



Modernizacja fabryki była możliwa m.in. dzięki wsparciu z Unii Europejskiej



Firma wytwarza zgodnie z wymogami jakościowymi ISO 9001, ISO 22000 i HACCP



Dzięki ostatnim inwestycjom spółka posiada powierzchnię produkcyjną o wielkości 8 tys. m²

OD POMYSŁU PO MIĘDZYNARODOWY BIZNES

Pomysł stworzenia Naturhouse narodził się w 1992 roku w Hiszpanii. Wpłynęły na niego dwa czynniki. Pierwszym



Felix Revuelta – członek zarządu Ichem Sp. z o.o., współwłaściciel Naturhouse

z nich był brak odpowiedniego wychowa-

nia żywieniowego społeczeństwa, który wiąże się z intensywnym rozwojem gospodarki. Coraz więcej produktów dostępnych na rynku powoduje, że konsumpcja jest wyższa niż zapotrzebowanie. Poza tym społeczeństwo staje się bogatsze i zmienia swoje zwyczaje – nie ma czasu na aktywność fizyczną i korzysta z dobrodziejstw komunikacji. Drugi czynnik to fakt, że w tamtym czasie na hiszpańskim rynku pracy było 5 tysięcy bezrobotnych farmaceutów. Nie mogli oni otworzyć własnych aptek, gdyż w Hiszpanii są one rozmieszczane w sposób regulowany. Przemysł farmaceutyczny również nie potrzebował aż tylu rąk do pracy. Postanowiliśmy więc to wykorzystać i zaoferowaliśmy bezrobotnym farmaceutom nową formę biznesu.

Pierwsza promocja naszych produktów odbyła się w 1992 roku na terenie Hiszpanii. W 2004 weszliśmy na rynki międzynarodowe. Rok później rozpoczęliśmy rozmowy w sprawie współpracy z Ichemem, które sfinalizowaliśmy w 2006. Dlaczego właśnie tutaj? Uważamy Polskę za kraj przyszłości – ma wielu mieszkańców, jest przykładem dyscypliny w pracy, wartości etycznych i katolickich. Zależało nam przede wszystkim na stworzeniu zakładu produkcyjnego, który w przyszłości umożliwiłby eksport wyrobów do Europy Wschodniej i do Azji. Miasto Łódź natomiast zaspokajało nasze potrzeby z punktu widzenia społeczno-ekonomicznego – ma dobre położenie logistyczne i zaplecze przemysłowe, stale się rozwija.

Nasza firma również nie stoi w miejscu. Naturhouse posiada dziś 2 tysiące sklepów na całym świecie – w samej Polsce jest ich 110. Eksportujemy nasze wyroby do Belgii, Francji, Włoch, Rumunii, Czech, Słowacji i Bułgarii. Suplementy diety stają się coraz bardziej popularne. Dlatego też w najbliższym czasie planujemy stworzenie własnej marki tych produktów. Będą one produkowane i sprzedawane w Polsce. W skład portfolio marki będzie wchodziło 5-6 produktów, sukcesywnie wprowadzanych na rynek. Prace nad nimi trwają. ■