

Rozmowa z Bogusławem Albinowskim, właścicielem i dyrektorem zarządzającym firmy TERRA z Gubina.

Andrzej Winiszewski (AW): Czym zajmuje się firma TERRA?

Bogusław Albinowski (BA): Zajmujemy się produkcją konstrukcji kwiatnikowych, które po ich ukwieceniu tworzą barwne wieże kwiatowe. Produkt ten został przez nas opatentowany w polskim i europejskim urzędzie patentowym. Konstrukcje te produkujemy w wielu rozmiarach i wersjach przestrzennych z przeznaczeniem do ukwiecania miejskich placów, ulic, obszarów zabudowanych, ale także ogródków przydomowych i pomieszczeń zamkniętych np. galerii handlowych, biur, itp.

AW: Jeszcze do niedawna ta sfera działań związanych z zagospodarowaniem miast w ogóle nie cieszyła się zainteresowaniem samorządów. Trafiliście chyba idealnie w koniunkturę?

BA: Rzeczywiście rozwój infrastruktury miejskiej związanej z zielenią miejską postępuje wraz ze wzrostem środków przeznaczanych przez samorządy miejskie na upiększanie miast. Coraz częściej władze miast kładą nacisk na wygląd i wizerunek ośrodków miejskich. Jednym z istotnych elementów jest tu właśnie zieleń miejska, która wydatnie wpływa na to, jak prezentują się miasta, nierzadko gęsto zabudowane, z wybrukowanymi placami, gdzie nie ma miejsca na nasadzenia. Konstrukcje które my produkujemy, pozwalają ukwiecić miejsca, których inaczej ukwiecić się nie da. Do takich typowych miejsc należą np. rynki i place najczęściej wyłożone kostką granitową czy granitem.

AW: Wasze konstrukcje upiększają już ponad 200 polskich miast? Są wśród nich jakieś szczególnie atrakcyjne miejsca?

BA: O tak, naszym największym powodem do dumy jest z całą pewnością Krakowskie Przedmieście w Warszawie, gdzie przy bramie głównej Uniwersytetu Warszawskiego stoją nasze wieże kwiatowe. Inne miejsce to główne wejście do Sanktuarium Najświętszej Maryi Panny Jasnogórskiej w Częstochowie, czy przy słynnym pomniku Jana Pawła II w Wadowicach, miejscu jego urodzin. Takich miejsc oczywiście o wiele więcej. Dokumentujemy wiele z tych ekspozycji i można je zobaczyć na naszej stronie internetowej.

AW: Sukces TERRY to zdaje się przede wszystkim dobry pomysł, co potwierdzają otrzymane przez was nagrody i wyróżnienia branżowe, ale trudno oprzeć się wrażeniu, że sprzyjają wam także dobre czasy na tego typu produkty.

BA: Generalnie sukces tego produktu polega na dobrym pomysle, ale i sprawnym marketingu, jednak przede wszystkim, i tu zgadzam się z tą opinią, także na czasie w jakim zaczęliśmy naszą działalność. Gdybyśmy rozpoczęli ją 10-15 lat temu, to pewnie nie odnieśliśmy takiego sukcesu. Miasta nie miały wówczas tylu środków na upiększanie obszarów zabudowanych. Teraz sytuacja diametralnie się zmieniła. Mimo kryzysu, o którym ostatnio tak głośno, samorządy chcą promować się na wszelkie możliwe sposoby. Inwestują w sferę miejskiej infrastruktury, estetyczny wygląd, tworzenie terenów zielonych, miejski

design. W miejscach gdzie stoją nasze konstrukcje otoczenie niemal od razu staje się ciepłe, przyjazne mieszkańcom. Przebywanie w takich miejscach od razu staje się przyjemnością. Do tego pojawiły się nowe możliwości finansowania takich działań z różnorodnych źródeł od tych powszechnie dostępnych np. dotacji unijnych, po sponsoring oraz partnerstwo publiczno prywatne. Ważne, że coraz większe środki finansowe wydawane są po to aby nam wszystkim – mieszkańcom aglomeracji miejskiej – funkcjonowało się w lepszym i piękniejszym otoczeniu.

AW: Dziękuję za rozmowę.

BA: Dziękuję.