

ZACZĘŁO SIĘ OD KAWY...

Firma Coffee Service obchodzi w tym roku jubileusz 30-lecia działalności. Przedsiębiorstwo, które początkowo koncentrowało się na obsłudze branży kawowej, przez trzy dekady wyewoluowało w jednego z czołowych polskich dostawców maszyn do produkcji opakowań giętkich. Adam Zagrodzki, właściciel Coffee Service, w rozmowie z „Opakowaniem” wspomina początki firmy, opowiada o dniu dzisiejszym i dzieli się tajemnicą jej sukcesu.

30-LECIE FIRMY TO POWÓD DO DUMY I DOWÓD NA ATRAKCYJNOŚĆ JEJ OFERTY DLA BRANŻY OPAKOWAŃ. CZY JEDNAK Z TAKĄ NAZWĄ NIE POWINNIŚCIE PAŃSTWO DZIAŁAĆ W BRANŻY PRODUCENTÓW/ DOSTAWCÓW KAWY? SKĄD SIĘ ONA WZIĘŁA?

Adam Zagrodzki: Zacznę od nazwy... Istotnie czasami klienci zwracają uwagę na nazwę firmy jako nieadekwatną do tego, co robimy. Tymczasem Coffee Service początkowo zajmowała się dostawami urządzeń do produkcji kawy, zaopatrywała producentów w opakowania, a także dostarczała technologie i receptury. Urządzenia jednak mogą mieć różne zastosowania. Piec do palenia kawy używany jest również do praże-

nia orzechów, a na tym samym automacie pakującym zapakujemy zarówno kawę, herbatę, jak i proszek do prania. Do wielu produktów możemy zastosować niemal identyczne opakowania. Chcąc rozwijać firmę, należy interesować się innymi branżami, odpowiadając na zapotrzebowanie rynku. Klienci szukają różnych produktów i usług; jeśli nas znajdą i sprawdzą nasze możliwości, często staje się to początkiem wieloletniej współpracy. Nazwa Coffee Service to dobra, rozpoznawalna marka z 30-letnią tradycją. Czy należy to zmieniać? A może przez tę niejednoznaczność jest jeszcze lepiej zapamiętywana?

POCZĄTEK LAT 90. XX W. TO DOSKONAŁY CZAS NA ROZWÓJ BIZNESU, BO WYGLÓDZONY PRZEZ LATA PRL RYNEK CHŁONAŁ WSZYSTKO, CO DOSTARCZAŁ SEKTOR PRYWATNY. ABY ZAISTNIEĆ, TRZEBA JEDNAK BYŁO MIEĆ POMYSŁ NA DZIAŁALNOŚĆ. JAK WYGLĄDAŁ ON W PRZYPADKU COFFEE SERVICE? KIEDY I GDZIE POWSTAŁA FIRMA, CZY JEJ ZAŁOŻYCIELE MIELI WCZEŚNIEJ KONTAKT Z BRANŻĄ OPAKOWAŃ?

Adam Zagrodzki: Swoją karierę zawodową rozpocząłem w 1990 roku po studiach na Politechnice Warszawskiej, jako Mistrz Palarń Kawy. Jako młody inżynier dostałem zadanie uruchomienia używanych urządzeń do przerobu kawy i herbaty, sprowadzonych wówczas do Polski ze Szwajcarii. Warto zwrócić uwagę, że nie było wtedy dostępnej wiedzy na temat konstrukcji pieców czy technologii prażenia kawy. W Polsce nie produkowano takich urządzeń i mało kto wiedział, że „kawa zielona jest czerwona”. Wiele problemów trzeba było rozwiązać samodzielnie. Bazując na tych doświadczeniach zrodził się pomysł na biznes polegający na pomocy w uruchamianiu palarni kawy oraz zaopatrywaniu klientów w różne urządzenia i opakowania. I tak w 1992 roku powstała firma Coffee Service. Założyło



Adam Zagrodzki: Produkujemy całe linie pakujące, mieszające, mielące, ale również linie do palenia kawy. Nasze produkty dostarczamy głównie do klientów w Polsce i na terenie EU. Zdarzają się także bardziej odległe kierunki takie jak Ameryka Południowa czy Azja

ją 3 wspólników działających wcześniej w branży kawowej. Importowaliśmy ze Szwajcarii używane urządzenia do palenia kawy, przerobu herbaty i ich pakowania.

Z czasem część tych maszyn zaczęliśmy produkować w Polsce. Rozpoczęliśmy także produkcję gotowych torebek. Przez kilka lat co miesiąc uruchamialiśmy palarnię kawy, dostarczając odbiorcy równocześnie folie lub gotowe opakowania do pakowania ręcznego. Zapłatą za urządzenia często była zapakowana kawa, którą nasza firma sprzedawała.

Po kilku latach okazało się, że rynek kawowy jest dla nas niewystarczający, czego naturalną konsekwencją był zwrot oferty w kierunku urządzeń do przerobu orzechów, mieszarek, młynów i automatów pakujących itp. Rozwój wymusił konieczność dofinansowania firmy i jej przeorganizowania. Wtedy dołączył do nas wspólnik ze Szwajcarii i utworzyliśmy spółkę *joint venture*. Nauczyliśmy się, co to jest *outsourcing* czy *cashflow*.

JAKIE BYŁY KAMIEŃ MIŁOWE W HISTORII COFFEE SERVICE?

Adam Zagrodzki: Pierwszym na pewno było uruchomienie produkcji linii do palenia kawy w Polsce.

Kolejnym etapem było rozpoczęcie produkcji opakowań; początkowo na bazie folii importowanej, a z czasem z materiałów zadrukowywanych w kraju. Potem otwarcie sklepu internetowego z opakowaniami standardowymi, co wpłynęło znacząco na rozwój produkcji opakowań.

A potem... Rozpoczęliśmy współpracę z drukarniami i firmami poligraficznymi, przetwarzając usługowo folię i laminaty. Wykonujemy różnorodne opakowania, nacinaemy lub perforujemy laserowo, wytłaczamy materiały opakowaniowe na roli itd.

Uruchomiliśmy również produkcję ekologicznych opakowań biodegradowalnych. To nie był kamień, a raczej „głaz miłowy” w naszych relacjach ze środowiskiem i z ekologią.


Rozbudowaliśmy Dział Montażu Maszyn wraz z nowoczesnym serwisem i magazynem części. Wiele urządzeń, podobnie jak

opakowań, czeka dziś na klientów „na stoku”, co skraca znacznie termin realizacji zamówień.


JAK WYGLĄDA FIRMA AD 2022? ILU ZATRUDNIA PRACOWNIKÓW I JAK DUŻE JEST GRONO JEJ KLIENTÓW? DO JAKICH KRAJÓW DOSTARCZACIE SWOJE PRODUKTY? CZYM WYGRYWACIE Z KONKURENCJĄ?

Adam Zagrodzki: Na dzisiaj Coffee Service jest firmą rodzinną, ze 100% udziałem kapi-


tału polskiego. Zatrudniamy około 60 pracowników. Zajmujemy się projektami graficznymi, drukiem i przetwarzaniem folii, nacinaniem i perforacją laserową, wytłoczeniami, produkcją opakowań oraz sprzedażą materiałów opakowaniowych. Wiele opakowań niezadrukowanych można kupić w naszym sklepie internetowym. Montujemy różnego typu urządzenia (automaty pakujące w gotowe torebki, automaty do folii na roli, dozowniki, mieszarki, młyny, trans-




NOWOŚCI 2022
najważniejsza
satisfakcja klienta




Nowa generacja 5.0
DOZOWNIKÓW WAGOWYCH KOMBINACYJNYCH




Dozownik wagowy kombinacyjny DWK/S




Dozownik wagowy kombinacyjny DWK/W/S




Automat pakujący COFPACK SACHET SS (z dozownikiem ślimakowym skośnym)




Automat pakujący COFPACK STICK DPG (z dozownikiem płynów gęstych)




COFPACK FB 200




Zamykarka do kubków ZK 2/S




Zgrzewarka liniowa ZL/S 9 Vacuum



Mieszarka pionowa płynów MPP/S 300 HOT



Podajnik rolkowy PR/S 4800



Automat pakujący COFPACK KRTM/S 90 KARTONIARKA

Coffee Service Sp. z o.o. ul. Niemcewicza 26/U7 02-306 Warszawa
tel.: +48 22 625 15 10, +48 22 628 06 83 e-mail: biuro@coffee-service.eu
www.coffee-service.eu



Adam Zagrodzki: Można nas spotkać na wielu imprezach targowych w całej Europie. Dzięki temu mamy możliwość bezpośredniego kontaktu z naszymi klientami i możemy przedstawić im naszą rozbudowaną ofertę, a szczególnie wszelkie innowacje i nowości

portery, detektory metalu itd.). Produkujemy całe linie pakujące, mieszające, mielące, ale również linie do palenia kawy. Nasze produkty dostarczamy głównie do klientów w Polsce i na terenie EU. Zdarzają się także bardziej odległe kierunki takie jak Ameryka Południowa czy Azja.

Kompleksowość, elastyczność, stabilność, dbałość o satysfakcję klienta – to podstawa naszej działalności. Z wieloma firmami „przyjaźnimy się” prawie 30 lat.

Od wielu lat obsługę klientów prowadzą ci sami pracownicy.

JAKIE JEST ŹRÓDŁO SUKCESU I DŁUGOWIECZNOŚCI FIRMY COFFEE SERVICE? WASZE STOISKA NA WYSTAWACH I TARGACH BRANŻOWYCH W POLSCE I ZA GRANICĄ – NA KTÓRYCH WYSTAWIACIE SIĘ Z PODZIWIU GODNĄ REGULARNOŚCIĄ – SĄ ZAWSZE OBLEGANE PRZEZ KLIENTÓW. CZY TO TYLKO KWESTIA INTERESUJĄCEJ OFERTY? MAM WRAŻENIE, ŻE CHODZI RÓWNIEŻ O POCZUCIE KLIENTÓW, ŻE SĄ WŁAŚCIWIE ZAOPIEKOWANI ORAZ SPECYFICZNĄ WIĘZ, JAKĄ ZDOŁALIŚCIE Z NIMI NAWIĄZAĆ.

Adam Zagrodzki: Istotnie można nas spotkać na wielu imprezach targowych w całej Europie. Dzięki temu mamy możliwość bezpośredniego kontaktu z naszymi klientami i możemy przedstawić im naszą rozbudowaną ofertę, a szczególnie wszelkie innowacje i nowości.

Poza kompleksowością ważne stają się dzisiaj elastyczność i dopasowanie do aktualnych warunków.

Od dłuższego czasu zwracam uwagę na istniejące cztery problemy, z którymi boryka się każdy biznes: brak ludzi do pracy, coraz krótsze serie produkcyjne, stały brak miej-

sca na rozwój produkcji oraz konieczność spełnienia wymogów w zakresie ochrony środowiska.

Staramy się zawsze dopasować naszą ofertę do oczekiwań klienta i jego problemów. Urządzenia powinny być jak najbardziej kompaktowe, w miarę uniwersalne i proste w obsłudze, a ich regulacja, czyszczenie, dezynfekcja powinny zajmować jak najmniej czasu.

Dysponujemy automatami pakującymi produkty w gotowe torebki, które pozwalają na uniknięcie dodatkowych kosztów regulacji maszyn i skracają czas ich ustawiania, szczególnie przy skomplikowanych opakowaniach.

Produkcja opakowań biodegradowalnych lub nadających się do recyklingu jest naszą odpowiedzią na potrzeby ochrony środowiska. Być może motto Coffee Service „Najważniejsza Satysfakcja Klienta”, które od wielu lat staramy się wdrażać w praktyce, sprawia, że klienci do nas wracają...

OSTATNIE DWA LATA BYŁY PRAWDZIWĄ PRÓBĄ SIŁ DLA POLSKICH PRZEDSIĘBIORCÓW. JAK PORADZIŁIŚCIE SOBIE W OKRESIE PANDEMII? CZY CZAS OBOWIĄZYWANIA OBOSTRZEŃ WPŁYNAŁ ZNACZĄCO NA DZIAŁALNOŚĆ FIRMY?

Adam Zagrodzki: Pomimo wielu ograniczeń spowodowanych pandemią zakres naszej działalności nie został ograniczony, wręcz odwrotnie. W tych trudnych czasach należało wprowadzić wiele działań „antypandemicznych”, rozwinąć zakres oferty maszynowej i dokonać zmian organizacji procesów. Dlatego wciąż zwiększamy naszą sprzedaż zarówno w przypadku opakowań,

jak i maszyn. Opakowania są produktem niezbędnym w pandemii. Dzięki naszej ofercie wielu klientów zrezygnowało z zakupów w Azji, ponieważ znalazło alternatywnych dostawców w kraju.

NIESPELNA DWA LATA TEMU Z KIEROWANIA FIRMĄ COFFEE SERVICE ZREZYGNOWAŁ JEDEN Z JEJ WSPÓŁZAŁOŻYCIELI, TADEUSZ STĘPIEŃ, A PAN PRZEJĄŁ STERY FIRMY. CZY WOBEC ZMIAN WŁAŚCICIELSKICH MOŻEMY SPODZIEWAĆ SIĘ RÓWNIEŻ ZMIAN W SPOSOBIE FUNKCJONOWANIA FIRMY LUB W JEJ OFERCIE, W ZAKRESIE ŚWIADCZONYCH USŁUG, RODZAJÓW PRODUKOWANYCH URZĄDZEŃ ITP.?

Adam Zagrodzki: Tak, to prawda. Dwa lata temu przejąłem udziały Pana Tadeusza Stępnia i stałem się właścicielem firmy Coffee Service. Od tego czasu wiele się zmieniło i nie chodzi tu tylko o firmowe logo.

Skupiliśmy się na wdrożeniu najbardziej efektywnych działań, zmienił się sposób zarządzania i rozliczeń, poprawiliśmy standard obsługi klienta i rozbudowaliśmy ofertę produktową. Efekty tej pracy widać w kolejnych wynikach finansowych firmy i otrzymywanych nagrodach takich jak m.in. Gazele Biznesu czy Diamenty Forbesa. Rozwój firmy i jej stabilność są uzależnione w dużej mierze od ludzi, którzy ją tworzą. Pracownicy naszej firmy posiadają wysokie kompetencje, a zmiany organizacyjne, o których mówiłem, są przeprowadzane przy ich zaangażowaniu i akceptacji.

DZIĘKUJĘ ZA ROZMOWĘ.