

Cierpliwość na miarę innowacji

Z **BARTOSZEM BOĆKO** Prezesem Zarządu Toorank Polska S.A. rozmawia Magdalena Szumińska

– **Firma Toorank Polska S. A. działa na rynku polskim od 1996 roku. Proszę przybliżyć działalność firmy. Na co stawiają Państwo największy nacisk?**

– Obecnie przedsiębiorstwo funkcjonuje i rozwija się w oparciu o wiedzę tworzoną w ramach organizacji oraz selektywnie dobrane alianse z innymi przedsiębior-



stwami. Zdolność analizy i doskonalenia procesów zarządzania wiedzą w tych związkach determinuje długoterminowy rozwój organizacji i przyszłość Toorank Polska S. A. Własny dział badań i rozwoju wraz z laboratorium daje nowe możliwości tworzenia produktów, które są następnie wprowadzane na rynek. Duży nacisk jest kładziony na ciągłe doskonalenie procesów zarządzania, przepływ informacji i wiedzy zarówno między pracownikami w ramach organizacji, jak i w zakresie prowadzonej współpracy z innymi jednostkami naukowymi i ba-

dawczymi. Taka działalność w ramach niszy produktowej (głównie są to *brown spirits* – brandy, whisky, rum oraz inne destylaty w tym regionalne alkohole produkowane i leżakowane w Polsce np. Oryginalna Leżakowana Miódula Prezydencka) pozwala na stabilny i zrównoważony rozwój.

– **Toorank Polska S. A. dołączył do grona laureatów ogólnopolskiego programu Rynkowy Lider Innowacji 2014. Czym jest dla Państwa otrzymane wyróżnienie? Jak wygląda kwestia innowacyjności w branży?**

– Przyznany tytuł jest zachętą do dalszej pracy badawczo-rozwojowej i poprawy jakości. Wydaje się że innowacje w Polsce polegają na odtwarzaniu tego co dzieje się na rynkach dojrzałych m.in. w USA, Wielkiej Brytanii, choć pojawiają się również produkty bardzo interesujące, przełomowe na skalę międzynarodową.

– **Jakie są Państwa dalsze plany na przyszłość?**

– Rozważając przyszłość rozwoju organizacji w horyzoncie długoterminowym Toorank Polska S.A. bierze pod uwagę zarówno czynniki dotychczasowego wzrostu, jak i nowe modele tworzenia postępu i rozwoju organizacji. W ramach prowadzonych badań laboratoryjnych opracowujemy nowe receptury, poszukujemy nowych rozwiązań, które po okresie kilkuletnich prac badawczych są wprowadzane na rynek. Stąd produkty, które pojawią się w 2015 były tworzone przez nas w 2006 roku. To długi i kosztowny proces, jednak – jak pokazuje przykład linii produktowej „Toorank Prawdziwe Nalewki” – warty podjęcia ryzyka.