

Historia rodzinnej firmy **DUKE** z Dolnego Śląska pokazuje, jak dzięki zaangażowaniu, konsekwencji i wsparciu można zbudować nowoczesne przedsiębiorstwo oparte na jakości, tradycji i zrównoważonym rozwoju.

► Rozmowa z Joanną Augustyniak-Bernakiewicz, córką właścicielki i osobą odpowiedzialną za produkcję oraz jakość w firmie DUKE, oraz Anną Pytel - ekspertką z Sieci Enterprise Europe Network (WCTT).





Od ziarenka do globalnego eksportu

- jak Sieć Enterprise Europe Network pomogła firmie DUKE zostać liderem maku.

Enterprise Europe Network: Jak wyglądały początki założenia firmy DUKE?

Joanna Augustyniak-Bernakiewicz (DUKE): Nasza historia zaczęła się w 2000 roku, gdy Marzenna Bernakiewicz, założycielka firmy DUKE, na zlecenie niemieckiego przedsiębiorstwa opracowała zakwas chlebowy, a następnie masę makową – wówczas nowość na polskim rynku. Po udanych próbach w 2002 roku powstała firma DUKE specjalizująca się wyłącznie w przetwórstwie maku, łącząc tradycję z nowoczesną technologią. Obecnie nasza masa makowa trafia do sektora piekarniczo-cukierniczego i gastronomicznego (HoReCa), w tym do piekarni, cukierni, producentów lodów (np. Zielona Budka) oraz firm cateringowych (np. Maczfit).

EEN: Jakie trudności napotkała firma w pierwszych latach swojej działalności?

J.A.B: Największym wyzwaniem był brak wysokiej jakości surowca – mak do przetwórstwa spożywczego był trudno dostępny i często niespełniający oczekiwań. Działaliśmy w skromnych warunkach, z przestarzałym i niedostosowanym sprzętem, co wpływało na niską wydajność produkcji.

Dodatkowym problemem była sezonowość popytu naszego produktu na rynku krajowym, co wymuszało szukanie możliwości eksportowych. Jednak brak doświadczenia w eksporcie, nieznanie zagranicznych przepisów i brak odpowiednich dokumentów handlowych były poważnymi barierami.

„Enterprise Europe Network pomogła nam zbudować technologię, znaleźć partnerów i wejść na rynki zagraniczne – bez tej współpracy nie byłoby DUKE w obecnej formie.”

Joanna Augustyniak-Bernakiewicz

EEN: Jakie były kluczowe wyzwania i przełomowe momenty w historii DUKE przed rozpoczęciem współpracy z Siecią EEN?

J.A.B.: Przed rozpoczęciem współpracy z EEN posiadaliśmy duży potencjał, ale z ograniczonymi zasobami technologicznymi i finansowymi. Działaliśmy w wynajętych pomieszczeniach, korzystając ze sprzętu z odzysku, często przystosowanego z innych branż. Produkcja była ręczna i mało wydajna — zaparzanie maku odbywało się w starym autoklawie.

EEN: Co skłoniło firmę do poszukiwania wsparcia i jak natrafiła na Sieć Enterprise Europe Network?

J.A.B.: Przełomową decyzją było przystąpienie przez nas do programu Bon na Innowacje w 2011 roku, umożliwiającego współpracę firm z jednostkami naukowymi. Szukając partnera naukowego, nasza firma trafiła do Wrocławskiego Centrum Transferu Technologii (WCTT) przy Politechnice Wrocławskiej — partnera sieci EEN. Marzena Bernakiewicz nawiązała kontakt z Anną Pytel, ekspertką EEN, która koordynowała wsparcie w opracowaniu metody stabilizacji maku i usprawnieniu produkcji. Zakres współpracy objął również doradztwo technologiczne, pomoc prawną, szkolenia, a także działania na rzecz internacjonalizacji i zrównoważonego rozwoju.

EEN: Jaka była następująca strategia pomocy ze strony Sieci EEN dla firmy DUKE?

Anna Pytel: Strategia EEN dla DUKE była kompleksowa i długofalowa, dopasowana do potrzeb i rozwoju firmy. Rozpoczęła się od audytu technologicznego przeprowadzonego przez prof. Piotra Młynarza z Politechniki Wrocławskiej, co zapoczątkowało serię projektów modernizacyjnych, rozwojowych i eksportowych.

Zakres współpracy obejmował:

✓ Transfer wiedzy i technologie — przeprowadzony audyt technologiczny wskazał potrzebę usprawnienia linii do zaparzania maku, stabilizacji tłuszczu i przetwarzania bez konserwantów. Wnioski posłużyły do rozbudowy parku maszynowego i modernizacji zakładu.

✓ Wsparcie internacjonalizacji — EEN pomogło firmie przygotować się do eksportu — od dokumentacji i umów po analizę rynków zagranicznych. Wsparło też w nawiązaniu kontaktów z kontrahentami w Rosji, Holandii i Chorwacji oraz organizacji spotkań handlowych.

✓ Zrównoważony rozwój i ESG — w wyniku przeprowadzonego audytu firma wdrożyła strategię ESG, usprawniła wykorzystanie OZE i podjęła działania wspierające bioróżnorodność w otoczeniu firmy.

✓ Rozwój kompetencji — EEN zorganizowało szkolenia z prawa żywnościowego, reklamacji, etykietowania i finansowania innowacji. Właścicielka firmy aktywnie wdrażała zdobytą wiedzę.

✓ Reakcja na kryzysy — EEN szybko zareagowało na problemy z surowcami, pomagając znaleźć nowych dostawców w Hiszpanii i Grecji, co zapewniło ciągłość produkcji.

✓ Wzmocnienie pozycji marki i promocji — Dzięki współpracy z EEN firma zyskała większą widoczność i rozpoznawalność — nie tylko przez udział w wydarzeniach branżowych i misjach gospodarczych m.in. do Bośni, ale też dzięki opracowaniu nowej komunikacji wizualnej firmy.

„EEN działało jak koordynator, łącząc firmę z właściwymi ekspertami, narzędziami, instytucjami i rynkami. To nie była jednorazowa pomoc, ale proces oparty na budowaniu relacji, zaufaniu i transferu wiedzy.”

Joanna Augustyniak-Bernakiewicz

EEN: Jakie konkretne działania zostały podjęte przez firmę i Sieć EEN w procesie internacjonalizacji?

A.P. Współpraca była wieloetapowa i miała na celu przygotowanie firmy do eksportu. Pierwszym krokiem był wspomniany już audyt technologiczny, który pozwolił zwiększyć moce produkcyjne i zapewnić jakość produktu. Równocześnie EEN pomagało w formalnym przygotowaniu do eksportu, m.in. w opracowaniu umów handlowych dostosowanych do wymogów prawnych, zwłaszcza na rynek rosyjski, co pozwoliło rozpocząć sprzedaż bez ryzyka prawnych problemów.



„Dzięki EEN staliśmy się eksporterem – dbającym o wysoką jakość i świadomość konsumencką.”

Joanna Augustyniak-Bernakiewicz

EEN: Jakiego typu usługi doradcze i o wartości dodanej zapewniła firmie Sieć EEN?

J.A.B.: Współpraca z Enterprise Europe Network przyniosła naszej firmie dostęp do szerokiego wachlarza usług doradczych, które miały realną wartość dodaną i znacząco wpłynęły na rozwój działalności.

Sieć zapewniła firmie indywidualnie dopasowaną opiekę doradczą, opartą na zrozumieniu specyfiki branży. Otrzymaliśmy konkretne rekomendacje oraz wsparcie wdrożeniowe na każdym etapie współpracy – od technologii, przez eksport, po skuteczne wdrożenie strategii zrównoważonego rozwoju.

Skorzystaliśmy także z licznych usług edukacyjnych – szkoleń z zakresu prawa żywnościowego, reklamacji, etykietowania i internacjonalizacji, raportowania ESG czy liczenia śladu węglowego. Dzięki nim firma mogła samodzielnie i świadomie zarządzać nowymi obszarami działalności.

Na szczególne podkreślenie zasługuje również współpraca z Anną Pytel, której doradztwo było szybkie, merytoryczne i nastawione na konkretne rozwiązania. Dzięki jej zaangażowaniu cały proces przebiegał sprawnie i profesjonalnie, tworząc atmosferę zaufania i skutecznego wsparcia.

EEN: Na jakie przeszkody natknęła się firma oraz Sieć EEN podczas wspólnej realizacji projektu i jak sobie z nimi poradziła?

J.A.B.: Kluczowym wyzwaniem był brak dostępnych na rynku urządzeń do przemysłowego zaparzania maku – nie istniały gotowe rozwiązania. Przeprowadzony audyt technologiczny umożliwił zaprojektowanie dedykowanej linii produkcyjnej, wykorzystującej nową technologię pakowania niekonserwowanej masy makowej – zamiast plastikowych wiader zastosowano folię PAPE i karton. Takie rozwiązanie spełniło rygorystyczne wymagania higieniczne i ekologiczne stawiane przez rynki zagraniczne.

Jednym z wyzwań było także wykrycie tlenku etylenu (ETO) w gumie ksantanowej – używanej w naszej produkcji, co wymusiło wycofanie partii produktu. Dzięki współpracy z EEN i Uniwersyte-tem Przyrodniczym we Wrocławiu rozpoczęliśmy poszukiwania alternatywy i w efekcie udało się całkowicie usunąć ten składnik – kolejny „E-dodatek” – co było kolejnym ważnym krokiem w kierunku „czystej etykiety”.

Równolegle zmierzaliśmy się z nagłym zerwaniem łańcucha dostaw kaszy pszennej, kluczowej dla naszej produkcji. Dzięki szybkiej reakcji EEN i przekazaniu kontaktów do sprawdzonych zagranicznych dostawców udało się zachować ciągłość procesów produkcyjnych.

Problematyczne okazały się również różnice w przepisach sanitarnych na rynkach wschodnich (np. w Rosji). EEN zapewniło wsparcie prawne i merytoryczne przy dokumentacji i umowach zgodnych z lokalnym prawem. ►

Otrzymaliśmy też pomoc w zakresie identyfikacji wizualnej i komunikacji – stworzono nowe logo, stronę internetową i etykiety, a eksperci wskazali obszary wymagające poprawy pod kątem odbiorców zagranicznych.

Brak doświadczenia w zakresie ESG również stanowił wyzwanie. Dzięki wsparciu EEN przeprowadzono audyt zrównoważonego rozwoju, opracowano strategię ESG i wdrożono konkretne działania.

EEN: Jakie zmiany zaszły w firmie DUKE dzięki współpracy z Siecią EEN?

J.A.B.: Współpraca z siecią Enterprise Europe Network przyniosła firmie DUKE konkretne korzyści – rozwój produkcji, ekspansję zagraniczną i wzrost konkurencyjności.

Dzięki nowej linii technologicznej zwiększyliśmy moce przerobowe, skracając czas produkcji i utrzymując wysoką jakość. Rozpoczęliśmy eksport m.in. do Rosji, Białorusi, Holandii i Chorwacji. EEN pomogło spełnić nam zagraniczne wymagania sanitarne i prawne, co ustabilizowało sezonowość sprzedaży i uniezależniło firmę od rynku krajowego.

Swoje produkty dostarczamy obecnie piekarniom, cukierniom, firmom HoReCa. Pracujemy z zaufanymi dostawcami surowców i rolnikami, których wspieramy w legalnych i bezpiecznych uprawach maku na potrzeby naszej produkcji.

Oferujemy m.in.: suchą masę makową dla piekarni; mokrą masę dla cukiernictwa, producentów lodów (np. Zielona Budka) i cateringu (np. Maczfit); innowacyjną masę z białego maku o wysokich wartościach odżywczych; masę bez konserwantów w opakowaniach PAPE, chronioną prawnie.

Dodatkowo rozwój działalności pozwolił na stworzenie nowych miejsc pracy i poprawę struktury organizacyjnej.

Wsparcie Enterprise Europe Network w obszarze ESG było kluczowe – pozwoliło uporządkować dotychczasowe działania, przeprowadzić audyt środowiskowy i stworzyć spójną strategię wraz z wewnętrzną polityką firmy.

Dzięki doradztwu EEN w pełni wykorzystaliśmy istniejącą już instalację fotowoltaiczną, podpisując umowę na handel energią i osiągając 100% zasilania z OZE przy niższych kosztach. Usprawniliśmy również system obrotu opakowaniami, łącząc aspekty ekologiczne i ekonomiczne.

Obecnie uczestniczymy w szkoleniach EEN, które pomogą dopracować strategię ESG i zwiększyć wiarygodność wobec dużych partnerów.

Firma wzięła udział w misjach gospodarczych i spotkaniach matchmakingowych zorganizowanych przez EEN – m.in. w Bośni – co umożliwiło rozwój sieci kontaktów handlowych.



„Dzięki współpracy z EEN nasz firma przeszła pełną transformację – od lokalnego producenta do świadomego, odpowiedzialnego gracza na rynku.”

Joanna Augustyniak-Bernakiewicz

EEN: Jakie są dalsze plany rozwoju i ambicje firmy DUKE?

J.A.B.: Stawiamy na zrównoważony rozwój oparty na jakości, innowacji, relacjach i odpowiedzialności. Planujemy wejść na rynki Niemiec i Skandynawii, oferując naturalne produkty premium bez konserwantów. Dążymy do spełniania standardów IFS i BRC, by zwiększyć moce produkcyjne, poprawić logistykę i nawiązać współpracę z sieciami handlowymi. Rozwijamy także działania ESG: ograniczamy plastik, lepiej wykorzystujemy OZE, wspieramy bioróżnorodność, mierzymy ślad węglowy i prowadzimy edukację w zakresie działań proekologicznych. Jako mikroprzedsiębiorstwo działamy bardzo elastycznie, a nasza siła polega na tym, że potrafimy dostosować się do potrzeb największych graczy na rynku, zachowując jednocześnie naszą tożsamość i niezależność.

ROZMAWIAŁA: Magdalena Kasza