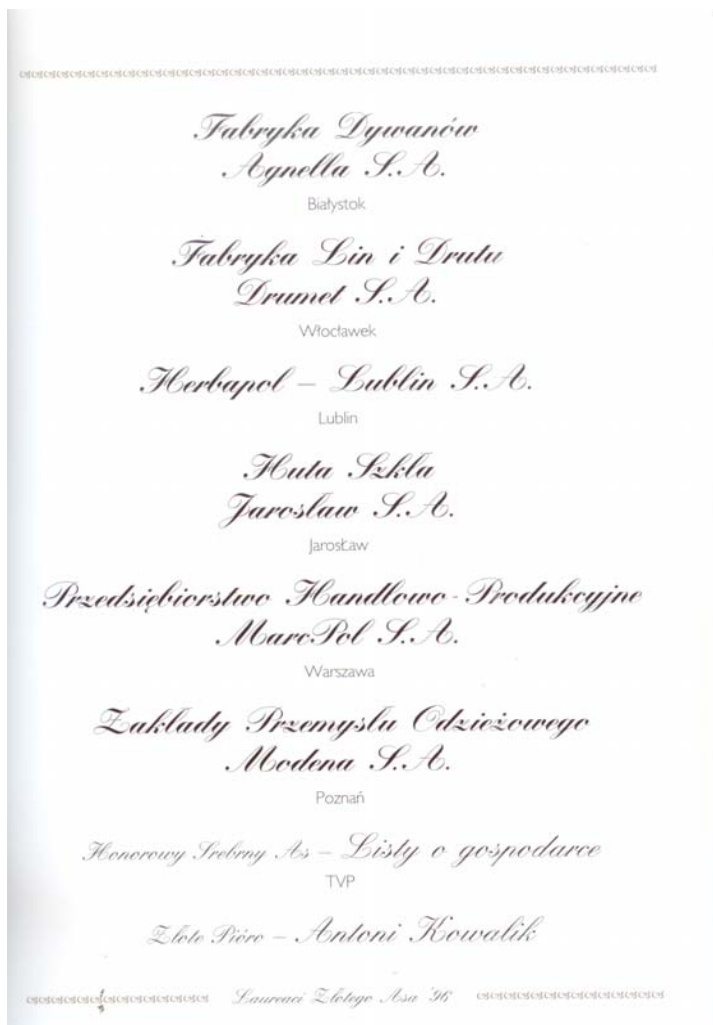
Witam Was w elitarnym gronie zdobywców "Złotego Asa" Polish Promotion Corporation - 1994 r. To zaszczytne wyróżnienie jest synonimem najwyższej jakości, solidności i rzetelności w biznesie, otwarcia na świat i wrażliwości społecznej. Jestem przekonany, że nagroda ta podniesie prestiż Państwa firmy, umocni jej pozycję na rynku i otworzy nowe perspektywy rozwojowe.

Firmy wyróżnione "Złotym Asem" powinny być wzorem dla innych. Ich osiągnięcia świadczą, iż nawet w trudnych czasach można z powodzeniem realizować nakreśloną perspektywicznie strategię rozwoju.

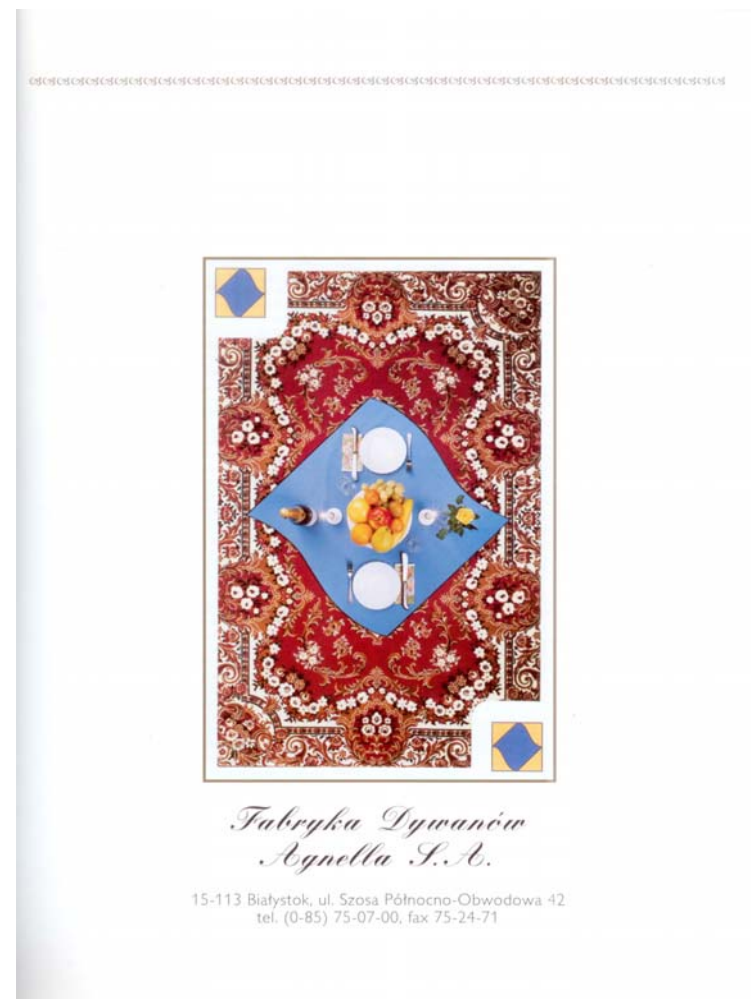
W imieniu Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej i własnym deklaruje, że w pracach legislacyjnych będziemy wspierać pozytywistyczne działania dobrych firm, stwarzając warunki do dynamicznego rozwoju kraju.

Z okazji przyznania "Złotych Asów" życzę Państwu wytrwałości, konsekwencji we wdrażaniu założonych planów oraz dalszych sukcesów w działalności Waszych firm, a tym samym pomyślności gospodarczej naszej Ojczyzny.


Józef Oleksy



Wilanów, 1996



NAGRODA, ZŁOTY AS



Agnella

Agnella jest największym polskim producentem dywanów. Jednocześnie, od lat, pozostaje liderem pod względem wartości na polskim rynku dywanowym. Fabryka powstała w 1975 r. ale pierwsze dywany wyprodukowała dopiero w 1980 r. W 1991 r. została przekształcona w jednoosobową spółkę Skarbu Państwa, a w 1993 r. sprywatyzowana drogą kapitałową w spółkę akcyjną.

Oprócz dywanów AGNELLA produkuje także chodniki i wykładziny dywanowe. Produkowane wyroby spełniają najwyższe światowe normy: są trudno zapalne, antyelektrostatyczne i higieniczne. Nowoczesne wyposażona, w pełni skomputeryzowana pracownia i najwyższej klasy fachowcy to ogromny atut fabryki. Obecnie w fazie montażu znajdują się dwa najnowocześniejsze, skomputerizowane krosna tkackie do produkcji dywanów.

Dywany na nich produkowane będą mogły konkurować z produkcją brytyjskich fabryk, potentatów w tej branży. Stawia to AGNELLA w rzędzie najnowocześniejszych fabryk dywanowych w Europie oraz umożliwia wprowadzenie na polski rynek dywanów o niespotykanej dotąd jakości, których dotyczyła w kraju nie produkowano. Będą one konkurencyjne nie tylko pod względem wartości użytkowych i estetycznych, ale także cenowo w stosunku do wyrobów innych europejskich wytwórców.

Fabryka wyprodukowała i sprzedała w 1995 r. 1.949.100 m² towarów o wartości 57.914.100 zł. W okresie 10 miesięcy 1996 r. wielkość produkcji wyniosła 1.584.770 m² a jej wartość 54.086.550 zł. W ok. 90% produkcja sprzedana jest na rynku krajowym; 10% jest eksportowane do krajów sąsiadujących oraz do dalekiego Kувeitu. Główni odbiorcy to klienci indywidualni. Ponadto AGNELLA wyposaża w swoje dywany najbardziej prestiżowe instytucje w Polsce: Pałac Prezydencki, Sejm i Dom Poselski. Sprzedaż odbywa się poprzez sieci hurtowni i sklepów detalicznych, w tym dwóch własnych sklepów firmowych.

W ocenie zarządu fabryki Agnella opanowała co najmniej 30% rynku krajowego. Z sukcesem walczy nie tylko z krajową ale także zagraniczną konkurencją. „Nie mamy żadnych kompleksów” - mówi prezes zarządu Jerzy Kuzawski - i wyraża co jest przekonane za granicą możemy także wyprodukować w naszym kraju a nie rzadko i dużo lepiej”. W tej konkurencji ważnym atutem jest nie tylko jakość ale i wzornictwo, które zostało już wielokrotnie docenione przez fachowców. Jak dotąd trzykrotnie dywanów AGNELLA otrzymało prestiżowy znak Dobry Wzór nadawany przez Instytut Wzornictwa Przemysłowego. Ponadto dwie kolekcje wehwanie otrzymały złote medale Międzynarodowych Targów Poznańskich.

Działania handlowe AGNELLI wspierane są nowoczesnymi narzędziami marketingowymi: promocją i reklamą. „Promocja własnego stylu to rozpoznawanie działań marketingowych w AGNELLI” mówi Piotr Reiter, dyrektor sprzedaży i marketingu. Rozumieniem przez to oryginalną promocję w sklepach oraz ulotkową promocję na klienci.

AGNELLA jako pierwsza fabryka w Europie Środkowo-Wschodniej uzyskała prawo do używania znaku Decorwood Rugs przyznanego przez nowozelandzkiego hodowcę owiec: za produkcję towarów o ponadprzeciętnych walorach użytkowych i wzorniczych. Nie tylko wzornictwo jest atutem AGNELLI. Wzrostkie dywany produkowane są w technice Wilton z najwyższej klasy surowców. Dzięki zastosowaniu odpowiedniej przędzy i nowoczesnej technologii są antyelektrostatyczne, nie ulegają obwarstwieniu oraz są odporne na brudzenie i ścieranie. Posiadają ikane atesty, w tym także Państwowego Zakładu Higieny w Warszawie.

Oprócz klasycznych dywanów, wyróżniającej się produkcją dywanów klientów, AGNELLA rozpoczęła również produkcję dywanów z przędzy uszlachetnionej tzw. stabilizowanej termicznie (Heat-Set). Używane w tej technologii podwyższone i gęste runo powoduje, iż dywany z włókien syntetycznych do złudzenia przypominają te wehwanie.

Strategia fabryki na najbliższe lata jest stała i niezmienna - umacnianie marki AGNELLI na rynku.



Złoty As '96



GRODA, ZŁOTY AS anów, 1996



Agnella is the biggest Polish producer of carpets. It has been a leader of pattern-designing in the carpet market for many years. The factory was set up in 1975 but the first carpets were produced in 1980. In 1991 it was transformed into one-man State Treasury company privatised through capital into joint stock company in 1993.

Apart from carpets AGNELLA produces also Christmas trees and fitted carpets. The manufactured products fulfil the highest world standards, they are not flammable, antielectrostatic, and hygienic. Modern equipment, fully computerised study and highly qualified professionals are great trump cards of the factory. At present two computerised looms for the production of carpets are in the phase of assembly. The carpets produced on them can compete with the production of Belgian plants, potentates in this branch. That places AGNELLA among the most modern carpet plants in Europe and enables introducing carpets of exceptional quality, which were not produced in the country so far in the Polish market. They will be competitive not only in respect of utility and aesthetic values, but also of price in comparison to the products of other European manufacturers.

In 1995 the factory produced and sold 1.949.100 m² of goods worth 57.914.100 PLN. In the period of 10 months of 1996 the size of production was 1.584.770 m² and its value 54.086.550. Ca. 90% the production is sold on the domestic market, 10% is exported to the neighbouring countries and remote Kuwait. The main recipients are individual customers. Besides AGNELLA provides the carpets to the most prestigious institutions in Poland: The Presidential Palace, the Sejm and MP House. The sale takes place through the network of wholesale firms and retail shops, including two own firm shops.

In the assessment of the factory's board the plant covered at least 30% of the home market. It fights not only home but also foreign competition. „We have no complexes” - says the chairman of the board Jerzy Kuzawski - „And although in production abroad can often be produced in our factory often much better”. The trump card in this competition is not only quality but also pattern-designing, which has many times been approved of by specialists. So far thirteen AGNELLA carpets have been awarded prestigious Good Pattern sign given by the Institute of Industrial Pattern-Designing. Besides two wood collections were granted gold medals of the International Poznań Fair. AGNELLA trade activities are supported by modern marketing tools: promotion and advertisement. „The promotion of own style is the most important marketing activity in AGNELLA” says Piotr Reiter, the director of sale and marketing. It means original promotion in the shops and customer oriented promotion.

AGNELLA as the first factory in Middle-East Europe acquired the right to use the sign of Decorwood Rugs granted by New Zealand sheep breeder for the production of goods of above the average design and utility values. Not only pattern-designing is the trump card of AGNELLA. All the carpets are produced in Wilton technology from the highest class raw materials. Due to the usage of the right yarn and modern technology they are antielectrostatic, they do not decolorize and are resistant to dirt and abrasion. They have numerous certificates including that of State Hygiene Institute in Warsaw. Attempting to fulfil customers wishes AGNELLA apart from classical carpets started to produce carpets made of improved Heat-Set yarn. The thick and fitted fleece acquired that way make the synthetic fibre carpets look like the wooden ones. The strategy of the factory for the coming years is stable and unchangeable - strengthening of AGNELLA's position on the market.



Wianiec 11 grudnia 1996



Agnella is Poland's greatest Teppichhersteller and seit einigen Jahren auch in Design führend. Die Fabrik wurde 1975 gegründet, aber die ersten Teppiche wurden erst 1980 angefertigt. 1991 wurde sie in eine Erman-Gesellschaft des Fiskus und 1993 in eine Aktiengesellschaft umgewandelt.

AGNELLA stellt auch Läufer und Teppichböden her. Ihre Erzeugnisse entsprechen den höchsten Normen, sie sind schwer entflammbar, antielektrostatisch und hygienisch. In der computerisierten Werkstatt arbeiten erprobte Fachleute. Im Augenblick werden zwei modernste computergesteuerte Webmaschinen montiert. Die darauf gewebten Teppiche werden den Wettbewerb mit den Erzeugnissen aus Belgien aufnehmen können, wo doch dieses Land ein Potential in dieser Branche ist. Damit stellt sich AGNELLA zu den modernsten Teppichfabriken Europas. Sie wird den polnischen Markt mit Fußbodenbelägen niedrigerer Qualität und Art beliefern, die nicht nur hinsichtlich ihres Nutzwertes und ihrer Ästhetik, sondern auch ihres Preises mit den Erzeugnissen anderer europäischen Hersteller in Wettbewerb treten können werden.

Die Fabrik hat 1995 1.949.100 Quadratmeter Fußbodenbelag in einem Wert von 57.914.100 PLN erzeugt. In 10 Monaten des Jahres 1996 sind die analogen Größen 1.584.770 Quadratmeter und 54.086.550 PLN. Rund 90% der Produktion kommt auf den polnischen Markt. Die restlichen 10% gelangen in die Nachbarländer und sogar nach Kuwait. Den größten Abnehmerkreis bilden individuelle Kunden. Teppiche von AGNELLA schmücken die höchsten Staatsämter Polens, z.B. dem Präsidenten-Palast, den Sejm und das Abgeordneten-Verwehnen.

Der Verkauf wird über eine Kette von Großhandlungen, über Fachgeschäfte, darunter zwei fabrikspropre Läden, abgewickelt. In der Einschätzung des Fabrikvorstands hat AGNELLA mindestens 30% des Inlandmarktes beherrscht. Erfolgreich wettläuft sie mit der polnischen und ausländischen Konkurrenz. Wir haben keinerlei Komplexen. „Aber obwohl in Produktion abwärts kann oft in unserer Fabrik auch und oftmals sogar besser”. Ein wichtiges Kart in diesem Konkurrenzkampf zählen sowohl die Qualität wie die Muster, über welche Fachleute sich mehrmals anerkanntermaßen geäußert haben. Bislang haben 11 Teppiche AGNELLA die Prestigemarken Gute Formgestaltung erhalten, die vom Institut für Industrielle Formgestaltung vergeben wird. Darüber hinaus haben zwei Wolteppich-Kollektionen auf der Internationalen Messe in Poznań die Goldmedaille erhalten.

Die Handeltätigkeit AGNELLA's wird mit modernem Marketing-Instrumenten - Förderung und Werbung - unterstützt. Die Förderung des eigenen Stils ist die wichtigste Marketing-Tätigkeit von AGNELLA AG, so Piotr Reiter, Verantwortlicher für Absatz und Marketing. Das heißt originale Promotion in den Geschäften und kundenzentrierte Werbung in den Läden. AGNELLA hat als erste Teppichfabrik in Mittel- und Westeuropa das Recht bekommen, die Qualitätsmarke Decorwood zu benutzen. Sie wird von Neuseeländischen Schafzüchtern für überdurchschnittliche Nutzwerke und sehr gutes Design zuerkannt. Doch nicht nur das Design ist ein großer Vorteil dieser Fabrik. Alle Teppiche werden in der Wilton-Technik und aus Qualitätsstoffen hergestellt. Dank ausgefeilter Garnen und moderner Technologie sind sie antielektrostatisch, farbestabil, schmutzabweisend, abnutzungsfest und besitzen mehrere Atteste, darunter auch einen des Staatlichen Hygieneministeriums Warschau. Um die Erwartungen der Kunden zu befriedigen, hat AGNELLA neben klassischen Mustern auch Erzeugnisse aus veredelterm, dh thermisch fixiertem Garn in ihre Produktpalette aufgenommen. Das mittels dieser Technologie entstehende dicke Faserwolle läßt die Teppiche „wälderähnlich“ aussehen. Die Fabrik wird in der kommenden Zeit ihre Marktstrategie beibehalten.

NA
Wil