

dwumiesięcznik  
funeralny

TYTUŁ ISTNIEJE OD 1997 R.

ROK VIII Nr 2 (44) wyd. II 2008

# MEMENTO

funeral  
bimonthly

MARK SINCE 1997 R.



## Centrum funeralne Olsztyna



**Nino Leanza,**  
prezydent konsorcjum  
włoskich producentów  
pogrzebowych Tanexport,  
specjalnie dla "Memento"

Intervista con Nino Leanza,  
presidente di Tanexport

### W numerze:

Rozporządzenie Ministra Infrastruktury  
w sprawie cmentarzy - z uwzględnionymi uwagami  
Stowarzyszenia Funeralnego

Najnowszy katalog "FUNERALIA"  
Andrzeja Dzierżanowskiego  
już na rynku





FIRMA

# H. SKRZYDLEWSKA

**usługi pogrzebowe**

na terenie kraju i całej Europy

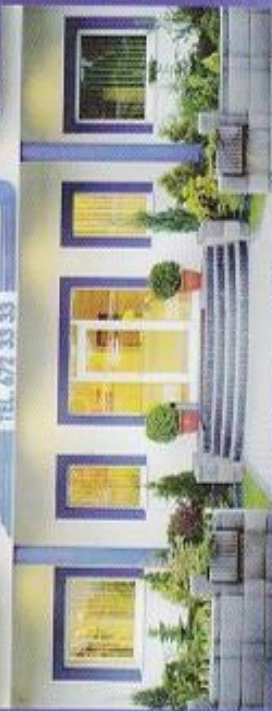
tel. **042 672 33 33**, fax **042 672 30 25**



**usługi kremacyjne**

Łódź ul. Zakładowa 4

tel. **042 670 03 41**, **042 672 33 33**



infolinia: 0 800 672 33 33

[www.h.skrzydiewska.pl](http://www.h.skrzydiewska.pl)



Funeral Fair  
Targi Funeralne

**MEMENTO'2008**



[www.expo21.pl](http://www.expo21.pl)



**21st and 22nd November 2008  
we will see each other in Warsaw**

**21 i 22 listopada 2008 r.  
spotykamy się w Warszawie**

INFORMATION AND STAND RESERVATION / INFORMACJE I REZERWACJE STOISK

MEMENTO'2008 Fair Office:

POLISH FUNERAL ASSOCIATION

Polish Cremation Association of Cemetery Administrators and Funeral Directors

**FIAT-IFTA National Member**

Postal / Adres pocztowy:

Polskie Stowarzyszenie Kremacyjne, Administratorów Cmentarzy  
i Przedsiębiorców Pogrzebowych  
Poland, 01-938 Warszawa, ul. Wóycickiego 14

[www.memento.targi.pl](http://www.memento.targi.pl)

e-mail: [biuro@memento.targi.pl](mailto:biuro@memento.targi.pl)

Contact person (English): Marek Cichewicz, cell (+48) 604 066 152

Fax (+48 22) 834 71 64, e-mail: [marek.cichewicz@sf.org.pl](mailto:marek.cichewicz@sf.org.pl)

Kontakt po polsku: tel. (0-22) 834-84-60, tel./fax (0-22) 834-71-64

- Attractive conditions of exposition and stand prices / Atrakcyjne warunki ekspozycji i ceny stoisk
- Contact with producers, distributors and funeral companies from Central Eastern Europe / Kontakt z producentami, dystrybutorami i firmami pogrzebowymi z Europy Środkowo Wschodniej
- Location in the capital city of Poland favourable in terms of communication conditions / Dogodne położenie w stolicy Polski i połączenia komunikacyjne



# Międzynarodowe Usługi Pogrzebowe

Servizi Funebri Internazionali  
International Funeral Service

Marchio dal 1958

Brand since 1958

JESTEŚMY ABY POMAGAĆ

PRONTI AD AIUTARVI

MEANT TO HELP

Poland - Polonia, 02-726 Warszawa, ul. Skrzetuskiego 34 A  
Tel. (+48 22) 831 00 36, (+48 22) 635 21 93, Fax (+48 22) 831 79

BONGO jest firmą o najstarszej w Polsce marce pogrzebowej, zajmującą się repatriacją zmarłych. Poza ich transportem na całym świecie, oferujemy organizację pogrzebów, kremacji, ekshumacji, opiekę nad grobami oraz wykonywanie innych zadań funeralnych.

Firma BONGO jest członkiem Polskiego Stowarzyszenia Funeralnego (Polskiego Stowarzyszenia Kremacyjnego Administratorów Cmentarzy i Przedsiębiorców Pogrzebowych), Europejskiej Federacji Służb Pogrzebowych w Wiedniu (EFFS) oraz Międzynarodowej Federacji Operatorów Pogrzebowych (FIAT IFTA).

Dzięki profesjonalizmowi oraz ponad 100 przedstawicielom w 80 krajach, partnerom w Europie, północnej Afryce, obu Amerykach, Australii i Azji - firma BONGO stała się liderem międzynarodowych usług pogrzebowych wśród polskich firm.

Dowodem zaufania dla naszego przedsiębiorstwa było powierzenie BONGO wielu trudnych i odpowiedzialnych misji funeralnych. M.in. Telewizja Polska zleciła nam sprowadzenie ciał i organizację pogrzebów dwóch reporterów zabitych w Iraku. Na zamówienie Zakonu Sióstr Urszulanek zajęliśmy się przewozem z Włoch relikwii Błogosławionej Urszuli Ledóchowskiej. Sprowadzaliśmy też ostatnio ofiary wypraw w Andy i góry Syberii.

Wybór naszej firmy, w której pracują dynamiczni specjaliści, gwarantuje rzetelność w wykonaniu każdej zleconej nam usługi.

BONGO e il marchio funebre più annoso tra tutte le imprese polacche che si occupano del rimpatrio dei defunti. Oltre che al trasporto dal mondo intero, offriamo inoltre organizzazione di funerali, cremazione delle salme, cura delle tombe, ed altri servizi funerali.

La BONGO è socio dell'Associazione Funeraria Polacca (Associazione Crematoria Polacca degli Amministratori dei Cimiteri e delle Pompe Funebri), della Federazione Europea dei Servizi Funebri di Vienna (EFFS) e della Federazione Internazionale degli Operatori Funerali (FIAT IFTA).

La sua professionalità e la rete di oltre un centinaio di rappresentanze in oltre 80 Paesi oltre che i suoi partner in Europa, Africa del Nord, le due Americhe, Australia ed Asia hanno valso alla BONGO la posizione di leader fra le imprese polacche nel settore dei servizi funebri internazionali.

A riprova della fiducia riposta nella nostra Ditta, la BONGO si è vista affidare numerose difficili missioni funerarie di grande responsabilità. Tra queste si annovera la missione affidataci dalla TVP - Televisione Pubblica Polacca - di rimpatrio delle salme e l'organizzazione dei funerali di due reporters uccisi nell'Iraq. Su ordinazione delle Suore Orsoline abbiamo curato la trasferta dall'Italia delle reliquie della Beata Orsola Ledóchowska. Ultimamente abbiamo curato l'operazione di rimpatrio delle vittime delle scalate nelle Ande e nelle montagne della Siberia.

Chi si rivolge alla nostra Ditta si trova davanti specialisti dinamici ed esperti, che danno garanzia di serietà e sono pronti a realizzare ogni servizio che ci viene richiesto.

BONGO is the oldest funeral brand in Poland, active internationally. In addition to the transport of bodies all over the world, we offer the arrangement of funerals, cremations, disinterments, tomb care and many other services involved in last offices.

BONGO is member of the Polish Funeral Association (Polish Cremation Association of Cemetery Administrators and Funeral Directors), the European Funeral Service Federation in Vienna (EFFS) and the World Organization of Funeral Operatives FIAT IFTA.

Owing to over a hundred of its agencies in eighty countries (the number still increasing), its partners across Europe, North Africa, North and South America, Australia and Asia, and its expertise and full professionalism (owing to thousands of services performed to date), BONGO has become a leader in the international funeral services among Polish companies.

The proof of recognition of and trust in us are among others the assignments entrusted to us which required exceptional reliability such as: repatriation of the bodies and the arrangement of the funerals of two Polish reporters killed in the Iraq war in May 2004, assigned to us by the Polish Television; transport of the relics of the blessed Urszula Ledóchowska from Rome along the roads of Italy, Austria and the Czech Republic, assigned to us by the Order of Ursuline Nuns; repatriation from the far Andes and the Siberian mountains of alpine climbing victims.

By choosing our company of professionals and specialists you chose reliability in completing the assignment and the peace of the customer.

Poszukujemy partnerów do współpracy w międzynarodowych usługach pogrzebowych  
We are looking for partners all over the world  
Cerchiamo nuovi partner nel mondo



**MAREK CICHEWICZ**  
Dyrektor  
Director



**JANUSZ HRYNIUK**  
Specjalista ds. kontaktów z zagranicą  
Foreign market expert

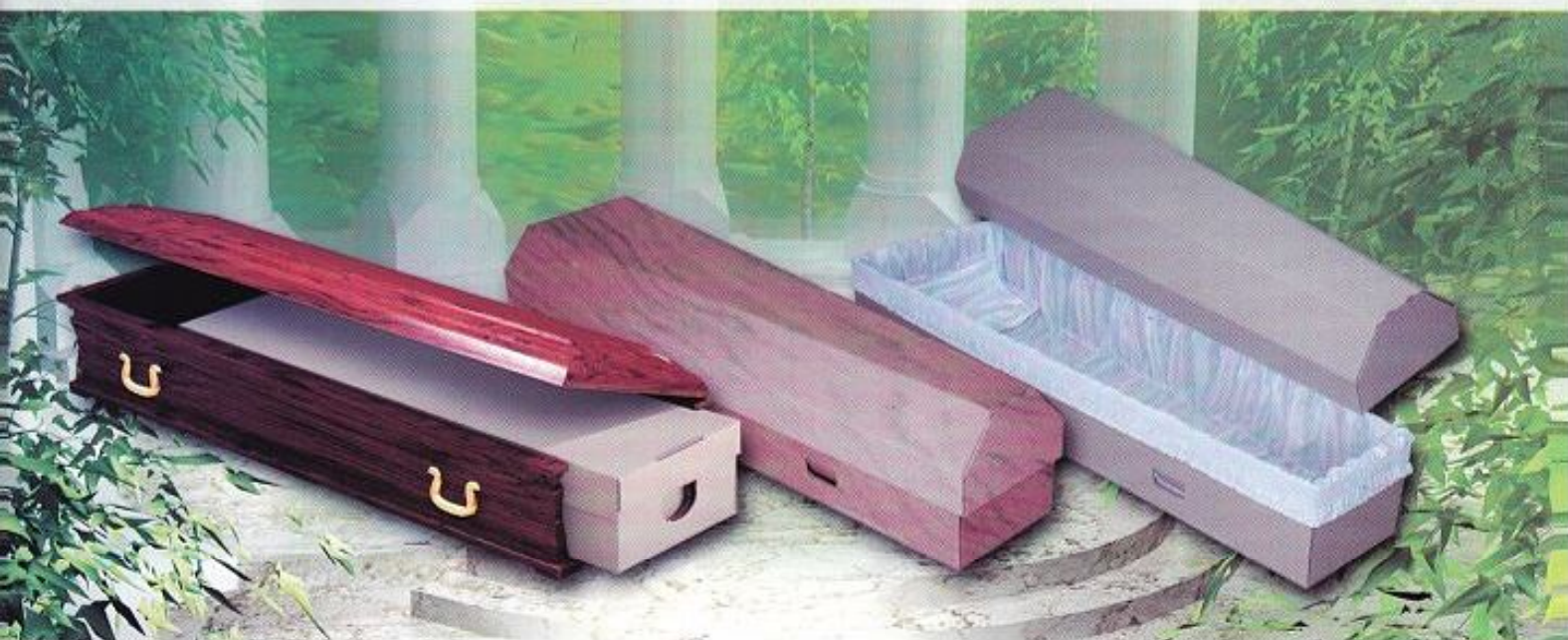


**BARTŁOMIEJ KUPISEK**  
Specjalista ds. kontaktów z zagranicą  
Foreign market expert

**EKO-BEN SP. z O.O.**

Zielonki, ul. Piaskowa 6 05-082 Stare Babice  
tel. +48 22 752 92 68 mob. +48 698 509 491  
info@eko-ben.com [www.eko-ben.com](http://www.eko-ben.com)

## Ekologiczne trumny do kremacji



**NAJLEPSZA OFERTA NA RYNKU !!!!**

dwumiesięcznik  
funeralny **MEMENTO**

Pismo administratorów cmentarzy, przedsiębiorców pogrzebowych, producentów i dystrybutorów sprzętu pogrzebowego, akcesoriów i urządzeń techniki cmentarnej. Kolportaż wyłącznie w prenumeracie.

**REDAKCJA**

01-938 Warszawa, ul. Wóycickiego 14, tel. (0-22) 834-84-60, fax (0-22) 834-71-64, tel. kom. 0-501/ 552-889  
Wojciech Krawczyk (kierownik redakcji, kom. 0-504/ 254-022)  
Krzysztof Wolicki (fotoreportaże i szkolenia, kom. 0-604/ 286-073),  
Sekretariat - czynny w dni powszednie w godz. 8.00 - 16.00  
Stali współpracownicy: Aleksandra Danecka, Joanna Malicka, Beata Mróz

**INTERNET**

[www.mementopress.pl](http://www.mementopress.pl)      [www.stowarzyszeniefuneralne.pl](http://www.stowarzyszeniefuneralne.pl)      e-mail: [biuro@stowarzyszeniefuneralne.pl](mailto:biuro@stowarzyszeniefuneralne.pl)

**PRODUKCJA**

Opracowanie graficzne: „PRACOWNIA GRAFIKI” - Andras Szilagyi, e-mail: [dfmemento@wp.pl](mailto:dfmemento@wp.pl)  
Druk: E.D-DRUK-KACZMARCZYK

**PRENUMERATA  
I REKLAMA**

Zamówienia na prenumeratę, reklamy i ogłoszenia przyjmuje redakcja. Cena prenumeraty rocznej (6 numerów, zamawianie od dowolnego numeru) - 160,50 zł (w tym 7 % VAT); cena jednego egzemplarza - 32,10 zł (w tym 7 % VAT). Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych, zastrzega sobie prawo skracania artykułów, a także zmiany ich tytułów. Redakcja nie odpowiada za treść reklam i ogłoszeń; zastrzega sobie prawo odmowy zamieszczenia reklamy i ogłoszenia niezgodnych z interesem wydawcy.

**WYDAWCA**

Polskie Stowarzyszenie Kremacyjne, Administratorów Cmentarzy i Przedsiębiorców Pogrzebowych (PSKACIPP)  
01-938 Warszawa, ul. Wóycickiego 14 /NIP 118-142-98-58/  
tel. (0-22) 834-84-60, fax (0-22) 834-71-64

Prezes Zarządu: Tomasz Salski

[www.stowarzyszeniefuneralne.pl](http://www.stowarzyszeniefuneralne.pl) e-mail: [biuro@stowarzyszeniefuneralne.pl](mailto:biuro@stowarzyszeniefuneralne.pl)

Konto: PKO BP S.A. Oddz. 10/ Warszawa 39 1020 1013 0000 0502 0125 2386



The World Organization of Funeral Operatives

# CZY POLSKIEMU RYNKOWI POGRZEBOWEMU ZAGRAŻAJĄ WŁOSI



Is the Polish funeral market exposed to Italian competition  
**Gli italiani possono mettere paura al mercato funerale polacco**

Rozmowa z TOMASZEM SALSKIM, prezesem Polskiego Stowarzyszenia Funeralnego - Polskiego Stowarzyszenia Kremacyjnego, Administratorów Cmentarzy i Przedsiębiorców Pogrzebowych ♦ Interview with TOMASZ SALSKI, Chairman of the Polish Funeral Association - Polish Association of Crematorium Operators, Cemetery Administrators and Funeral Directors ♦ A colloquio con TOMASZ SALSKI, presidente dell'Associazione Funeraria Polacca - Associazione Crematoria Polacca degli Amministratori dei Cimiteri e delle Pompe Funebri

Od chwili wejścia Polski do Unii Europejskiej, również na naszym rynku pogrzebowym jest w obrocie duża ilość akcesoriów i sprzętu funeralnego z krajów wysoko rozwiniętych. Prym wiodą tu zwłaszcza Włosi, mający już swych przedstawicieli i agentów. Trumny sprzedaje u nas Ferrari, Lorandi, SCACF. Pilato i Intercar handluje z powodzeniem karawanami, a z ofertą samochodów pogrzebowych ma pojawić się wkrótce także grupa Urciuoli i wytwórnia Biemme. Z miesiąca na miesiąc poszerza się sprzedaż akcesoriów do trumien, a od prawie roku sonduje nasz rynek i składa oferty producent pieców kremacyjnych GEM. Wielu naszych producentów i przedsiębiorców pogrzebowych mówi nawet o zorganizowanej ekspansji. Jak Pan ocenia skalę tego zjawiska? Czy ono Pana niepokoi?

- Cieszę się z zainteresowania Europy, a zwłaszcza Włochów, naszym rynkiem. Jest on duży, a dla Włochów dodatkowo bliski kulturowo i dziwiłbym się, gdyby go omijali. Na pewno ich akcesoria wzbogacają rynek i nie powinniśmy się przed nimi zamykać. Natomiast jeśli oczekujecie ode mnie odpowiedzi, co - jako przedsiębiorcy pogrzebowi czy producenci - powinniśmy zrobić, to odpowiem: nic w sensie administracyjnym, bo domaganie się zakazu handlu dla Włochów czy bojkot ich towarów nie przyniesie efektów. Po prostu ucmy się od naszych zagranicznych partnerów marketingu, starajmy się dorównać im w jakości oraz w organizacji produkcji i handlu. Dostrzegam już dobroczynne skutki pojawienia się konkurencyjnych produktów, zwłaszcza w poprawie jakości trumien, wychodzących ostatnio z polskich stolarni. Są starannie wykonane, łączone w nowoczesny sposób, kryte poliestrem lub poliuretanem. Wielu z nich nie można już odróżnić od włoskich wyrobów. Równoległe

Poland's accession to the European Union, our funeral market, too, offers a number of funeral accessories and devices from highly-developed countries. In particular, Italians seem to be the front runners in this respect, as they already have their representatives and agents in Poland. Coffins sold in our country include such brands as Ferrari, Lorandi, and SCACF. Pilato and Intercar successfully sell their hearses, and more funeral vehicles are soon to be available from Urciuoli Group and from Biemme. The sales of coffin accessories are increasing by the month, and for nearly a year's time the market has been surveyed and supplied by cremation furnaces manufacturer, GEM, too. Many of our manufacturers and funeral directors are even talking of organised expansion. What is your assessment of the scale of these developments? And do they worry you?

- I am glad that Europe, and especially Italians, are so much interested in our market. Ours is a large market, and, additionally, for Italians it is culturally similar and I would be surprised if they avoided it. Certainly, their accessories do enrich the market and we should not lock them out. However, if you expect me to answer how we - funeral directors or manufacturers - should respond, then I'll say this: nothing in the sense of administrative measures, as any demands to ban or boycott Italian merchandise will be ineffective. Simply, we need to learn from our foreign partners their marketing skills, try to match them in terms of product quality and production and sales organisation. Already I can see certain positive effects of the arrival of competitive products, in particular, e.g. improved quality of the coffins made by our joiner shops. Coffins are now much more carefully manufactured, assembled to the latest standards, coated with polyester or polyurethane. Many of them can be no longer told from Italian products. Concurrently, one can see that a part of our funeral firms are „building up weaponry stocks”, i.e. buying property and equipment, which to some extent is caused by - whether realistic or overestimated - threat from foreign players. New funeral homes are being establi-

Dall'ingresso della Polonia nell'Unione Europea anche sul mercato polacco si sono fatti strada numerosi accessori e attrezzature funerarie di origine eurooccidentale. Fanno spicco specie quelli italiani, sorretti da una rete di rappresentanze e di agenti. La Ferrari, la Lorandi e la SCACF hanno trovato sbocco per i loro cofani, la Pilato e la Intercar fanno affari con i carri mentre il gruppo Urciuoli e la Biemme dovrebbero fra poco far partire la loro offerta di autofunebri. Di mese in mese crescono le vendite di arredi per i cofani e da quasi un anno sono in corso i sondaggi di mercato della GEM che intende introdurre sul mercato polacco i suoi forni crematori. Numerosi produttori e imprenditori funebri polacchi sono pronti a scommettere che si tratti di una vera e propria espansione organizzata. Qual'è a suo avviso la portata reale di questo fenomeno? E' preoccupato?

- Che l'Europa e gli Italiani in particolare evidenziano interesse per il nostro mercato non fa che rallegrarmi. E' una piazza di prospettiva la nostra e per gli Italiani ha il vantaggio di essergli culturalmente vicina - anzi, mi sorprenderebbe se la evitasse. Veramente i loro accessori arricchiscono il mercato e non c'è motivo per chiudersi a riccio di fronte al prodotto italiano. Se dunque vi aspettate da me che vi dica quale risposta dovremmo dare noi altri produttori o imprenditori ebbene vi dirò: sul piano amministrativo - nessuna, perché un'azione volta a vietare agli Italiani di far commercio in Polonia o un boicottaggio dei loro prodotti non può dare nessun effetto. A questo punto cerchiamo invece di imparare la lezione dai nostri partner stranieri, cerchiamo di eguagliarli nella qualità, nell'organizzazione della produzione e del marketing. Noto già gli effetti benefici della concorrenza straniera: specie nel miglioramento qualitativo dei cofani prodotti da imprenditori polacchi. Sono più curati, assemblati con sistemi moderni, rivestiti di poliestri o di poliuretani. Taluni sarebbe difficile distin-

można zaobserwować „uzbrajanie się” części firm pogrzebowych w nieruchomości i sprzęt, w pewnym stopniu spowodowane - rzeczywistym bądź przecenionym - zagrożeniem ze strony zagranicy. Powstają nowe domy pogrzebowe, pojawiają się w firmach nowoczesne zachodnie i polskie karawany oraz rozmaity sprzęt specjalistyczny. Zakłady usługowe inwestują, by jeszcze więcej zarabiać, mieć szerszą ofertę, wykonywać pogrzeby na wyższym poziomie i umocnić swą markę. Jednym z motywów tych zachowań jest możliwe wejście kapitału zachodniego i potrzeba zabezpieczenia się przed eliminacją z rynku. W tym wszystkim przejawia się dobrodziejstwo konkurencji, rozwijającej nasz rynek usług i produkcję.

**Wielu z naszych przedsiębiorców jednak tego nie rozumie i ulega antywłoskiej retoryce, co prowadzi ich donikąd. Wydaje się, że w ogóle nie rozumie zasad funkcjonowania wolnego rynku i etyki kupieckiej, idei otwartej Europy oraz wolnego przepływu kapitału, towarów i usług...**

- Alternatywę widać wokół i wrażenia z obserwacji naszej branży nie nastroją najlepiej. Wiele praktyk - zarówno w produkcji, jak i usługach - stosuje się u nas w perspektywie doraźnego interesu. Nasi przedsiębiorcy zajmują się za bardzo Włochami i emocjonują nimi, zamiast zacząć zmieniać siebie, by konfrontować się z innymi na zasadzie partnerów. Bo największymi wrogami naszej przedsiębiorczości pogrzebowej bywają często sami polscy przedsiębiorcy. Zdążyć się może, że naszymi zachowaniami sprowokujemy rzeczywistą kolonizację usług i produkcji przez Włochów, Niemców czy Anglików. Wiele firm wypadnie wtedy z rynku bądź przemieni się w agentów dużych spółek, nieważne już o jakim rodowodzie, bo i Polacy - którym się powiodło - są przecież traktowani u nas jako obcy.

**Powiedział Pan jednak, że części naszych firm udaje się konkurencja, czyli że nie wszystkim grozi marginalizacja w konfrontacji z Włochami. A zatem dlaczego popyt na włoskie towary pogrzebowe ma nieproporcjonalną skalę do ich podaży i do jednoczesnej konkurencyjności wielu dobrych, polskich wyrobów?**

- Myślę, że to zjawisko określa moda. A więc bardziej mentalność, niż rzeczywista jakość czy cena. U nas panuje kult włoskich wzorów i jakości, stąd

shed, funeral firms are supplying their fleets with modern foreign or domestic hearses, and buying a variety of specialist equipment. Service firms are investing with a view to earning higher incomes, enriching their range of services, rendering top quality funerals, and enhancing their brands. One of the motivations behind these activities is the possible expansion of western capital into our market and the need to secure one's business against being pushed out of the market. All this well evidences the benefits of free competition that helps develop our service market and improve manufacturing standards.

**However, many of our entrepreneurs do not understand this and resort to anti-Italian rhetoric, which leads them nowhere. It seems that they do not at all understand the workings of free market and trade ethics, or the idea of open Europe and free movement of capital, goods, and services ...**

- The alternative is easily noticeable around us: shabby backstreet premises hired for funeral homes, barbarian rip-offs, complete ignorance of the principles of handling the dead and their mourning relatives, corruption, pathological liaisons with hospitals and emergency services as suppliers of orders for services, purchase of „illicit” timber, manufacturing of dozens of coffin models in short lots, and poor quality. All of these are shortsighted practices employed to do the business at hand, which is suicidal. Our entrepreneurs are too much occupied with and anxious about the Italians, while they should change themselves, instead, so as to be able to confront other players as their equal partners. Because the greatest enemies of our funeral industry are Polish funeral directors themselves. If they continue the aforementioned suicidal practices, it will provoke an actual colonisation of our services and manufacturing sector by Italians, Germans, or Britons. Then, many firms will be out of the market or will transform into agents for large companies, whatever their origins, because even successful Polish undertakers are treated here as aliens.

**You have said, however, that a part of our firms are successfully competitive, so not all of them need to dread being the underdogs in confrontation with the Italians. Then, why is the demand for Italian funeral products so much out of proportion to their supply and to the concurrent competitiveness of many good Polish products?**

- I think fashion is the name of the game. This means that mentality is the key, rather than the actual product quality or price. We in Poland worship Italian design and quality, which explains the enormous demand for foreign goods. But this situation will change with time, and funeral directors will buy good

guere da quelli italiani. Sul binario parallelo procede l'ammmodernamento di una parte di imprese funebri che si dotano di impiantistica e di immobili per far fronte alla minaccia presunta o reale della concorrenza straniera. Sono poste in essere pompe funebri nuove, con carri moderni occidentali o polacchi, con tanto di attrezzature specialistiche. Le agenzie funebri investono per guadagnare di più, per mettere in piede un'offerta migliore e più vasta, per organizzarsi meglio e consolidare il proprio marchio. Uno fra i motivi di tutto ciò e certamente l'apparizione del capitale straniero e la necessità di proteggersi per non venire eliminati dal mercato. La leva della concorrenza insomma svolge un effetto benefico, dando uno stimolo al nostro mercato di produzioni e di servizi.

**Molti fra i produttori nostrani non lo capiscono e si lasciano sviare dalla retorica anti italiana, finendo in un vicolo cieco. Sembra che non riescano a capire la logica del mercato libero e l'etica commerciale, il valore dell'Europa aperta e del flusso indiscriminato di capitali, merci e servizi...**

- L'alternativa a tali valori è ben visibile e le conclusioni per il nostro settore non ispirano bene. Sia nella produzione sia nei servizi sono troppe le pratiche orientate a ottenere effetti immediati, di breve respiro. Piuttosto che emozionarsi per la presenza italiana, gli imprenditori polacchi dovrebbero cercare di cambiare se stessi, per potersi confrontare con i nuovi venuti da partner a partner. I nemici peggiori dell'impresa funeraria polacca spessissimo sono gli stessi... imprenditori polacchi. Può capitare che tali comportamenti determinino un'autentica colonializzazione dei nostri servizi da parte degli italiani, tedeschi o inglesi. In tal caso saranno in molti a uscire dal gioco o a ridursi al ruolo di agenti di grandi società, poco importa l'origine, perché anche le ditte polacche di successo sono considerate da noi delle entità aliene.

**Ha detto tuttavia che una parte delle aziende nostrane riesce a tener fronte alla concorrenza e che quindi non tutte sono minacciate di venire spiazzate dagli italiani. Allora perché la richiesta dei prodotti funebri italiani sia così sproorzionata all'offerta e sembra non tener conto della offerta concorrenziale di molte ottime produzioni polacche?**

- Penso che sia un fenomeno determinato dalla moda. E' in gioco piuttosto la mentalità che non la qualità reale o il prezzo. Si è diffusa in Polonia una specie di adorazione dei modelli e della qualità italiana e ciò

wzięcie zagranicznej oferty. Ale ta sytuacja z czasem się odmieni i przedsiębiorcy pogrzebowi będą kupować dobre i tanie polskie akcesoria. Oczywiście, niepokoi mnie i zasmuca, że nasi producenci trumien dębowych, które - również za sprawą znakomitego polskiego dębu - są wysokiej jakości i niedrogie, muszą na siłę szukać kupców, gdy tymczasem droższe trumny z włoskiego dębu znajdują nabywców. Ale jedyne, co mogę doradzić, to wybierać jednak polskie trumny z dębu. Uważam, że tego wymaga instynkt samozachowawczy oraz szacunek dla tożsamości naszego obywatela pogrzebowego, w którym trumna z dębu ma już symboliczne znaczenie. Zresztą sami Włosi przyznają, że niektórzy polscy stolarze przodują w Europie w produkcji trumien z tego surowca. Czemu zresztą mają nie przyznawać, skoro polskie dębowe trumny ze „Stolturu” braci Millerów i ze stolarni Walotka zalewają od wielu lat kraje Beneluxu i Niemcy, a trumny kremacyjne Lindnera z Wągrowca dominują w wielkich hurtowniach u naszych zachodnich sąsiadów. W ogóle to uważam, że włoskie trumny powinny być tylko uzupełnieniem naszej krajowej oferty. Chodzi mi przede wszystkim o włoskie wyroby wykonane z egzotycznych gatunków drewna bądź wyszukane zdobniczo.

#### **Co jednak zrobić w przypadku, gdy Włosi oferują towar, którego się u nas nie produkuje?**

- Tu decyzja jest oczywista. Natomiast jeśli istnieje np. wybór pomiędzy włoskimi a polskimi uchwytami do trumien w podobnej cenie i o podobnej jakości, to ja wybieram produkt z Polski. Tak mi nakazuje sumienie i troska o polski interes pogrzebowy, bo to jest mój wkład w zabezpieczenie się krajowej branży przed perspektywicznym rozprzestrzenianiem się kapitału zachodniego również w usługach pogrzebowych. Oczywiście, jeśli chciałbym dziś kupić karawan adaptowany na podwoziu Mercedesa, to kupię go u Włochów, bo nasz wytwórca - np. Bautex - takich samochodów nie produkuje. Jeśli jednak zaferowałby mi swojego Mercedesa w cenie, powiedzmy, 50 - 70 tys. euro, to ja bym od razu kupił Mercedesa w Bauteksie.

**Nie wydaje się Panu, że problem z podażą naszego sprzętu pogrzebowego, to również problem organizacji jego dystrybucji, reklamy i marketingu? Powszechną praktyką jest przecież handel obwoźny, komiwojażerka...**

- Zgoda, ale problem sięga głębiej, bo do samego systemu i organizacji produk-

and inexpensive Polish accessories. Naturally, I am worried and concerned that our manufacturers of oak coffins, which - also due to the excellent Polish oak material - are high quality and inexpensive, have to strain to find buyers, while Italian oak coffins enjoy much popularity with consumers. Yet, my only piece of advice is that consumers choose Polish oak coffins. I believe that this is what is required for the sake of the self-preservation instinct and respect for the identity of our funeral customs, where oak coffin already carries a symbolic meaning. And anyway, Italians themselves do admit that some Polish joiners are European leaders in manufacturing coffins from this material. Generally, it is my opinion that Italian coffins should only complement our domestic product ranges. Basically, I mean Italian products made from exotic wood varieties or those with sophisticated decorations.

#### **What should be done, then, if Italians offer goods that are not manufactured locally?**

- In such a case the decision is obvious. But when there is a choice, e.g. between Italian and Polish coffin handles that are similarly priced and of comparable quality, then I would choose the Polish product. That is what my conscience tells me to do out of the care for the Polish funeral market's interest, as this is my contribution to securing the local industry against prospective expansion of western capital, including funeral services, too. Naturally, if I wanted to buy a hearse built on a Mercedes chassis, I would buy one from the Italians, because our manufacturers - e.g. Bautex - do not manufacture such vehicles. However, if Bautex could offer me a Mercedes priced between, say, 50 - 70 thousand euros, I would not hesitate to buy one from them.

**Do you not think that one problem with the supply of our funeral equipment is the organization of its distribution, advertising, and marketing? After all, house-to-house vending by travelling salesmen is a common practice...**

- True, but the problem is much deeper and reaches the very production system and organisation. Major Italian coffin factories basically manufacture a few coffin models, because this is effective. These coffin models are only diversified at the last stage of the production process, basically by industrially decorating and painting finished products in various ways. This creates an impression of them manufacturing at least several dozens of coffin models from design to early production phases. This is but an illusion, but our small coffin joiner - and there are several hundreds of them - does not understand that and painstakingly creates at his manufactory dozens of coffin models hoping to match the competition and cater to all. The effect is negligible. If he hits the market with a product of his, he cannot keep up the supply cycle, and if he manages to do that, it is usually

spiega il successo dell'offerta straniera. Ma il riorientamento e solo questione di tempo. Gli operatori si volteranno verso gli accessori polacchi di classe e di basso prezzo. I cofani in rovere polacchi - merito anche del pregiatissimo legno nostrano - sono di ottima qualità e di costo moderato. Certo, sono quindi preoccupato vedendoli cedere la piazza a dei cofani in rovere italiani che sono pure più costosi. Altro non posso fare se non consigliare comunque l'acquisto di quelli polacchi - per istinto di conservazione ma anche perché c'è di mezzo la stessa identità delle nostre consuetudini che ai cofani in rovere attribuiscono il valore di simbolo. Del resto pure gli italiani stessi ammettono che alcuni ebanisti polacchi non sono secondi a nessuno in Europa quanto alla qualità dei loro cofani in rovere. Né potrebbero affermare il contrario dal momento che i prodotti in rovere della «Stoltur» dei fratelli Miller e della bottega di Walotek inondano da anni Olanda, Lussemburgo, Belgio e Germania e i cofani da incenerimento Lindner di Wągrowiec predominano nei grandi empori di commercio all'ingrosso del nostro vicino occidentale. Tutto sommato, ritengo che i cofani italiani potrebbero semmai essere complementari rispetto all'offerta nazionale e situarsi nella nicchia dei prodotti in legno esotico o di quelli ornamentati ad arte.

#### **E cosa fare quando gli Italiani offrono merce che in Polonia non produce nessuno?**

-In tal caso la decisione è scontata. Ma se si pone la possibilità di scegliere ad esempio tra le maniglie fatte in Italia e quelle polacche io, a parità di prezzo, scelgo quest'ultime. E' quanto mi comanda la coscienza e il senso di dovere nei confronti della categoria, perché questo è il mio contributo alla preservazione dei suoi interessi di fronte all'imminente dilagare del capitale occidentale anche nel settore dei servizi funebri. Certo, volessi oggi acquistare un carro montato sul telaio Mercedes andrei a cercarmelo dagli Italiani perché il produttore nostrano - la Bautex ad esempio - autocarri del genere non ne fa. Pero se li facesse, e mi chiedesse per una Mercedes 50 - 70 mila euro, non esiterei più di tanto.

**Ma non Le sembra che lo smercio dei prodotti funebri polacchi i suoi problemi se li trova anche nelle modalità di distribuzione, nella pubblicità e nel marketing? Prevale tuttora il sistema dei commessi viaggiatori e dei piazzisti...**

- Infatti le soluzioni andrebbero cercate in profondità, alle radici stesse del siste-



cji. Wielkie włoskie fabryki trumien produkują, w swej podstawowej masie, kilka modeli trumien, bo to jest efektywne. Ich różnorodność tworzy się dopiero na ostatnim etapie produkcji, przeważnie przemysłowo ozdabiając i malując gotowe wyroby w rozmaity sposób. Stwarza to wrażenie produkowania co najmniej kilkudziesięciu modeli trumien w fazie projektu i wstępnych faz wytwórczych. Z kolei nasz typowy stolarz trumienny - jeden spośród kilkuset - moźolnie tworzy w swej manufakturze kilkadziesiąt modeli, chcąc sprostać konkurencji i przypaść wszystkim do gustu. A to jest nieefektywne. Opis tego stanu rzeczy byłby niepełny, gdybym nie dodał, że typowy polski stolarz jest także handlarzem swych trumien. Problem ze zbytem złagodziłyby może hurtownie, ale w Polsce - w przeciwieństwie do Włoch czy Niemiec - nie ma tradycji hurtowego handlu akcesoriami pogrzebowymi. Jedynie pod Warszawą istnieje od lat jedna hurtownia, „Liebchen”, oferująca szeroki asortyment wyrobów. A przecież podobne do niej powinny funkcjonować przy innych wielkich miastach, by lokalny producent nie musiał zajmować się małym rynkiem zbytu.

#### Co na to organizacje przedsiębiorców pogrzebowych - i Pańska, i konkurencyjna Izba Pogrzebowa?

- W Stowarzyszeniu nie ma producentów, bo nie chcemy stwarzać fałszywej sytuacji, że producentom zrzeszonym jesteśmy w stanie zaoferować coś więcej, niż wytwórcom funkcjonującym poza naszą organizacją. Nie chcemy puszczać do nich oka, że będąc u nas, zyskają niby po protekcji coś więcej, niż ich konkurenci. Ponadto producenci mają zupełnie inne oczekiwania i interesy, niż zrzeszone u nas firmy usługowe. Oni powinni mieć po prostu swoją organizację, w której rozstrzygałyby swoje problemy. Myślę, że dopóki jej nie powołają, nie będą mieli większych szans na szerszą promocję i sprzedaż swych towarów na rynkach unijnych. Coraz trudniej będzie im też sprostać zachodniej konkurencji u nas.

Dziękuję za rozmowę.  
Magdalena Radztko

---

*Tomasz Salski, l. 33, współwłaściciel i prezes prywatnej spółki „Klepsydra” w Łodzi. Wywodzi się z rodziny stolarzy trumiennych. Jego firma pogrzebowa należy do największych w mieście, posiada własne proskatorium i mieście, posiada własne proskatorium i mieście. Prezesem Stowarzyszenia jest od 2005 r.*

at the cost of quality. I know Polish coffin designs that were perfect and ordered for export, but all their success was just a few shipments, because the Polish manufacturer was unable to suddenly or systematically supply large deliveries. This description would be incomplete, if I did not add that typically a Polish joiner is also the salesman of the coffins of his own manufacture. Once he has manufactured a batch of coffins, he forwards a truck around Poland and waits until the coffins are sold, for he most frequently consigns them on a commission basis. When he is finally paid, he uses the funds to patch up his debts and invest in the manufacture of the previously best selling model, although consumers may now need something else. In this situation only a few joiner shops stand a chance of selling internationally. The supply problem might be alleviated by wholesale outlets, but in Poland - in contrast to Italy or Germany - there is no tradition of wholesale of funeral accessories. Near Warsaw there exists just one wholesale, „Liebchen”, that offers a broad range of products. While similar wholesales should operate in or near all large cities so that the local manufacturer does not have to struggle with small sales market.

#### What is the response of the Polish funeral directors' organisations - like yours or the Funeral Chamber - which, after all, embrace manufacturers, too?

- There are no manufacturers in the Association, because we do not want to create a false situation suggesting that we can offer to member manufacturers anything more than to non-members. We do not want to make them think that being our members they might gain, with our protection, anything more than their competitors. Additionally, manufacturers have entirely different expectations and interests than our member companies. For why should funeral directors and cemetery administrators - and these, basically, are the members of both of the industry organisations - care whether a coffin has 6 or 24 bolt holes? Manufacturers should simply have their own organisation that would resolve such issues. I think that as long as they do not establish one, they will not have any greater chances for broader promotion and sales on the EU markets. Also, they will find it increasingly difficult to match the western competition in Poland.

Thank you for the interview.  
Magdalena Radztko

---

*Tomasz Salski (33), co-owner and chairman of a private company „Klepsydra” of Lodz. Comes from a family of coffin joiners. His funeral firm is one of the biggest in the city, operates its own mortuary and crematory. Association Chairman since 2005.*

ma di organizzazione e di produzione. I grandi produttori italiani di cofani fabbricano in realtà un numero ridotto di modelli e glielo impone il tornaconto. Le svariate versioni sono poste in essere solo nella fase finale di produzione, alla verniciatura e ornamentazione, entrambe realizzate coi metodi industriali. L'effetto finale è l'illusione di avere a che fare con una gamma di diverse decine di modelli. Per contro il nostro artigiano medio - come centinaia dei suoi colleghi - si ammazza creando nella sua manifattura decine di modelli con l'intento di fronteggiare la concorrenza e di piacere un po' a tutti. Ma non rende. L'effetto non è gran che. Il quadro poi non sarebbe completo se non aggiungessi che il tipico artigiano polacco e al contempo venditore dei propri cofani. Il problema dello smercio potrebbe essere spianato con un sistema di grossisti: ma la Polonia, a differenza dell'Italia e della Germania, non ha tradizione di grossisti specializzati in articoli funebri. L'unico opera nelle vicinanze di Varsavia, ed è la „Liebchen” che offre una vasta gamma merceologica. Strutture simili dovrebbero invece abbinarsi ad ogni centro urbano di scala, affinché il produttore locale non sia costretto ad un mercato di smercio riduttivo.

#### E come reagiscono alla situazione le organizzazioni delle pompe funebri - la Sua e quella delle Camere Funerarie?

- Nella nostra associazione non ci sono produttori. Non vogliamo infatti dare da intendere ai produttori che siamo in grado di offrire qualcosa in più, che avrebbero insomma qualcosa in più rispetto ai concorrenti non associati a titolo di „amicizia”. Del resto rispetto a quelli delle agenzie funebri che sono i nostri soci, le attese e gli interessi dei produttori sono del tutto diversi. Loro dovrebbero quindi disporre di una propria organizzazione a difesa dei loro interessi, capace di dare soluzione ai loro problemi. Penso che se non la mettano su, avranno ben poche probabilità di collocare i propri prodotti sui mercati dell'Europa Unita. E avranno crescenti difficoltà a fronteggiare i concorrenti stranieri in Polonia.

La ringrazio per la conversazione  
Magdalena Radztko

---

*Tomasz Salski (33-enne) socio fondatore e presidente della società privata „Klepsydra” con sede a Łódź (La seconda in ordine di importanza città polacca, posta a 120 km da Varsavia). Viene da una famiglia di falegnami produttori di cofani. È titolare di una fra le maggiori pompe funebri della città, possiede inoltre una sala anatomica e un inceneritore. Presiede l'Associazione dal 2005.*

# TANEXPORT: „ŚWIATOWY AMBASADOR” WŁOSKICH PRODUKTÓW NAJWYŻSZEJ JAKOŚCI

Tanexport: „ambasciatore nel mondo” del prodotto italiano di qualità

Rozmowa z NINO LEANZA

prezydentem Włoskiego Konsorcjum Producentów  
Artykułów Pogrzebowych i Cmentarnych  
TANEXPORT



Intervista con NINO LEANZA,  
Presidente del Consorzio Italiano Produttori  
di Articoli Funerari e Cimiterali  
TANEXPORT

Targi TanExpo to największa wystawa pogrzebowa w Europie. Dotychczas odbywały się w Modenie, obecnie organizuje się je w Bolonii, stolicy włoskiego regionu Emilia-Romania. Dlaczego przeniesiono wystawę i czy zmiana jej lokalizacji przyniesie efekty komercyjne, planowane w związku z tą zmianą?

- Targi TANEXPO musiały przenieść się do Bolonii, ponieważ tereny wystawowe w Modenie, miejsce które gościło do 2006 roku poprzednie edycje targów, okazały się zbyt ciasne, by pomieścić wszystkie przedsiębiorstwa zainteresowane udziałem w ekspozycji. Już na poprzednich targach bardzo wydłużyła się lista oczekujących na możliwość pokazania się na tej niewątpliwie prestiżowej wystawie.

Bolonia oferuje znacznie szerszą i pojemniejszą powierzchnię wystawienniczą, co na dzisiaj pozwala nam rozlokować około 200 wystawców na powierzchni ponad 25.000 metrów kwadratowych. Tereny targowe BolognaFiere poza tym mają znakomite położenie, są osadzone w tkance gospodarczej miasta, dwa kroki od historycznej starówki, a przy tym z doskonałym dostępem zarówno drogowym, kolejowym, jak i lotniczym.

**Organizatorem wystawy TanExpo w Bolonii, jest firma Conference Service, należąca do konsorcjum TANEXPORT. Czym jest dokładnie konsorcjum TANEXPORT i jakie są jego zadania?**

- TANEXPORT - Włoskie Zrzeszenie Producentów Artykułów Pogrzebowych i Cmentarnych zrzesza liderów włoskiej branży pogrzebowej. Jest obecne na wszystkich najważniejszych międzynarodowych imprezach specjalistycznych. Jego rola „światowego ambasadora” najwyższej klasy wyrobów włoskich polega także na organizowaniu i na udziale w misjach rozpoznania światowego rynku. Chodzi o wykreowanie punktów odniesienia i wyszukanie za granicą partnerów, z którymi kontakty handlowe będą sprzyjać upowszechnieniu i sukcesowi wyrobów made in Italy.

**Które międzynarodowe wystawy pogrzebowe, poza targami w Bolonii, TANEXPORT uważa za najważniejsze i w których wzmie w najbliższym czasie udział?**

- W 2008 roku Tanexport weźmie udział w najważniejszych międzynarodowych targach branżowych. To, co najlepsze z made in Italy, można będzie podziwiać w niemieckim Dreźnie („Pieta”, 16 - 18 maja), Bukareszcie w Rumunii (12 - 14 czerwca), w Gorinchem w Holandii (16 - 18 października), no i oczywiście na targach „Memento” w Warszawie, w listopadzie.

La Tanexpo e la piu' grande fiera funerale europea. Finora avveniva a Modena, ore e stata portata a Bologna. Ci spieghi il perche di questo trasferimento: puntate a un maggiore successo commerciale?

- Tanexpo ha dovuto spostarsi a Bologna perché il quartiere fieristico di Modena, che ha ospitato fino al 2006 le edizioni della manifestazione, non era sufficientemente ampio da contenere tutte le aziende interessate ad esporre. In occasione dell'ultima edizione, numerosi sono stati coloro che sono rimasti in lista d'attesa, sperando di trovare un posto all'interno di una vetrina indubbiamente prestigiosa.

Bologna offre inoltre un'area espositiva assai piu ampia e capiente, che ad oggi ci consente di ospitare circa 200 espositori su una superficie di oltre 25.000 metri quadrati. BolognaFiere si colloca poi in una posizione strategica, nel vivo del tessuto economico della città, a due passi dal centro storico, e consente alla manifestazione di disporre di eccellenti collegamenti autostradali, ferroviari e aerei.

**L'organizzazione della fiera di Bologna e' stata affidata alla Conference Service che fa parte del consorzio Tanexport. Che cos'e' precisamente la Tanexport?**

- Tanexport - Consorzio Italiano Produttori di Articoli Funerari e Cimiteriali, raggruppa le aziende leader del settore funerario italiano. E presente in tutte le piu importanti manifestazioni internazionali specializzate. Il suo ruolo di „ambasciatore nel mondo” del prodotto italiano di qualità si esprime anche con l'organizzazione e la partecipazione a missioni internazionali, con indagini di mercato volte ad individuare nuovi bacini di riferimento, con relazioni commerciali con partner stranieri utili a favorire ovunque la diffusione e l'affermazione del made in Italy.

**Oltre quella di Bologna, quali altre fiere la Tanexport considera di grande rilievo e a quali intende partecipare?**

- Nel corso del 2008 Tanexport parteciperà alle piu importanti fiere internazionali del settore. Sarà possibile ammirare il meglio del made in Italy a Dresda (Pieta, 16-18 maggio), a Bucarest (12-14 giugno), a Gorinchem, in Olanda (16-18 ottobre) e certamente a Varsavia il prossimo novembre.

Włoskie firmy zrzeszone w TANEXPORT, produkujące akcesoria pogrzebowe, z powodzeniem sprzedają swe towary w całej Europie, a od prawie trzech lat - także na rynku polskim. Polskim przedsiębiorcom znane są już dobrze trumny Ferrariego, karawany Pilato, a wkrótce szerzej przedstawi swą ofertę producent pieców kremacyjnych GEM. Na ile zainteresowanie TANEXPORTU polskim rynkiem usług pogrzebowych jest tendencją trwałą? Czy Polska może być dla Was partnerem o znaczeniu strategicznym?

- Polska, naszym zdaniem, jest nowym, młodym i dynamicznym rynkiem, który może zaoferować liczne i interesujące okazje biznesowe, czego dowodem są sukcesy handlowe odniesione w Waszym kraju przez członków naszego Zrzeszenia.

Czy włoskie firmy pogrzebowe mogą być partnerem dla polskich producentów akcesoriów pogrzebowych? Czy zna Pan jakieś produkty polskiego przemysłu funeralnego, które mają szansę na znaczącą sprzedaż we Włoszech i w Europie?

- Z pewnością artykuły polskiej produkcji różnią się jeszcze znacznie od włoskich. Niemniej sądzę, że po uważnym przyjrzeniu się trendom i tendencjom rynku włoskiego, polscy producenci mogliby z powodzeniem wejść na włoską scenę. Mają w ofercie wyroby, takie jak trumny dębowe polskiej produkcji, już doskonale znane także i w naszym kraju, dzięki ich nienagannemu wykończeniu.

Le società che fanno parte della Tanexport presentano prodotti funerali venduti in tutta Europa e da quasi tre anni anche sul mercato polacco. Le imprese funebri polacche conoscono ormai bene i cofani Ferrari e i carri Pilato, e tra poco anche la Gem verrà in Polonia con la sua offerta di forni crematori. Ritenete che la Polonia potrebbe divenire per voi un partner di rilevanza strategica?

- Pensiamo che la Polonia sia un mercato emergente, giovane e dinamico, che può offrirvi numerose e interessanti opportunità di business, come testimoniano i successi commerciali riscossi da molti nostri associati in questo Paese.

Gli operatori funebri italiani avrebbero interesse a collaborare con i produttori polacchi di articoli funerali? Conosce qualche prodotto polacco che potrebbe riscuotere successo in Italia e in Europa?

- Sicuramente gli articoli prodotti in Polonia differiscono ancora molto dalla produzione italiana. Tuttavia credo che, dopo una attenta analisi delle linee guida e delle tendenze del mercato italiano, i produttori polacchi potrebbero affacciarsi con successo sullo scenario italiano. Ci sono prodotti, come i cofani in rovere polacco, ben noti per la loro impeccabile qualità anche nel nostro Paese.



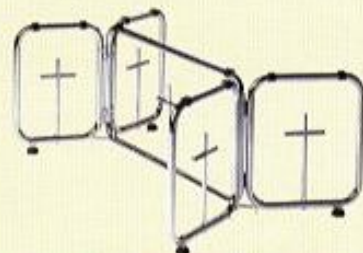
## Urny



## wyroby rękodzielnicze



## Wyposażenie firm pogrzebowych



**"DEWI"** 

www.dewi.pl

tel.(086) 271 03 60 w godz.7 - 16; fax.(086) 271 03 92

email:dewi@dewi.pl

# TESSON

colezione delle urne ceramiche  
collection of ceramic urns  
kolekcja urn ceramicznych

**MASTABA**  
CERAMIKA

fantasie d'autore ed originali  
authentic author's formulae  
oryginalne wzory autorskie



*P 911*



*P 309s*



*W 306*



*P 209h*



*W 106*

Invitiamo cordialmente a visitare il nostro stand  
We are inviting cordially for visiting our department  
Serdecznie zapraszamy do odwiedzenia naszego stoiska

padiglione / hall / hala 18  
stand / department / stoisko F 28

62-002 Suchy Las, POLONIA  
ul. Zwolenkiewicza 17

tel./fax: +48 61 81 25 900  
mobile: +48 602 603 556

e-mail: [info@mastaba.pl](mailto:info@mastaba.pl)  
[www.mastaba.pl](http://www.mastaba.pl)

# Italian style na polskim rynku pogrzebowym

## Italian style nel mercato funerale polacco



Rozmowa z MASSIMILIANO RONZATEM, dystrybutorem włoskich produktów pogrzebowych - trumien Ferrari, karawanów Pilato, pieców kremacyjnych GEM

■ *A colloquio con MASSIMILIANO RONZATI, distributore in Polonia degli articoli funerari italiani cofani Ferrari, autofunebri Pilato, forni crematori GEM*

Mijają właśnie 3 lata od chwili pojawienia się na polskim rynku - oferowanych przez Pana - włoskich produktów pogrzebowych. Przed trzema laty zaczął pan od prezentacji trumien z fabryki Ferrari w ekskluzywnym warszawskim hotelu „Bristol”, potem takie prezentacje odbyły się w równie eleganckich hotelach we Wrocławiu i Krakowie. Pokazy te odbiły się głośnym echem w polskiej branży pogrzebowej, szeroko omawiały je też media, bo tego typu promocji artykułów pogrzebowych jeszcze w Polsce nie było. Czy był to oryginalny pomysł Pana na promocję trumien w Polsce, czy też jest to zwyczajowa forma marketingu stosowana przez wytwórcę Ferrari przy wchodzeniu na określony rynek?

- Muszę wyznać, z lekkim akcentem dumy, że pomysł przeprowadzenia *open house* w prestiżowych hotelach należał do mnie. Ale muszę też oddać honory firmie Ferrari, że zechciała wesprzeć mnie w tym przedsięwzięciu.

Na trumnach jednak się w Polsce nie skończyło, bo niebawem zaczął Pan sprzedawać również - z powodzeniem - samochody pogrzebowe z fabryki Pilato, a od 2007 r. oferować piece kremacyjne GEM. Wielu naszych przedsiębiorców upatruje w Pana działaniach znaku szerszej ekspansji w naszym kraju włoskiego przemysłu funeralnego, szczególnie zaś firm związanych z konsorcjum Tanexport. Konsorcjum to zdobyło już część rynku dostawców w Wielkiej Brytanii i Francji, a w Rumunii zdaje się przejęło całe zaopatrzenie firm pogrzebowych w sprzęt funeralny. Jak skomentuje Pan obecność włoskich produktów pogrzebowych w Polsce w tak szerokiej ofercie?

- To po prostu transpozycja *italian style* do naszej branży. Wszędzie produkt włoski jest synonimem jakości i stylu, od prestiżowych samochodów po modę, wyposażenie wnętrz, czy wino i kuchnię.

Włoskie artykuły funeralne mają w Polsce renomę i znajdują wielu nabywców, chociaż rzadko który z polskich przedsiębiorców pogrzebowych głośno przyznaje się do kupowania u Pana trumien czy karawanów. Bo w dobrym tonie jest publiczne sprzeciwianie się Włochom i deklarowanie przywiązania do polskich akcesoriów. Niemniej taka chwiejna postawa ma swoje skutki, bo w naszych organizacjach branżowych zarysowuje się już konflikt między członkami, będącymi przedsiębiorcami pogrzebowymi, a członkami - producentami, którzy zarzucają tym pierwszym zdradę ich interesów na

E' ormai da tre anni che, grazie alla Sua offerta, sono presenti sul mercato polacco i prodotti funerari italiani. Tre anni fa Lei partiva con la presentazione dei cofani Ferrari nel prestigioso hotel „Bristol” di Varsavia: poi spostò la presentazione negli alberghi altrettanto eleganti di Wrocław e di Cracovia. Furono esposizioni che ebbero larga risonanza nella stampa specializzata polacca, ma dibattuta anche nei media a larga diffusione anche perché fino a quel di la Polonia non aveva ancora conosciuto promozione del genere dedicata ai prodotti funerari. Dica: è stata una Sua idea personale di promuovere in quel modo i cofani in Polonia, o invece, è un espediente di marketing applicato di norma dalla Ferrari quando decide di fare la sua apparizione sul palcoscenico di un determinato mercato?

- Devo confessare con una leggera punta di d'orgoglio che, l'idea di effettuare *open house* in hotel di prestigio è stata originariamente mia, alla Ferrari devo riconoscere il merito di avermi assecondato in queste mie richieste.

Ma non finiva lì, perché oltre i cofani Lei si è messo a vendere in Polonia, e con successo, anche le autofunebri della Pilato e, a partire dal 2007, i forni crematori GEM. Non mancano in Polonia operatori pronti a ravvedere nel Suo operato intenti di una più vasta espansione sulla piazza polacca delle industrie funerarie italiane, in primo luogo quelle associate al consorzio Tanexport che già sta controllando una parte del mercato dei fornitori nel Regno Unito e in Francia mentre in Romania, a quanto pare, avrebbe ormai assunto la totalità del mercato delle forniture di articoli funerali. Come ci spiega la presenza in Polonia di una gamma così vasta di prodotti funerali nell'offerta italiana?

- Non è altro che la trasposizione del concetto di *italian style* anche nel nostro settore, ovunque il prodotto italiano è sinonimo di qualità e stile, dalle automobili di prestigio, alla moda, nell'arredamento, nei vini e nella ristorazione.

I prodotti funerali made in Italy godono in Polonia di grande risonanza e trovano facile sbocco anche se raramente le pompe funebri polacche ammettono di aver comprato da Lei cofani od autofunebri. E' infatti di moda dichiarare di opporsi al prodotto italiano e ostentare l'attaccamento a quello casalingo polacco. Tuttavia tali comportamenti ambigui procurano già i primi conflitti in seno alle associazioni polacche di cate

## Italian style na polskim rynku pogrzebowym

### Italian style nel mercato funerale polacco

rzecz Włochów. Znam właścicieli naszych firm usługowych, którzy zachwalają jakość i obecność włoskich akcesoriów, i którzy cenią sobie współpracę z Panem - ale czy nie odczuwa Pan dyskomfortu, że swoją działalnością naraża Pan na straty i groźbę upadku część polskich firm producenckich, i że doprowadził Pan do konfliktów w branży pogrzebowej? Czy Pan sam spotyka się z przejawami niechęci bądź wrogości ze strony naszych firm producenckich i pogrzebowych?

- Nasza obecność na polskim rynku artykułów pogrzebowych to zaledwie 10%, trudno mi więc przypuszczać, że moja praca mogłaby szkodzić obrotom polskich producentów produktów. Nie chce mi się też wierzyć, że tak niewielki udział na rynku byłby w stanie skłócić producentów i usługodawców zrzeszonych w tej branży. Ja, może przez mój charakter, nie odczuwam wrogości w stosunku do mnie, uważam siebie po prostu za suflera, podpowiadacza innowacji, które są w stanie usprawnić przedsiębiorczość i wizerunek usług pogrzebowych. Często mnie słuchają, czasem nie!

Na początku oferował Pan polskim zakładom pogrzebowym trumny o wysokiej klasie - z egzotycznych i drogich gatunków drewna, niezwykle starannie wykończone. Z czasem zaczęły się pojawiać trumny tańsze, wytwarzane konfekcyjnie, choć o przyzwoitej klasie. Czy poznał Pan już dobrze upodobania i siłę nabywczą odbiorców trumien w Polsce? Jakie trumny sprzedają się najlepiej? Czy - oprócz trumien, karawanów i pieców kremacyjnych - zamierza Pan oferować u nas inny włoski sprzęt pogrzebowy?

- Cóż, muszę przyznać, że na początku byłem przekonany, że można tu oferować produkty z górnej półki i luksusowe, ale konfrontacja z rynkiem skłoniła mnie do skupienia się na produktach klasy średniej i wyższej średniej. To przecież zwykła rozrzutność trzymać na wystawie markowe trumny Resmini, które ktoś kupi może za pięć lat. Wracając do tego co mówiłem, moja rola to doradzać zakup wyrobów najlepiej przystających do możliwości każdego klienta.

W mojej ocenie jest Pan najskuteczniejszym dystrybutorem włoskich artykułów pogrzebowych - a zwłaszcza trumien i samochodów - w Polsce od chwili pojawienia się ich na naszym rynku, czyli od 1990 roku. Na skutek tragicznych zdarzeń nie udało się rozwinąć u nas firmie Giorgio, nie najlepiej radzą sobie też dystrybutorzy potentata trumiennego Lorandi, którym brakuje Pana uporu i przebojowości. Lepiej udaje się sprzedaż włoskich okuć i ozdób do trumien, z tym że odbywa się to na niewielką skalę i przy dominacji polskich dystrybutorów. Teraz jednak przygotowuje się do skoku na Polskę konkurencyjna dla Tanexportu włoska organizacja biznesowa - Grupa Urciuoli, działająca głównie w centralnej i południowej Italii, i mająca zaplecze produkcyjne - tak jak Tanexport - w Rumunii, ale też w Chinach. Wiem, że konkurujecie z Urciuoli we Włoszech i kilku innych krajach europejskich. Czy ta rywalizacja przeniesie się do Polski i jak Pan ocenia szanse na trwałe funkcjonowanie na naszym ciasnym rynku dwóch włoskich dostawców sprzętu pogrzebowego?

- Dziękuję za komplement, pewno niezasłużony. Mój poglą

goria opponendo le imprese di pompe funebri a quelle dei produttori degli articoli specializzati. Quest'ultimi rinfacciano agli avversari di aver tradito i loro interessi a favore degli Italiani. Conosco imprenditori delle agenzie funebri che esaltano la qualità degli articoli italiani ormai disponibili in Polonia: tuttavia Lei non prova disagio al pensiero di esporre a perdite e a rovina una parte dei produttori polacchi e di aver seminato discordia nell'ambiente della categoria?

- Ad onor del vero siamo presenti nel 10% delle pompe funebri polacche, quindi è difficile per me pensare che il mio lavoro possa pregiudicare le vendite dei produttori polacchi, sono altrettanto incredulo che si siano create delle tensioni all'interno delle associazioni fra produttori e pompe funebri avendo una piccola parte del mercato. Comunque per mio carattere non avverto astio nei miei confronti, mi ritengo semplicemente un suggeritore di novità atte a migliorare il business e l'immagine delle stesse pompe funebri e molte volte vengo ascoltato, altre no!

All'inizio Lei offriva alle pompe funebri polacche cofani di classe superiore - elaboratissimi, in legno pregiato ed esotico. Con andare del tempo la Sua offerta slittava su cofani meno costosi, confezionati in serie, anche se sempre di solida qualità. Sara perché ha ormai inteso le preferenze e il potere d'acquisto di chi compra i cofani in Polonia? Intende vendere qui, oltre che cofani, autofunebri e forni crematori, anche altri prodotti funerari?

- Sì, devo ammetterlo, nei primi tempi ero convinto di poter proporre prodotti di gamma alta e lusso ma, poi la realtà del mercato mi ha indotto a presentare prodotti di gamma media e medio/alta infatti è antieconomico avere in esposizione cofani Resmini che forse qualcuno comprerà fra cinque anni, e qui mi riallaccio a quanto sostenuto prima, il mio ruolo è consigliare il prodotto più appropriato alle reali necessità di ogni cliente.

Mi risulta che sia Lei ad essere in Polonia il distributore più efficiente del prodotto italiano, specie dei cofani e delle autofunebri, da quando sono apparsi sul mercato locale, ossia dal 1990. A seguito di eventi tragici la ditta Giorgio qui non poté svilupparsi, né se la cavano troppo bene i rappresentanti della Lorandi che è un gigante in fatto di cofani: gli mancano la Sua tenacia e la Sua grinta. Tira meglio la vendita di maniglie e di accessori italiani per cofani ma e sempre una scala ridotta e il mercato è dominato dai distributori polacchi. Ora però sta predisponendo il balzo in Polonia un rivale italiano della Tanexport, il Gruppo Urciuoli che opera principalmente nell'Italia centrale e meridionale e ha situato il proprio background produttivo - esattamente come la stessa Tanexport - in Romania ma anche in Cina. So che in Italia siete sul piede di guerra con la Urciuoli, così come in alcuni altri Paesi europei. Ritiene che questa emulazione si sposterà anche in Polonia e come valuta la prospettiva di una duratura coabitazione sul nostro modesto mercato di due fornitori italiani di prodotti funerali?

- La ringrazio per l'immeritato complimento, da come

na pracę pana Dawida, przedstawiciela firmy Lorandi w Polsce, jest odmienny. To pokaz profesjonalizmu i poważnego podejścia, jakimi powinni się cechować inni przedstawiciele branży pogrzebowej! Godzi się okazywać wiele szacunku małym i wielkim konkurentom, jak w przypadku firmy Urciuoli, która prawdę mówiąc, w zestawieniu z Ferrari czy Lorandi prezentuje się skromnie, zarówno liczbowo jak i pod względem rzeczywistej obecności na zagranicznych rynkach, gdzie właściwie jej nie widać. Nie chciałbym być bezlitosny w stosunku do słabszych od nas, ale między nami a nimi jest przepaść. Pozwoli Pan, że użyję przerośni, dla mnie to nieprawdopodobne, by szanujące się przedsiębiorstwo produkcyjne mogło prezentować tak szeroki katalog wyrobów, godny może jakiegось arabskiego bazaru... W każdym razie, zapraszam wszystkich chętnych do odwiedzenia w Peschera del Garda głównych zakładów Ferrari, a potem dowolnych innych, a opinii zwiedzających jestem pewien. Chciałbym też przy okazji uprzejmie zachęcić osoby reprezentujące firmę Urciuoli w Polsce, by zechcieli złagodzić swój ton. Mogę zrozumieć zapał kogoś, kto zaczyna kupiecką przygodę, ale też nie ma potrzeby grozić, że się wszystkich utopi, choćby dlatego, że to rynek i produkt zdecydują kto się utrzyma, a kto zwinie manatki.

**Skala włoskich przedsięwzięć w polskim biznesie pogrzebowym prowokuje rozmaite domysły. Mówi się, że chcecie otworzyć u nas duży zakład produkcyjny, wytwarzający trumny również dla Rosji i Ukrainy i innych naszych sąsiadów albo też przypuszcza się, że - po zbudowaniu sieci odbiorców - Włosi wchodzić będą w usługi pogrzebowe. Na ile wiarygodne są te scenariusze?**

- Nie bardzo wiem, jakie projekty produkcyjne przechowują po szufladach cioteczni bracia Ferrari. Co zaś do niemądrych pogłosek, że Ferrari przymierza się do przejęcia zakładów pogrzebowych, nic się nie zmieniło od listu Francesco Ferrariego sprzed paru lat, opublikowanego także w „Memento”. Deklarował w nim z absolutną pewnością swój brak zainteresowania zakupami w sektorze usług pogrzebowych.

**Zjawiając się w Polsce, włoskie firmy producenckie skorzystały z dobrodziejstwa wolnego rynku w zjednoczonej Europie. Jaką jednak ofertę może mieć w rewanżu rynek włoski dla nas, Polaków? Czy włoskie firmy pogrzebowe mogą być partnerem dla polskich producentów akcesoriów pogrzebowych? Czy zna Pan jakieś produkty polskiego przemysłu funeralnego, które mają szansę na szerszą sprzedaż we Włoszech i w Europie? Czy włoski rynek pogrzebowy pozwoliłby polskim producentom na taką samą nieskrępowaną działalność, jaką prowadzi m.in. Pan w Polsce?**

- Oczywiście Unia Europejska tworzy dla wszystkich możliwość wchodzenia na dowolne rynki Wspólnoty. Co się tyczy producentów włoskich - mają oni z pewnością znaczny potencjał produkcyjny, zarówno objętościowy, jak i w zakresie jakości i innowacyjności. Polacy, moim zdaniem, mają niezłe możliwości, choćby w dziale trumien, byleby nie ograniczali się do wyrobów tanich: w tym przedziale jest już zbyt wielu walecznych konkurentów. Ja bym widział dobre perspektywy dla trumien dębowych, bo tu Polacy mają własne tradycje. Ale musiałby to być absolutnie produkt jakościowy, czyli odpowiednio kosztowny. Nie ma sensu, powtórzę, w przedziale niskonakładowych wyrobów kusić się o konkurowanie z kimś, kto jest w tym fachu specem albo nieskończenie przerasta konkurencję.

la vedo io il sig. Davide, rappresentante della Lorandi, sta lavorando con grande professionalità e serietà, fossero tutti così i rappresentanti del settore funerario! Si deve molto rispetto ai piccoli e ai grandi concorrenti come nel caso della ditta Urciuoli che, per onore della verità, si può definire, se paragonata a Ferrari e Lorandi, di ben modeste dimensioni, sia per numeri che sviluppo che per la reale presenza sui mercati internazionali, dove mi risulta essere nulla. Non vorrei essere spietato con chi è più debole di noi, ma qui c'è veramente un abisso tra noi e loro. Se mi permette una battuta, mi sembra impossibile che una vera azienda di produzione possa presentare un così ampio catalogo degno di un suk arabo. Comunque invito chiunque lo voglia a visitare lo stabilimento centrale della Ferrari in Peschiera del Garda e poi visitare tutte le altre aziende, rimango fiducioso del responso dei visitatori. Desidero anche formulare un cortese invito a chi rappresenta la società Urciuoli in Polonia a smorzare i toni, posso capire la foga dell'inizio di un'avventura commerciale ma, non c'è bisogno di minacciare di buttar a mare tutti, anche perché saranno il mercato ed il prodotto a stabilire chi potrà rimanere e chi dovrà andarsene.

**Lo slancio delle iniziative italiane nel settore funerario da stoffa a diverse supposizioni. Si parla di un grande stabilimento produttivo che intenderebbe costruire in Polonia con l'idea di fornire cofani anche alla Russia, all'Ucraina ed ad altri Paesi limitrofi. C'è chi suppone che una volta stabilita la rete di clienti, vorreste entrare pure nel settore delle pompe funebri. Fino a che punto questi scenari sono verosimili?**

- Non so bene quali siano i progetti nel cassetto dei cugini Ferrari. Quanto alla sciocca voce che vuole la Ferrari in acquirenti di pompe funebri, nulla è cambiato dalla lettera di Francesco Ferrari, pubblicata un paio di anni fa, dove dichiarava con certezza l'assoluto disinteresse nell'acquisizione di pompe funebri.

**I produttori italiani venendo in Polonia avevano dalla loro il beneficio del mercato libero di un'Europa unita. Perfetto, ma quali vantaggi può offrire di rimando il mercato italiano per noi, polacchi? Le pompe funebri italiane possono costituire un bacino di sbocco per i produttori polacchi di articoli funerari? Conosce qualche prodotto dell'industria funeraria polacca che potrebbe sperare in uno smercio più ampio in Italia e, in genere, in Europa? Il mercato dei produttori funerari italiani lascerebbe agli operatori polacchi di agire in Italia con la stessa spregiudicatezza che Lei ha evidenziato in Polonia?**

- Certo l'Unione Europea permette a chiunque di potersi presentare su altri mercati. Per quanto riguarda i produttori italiani essi hanno indubbiamente una capacità produttiva notevole sia nei numeri che nella qualità ed innovazione. I polacchi hanno a mio avviso buone possibilità anche nello stesso settore dei cofani, purché non si limitino al prodotto di basso costo, in questo range ci sono troppi e agguerriti concorrenti, vedrei buone prospettive nei cofani in rovere (dove i polacchi hanno una specifica tradizione, ma devono essere assolutamente di qualità, vuol dire anche costare, e inutile ripeto, tentare di far concorrenza nella fascia dei bassi prezzi a chi è specialista o immensamente molto più grande.

Czy polskiemu rynkowi pogrzebowemu zagrażają Włosi

## KAŻDY MA RÓWNY DOSTĘP DO WOLNEGO RYNKU UNII EUROPEJSKIEJ



- mówi **WITOLD SKRZYDLEWSKI** z Łodzi,  
potentat pogrzebowy i największy odbiorca włoskich trumien w Polsce

Z pewnym zaskoczeniem przyjęliśmy wiadomość, że Firma „H. Skrzydlewski”, której Pan jest pełnomocnikiem - kupuje najwięcej włoskich trumien, wytwarzanych w fabryce Ferrari. Nie ma w tym, oczywiście, żadnej oceny, jest tylko stwierdzenie i zaciekawienie: ile i dlaczego tak dużo?

- Nie wiem, czy rzeczywiście przoduję w Polsce w zakupach włoskich trumien, niemniej na pewno biorę ich sporo. Na tyle dużo, że nie oferuję ich już w charakterze egzotycznego towaru, ale jako stały, markowy produkt. W obrocie trumnami przez moją firmę wyroby z Włoch stanowią ok. 10%. Mógłbym sprzedawać tych trumien nawet 70%, ale - zważywszy na skalę zakupów mojego przedsiębiorstwa - uderzyłoby to w niektóre polskie stolarnie, a tego nie chcę. To byłoby niebezpieczne dla równowagi rynku producentów.

Co jednak decyduje, że tych zakupów u Włochów jest i tak sporo?

- Włoskie trumny mają po prostu wzięcie u naszych klientów. Ja z kolei mam spokój, zamawiając włoski wyrób, bo wiem, że otrzymam terminowo, to co zamówiłem i o tej samej jakości, co poprzednio. Cenię sobie też klimat kontaktów handlowych z Włochami, ich maniery, pewną ceremonialność, dynamizm i elastyczność oraz pozytywne nastawienie do spraw, niezależnie od ich biegu. Nie okazują zawiści, nie lamentują - jak to się zdarza naszym producentom. Krótko mówiąc - nie stwarzają mi, jako kontrahentowi, problemów ze sobą.

Mimo że sami bezproblemowi, są jednak problemem dla naszych producentów?

- Na pewno są zagrożeniem dla stolarni „garażowych” oraz małych stolarni, które bywają nieefektywne, bo wnoszą w produkcję trumien o wiele więcej pracy i energii, niż ich zagraniczni konkurenci. Bo łapią się za produkcję dziesiątek typów trumien, zamiast wyspecjalizować się w perfekcyjnym wyrobie kilku modeli. Natomiast Włosi

nie zagrażają prawdziwym, solidnym i dużym producentom, chociaż ci - jak mi się wydaje - najbardziej narzekają na obecność Włochów w Polsce. W pewnym stopniu oni jednak tę sytuację sami sprowokowali. Kiedy dolar i euro stały wysoko, nasi renomowani producenci większość swoich produktów sprzedawali na rynkach zachodnich, zaniedbując odbiorców krajowych. To było opłacalne i ja to rozumiem. Kierowali się, jak wszyscy z nas, potrzebą zysku. Po co jednak teraz uważać się nad rozlanym mlekiem, kiedy po powrocie na rynek polski - bo dolar i euro potaniały - ci producenci stwierdzili, że dobre miejsca są już pozajmowane, także przez Włochów? Taka jest kolej rzeczy, że jeśli porzucą się kupca, ten zaczyna zamawiać gdzie indziej.

Jak podsumuje Pan całą tę sytuację, wynikłą z pojawienia się u nas takiej masy zagranicznych akcesoriów? Co mają robić nasi producenci? Czy jaką rolę mają tu do odegrania nasi przedsiębiorcy pogrzebowi?

- Sytuacja jest poważna - bo nasz rynek producentów jest jednak mało rozwinięty - ale nie jest groźna. Bałbym się naprawdę wówczas, gdyby Włosi zaczęli inwestować w usługi pogrzebowe, ale na to na razie się nie zanosz. Nasi producenci - od których przecież kupujemy i kupować będziemy większość akcesoriów - mają więc jeszcze czas na poprawę organizacji, jakości i marketingu. Jak Państwo wiecie, ja jestem również dużym dystrybutorem kwiatów na rynku łódzkim, które kupuję głównie w Danii i Holandii, bo dostawcy stamtąd zapewniają mi terminowe dostawy roślin o wysokiej jakości. Ale nasi kwiatciarze już zareagowali na tę konkurencję, zakładając organizację Kwiaty Polskie, która ma pilnować jakości krajowej oferty. Są już pierwsze, zachęcające wyniki ich działalności i kto wie, czy z czasem nie przestawię się na dostawców polskich. To jest jednocześnie jeszcze jedna wskazówka dla naszych producentów trumien. Że powinni założyć własną organizację, która uporządkuje rynek, zadba o klasę wyróbów i etykę kupiecką. Tymczasem nie ma co obrażać się na Włochów.



INTERCAR

**Włoskie karawany  
używane i nowe**

[www.karawany.com.pl](http://www.karawany.com.pl)

Wyłączne przedstawicielstwo  
w Polsce:



**HYGECO POLSKA**

HYGECO POLSKA SP. Z O.O.

05-092 Łomianki, ul. Partyzantów 34  
tel/fax: 022 7513744, 7510815  
e-mail: info@hygeco.com.pl



Mercedes W 210 E 250 D,  
r.p. 1997, błękitny metalic,  
oferta 8771



RD 200, nowy, diesel XDi 2.7, klimatyzacja,  
5-biegowa skrzynia,  
oferta RD 200



Mercedes 360 C,  
r.p. 2001, srebrny metalic,  
oferta 8014



Karawan motocykl BMW, nowy, długość  
przyczepy: 2,70 m, szerokość: 1,22 m,  
wysokość: 1,22 m, oferta LT 100



# WYGRYWAMY KONKURENCJĘ ZA GRANICĄ, PRZEGRYWAMY W KRAJU



- ocenia JAN MIL-LER, współwłaściciel firmy STOLTUR w Turku, największy producent i eksporter trumien w Polsce

Jako największy w naszym kraju producent i eksporter klasycznych trumien, zna Pan świetnie organizację, potencjał i specyfikę rynków pogrzebowych w krajach europejskich. W oparciu o tę wiedzę, jakie refleksje wiąże Pan z sytuacją na rynku trumien w Polsce, także w związku z pojawieniem się na nim dostawców włoskich akcesoriów pogrzebowych?

- Są to refleksje przygnębiające, bo wynika z nich, że państwo polskie przyczynia się - poprzez kurs złotego, koszty pracy i rozmaite rozwiązania fiskalne - do tego, że trumny opłaca się w Polsce importować, a nie produkować czy eksportować. „Stolur” istnieje od przeszło 100 lat i - dzięki zbudowanej przez lata pozycji w Europie - eksportuje dziś 96 % swej produkcji na rynki krajów UE i do Rosji. Wszędzie za granicą z ogromnym wysiłkiem walczyliśmy o miejsce dla siebie i nieomal

wszędzie obserwujemy tę samą prawidłowość, że państwa i przedsiębiorcy usługowi chronią jednak swych producentów, opowiadając się za rodzimymi towarami. U nas jest odwrotnie - każdy zagraniczny dostawca w ciemno zyskuje aprobatę, bez względu na to, co i jak oferuje. Wynika to z naszej przyzwyczajonej, nabytej przez 45 lat komunizmu, przejawiającej się w złudnym przekonaniu, że to co zagraniczne, to musi być lepsze. Teraz zapanowała w Polsce moda na trumny włoskie, gdy jednak popatrzy się na nie z dystansu rozwiniętego rynku, np. niemieckiego, to wcale nie wygrywają konkurencji z trumnami polskimi. Niemcy bardziej wolą trumny polskie od włoskich, ale oczywiście najbardziej wolą własne, niemieckie, mimo że częstokroć są droższe od importowanych.

## Dlaczego tak wybierają?

- Wynika to z ich naturalnego przywiązania do własnych produktów, ale też motywację tę wspiera państwo, stosując konkretne rozwiązania protekcyjne. Istotną rolę ochronną odgrywają również syndykaty producentów i dystrybutorów. By wejść na rynek niemiecki, trzeba uzyskać najpierw „klauzulę normy” na zgodność trumny z tamtejszymi wymaganiami rynkowymi, a uzyskanie tej klauzuli to nie jest wcale czcza formalność. Niezależnie od tego trzeba mieć akceptację dla danych w zawartych w formularzu przydatności, który przedkłada do wypełnienia stowarzyszenie hurtowników niemieckich. Załącznikiem do tego formularza muszą być świadectwa dot. bezpieczeństwa stosowanych przy produkcji trumien farb i lakierów oraz klejów, uwierzytelniane przez ich znanych wytwórców, m.in. Peter Lacke i Vicol. Jak więc Państwo widzicie, nie wszędzie droga na obcy rynek jest taka łatwa, jak w Polsce, do której każdy wchodzi bez przeszkód, jak chce i z czym chce. W każdym razie na rynku niemieckim firma „garażowa” nie sprzedaje swych trumien w znaczącej ilości.

## Che Pan powiedzieć, że operujące na polskim rynku firmy trumienne z Włoch, to są firmy „garażowe”?

- Wcale tak nie twierdzą. Wręcz odwrotnie - cenę potencjał włoskich producentów trumien, który jest największy w Europie. Chodzi mi jedynie o to, że przyjmujemy je u nas bez jakiegokolwiek wstępnej weryfikacji ich jakości ze strony naszych korporacji branżowych. Bo tak naprawdę, to ani Stowarzyszenie Funeralne, ani Izba Pogrzebowa nie zrobiły nic, by się tym włoskim produktem przyjrzeć, a jednocześnie wesprzeć nas, producentów, jednoznacznie w tej sytuacji.

## Z tego, co wiem, to Stowarzyszenie nigdy nie zrzesało i nie zrzesa producentów, bo nie jest przekonane, że potrafi zapewnić im skuteczną ochronę interesów. Ale nawet gdyby, to na co powinno by zwrócić uwagę, oceniając obce trumny?

- Na jakość drewna. Bo tarcica ze świerku czy dębu włoskiego a tarcica z polskiego surowca to wcale nie jest to samo. Południowe drewno w porównaniu ze wspomnianymi, odpowiadającymi mu polskimi gatunkami ma inne właściwości, jest gorsze. Przyrost roczny drzewa rosnącego w południowej Europie, np. w Rumunii czy we Włoszech, to ok. 10-12 milimetrów, czyli sporo. To jednak sprawa, że tarcica pozyskana z takiego drzewa ma gorsze właściwości techniczne. W przypadku świerka i jodły, popularnych w trumnach włoskich z Rumunii, surowiec można porównać z właściwościami waty. Ale kto patrzy u nas na jakość surowca? Mało kto. Tymczasem w krajach o rozwiniętych rynkach surowiec używany do wyrobu trumien podlega surowej ocenie. Wyroby „Stoluru” są tam oceniane pozytywnie, ale w kraju mamy ostrą konkurencję w postaci trumien produkowanych przez Włochów w Rumunii. Tych samych Włochów, którzy wprawdzie bardzo dużo sprzedają swych trumien za granicą, ale jednocześnie bardzo pilnują swego rodzimego rynku, starając się lokować na nim co najmniej połowę produkcji.

## W czym jednak problem, skoro „Stolur” oferuje produkty najwyższej jakości i ma ustaloną markę?

- Powtarzam, że przegrywamy z produktami jakościowo gorszymi, bo mało kto zwraca u nas uwagę na jakość. Polski produkt zaawansowany technologicznie ma małe szanse na sprzedaż w Polsce, bo technologia kosztuje. Nie ma na świecie drugiego takiego kraju - jak Polska - w którym na potrzeby ok. 2800 zakładów pogrzebowych pracuje 2000 producentów trumien. Wytwarzają oni średnio 12 trumien miesięcznie, przede wszystkim na potrzeby swoich własnych zakładów pogrzebowych, w których jakość nie ma znaczenia!

Trzeba pamiętać, że 90 % trumien sprzedawanych w naszym kraju, to wyroby „garażowców”, dla których liczy się tylko niska cena. Ze względu na funkcję i przeznaczenie trumny, mało kto zwraca u nas uwagę na inne zalety tego wyrobu, tak jak ma to w przypadku mebli czy innych artykułów powszechnego użytku dla żywych.

## Czy w obliczu tych faktów i zjawisk polscy producenci funeralni nie powinni powołać własnego samorządu branżowego, który by lobował za rodzimymi produktami i poddawał ocenie oferty zewnętrzne, tak jak to robią Niemcy?

- Zmierzamy właśnie w tym kierunku.

Dziękuję za rozmowę - Wojciech Krawczyk

Inwestycje i rozwiązania organizacyjne w lokalnym sektorze pogrzebowym

## CENTRUM FUNERALNE OLSZTYNA



Front Domu Przedpogrzebowego na cmentarzu przy ul. Poprzecznej.

Jak wiele znaczy dobry gospodarz, świadczy wygląd i funkcjonowanie nekropolii miejskich w Olsztynie, zarządzanych przez miejscowy Zakład Cmentarzy Komunalnych. W ciągu ostatnich kilku lat dwa - istniejące w stolicy Warmii i Mazur - obiekty przeobraziły się w sposób godny naśladowania. Wielkie zmiany zaszyły przede wszystkim na śródmiejskim cmentarzu przy ul. Poprzecznej. Zmodernizowano na nim gruntownie Dom Przedpogrzebowy, wyposażając go w oczyszczalnię chemiczną, wybudowano okazałe kolumbaria na zreultywowanych bagnach i wybrukowano główne aleje. Zmiany objęły też funkcjonowanie lokalnej branży funeralnej, co stało się możliwe dzięki integracyjnym działaniom ZCK, działającego w imieniu Miasta.

Oprócz wykonania efektownej elewacji Domu Przedpogrzebowego, zasadniczemu remontowi i unowocześnieniu poddano wnętrze obiektu. Jest w nim teraz dobrze wyposażona kaplica, chłodnia oraz pomieszczenie



Zbiorowe kolumbaria w formie „ścian pamięci”.

do toalety zmarłych, w którym można też wykonywać sekcje i balsamacje. Przy budynku wybudowano za 70 tys. zł neutralizator ścieków, zwany popularnie „chlorownią”, który całkowicie utylizuje i oczyszcza płyny odprowadzane z pomieszczenia prosektury.



Dyrektorzy Zakładu Cmentarzy Komunalnych: Edmund Rauba (z lewej) i jego zastępca Ryszard Bomba.

W 2007 r. Zakład Cmentarzy Komunalnych - na mocy decyzji Miasta - przejął w zarząd dom pogrzebowy przy jednym ze szpitali, prowadzony dotychczas przez prywatny zakład ostatniej posługi. Sytuacja ta od dawna budziła protesty rodzin zmarłych i sześciu pozostałych olsztyńskich firm pogrzebowych. Na ich wniosek, a wykonując jednocześnie przepisy „ustawy zoz-owskiej” - władze Olsztyna wyeksmitowały stamtąd jesienią 2007 r. firmę „Market” i oddały funerarium w gestię ZCK. Obecnie w obu obiektach wszystkie zabiegi przy zmarłych wykonują - na zlecenie firm pogrzebowych, organizujących pogrzeby - trzej etatowi laboranci i patomorfolog zatrudniani na podstawie umowy.



Neutralizator ścieków przy Domu Przedpogrzebowym.

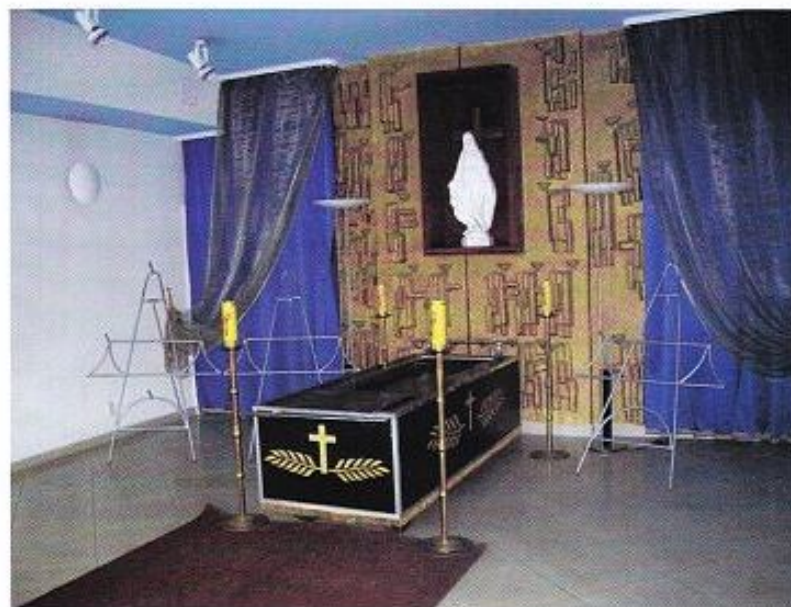
W opinii dyrektora ZCK, **Edmunda Rauby**, do porządkowania sytuacji na rynku usług funeralnych niezwykle przyczyniło się Miasto, w przeciwieństwie do wojewody, marszałka i dyrektorów szpitali, którzy wstrzymywali się przed usunięciem patologii.

ZCK wspólnie z sześcioma prywatnymi zakładami obsługuje telefon Pogotowia Pogrzebowego o skróconym numerze **9588**. Od godz. 15.00 do 7.00 rano dyżur przy telefonie pełni pracownik ochrony ZCK, przekazując dane o zgonach z prokuratury, policji, hospicjów oraz o eksportacjach z domów firmie pogrzebowej, która akurat w danym dniu pełni rolę pogotowia dla zmarłych. 6 firmy pogrzebowych zmienia się w dyżurach przy telefonie w cyklu tygodniowym. Jest to ewenement w skali kraju, gdzie indziej bowiem telefon 9588 obsługuje zazwyczaj jedna firma, która jako pierwsza wykupiła abonament.



**Kwatera grobów urnowych.**

Na cmentarzu przy ul. Poprzecznej wybudowano w ostatnich latach 2 kolumbaria w formie ścian i wylano fundamenty pod 2 następne. Powstały one na zrehabilitowanych bagnach, znajdujących się w centralnej części cmentarza. Planuje się tu wybudowanie jeszcze 22 takich obiektów. W zadaszonych ścianach znajduje się łącznie 112 nisz wielurnowych do pochówku prochów. Z informacji z-cy dyrektora ZCK, **Ryszarda Bomby**, wynika że inwestycje w kolumbaria są konieczne, ponieważ z roku na rok wzrasta w Olsztynie ilość pochówków prochów, których w 2007 r. było aż 110. Potrzebę budowania grobów



**Wnętrze kaplicy na cmentarzu przy ul. Poprzecznej.**

urnowych określa również kurcząca się powierzchnia grzebalna cmentarza.

Olsztyn posiada także drugi cmentarz komunalny, śródmiejski, położony malowniczo w podmiejskiej gminie Dywity, w okolicach rzeki Wadąg, przy ruchliwej drodze do Lidzbarka Warmińskiego, przejścia granicznego w Bezledach i - dalej - do Kaliningradu. Zagospodarowano na nim 14 hektarów, a docelowo zajmie 53 ha. Od kilku już lat chowa się na nim zmarłych, ale zasadnicza infrastruktura ma tu powstać dopiero w najbliższych latach. Władze miejskie i ZCK planują wybudowanie tam kompleksu budynków Olsztyńskiego Centrum Funeralnego, z wielofunkcyjnym, obszernym domem przedpogrzebowym, kaplicami i krematorium. W opinii dyrektora Rauby, realizacja tego zamierzenia uporządkowałaby „raz na zawsze” problemy funeralne Olsztyna. Planowane Centrum - wg wyjaśnień dyrektora ZCK - oprócz obsługi zmarłych i ich rodzin oraz zapewnienia zakładom pogrzebowym swobodnego i równorzędnego dostępu do cmentarza, byłoby również miejscem informacji formalno - prawnej w sprawach pogrzebów i ośrodkiem informowania społeczeństwa o wszystkich kwestiach funeralnych - od stosowanych u nas obyczajów, poprzez ceny, na zagadnieniach spadkowych kończąc.



**Rodzinne i indywidualne kolumbaria, oferowane na cmentarzu przez miejscowe zakłady kamieniarskie.**



PRZEDSIĘBIORSTWO PROJEKTOWO - WYKONAWCZE

# REZON

Inż. **ANDRZEJ DURSKI**

85 - 236 BYDGOSZCZ ul. Grunwaldzka 32

tel./fax. (052) 322-78-04, kom. 0601-691-655

email: [durski@rezon.bydgoszcz.pl](mailto:durski@rezon.bydgoszcz.pl)

[www.rezon.bydgoszcz.pl](http://www.rezon.bydgoszcz.pl)



## PRESENTATION OF POST - MORTEM EQUIPMENT MADE IN 01 - 02 2008 PRZEDSTAWIAMY NASZE REALIZACJE

Massima qualita per le celle frigorifere per i defunti



**INVESTOR :**

Zakład Produkcyjno Usługowo - Handlowy  
"CHABER" - Elżbieta Sadowska

Place : **MORAĞ**

**Cooling rooms complex** - designed for  
keeping 12 bodies

*Zespół komór o łącznej pojemności 12 ciał*



**INVESTOR :**  
Funeral Parlour  
**WOŹNICKI**  
**WAŁBRZYCH**

**Cooling room**  
designed for keeping  
16 bodies and  
Autopsical table  
*Komora chłodnicza na*  
*16 ciał oraz*  
*stół sekcyjny*



Massima qualita per le celle frigorifere per i defunti



**INVESTOR :**  
Hospital im. Św. Jadwigi Śląskiej

Place : **TRZEBNICA**

**Cooling room**

- designed for keeping one body
  - with transportation trolley
- Komora chłodnicza na jedno ciało  
wraz z wózkiem transportowym*

Massima qualita per le celle frigorifere per i defunti

**INVESTOR :**  
Przedsiębiorstwo Realizacji Budownictwa  
"PARTNER"  
Place : **LESZNO**

**Cooling room** - designed for  
keeping 9 bodies

*Komora chłodnicza o łącznej pojemności 9 ciał*



**INVESTOR :**  
Funeral Parlour  
**OSTRÓW MAZ.**

**Cooling room**

designed for keeping  
2 bodies in side door  
loading system  
*Komora chłodnicza na  
2 ciała w systemie  
bocznego załadunku*



Massima qualita per le celle frigorifere per i defunti

**Przedstawiciel PILATO w Polsce (karawany NOWE i UŻYWANE):**  
Massimiliano Ronzat, 58-100 Świdnica (Dolnośląskie), ul. Ślaska 11  
(kontakt po polsku)  
Tel./fax (+ 48 74) 853 59 81, kom./ cell (+48) 695 624 233



Nervesa della Battaglia (TV) - ITALY · Via Foscarini, 6 - Tel. +39 0422.881298 Fax +39 0422.887092 - e-mail: pilato@pilato-spa.it

[www.pilato-spa.it](http://www.pilato-spa.it)



Przedsiębiorstwo Produkcji, Handlu i Usług

# Firma Jakóbczak

Monika i Artur Jakóbczakowie  
05-070 SULEJÓWEK k. Warszawy, ul. Starzyńskiego 4  
tel.: (0-22) 783 58 06, Fax: (0-22) 783 75 51  
tel. kom.: 0-601 252 344, 0-603 790 522

# FJ

rok zał.  
1995

13 lat w branży pogrzebowej

Odzież dla obsługi zakładów pogrzebowych

Zapraszamy do naszego stoiska podczas targów MEMENTO 2008 w Warszawie

Urny



Tabliczki



Chorągwie



Odzież do pochówku tradycyjnego

Firma jest dystrybutorem trumien FERRARI na Mazowszu

\*własny transport \* ceny hurtowe \* dogodne warunki płatności

## Maxi zestaw do makijażu i kosmetyki

Zawartość walizki:

- 12 podkładów do makijażu, 15 kolorów do twarzy i ust,
- 12 wypełniaczy, kredki, pędzel, pędzelki,
- gąbki, waciki, szpatułki, fartuch, rękawiczki,
- krem do masażu, mleczko czyszczące,
- klej, szpachlówka, wosk, utwardzacz, puder,
- nożyczki, igły, nici, obcinacz do biżuterii,
- podpórka pod brodę oraz inne ...



W ofercie produkty z zestawu luzem!

## PROFESJONALNA DRUKARKA DO SZARF RIBBON EDITION



- prosty program,
- materiały eksploatacyjne w cenie,
- instrukcja instalacji i obsługi,
- gwarancja i serwis,
- aktualizacje programu gratis,
- dostępność materiałów eksploatacyjnych

dla Win 2000, Xp

"DEWI" 

www.dewi.pl email:dewi@dewi.pl  
tel.(086) 271 03 60 w godz.7 - 16; fax.(086) 271 03 92

# KREMATORIUM

Firma Walicki

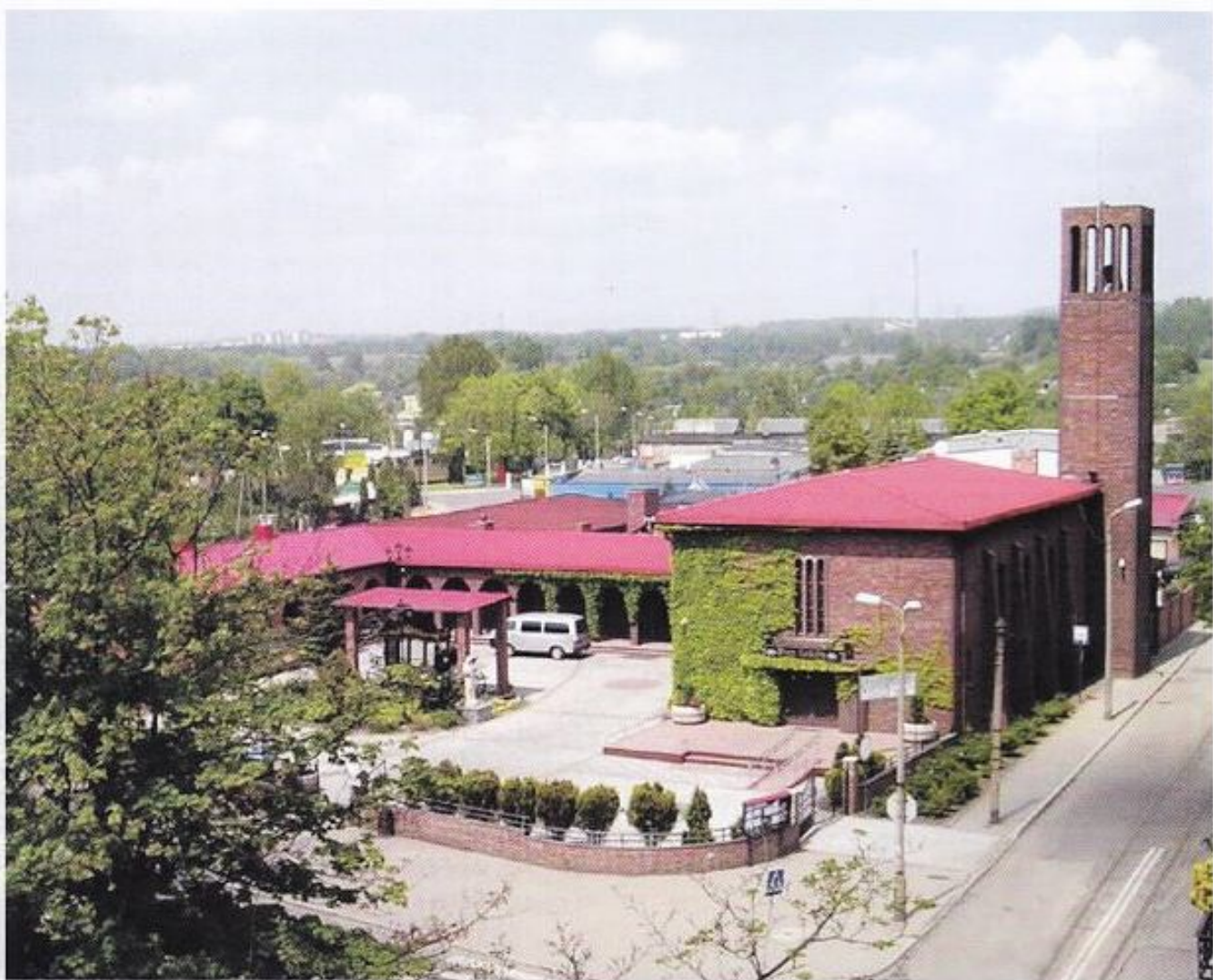
Zlecenia przyjmujemy przez całą dobę

41-902 BYTOM, ul. Piekarska 99

tel. 032 281 42 18, 032 281 26 06 fax 032 281 95 17

tel. 032 281 70 13, tel. 032 387 00 61

www.funeral.netpol.pl e-mail: walicki@ka.onet.pl



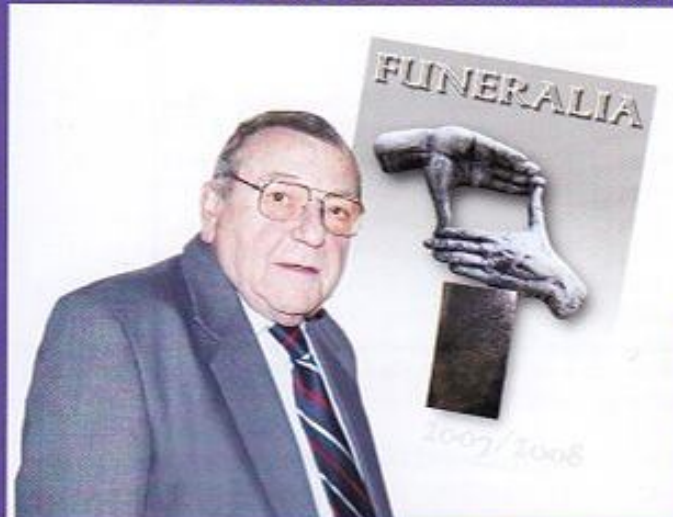
## KOMPLEKSOWE USŁUGI POGRZEBOWE I CMENTARNE

• międzynarodowe przewozy zmarłych  
 • sekcje zwłok na zlecenie osób prywatnych i firm ubezpieczeniowych

profesjonalizm • umiarkowane ceny • o każdej porze jesteśmy do dyspozycji







## Katalog „FUNERALIA” po raz ósmy

Po raz ósmy ukazują się FUNERALIA, jedyny w Polsce katalog i informator pogrzebowy o zasięgu ogólnokrajowym. Bez żadnej przesady można go określić mianem encyklopedii wiedzy o branży pogrzebowej. O ile mi wiadomo, podobnego wydawnictwa nie ma w żadnym kraju. O FUNERALIACH 2007/2008 rozmawiamy z jego wydawcą ANDRZEJEM DZIERŻANOWSKIM.

- Katalog spełniał i spełnia wiele rozmaitych funkcji - mówi Andrzej Dzierżanowski. - Takie założenia przyświecają FUNERALIOM od 15 lat. Są one swoistą ewidencją polskiego sektora funeralnego. Przede wszystkim dają pełny obraz branży. Zawierają informacje o ok. 3,5 tys. firm związanych z branżą pogrzebową. Informują o zakładach pogrzebowych - ich siedzibach i zakresie świadczonych usług. To pierwszy dział. Następny poświęcony jest producentom trumien i urn, kolejny zaś - wytwórcom akcesoriów pogrzebowych w najszerszym tego słowa znaczeniu. Zamieszczone są również adresy i telefony administracji cmentarzy komunalnych w największych miastach w Polsce. Katalog jest przewodnikiem dla wszystkich, którzy chcą nawiązać kontakty handlowe, szukają konkretnych wyrobów, z drugiej zaś strony mają swoje do zaoferowania. Przydatny jest więc dla firm już istniejących, a także dla zamierzających dopiero wejść na rynek. Wydaje mi się, że zaletą Katalogu jest jego przejrzystość, polegająca na umiejscowieniu firm w konkretnych województwach. Służy temu również indeks towarów i usług, który szybko pozwala dotrzeć do poszukiwanych usług i wyrobów.

### ◆Katalog ukazuje się raz na dwa lata. Czy to właściwa częstotliwość?

- Rozważałem tę sprawę. Katalog to przecież nie gazeta pogrzebowa. Wydaje mi się, że dwa lata to okres, w którym zmiany zachodzące w branży dają się zaobserwować. Pewne tendencje utrwala się. Katalog ma za zadanie te zmiany zrekapitulować, a jednocześnie pokazać to, co dzieje się na rynku. Nie ma co owijać w bawełnę, tu też dają o sobie znać rozmaite powiewy mody. Chociażby wzory trumien. Po śmierci Jana Pawła II najlepiej sprzedawała się trumna papieska. To samo dotyczy akcesoriów pogrzebowych. Jedne wzory sprzedają się lepiej w środku Polski, inne zaś na południu. Po roku bywa odwrotnie. Jak widać, moda pogrzebowa wiąże się ze zwyczajami regionalnymi. Pozostaje także pod wpływem nowinek napływających z zagranicy. To znakomicie pokazuje Katalog.

### ◆Moda modą, ale FUNERALIA muszą być aktualne, by spełniały informacyjną funkcję...

- I są! Obecne wydanie, co chcę szczególnie mocno podkreślić, zostało zaktualizowane na tyle, na ile można to było uczynić. Na tyle bowiem, ponieważ firmy pogrzebowe dosyć często przechodzą metamorfozy. Z rozmaitych powodów zmieniają nazwy, adresy i telefony. To świadczy o dużej zmienności tego

rynku. Jedne firmy rozwijają się, inne likwidują się lub zmieniają właścicieli.

### ◆Katalog wydaje Pan od 15 lat. Jak zmieniła się polska branża pogrzebowa?

- W 1993 roku, kiedy zbierałem materiały do pierwszych FUNERALII, obraz branży był najkrócej mówiąc siemieniżny. Sporo firm mieściło się w prywatnych mieszkaniach. Nie było reklam na zewnątrz, bo właściciele nie bardzo chcieli chwalić się przed sąsiadami uprawianą profesją. Często biura mieli w teczce, a sprawy załatwiali na korytarzach szpitalnych albo przed urządami stanu cywilnego. Trumny wożono zdezelowanymi nyskami, bo o kupnie nowych karawanów można było tylko pomarzyć. Na rynku dominowały firmy komunalne, zarządzane przez miasta. Konkurencji właściwie nie było. W rękach prywatnych pozostawała produkcja trumien i akcesoriów. Wielu z tych producentów przetrwało do dziś. Przetrwali ci, którzy potrafili dostosować się do potrzeb rynku, sprostać konkurencji - nie tylko krajowej, ale także zagranicznej. Są wśród nich i tacy, co znajdują wyraz w Katalogu, którzy z powodzeniem dzisiaj eksportują swoje wyroby do wielu krajów europejskich. Z sukcesami biorą udział w krajowych i zagranicznych targach pogrzebowych.

### ◆Jak wygląda w pierwszej dekadzie XXI wieku polski rynek pogrzebowy?

- Pod względem finansowym ma się nieźle. Wciąż bowiem dotowany jest, jak żadna inna branża, przez państwo. Trudno bowiem inaczej, niż w kategoriach dotacji, traktować wcale nie tak niski zasiłek pogrzebowy wypłacany przez ZUS. Za te pieniądze, zwłaszcza w małych miejscowościach, można zorganizować pogrzeb nawet ze stypą. W dużych miastach koszty pochówku, głównie za sprawą cen miejsc na cmentarzach - nie tylko parafialnych, ale i komunalnych - są znacznie wyższe.

W Polsce umiera rocznie ok. 360 tys. osób. I tyle jest pogrzebów. Ich organizacją zajmuje się ok. 2,5 tys. firm pogrzebowych. Są to jedynie szacunkowe dane. Ile w rzeczywistości działa zakładów pogrzebowych, nie wie nawet Główny Urząd Statystyczny. Sporo osób ma formalnie zarejestrowaną działalność pogrzebową, ale jej nie prowadzi. To są konsekwencje swobody gospodarczej, która sprawiła, że działalność pogrzebowa w Polsce nie jest w żaden sposób ograniczana koncesjami czy licencjami ani specjalnymi wymogami określonymi w przepisach.

## Katalog „FUNERALIA” po raz ósmy

Obecnie przeważają firmy prywatne. Wielu właścicieli za-inwestowało w domy pogrzebowe z pełną infrastrukturą. Są w nich chłodnie do przechowywania zwłok, kaplice pogrzebowe, sale do przyjmowania klientów, ekspozycje trumien, sklepy z odzieżą żałobną. Duże perspektywy rozwoju mają firmy o rodzinnym charakterze, które w nazwie eksponują nazwisko właścicieli. Dzisiaj profesja przedsiębiorcy pogrzebowego nikomu nie przynosi ujemy. Dzieje się tak za sprawą coraz wyższego poziomu, jaki osiągnęła branża pogrzebowa. Nie bez wpływu na to pozostaje również rywalizacja prywatnego sektora usług pogrzebowych z firmami komunalnymi, które wcześniej dysponowały domami pogrzebowymi i znacznie lepiej wyposażonymi siedzibami.

### ◆ Co jest specyfiką polskiej branży pogrzebowej?

- Przede wszystkim ogromna konkurencyjność. Znaczna część przedsiębiorców wciąż funkcjonuje w wynajmowanych lokalach w okolicach cmentarzy i szpitali. W 2007 r. zakazano ustawowo działalności zakładów pogrzebowych w placówkach służby zdrowia. Te, które miały tam siedziby, musiały przystosować się do nowej dla siebie sytuacji. Muszą pozyskiwać klientów w inny sposób, nie licząc, że trafią do nich bliscy osób zmarłych w szpitalu. Wzrosła więc konkurencja. Nie wszyscy potrafią jej sprostać. Stosowane metody nie zawsze są do końca uczciwe i zgodne z ogólnie przyjętymi zasadami. Stąd bierze się wiele kontrowersji. Najbardziej poszkodowani są klienci, którzy - zagubieni w sytuacji, w jakiej się znaleźli - trafiają do firm nie zawsze kierujących się zasadami rzetelności.

### ◆ Jak, Pańskim zdaniem, Polacy podchodzą do organizacji pogrzebu i w jaki sposób to podejście rzutuje na rynek usług i produktów pogrzebowych?

- Na stosunek Polaków do pogrzebu rzutują religijność, emocje, tradycja i, co tu dużo mówić, pieniądze. Zdecydowana większość pogrzebów w Polsce ma charakter katolicki. Wszystkich Świętych jest w naszym kraju dniem wolnym od pracy. Masowo odwiedza się wówczas cmentarze, składa na grobach kwiaty, czcąc w ten sposób pamięć bliskich. Z pieniędzmi na pogrzeb bywa różnie. Bez zasiłku z ZUS dla wielu rodzin, zwłaszcza na prowincji, zorganizowanie pochówku byłoby wysiłkiem ponad ich możliwości. Pieniądze, a właściwie ich brak, rzutuje na podejście do pogrzebu.

### ◆ Czy względy ekonomiczne przyczyniły się do wzrostu zainteresowania kremacją w Polsce?

- Po części tak. Niechęć do kremacji związana była ze wspomnieniami o hitlerowskich obozach zagłady w czasie II Wojny Światowej,

a także zakazem ze strony Kościoła Katolickiego. Kościół w 1963 roku dopuścił kremację zwłok.

Aktualnie działa w Polsce 10 krematoriów. W niektórych miastach planuje się budowę kolejnych. Na wszystkich większych cmentarzach są już kolumbaria z niszami do składania urn. Wzrost liczby kremacji to przede wszystkim rezultat braku miejsc na cmentarzach. Koszty pochówku urny są znacznie niższe niż pogrzebu tradycyjnego. W 2007 roku odbyło się w Polsce 22,5 tys. kremacji, a w 2006 roku było ich 19,5 tys. Te dane najlepiej ilustrują zmiany w podejściu Polaków do spopielenia zwłok.

### ◆ Wróćmy do Katalogu. Co FUNERALIA 2007/2008 wyróżnia od poprzednich?

- W każdym, obok części informacyjno-reklamowej, zamieszczaliśmy część publicystyczną. Tym razem jest to bardzo obszerny dział prawny. Polskie prawo pogrzebowe opiera się na pięćdziesięcioletniej ustawie o cmentarzach i chowaniu zmarłych. Była ona wielokrotnie nowelizowana. Pomimo tego zawiera wiele mankamentów i niedostatków i w żadnej mierze nie odpowiada obecnym potrzebom branży. Nie mówiąc o tym, że nie reguluje fundamentalnych dla branży spraw. Różne resorty wydawały w różnym czasie rozporządzenia, regulujące fragmenty problemów związanych z pochówkiem. W rezultacie prawo pogrzebowe jest niespójne i rozrzucone po rozmaitych przepisach, nie mających ze sobą nic wspólnego. Ponudzanie się w nim przypomina błądzenie po dżungli. W Katalogu ogromnym wysiłkiem i poświęcając wiele czasu pokusiliśmy się o zebranie tych przepisów w jednym miejscu i w miarę przejrzysty sposób ich przedstawienie. Mamy nadzieję, że ułatwi to, poprzez wskazanie konkretnych ustaw i rozporządzeń, rozwiązanie problemów prawnych nurtujących branżę pogrzebową. Mamy świadomość, że część prawna nie obejmuje wszystkich pojawiających się na co dzień kwestii. Nasz zamiar został zrealizowany z najwyższą starannością. Chodziło o przybliżenie i ułatwienie zrozumienia przepisów, którymi przedsiębiorcy pogrzebowi powinni kierować się w codziennej działalności.

◆ Wspomniał Pan o różnych funkcjach Katalogu. Czy ktoś Pan nie wymienił?

### ◆ Wspomniał Pan o różnych funkcjach Katalogu. Czy ktoś Pan nie wymienił?

- Uważam, że FUNERALIA mają niemały udział w integracji środowiska przedsiębiorców pogrzebowych. W Katalogu nie dokonują żadnych podziałów. Całą branżę traktują jako jedno środowisko, które w swoich sprawach powinno mówić jednym głosem. Mam satysfakcję, że moje piętnastoletnie wysiłki w tej mierze dostrzegli organizatorzy III Targów MEMENTO' 2006, przyznając mi za te integracyjne działania specjalne wyróżnienie.

## SUMMARY

FUNERALIA -one of a kind, biyearly funeral guide, painting a picture of polish funeral industry. It is no exaggeration to say that FUNERALIA fulfill a role of encyclopedia of domestic funeral industry. The guide has been present on the market since 1993. Andrzej Dzierżanowski is the originator and the editor of the catalog that is unique as far as the area of East Europe is concerned. The latest, 8th edition of FUNERALIA 2007/2008, has reached the market in march 2008. Not only is the catalog FUNERALIA useful for developing commercial relations and increasing sales, but gives an opportunity to find products being in great demand on the market, as well. More than 3,500 firms directly related with polish funeral industry have announcements in FUNERALIA including their addresses and telephone numbers. All data are classified in accordance with the polish administrative division of the country. FUNERALIA consist of three chapters. The first one contains addresses and phone numbers of firms dealing with funeral services. Next is to present producers and wholesale dealers of coffins and urns. The third chapter refers to manufacturers and wholesale dealers of funeral accessories in the wide sense of the word. Distinguishing feature of FUNERALIA 2007/2008 is an attempt to describe and cope with polish funeral law, that is based on legal act passed in 1959, that is inadequate to present-day.

■FUNERALIA 2007/2008, 240 pages  
published by ROMIX ANDRZEJ DZIERŻANOWSKI  
www.funeralia.pl; e-mail:funeralia@funeralia.pl

Rozmawiała:  
ANNA MROZOWSKA

# F

WŁOSKI PRODUCENT TRUMIEN

F E R R A R I

spa



*Parigi*  
(cena 1050,00 zł)



*Parigi Cristo*  
(cena 1050,00 zł)



*Parigi Madonna*  
(cena 1050,00 zł)

ADMINISTRACJA FIRMY

**F E R R A R I**

NA POLSKĘ

Ronzat Massimiliano

58-100 Świdnica, ul. Śląska 11, tel. 074/ 853 59 81, mobile 0695 624 233

PRZEDSTAWICIEL FIRMY NA POLSKĘ

**Wyłączny dystrybutor w woj. łódzkim: Firma "H. SKRZYDLEWSKA"**

**NAJNOWSZE MODELE TRUMIEN Z NASZEJ WYTWÓRNI  
-RÓWNIĘ EKSKLUZYWNE, JAK WYROBY AMERYKAŃSKIE I WŁOSKIE...**

**THE LATEST COFFIN DESIGNS FROM OUR FACTORY  
- EQUALLY EXCLUSIVE AS AMERICAN AND ITALIAN PRODUCTS...**



**...JAK WŁOSKIE I AMERYKAŃSKIE, ALE PO POLSKICH CENACH**

**...LIKE ITALIAN AND AMERICAN BUT AT POLISH PRICES**

W prowincjonalnej Francji

# CMENTARZE BEZ ZNICZY I ŁAWEK

Mały cmentarz w podparyskiej miejscowości Goussainville przypomina, że Francja jest ojczyzną cmentarzy komunalnych. Założony w latach 60., niczym nie wyróżnia się spośród tysięcy mu podobnych, ani pod względem położenia, ani formy nagrobków lub standardów wyposażenia i funkcjonowania. Urządzony w miejscu, które akurat było wolne, spełnia z powodzeniem „zadanie własne” francuskiej gminy, polegające na chowaniu zmarłych. Zapewnia zmarłym - tak i inne tutejsze cmentarze - wszystkie formy pogrzebu: tradycyjnego i urnowego ziemnego, urnowego w kolumbarium, poprzez rozsypanie prochów w ogrodzie pamięci. Zupełnie bez wyrazu, cmentarz po paru dniach nie obciąża już pamięci.



Kolumbarium



Ogród pamięci. Prochy rozsypuje się na kamieniach i polewa wodą, z którą wsiąkają w ziemię.

zaledwie grobach zauważyłem wazon z ciętymi kwiatami. Za to na każdej mogile, choćby najuboższej, stało przynajmniej kilka ceramicznych, granitowych bądź marmurowych tabliczek memoratywnych, upamiętniających wierszem lub prozą zmarłych. Kult pamięci w praktycznym francuskim katolicyzmie przyjął formę takiej właśnie tabliczki. Kosztuje ona (wraz z literami) od kilkunastu do kilkudziesięciu euro, jest trwała i nie brudzi grobu. Jak się opatrzy, wymienia się ją na inną, z nowym adresem okolicznościowym. By się jednak tabliczka opatrzyła, trzeba uczęszczać na cmentarz i odwiedzać grób, a to Francuz czyni rzadko, zastępowany przez służby komunalne w zabiegach porządkowych. Utrzymanie grobu wychodzi mu więc tanio i wygodnie.

P. Brzeski



Typowy grób z zestawem tabliczek memoratywnych.

We Francji ciężar utrzymania wszystkich cmentarzy wzięły na siebie gminy. One prowadzą ewidencję zmarłych i grobów, zajmują się drogami i zielenią, kopaniem grobów, uprzątkowaniem i wywózką śmieci, nie dzieląc się żadnym z tych zadań z przedsiębiorstwami pogrzebowymi. Przedstawiciele lokalnych władz nie bardzo zresztą rozumieją, po co ich samorzady miałyby organizować przetargi na administrowanie nekropoliami. W społecznej pamięci „od zawsze” bowiem (czyli od czasów Napoleona I) administrowaniem cmentarzy zajmowały się gminy. Z jednej strony sprawiło to, że przeciętny francuski cmentarz jest - w porównaniu z polskim odpowiednikiem - uporządkowany, drożny i czysty; z drugiej jednak - „komunalizacja” pamięci o zmarłych odzwyczaiła Francuzów od troski o groby bliskich, przynajmniej w formach znanych u nas. Miejsce pod grób kosztuje tu 400 euro i dzierżawi się je na 30 lat. Pogrzeby finansowane są zazwyczaj we Francji z prywatnych funduszy pogrzebowych. Organizacja ceremonii kosztuje od 2 do 3 tys. euro. Rodzinom ubogim merostwo wypłaca „zapomogę pogrzebową” w wysokości ok. 1 tys. euro.

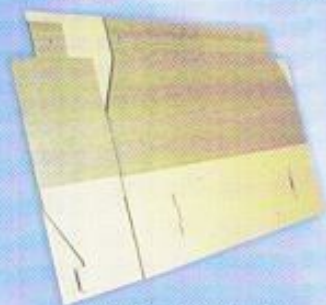
W słoneczne sobotnie popołudnie na cmentarzu w Goussainville nie spotkałem żywej duszy, poza kilkoma pracownikami komunalnymi, kopiającymi nowe groby i porządkującymi kwietniki. Francuskie ogrodnictwo cmentarne godne jest naśladowania, choć na samych grobach przeważają chryzantemy, astry i wrzose w konfekcyjnych plastikowych doniczkach. Na żadnym z nagrobków nie dostrzegłem zniczy, przy żadnej z mogił - ławki, na kilku



Ossarium do składania szczątków i prochów z likwidowanych grobów. Wygląda jak studnia kanalizacyjna i nie służy najlepiej kultywowaniu pamięci zmarłych

# Trumna Kremacyjna

## EKO-2000



Zajmuje niewiele miejsca w magazynie dlatego dostawa minimalna to 10 sztuk



Wyróżniona złotym medalem na targach we Wrocławiu NEKROPOLIE 2001



Standardowo wyposażona w wybicie kremacyjne, poduszkę oraz nieprześląkliwy wkład

Jedyna wytrzymała obciążenie 120 kg, lekka (8kg), Łatwa w montażu (max 5 min),

Już dziś **zapraszamy Państwa na** nasze stoisko targowe **NecroExpo Kielce 2009** oraz do multimedialnej prezentacji na **[www.trumna2000eko.pl](http://www.trumna2000eko.pl)**

**ZP "Romarbang", 04-073 Warszawa, ul. Grenadierów 34, tel/fax: 048 (22) 810 94 80**



rok. zał. 1991

**Jerzy Furmańczyk**

ul. Cmentarna 1a, 72-200 Nowogard

tel./fax (0-91) 392 17 67

tel. kom. 0-602 350 318

e-mail: [jfnowogard@poczta.onet.pl](mailto:jfnowogard@poczta.onet.pl)



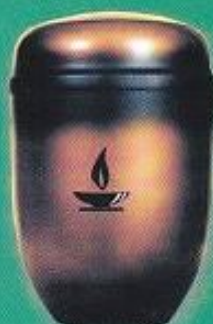
[www.pludra.de](http://www.pludra.de)



**36,90 zł**



**37,90 zł**



**45,00 zł**

Urny oraz artykuły funeralne dla firm pogrzebowych, zarządów cmentarzy, kaplic, domów pogrzebowych oraz krematoriów.

Wysoka jakość artykułów oraz przystępne ceny.

Ceny podane są cenami netto. Wszystkie artykuły spełniają normy unijne.

Zainteresowanym przesyłamy katalogi.



## SAMOCHÓD POGRZEBOWY FIAT Scudo

Oferujemy Państwu samochód pogrzebowy, który zyskał uznanie u wielu Przedsiębiorców Pogrzebowych.

Wykonujemy go w wersjach : **3-osobowych** (ścianka działowa prosta zabudowa ze schowkiem lub bez);

**4-osobowych** (ścianka działowa łamana i dodatkowe siedzisko od strony drzwi bocznych);

**5-osobowych** (zabudowa tzw. tunelowa , drzwi boczne z obu stron);

**Transportowej** (zabudowa 2 poziomowa na transport dwóch a nawet trzech trumien).



6048



6228



5509



6014



6194



6191



1083



6217



6219



6271



6248



5965

# Wymagania jakie muszą spełniać cmentarze, groby i inne miejsca pochówku

Minister Infrastruktury podpisał w porozumieniu z Ministrem Zdrowia rozporządzenie z dnia 7 marca 2008 r. w sprawie wymagań, jakie muszą spełniać cmentarze, groby i inne miejsca pochówku zwłok i szczątków.

Niniejsze rozporządzenie stanowi wykonanie upoważnienia ustawowego zawartego w art. 20 ust. 1 ustawy z dnia 31 stycznia 1959 r. o cmentarzach i chowaniu zmarłych. Było ono poprzedzone rozporządzeniem Ministrów Gospodarki Terenowej i Ochrony Środowiska oraz Zdrowia i Opieki Społecznej z dnia 20 października 1972 r. w sprawie urządzania cmentarzy, prowadzenia ksiąg cmentarnych oraz chowania zmarłych, które utraciło moc z dniem 1 stycznia 2008 r. Racją dla wydania nowego rozporządzenia były przesłanki o charakterze formalno-prawnym. W warstwie merytorycznej opracowane rozwiązania zasadniczo stanowią powtórzenie przepisów techniczno-budowlanych zawartych w uchylonym rozporządzeniu Ministrów Gospodarki Terenowej i Ochrony Środowiska oraz Zdrowia i Opieki Społecznej z niewielkimi zmianami, dostosowującymi niniejszy akt wykonawczy do zmian wprowadzonych w ustawie o cmentarzach i chowaniu zmarłych, zmian wprowadzonych w innych ustawach oraz do obecnych uwarunkowań, które od czasu wydania dotychczas obowiązującego rozporządzenia ulegały zmianom. Do zmian zawartych w rozporządzeniu należą m.in.:

1. uproszczenie niektórych definicji (brak warunku zasypywania grobu ziemnego „ziemią wydobytą z tego dołu”, brak warunku ułożenia nisz w katakumbach „obok siebie w szeregu i nad sobą”);
2. dookreślenie pojęcia katakumb, które ze względów sanitarnych powinny spełniać warunek pomieszczenia (ograniczenie przestrzenne);
3. wprowadzenie dodatkowych kryteriów technicznych, jakim powinny odpowiadać tworzone katakumby (dodatkowe warunki sanitarne zapewniające ochronę otoczenia, posiadanie przez nisze katakumb systemu odprowadzania gazów i odcieków w sposób nieszkodliwy dla otoczenia i uniemożliwiający dostęp do nisz insektom i gryzoniom);
4. doprecyzowanie sposobu obliczania powierzchni grzebalnej;
5. wprowadzenie wymogów, dostosowujących tworzone i rozbudowywane cmentarze do podstawowych obecnie standardów (wymóg utwardzonej nawierzchni na ciągach komunikacyjnych, pojemniki na odpady, z możliwością ich segregowania, budowa miejsc postojowych i ogólnodostępnych ustępów);
6. określenie wymagań dla nawierzchni miejsc postojowych, ciągów pieszych i pieszo-jezdnich;
7. parametry wymiarów grobów i odległości od nich podawane w postaci wartości minimalnych;
8. użycie pojęcia grobu zbiorowego, którego cechą charakterystyczną jest wymiar szerokości, będącej wielokrotnością szerokości grobów rodzinnych ziemnych lub murowanych; W chwili oddawania poniższych materiałów do druku nowe rozporządzenie publikowano właśnie w Dzienniku Ustaw.

## ROZPORZĄDZENIE MINISTRA INFRASTRUKTURY<sup>1)</sup>

z dnia 7 marca 2008 r.

w sprawie wymagań, jakie muszą spełniać cmentarze, groby  
i inne miejsca pochówku zwłok i szczątków

Na podstawie art. 20 ust. 1 ustawy z dnia 31 stycznia 1959 r. o cmentarzach i chowaniu zmarłych (Dz. U. z 2000 r. Nr 23, poz. 295, z późn. zm.<sup>2)</sup>) zarządza się, co następuje:

### § 1

Rozporządzenie określa:

- 1) wymagania, jakie muszą spełniać cmentarz i usytuowanie terenu cmentarza;
- 2) sposób ustalania powierzchni cmentarza;
- 3) rodzaj powierzchni grzebalnych i wymagania, jakim musi odpowiadać ich zagospodarowanie;
- 4) wymagania, jakim muszą odpowiadać groby oraz inne miejsca pochówku zwłok i szczątków.

### § 2

Ilekroć w rozporządzeniu jest mowa o:

- 1) grobie ziemnym - należy przez to rozumieć dół w ziemi, do którego składa się trumnę ze zwłokami lub urnę i zasypuje ziemią;
- 2) grobie murowanym - należy przez to rozumieć dół, w którym boki są murowane do poziomu gruntu, do którego składa się trumnę ze zwłokami lub urnę;

3) grobie rodzinnym - należy przez to rozumieć grób przeznaczony do składania dwóch lub więcej trumien ze zwłokami lub urn;

4) katakumbach - należy przez to rozumieć pomieszczenie z niszami w ścianie, przeznaczone do pochówku zwłok;

5) kolumbarium - należy przez to rozumieć budowlę z niszami przeznaczonymi do składania urn.

### § 3

Cmentarze projektuje się i utrzymuje jako tereny o założeniu parkowym.

### § 4

Usytuowanie terenu cmentarza powinno wykluczać możliwość wywierania szkodliwego wpływu na otoczenie, w szczególności powinno spełniać wymagania, wskazane w przepisach określających, jakie tereny pod względem sanitarnym są odpowiednie na cmentarze.



## § 5

Ogrodzenie terenu cmentarza powinno być wykonane z trwałego materiału. Wysokość ogrodzenia nie powinna być niższa niż 1,5 m.

## § 6

Powierzchnię grzebalną stanowią miejsca przeznaczone:

- 1) na groby ziemne i murowane;
- 2) do składania zwłok i szczątków w katakumbach i kolumbariach.

## § 7

1. Przy obliczaniu powierzchni cmentarza należy uwzględnić powierzchnię grzebalną oraz:

- 1) powierzchnię zieleni o charakterze izolacyjnym i dekoracyjnym, w szczególności trawniki, żywopłoty, krzewy i drzewa;
- 2) drogi i ciągi piesze lub pieszo-jezdne;
- 3) place i miejsca postojowe, jeżeli nie zostały zapewnione poza terenem cmentarza;
- 4) miejsca przeznaczone na gromadzenie odpadów, umożliwiające ich selektywną zbiórkę;
- 5) punkty czerpalne wody;
- 6) teren niezbędny pod kostnicę lub dom przedpogrzebowy, którego wielkość i funkcje są uzależnione od potrzeb lokalnych;
- 7) ogólnodostępne ustępy, jeżeli nie zostały zapewnione poza terenem cmentarza, w jego bliskim sąsiedztwie.

2. W uzasadnionych lokalnymi potrzebami przypadkach, obliczając powierzchnię cmentarza, należy uwzględnić również:

- 1) kaplicę;
- 2) zaplecze administracyjno-gospodarcze.

## § 8

Przy obliczaniu powierzchni grzebalnej cmentarza należy uwzględnić:

- 1) przewidywaną przeciętną roczną liczbę pochówków na tym cmentarzu;
- 2) wymagania określone w art. 7 ustawy z dnia 31 stycznia 1959 r. o cmentarzach i chowaniu zmarłych;
- 3) częstotliwość przedłużania okresu, po którym możliwe jest ponowne użycie grobu, o dalsze okresy dwudziestoletnie, w stosunku do przewidywanej liczby poszczególnych rodzajów grobów oraz powierzchni przez nie zajmowanej.

## § 9

1. Do cmentarza należy zapewnić dojścia i dojazdy przystosowane do sposobu jego użytkowania.

2. Miejsca postojowe, a także dojścia i dojazdy do powierzchni grzebalnych, powinny posiadać nawierzchnię utwardzoną, urządzoną w sposób uniemożliwiający odpływ wód opadowych na miejsce przeznaczone na groby ziemne i murowane.

3. Drogi, ciągi piesze i pieszo-jezdne powinny być dostosowane do obciążenia i natężenia ruchu zależnego od potrzeb i uwarunkowań lokalnych, z uwzględnieniem potrzeb osób niepełnosprawnych.

## § 10

1. Groby ziemne powinny mieć następujące minimalne wymiary:

1) pojedyncze, w których składa się trumnę ze zwłokami dziecka do lat 6: długość 1,2 m, szerokość 0,6 m, głębokość 1,2 m;

2) pozostałe pojedyncze, w których składa się trumnę ze zwłokami: długość 2,0 m, szerokość 1,0 m, głębokość 1,7 m;

3) pojedyncze, w których składa się urnę: długość 0,5 m, szerokość 0,5 m, głębokość 0,7 m.

2. Groby murowane powinny mieć następujące minimalne wymiary:

1) pojedyncze, w których składa się trumnę ze zwłokami: długość 2,2 m, szerokość 0,8 m, głębokość 0,8 m;

2) pojedyncze, w których składa się urnę: długość 0,5 m, szerokość 0,5 m, głębokość 0,7 m.

3. Groby murowane wielournowe, w których składa się urny, powinny mieć wymiary nieprzekraczające wymiaru grobu murowanego pojedynczego, określonego w ust. 2 pkt 1.

4. Nad każdą trumną składaną w grobie murowanym powinno być założone sklepienie.

5. Nad ostatnim sklepieniem grobu murowanego przeznaczonego do składania trumien wykonuje się podmurówkę dla warstwy sanitarnej ziemi, jako izolację, o grubości co najmniej 0,3 m od sklepienia do poziomu ziemi.

## § 11

1. W zależności od warunków gruntowych i wodnych można stosować pochówek zwłok piętrowo w grobach ziemnych lub murowanych, przy czym trumny powinny być między sobą przedzielone warstwą ziemi o grubości co najmniej 0,3 m albo murem lub betonem zbrojonym o grubości co najmniej 0,06 m.

2. Głębokość grobu rodzinnego ziemnego dla dwóch trumien umieszczonych jedna nad drugą powinna wynosić co najmniej 2,5 m. Dla każdej następnej trumny grób powinien być głębszy o 0,8 m.

3. Groby rodzinne ziemne, w których trumny mają być składane obok siebie na jednym poziomie, powinny mieć następujące minimalne wymiary: długość 2,0 m, szerokość 1,8 m (0,8 m + 0,2 m + 0,8 m), niezależnie od głębokości grobu.

4. Groby rodzinne murowane, w których trumny mają być składane obok siebie na jednym poziomie, powinny mieć oddzielne dla każdej trumny komory o minimalnych wymiarach: długość 2,2 m, szerokość 0,8 m, głębokość 0,8 m. Komory powinny być od siebie oddzielone murem lub betonem zbrojonym o grubości co najmniej 0,06 m, niezależnie od głębokości grobu.

5. Dopuszcza się tworzenie zbiorowych grobów ziemnych lub murowanych, których minimalna długość dla grobów ziemnych wynosi 2,0 m, dla grobów murowanych - 2,2 m, a szerokość jest wielokrotnością szerokości określonych w ust. 3 i 4.

6. W każdym przypadku odległość między najwyższym poziomem wody gruntowej a dnem grobu nie może być mniejsza niż 0,5 m.

## § 12

W grobach murowanych dno grobu może być ziemne lub umocnione. Dno umocnione powinno mieć spadek jednokierunkowy; w miejscu najniższym należy przewidzieć odpływ łączący się z ziemią.

## ROZPORZĄDZENIE MINISTRA INFRASTRUKTURY

z dnia 7 marca 2008 r.

w sprawie wymagań, jakie muszą spełniać cmentarze, groby i inne miejsca pochówku zwłok i szczątków  
C.D.

### § 13

1. Pomiedzy grobami powinno być zapewnione przejście o szerokości co najmniej 0,5 m.
2. Przejścia między grobami mogą być zagospodarowane wyłącznie za zgodą zarządcy cmentarza oraz na warunkach przez niego określonych.

### § 14

Na grobach można ustawiać nagrobki o wymiarach nieprzekraczających granic powierzchni grobu albo usypywać ziemię w postaci pagórka nad grobem.

### § 15

Nisza w kolumbariach powinna mieć następujące minimalne wymiary: 0,4 m głębokości, 0,4 m szerokości i 0,4 m wysokości.

### § 16

1. Usytuowanie katakumb powinno wykluczać możliwość wywierania szkodliwego wpływu na otoczenie.
2. Nisza w katakumbach powinna mieć wymiary w poziomie co najmniej 2,0 m na 1,0 m i nie mniej niż 0,9 m wysokości. Każda nisza powinna być oddzielona od sąsiedniej ścianą o grubości co najmniej 0,06 m i posiadać system odprowadzania gazów i odcieków w sposób nieszkodliwy dla otoczenia oraz uniemożliwiający dostęp do nisz insektom i

gryzoniom. Po złożeniu zwłok każdą niszę należy natychmiast zamurować.

### § 17

Wymiary grobów, nisz w katakumbach i kolumbariach podane w rozporządzeniu są wymiarami w świetle.

### § 18

1. Przepisów rozporządzenia nie stosuje się do cmentarzy, grobów i innych miejsc pochówku zwłok i szczątków istniejących w dniu wejścia w życie rozporządzenia, z zastrzeżeniem ust. 2.
2. Groby i inne miejsca pochówku zwłok i szczątków urządzone na częściach cmentarzy, o których mowa w ust. 1, zagospodarowanych lub powstałych w wyniku rozbudowy takich cmentarzy po dniu wejścia w życie rozporządzenia, muszą spełniać wymagania określone w przepisach § 10-16.

### § 19

Rozporządzenie wchodzi w życie po upływie 14 dni od dnia ogłoszenia<sup>1)</sup>.

MINISTER INFRASTRUKTURY

W porozumieniu  
MINISTER ZDROWIA

1) Minister Infrastruktury kieruje działem administracji rządowej - budownictwo, gospodarka przestrzenna i mieszkaniowa, na podstawie § 1 ust. 2 pkt 1 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 16 listopada 2007 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Infrastruktury (Dz. U. Nr 216, poz. 1594).

2) Zmiany tekstu jednolitego wymienionej ustawy zostały ogłoszone w Dz. U. z 2000 r. Nr 120, poz. 1268, z 2002 r. Nr 113, poz. 984, z 2003 r. Nr 80, poz. 717 i Nr 162, poz. 1568 oraz z 2006 r. Nr 220, poz. 1600.

3) Niniejsze rozporządzenie było poprzedzone rozporządzeniem Ministrów Gospodarki Terenowej i Ochrony Środowiska oraz Zdrowia i Opieki Społecznej z dnia 20 października 1972 r. w sprawie urządzania cmentarzy, prowadzenia ksiąg cmentarnych oraz chowania zmarłych (Dz. U. z 1972 r. Nr 47, poz. 299, z 1998 r. Nr 133, poz. 872, z 2000 r. Nr 120, poz. 1268 i z 2001 r. Nr 153, poz. 1783), które utraciło moc z dniem 1 stycznia 2008 r. na podstawie art. 44 ustawy z dnia 18 października 2006 r. o zmianie i uchyleniu niektórych upoważnień do wydawania aktów wykonawczych (Dz. U. Nr 220, poz. 1600).

## UZASADNIENIE

Rozporządzenie Ministra Infrastruktury w sprawie wymagań, jakie muszą spełniać cmentarze, groby i inne miejsca pochówku zwłok i szczątków, stanowi wykonanie upoważnienia ustawowego zawartego w art. 20 ust. 1 ustawy z dnia 31 stycznia 1959 r. o cmentarzach i chowaniu zmarłych (Dz. U. z 2000 r. Nr 23, poz. 295 z późn. zm.).

Rozporządzenie było poprzedzone rozporządzeniem Ministrów Gospodarki Terenowej i Ochrony Środowiska oraz Zdrowia i Opieki Społecznej z dnia 20 października 1972 r. w sprawie urządzania cmentarzy, prowadzenia ksiąg cmentarnych oraz chowania zmarłych (Dz. U. Nr 47, poz. 299 z późn. zm.). Rozporządzenie to - wydane na podstawie upoważnienia ustawowego nie dostosowanego do wymogów określonych w art. 92 ust. 1 Konstytucji RP - utraciło moc z dniem 1 stycznia 2008 r. na podstawie art. 44 ustawy z dnia 18 października 2006 r. o zmianie i uchyleniu niektórych upoważnień do wydawania aktów wykonawczych (Dz. U. Nr 220, poz. 1600). Ustawa z dnia 18 października 2006 r. zmieniła jednocześnie

brzmienie upoważnienia ustawowego zawartego w art. 20 ust. 1 ustawy z dnia 31 stycznia 1959 r. o cmentarzach i chowaniu zmarłych, dostosowując je do wymagań zgodnych z Konstytucją RP.

Powyższy stan prawny, powodujący konieczność wydania nowego rozporządzenia na podstawie art. 20 ust. 1 ustawy o cmentarzach i chowaniu zmarłych, był podstawową przesłanką leżącą u podstaw prac nad przedłożonym projektem rozporządzenia. Racją dla wydania nowego rozporządzenia w ww. materii były więc przesłanki o charakterze formalno-prawnym. W konsekwencji w warstwie merytorycznej proponowane rozwiązania, co do zasady, stanowią powtórzenie przepisów techniczno-budowlanych zawartych w rozporządzeniu Ministrów Gospodarki Terenowej i Ochrony Środowiska oraz Zdrowia i Opieki Społecznej z dnia 20 października 1972 r. w sprawie urządzania cmentarzy, prowadzenia ksiąg cmentarnych oraz chowania zmarłych, z niewielkimi zmianami dostosowującymi niniejszy akt wykonawczy do zmian wprowadzonych w ustawie o cmentarzach i chowaniu zmarłych, zmian wprowadzonych w innych ustawach oraz do obecnych uwarunkowań, które od czasu wydania dotychczas obowiązującego rozporządzenia ulegały zmianom. Do zmian proponowanych w projekcie należą:

w § 2, stanowiącym definicyjne określenie pojęć występujących w rozporządzeniu, wprowadzono zmiany upraszczające niektóre dotychczas stosowane, zbyt opisowe w ocenie projektodawcy, definicje (brak warunku zasypywania grobu ziemnego „ziemią wydobytą z tego dołu”, brak warunku ułożenia nisz w katakumbach „obok siebie w szeregu i nad sobą”) oraz dookreślono pojęcie katakumb, które - jako dopuszczalna forma pochówku zwłok poza terenem cmentarza - powinny ze względów sanitarnych spełniać warunek pomieszczenia (ograniczenie przestrzenne). W tym ostatnim przypadku do projektu rozporządzenia wprowadzone również zostały dodatkowe w porównaniu z poprzednim stanem prawnym warunki techniczne, jakim powinny odpowiadać tworzone katakumby (dodatkowe warunki sanitarne zapewniające ochronę otoczenia - patrz § 16 projektu);

w § 7, określającym obiekty infrastruktury przestrzenno-budowlanej cmentarza, które - poza powierzchnią grzebalną - należy uwzględnić przy obliczaniu całkowitej powierzchni cmentarza, wprowadzono wymagania dostosowujące tworzenie i rozbudowę cmentarzy do podstawowych obecnie standardów (wymóg utwardzonej nawierzchni na ciągach komunikacyjnych, pojemniki na odpady, z możliwością ich segregowania, budowa miejsc postojowych i ogólnodostępnych ustępów);

w § 8 doprecyzowano sposób obliczania powierzchni grzebalnej, w ten sposób, że przy jej obliczaniu należy uwzględnić przewidywaną przeciętną liczbę pochówków na tym cmentarzu, zakazując ponownego użycia grobu do pochówku przed upływem 20 lat oraz zapewniając możliwość przedłużenia tego okresu o kolejne 20-letnie okresy;

wymagania dla nawierzchni miejsc postojowych, ciągów pieszych i pieszo-jezdnych w § 9;

w przepisach § 10 podano wymiary grobów i odległości od grobów, przy czym w miejsce dotychczasowej formuły wskazania tych parametrów w postaci bezwzględnej przyjęto zasadę, iż parametry określone w rozporządzeniu powinny mieć charakter wartości minimalnych;

w § 11 użyto pojęcia grobu zbiorowego, którego cechą charakterystyczną jest wymiar szerokości będącej wielokrotnością szerokości grobów rodzinnych ziemnych lub murowanych;

w przepisach § 11, § 12, § 15 i § 16 doprecyzowano niektóre wymagania techniczne dla wymienionych w tych przepisach grobów i innych miejsc grzebania zwłok i szczątków (minimalne wymiary w zakresie analogicznym do zmian wprowadzonych w § 10, w przypadku nisz katakumb wymóg posiadania systemu odprowadzania gazów i odcieków w sposób nieszkodliwy dla otoczenia i uniemożliwiający dostęp do nisz insektom i gryzoniom).

W § 18 projektu rozporządzenia określono zasady stosowania przepisów rozporządzenia w odniesieniu do cmentarzy nowo tworzonych, przebudowywanych lub rozbudowujących się.

## OCENA SKUTKÓW REGULACJI

### 1. PODMIOTY, NA KTÓRE ODDZIAŁUJE REGULACJA

Zakres regulacji rozporządzenia dotyczy gmin, podmiotów gospodarki komunalnej i zarządów cmentarzy wyznaniowych.

### 2. WPŁYW REGULACJI

#### Wpływ regulacji na sektor finansów publicznych, w tym budżet państwa i budżety jednostek samorządu terytorialnego:

Rozporządzenie nie będzie miało wpływu na budżet państwa oraz budżety jednostek samorządu terytorialne

go, a w szczególności nie spowoduje dodatkowych skutków finansowych.

**Wpływ na rynek pracy:**

Rozporządzenie nie będzie miało wpływu na rynek pracy.

**Wpływ regulacji na konkurencyjność gospodarki i przedsiębiorczość, w tym na funkcjonowanie przedsiębiorstw:**

Wdrożenie przepisów rozporządzenia, co do zasady - nie spowoduje zmian w sferze ekonomicznej. Z oczywistych względów wprowadzenie wymagań dostosowujących tworzenie i rozbudowę cmentarzy do podstawowych obecnych standardów (wymóg utwardzonej nawierzchni na ciągach komunikacyjnych, pojemniki na segregowane odpady, budowa miejsc postojowych i ogólnodostępnych ustępów) będzie wymagało określonych nakładów. Nakłady te są jednak ponoszone również obecnie i wprowadzenie pewnych wymagań w tym zakresie do przepisów rozporządzenia usankcjonuje jedynie stosowane praktyki.

**Wpływ regulacji na sytuację i rozwój regionów:**

Rozporządzenie nie będzie miało wpływu na sytuację i rozwój regionów.

### 3. INFORMACJA O PRZEPROWADZONYCH KONSULTACJACH SPOŁECZNYCH

Materia objęta regulacją poddana była uzgodnieniom międzyresortowym oraz konsultacjom społecznym z organizacjami branżowymi i związkami wyznaniowymi. W procesie konsultacji społecznych uwzględniono: Związek Miast Polskich, Unię Metropolii Polskich, Związek Gmin Wiejskich RP, Unię Miasteczek Polskich, Konfederację Pracodawców Polskich, Polską Izbę Przedsiębiorców Branży Pogrzebowej, Polskie Stowarzyszenie Kremacyjne Administratorów Cmentarzy i Przedsiębiorców Pogrzebowych, Polską Radę Ekumeniczną, Sekretariat Konferencji Episkopatu Polski.

Uwagi do projektu rozporządzenia przekazał Sekretariat Konferencji Episkopatu Polski oraz Polskie Stowarzyszenie Kremacyjne Administratorów Cmentarzy i Przedsiębiorców Pogrzebowych. Nadesłane przez Sekretariat Konferencji Episkopatu Polski uwagi miały charakter uwag porządkowo-redakcyjnych, które zostały uwzględnione w trakcie prac nad projektem. W zakresie obejmującym delegację ustawową do wydania niniejszego rozporządzenia przez ministra kierującego działem budownictwa, gospodarki przestrzennej i mieszkaniowej, uwzględniono uwagi merytoryczne zgłoszone przez Polskie Stowarzyszenie Kremacyjne Administratorów Cmentarzy i Przedsiębiorców Pogrzebowych. Nie uwzględniono uwag, których materia wykraczała poza wymagania, jakim powinny odpowiadać cmentarze i groby oraz uwagi, które z racji delegacji ustawowej znajdują się w kompetencji innych organów administracji rządowej bądź odwołują się do innej materii prawnej, regulowanej odrębnymi przepisami w zakresie np. prawa budowlanego.

Projekt rozporządzenia przesłany został do zaopiniowania przez Komisję Wspólną Rządu i Samorządu Terytorialnego, która nie zgłosiła uwag do projektu (uzgodnienie projektu w formie braku stanowiska Komisji w regulaminowym terminie).

### 4. ZGODNOŚĆ REGULACJI Z PRAWEM UNII EUROPEJSKIEJ

Materia rozporządzenia nie ma powiązania z przepisami Unii Europejskiej. Nie podlega onó procedurze notyfikacji aktów prawnych, o których mowa w przepisach rozporządzenia Rady Ministrów z dnia 23 grudnia 2002 r. w sprawie sposobu funkcjonowania krajowego systemu notyfikacji norm i aktów prawnych (Dz. U. Nr 239, poz. 2039 oraz z 2004 r. Nr 65, poz.597), gdyż zawarte w nim przepisy techniczne nie podlegają notyfikacji i stanowią część materii prawnej regulowanej ustawą o cmentarzach i chowaniu zmarłych, do której nie stosuje się zasady swobodnego przepływu towarów (§ 5 ust. 4 tego rozporządzenia).

Projekt rozporządzenia wraz z uzasadnieniem oraz oceną skutków regulacji został zamieszczony na stronie internetowej byłego Ministerstwa Budownictwa, zgodnie z przepisami ustawy z dnia 7 lipca 2005 r. o działalności lobbingsowej w procesie stanowienia prawa (Dz. U. Nr 169, poz.1414). Od dnia udostępnienia projektu rozporządzenia w Biuletynie Informacji Publicznej w związku z przesłaniem projektu do uzgodnień międzyresortowych żaden podmiot wykonujący zawodową działalność lobbingsową nie zgłosił zainteresowania pracami nad projektem ustawy (zgłoszenie w rozumieniu art. 7 ustawy z dnia 7 lipca 2005 r. o działalności lobbingsowej w procesie stanowienia prawa).

## DOBRE ROZPORZĄDZENIE, BO DELEGUJE „W DÓŁ” PEWNE DECYZJE W SPRAWACH CMENTARZY



■ Autor jest prezesem Zarządu spółki miasta Przedsiębiorstwo Zieleni i Usług Komunalnych "Zieleni Miejska" we Włocławku (Kujawsko-Pomorskie) i członkiem władz Polskiego Stowarzyszenia Kremacyjnego, Administratorów Cmentarzy i Przedsiębiorców Pogrzebowych. Wieloletni zarządca cmentarzy, licencjonowany zarządca nieruchomości (nr lic. 10367)

Komentuje MARIAN KOLCZYŃSKI, konsultant rozporządzenia jako przedstawiciel Stowarzyszenia Funeralnego

„Rozporządzenie Ministra Infrastruktury z 7 marca 2008 r. w sprawie wymagań, jakie muszą spełniać cmentarze, groby i inne miejsca pochówku zwłok i szczątków” jest przede wszystkim wykonaniem delegacji ustawowej wynikającej z art. 20 ust. 1 Ustawy o cmentarzach i chowaniu zmarłych, która niedawno, bo w 2006 r. została zmieniona, czy raczej uaktualniona. Było to więc z jednej strony wykonanie upoważnienia, ale z drugiej strony - także obowiązek i konieczność. Otóż regulujące te sprawy poprzednie rozporządzenie dwóch ministrów, tj. Ministra Gospodarki Terenowej i Ochrony Środowiska oraz Ministra Zdrowia i Opieki Społecznej, wydane 20 października 1972 r. - mocno się już zdezaktualizowało. Rozporządzenie to było aktem wykonawczym do ówczesnej ustawy i w sposób kompleksowy regulowało niemal wszystkie sprawy wymagające wydania aktu wykonawczego.

Oprócz wymagań, jakie muszą spełniać cmentarze i groby, rozporządzenie to regulowało także sprawę ewidencji zmarłych i grobów, sprawy związane ze stwierdzeniem zgonu, pochówkiem, przewozami zmarłych, czy sposobu postępowania ze zwłokami i szczątkami ludzkimi. Po uchwaleniu w 1997 r. nowej Konstytucji wiadomo było, że rozporządzenie nie spełnia jej wymogów i będzie zmieniane. Najpierw Minister Spraw Wewnętrznych i Administracji w 2001 roku wydał rozporządzenie w sprawie ewidencji grobów i zmarłych, a więc sprawy dotychczas ujęte w § 15 rozporządzenia z 1972 r. Potem Minister Zdrowia wydał kilka rozporządzeń dotyczących spraw ujętych w paragrafach od 16 do 32. Na uregulowanie wciąż jednak czekały sprawy ujęte w paragrafach od 1 do 14. Ponieważ ostatnia nowelizacja ustawy o cmentarzach... z dn. 18.10.2006 r. określiła, że rozporządzenie z 20.10.1972 r. definitywnie zakończy swój żywot prawny w dniu 31 grudnia 2007 r. to wydanie rozporządzenia ministra właściwego do spraw budownictwa, czyli Ministra Infrastruktury, stało się pilną koniecznością.

Prace nad tym rozporządzeniem rozpoczęły się w 2005 r. (przynajmniej wiosną i latem tego roku wystąpiły ożywione kontakty i wymiana korespondencji z naszym Stowarzyszeniem). Potem przez długi czas nie działo się chyba nic. Aż wreszcie duże przyspieszenie nastąpiło w styczniu 2008. i można uznać, że była to „musztarda po obiedzie”, gdyż poprzednie rozporządzenie utraciło moc z końcem grudnia 2007r., a od początku stycznia br. nie obowiązywało już nic. Dlatego pilnie należało wydać rozporządzenie, które „rodziło” się kilka lat. Jednak od stycznia do marca 2008 r. mamy lukę prawną. Miejmy nadzieję, że istnienie tej luki nie spowodowało żadnych perturbacji w zarządzaniu cmentarzami.

Pomimo tej wady terminowej, rozporządzenie w mojej ocenie jest dobrym aktem prawnym, właściwie regulującym sprawy, których dotyczy. Członkowie naszego Stowarzyszenia mogą mieć satysfakcję, że wiele naszych uwag i postulatów zostało w rozporządzeniu uwzględnionych. Odbyło się to po rzeczowych rozmowach i dyskusji merytorycznej.

Na różnych etapach konsultacji tego rozporządzenia poczynawszy od 2005 r. swoje uwagi zgłaszali m.in. p. Jarosław Wydmuch z Częstochowy, p. Edmund Rauba z Olsztyna, p. Adam Sokołowski z Białegostoku, szefowie SP „Uniwersum” z Poznania i niżej podpisany. Szczególnie szeroka analiza projektu rozporządzenia, także od strony prawnej, została opracowana w 2005 r. przy udziale pracowników Zarządu Cmentarzy Komunalnych w Warszawie.

W styczniu 2008 r., w zorganizowanej przez Ministerstwo Infrastruktury „konferencji uzgodnieniowej” wzięli udział przedstawiciele naszej organizacji administratorów cmentarzy i przedsiębiorców pogrzebowych: **pani Zofia Kluszycka** (dyrektor Zarządu Cmentarzy Komunalnych we Wrocławiu), **pan Adam Sokołowski** (wiceprezes Stowarzyszenia i kierownik Cmentarza Miejskiego w Białymstoku) i ja, **Marian Kolczyński**, prezes i dyrektor przedsiębiorstwa „Zieleni Miejska” we Włocławku. Przed konferencją - mając świadomość, że jest to ostatnie spotkanie przed ustaleniem ostatecznej treści rozporządzenia - przeprowadziliśmy między sobą, ale też i z innymi członkami Stowarzyszenia - wiele rozmów w celu wypracowania jednolitego stanowiska jeszcze przed „konferencją uzgodnieniową”. To były pracowite dni, ale tym większa satysfakcja, że wypracowane przez nas jednolite stanowisko znalazło uznanie.

Zanim ustosunkuję się do poszczególnych zapisów rozporządzenia, czyli tego, co w rozporządzeniu jest, chcę się ustosunkować do tego, czego w rozporządzeniu nie ma. I to, jak miemam dzięki nam. Otóż nie ma w rozporządzeniu „innych miejsc pochówku zwłok i szczątków”. Chodzi tu o inne miejsca pochówku poza cmentarzami i kościołami, czy raczej podziemiami kościołów. Nie wykluczamy, że w przyszłości ustalenie takich miejsc będzie możliwe. Powinno to jednak nastąpić po wszechstronnej i dogłębnej analizie problemu. Nie może być tak, że na skutek pobieżnego koniunkturalizmu zostaną przyjęte rozwiązania, które po latach okażą się nietrafne. Historia ostatnich lat pokazuje, że wielu sławnych i zasłużonych Polaków w chwili śmierci, po kilku latach takimi zasłużonymi już nie jest i gdyby ich groby znajdowały się w „innych miejscach”, czyli poza cmentarzami, to mogłyby one podlegać prawom aktualnie panującej koniunktury. Pogląd ten najpełniej

przedstawił i uzasadnił na konferencji pan **Wojciech Krawczyk**. Na razie więc pozostają w mocy dotychczasowe przepisy, nakazujące chowanie na cmentarzach.

**Postanowieniom rozporządzenia przyświeca pewne generalne podejście.** Jego twórcy uznali - i naszym zdaniem słusznie - że w rozporządzeniu powinny być zawarte pewne wytyczne, niejako kierunkowe, także wymiary podano jako minimalne. W niektórych sprawach odwołano się do innych obowiązujących już przepisów. Chodziło o to, aby ustalić jak najmniej sztywnych ustaleń „odgórných” i przesunąć tym samym pewne uprawnienia na szczebel lokalny. To władza lokalna, której zadaniem własnym jest urządzenie i utrzymanie cmentarzy - powinna mieć prawo decydowania o tym, ile będzie grobów ziemnych, murowanych, urnowych, czy dzieciennych, czy będzie kolumbarium, dom przedpogrzebowy czy kaplica, ile i jaka będzie zieleni itp.

Takie podejście zasługuje na poparcie.

Pewnego bardziej szczegółowego omówienia wymagają poszczególne zapisy.

W § 2 znalazły się definicje określające takie pojęcia, jak grób ziemny, murowany, rodzinny, a także katakumby i kolumbaria. Szczególnie to ostatnie określenie w związku z coraz to większą ilością kremacji jest aktualne.

W paragrafach 7 i 8 określono, jakie elementy powinny być brane pod uwagę zarówno przy obliczaniu powierzchni grzebalnej, jak i powierzchni całkowitej cmentarza. Zrezygnowano z przedstawienia pewnego sposobu obliczania powierzchni grzebalnej i procentowego udziału poszczególnych rodzajów grobów jak i ich procentowego udziału w powierzchni całkowitej cmentarza. Narzucanie „odgórnie” ścisłego sposobu wyliczenia, czy to powierzchni, czy też procentowego udziału poszczególnych rodzajów grobów nie ma większego sensu, gdyż w różnych częściach kraju wykształciły się różne zwyczaje i narzucania jednolitych norm w całej Polsce byłoby niewłaściwe. Ponadto niespełnienie jednego - czy kilku warunków - oznaczałoby, że cmentarz nie spełnia wymagań, co rodziłoby wątpliwość w kwestii jego legalności. To, czy na określonym cmentarzu należy przewidzieć większą czy mniejszą powierzchnię pod różne rodzaje grobów, dróg czy zieleni powinno należeć do tego, kto cmentarz urządza i potem będzie go utrzymywał i prowadził. A o tym ma decydować - i bardzo słusznie - samorząd.

Podane w rozporządzeniu wymiary różnego rodzaju grobów są wymiarami minimalnymi. Oznacza to przekazanie kompetencji organom zarządzającym i utrzymującym cmentarze. W zależności od panujących zwyczajów i decyzji zarządzającego (i utrzymującego) - wymiary te mogą być przecież większe.

Bardzo pozytywnie należy ocenić możliwość tworzenia grobów zbiorowych i to zarówno murowanych, jak i ziemnych. Korzystne jest także zmniejszenie głębokości grobów urnowych. Wszak urna z prochami ani nie stanowi zagrożenia epidemiologicznego, ani nie ulega mineralizacji i w związku z tym ustalenie minimalnej głębokości chowania na 0,7 m jest uzasadnione. Ustalenie tej głębokości na poziomie 0,7 m jest korzystne także w przypadku chowania urny w grobie ziemnym. Poprzedni wymóg, aby głębokość chowania urny wynosiła 1 m pod poziomem gruntu, stwarzała niebezpieczeństwo „dokopania” się do trumny (1,7 m głębokości grobu minus 60 - 70 cm wysoko-

ści trumny = ok. 1 m). Przy pochowaniu urny na głębokości 0,7 m między dnem grobu urnowego a pochowaną wcześniej trumną wystąpi co najmniej 30-to centymetrowa warstwa izolacyjna ziemi.

**Bardzo istotne - o co szczególnie wnioskował p. Adam Sokołowski - jest umieszczenie zapisu, że przejścia między grobami mogą być zagospodarowane wyłącznie za zgodą zarządcy cmentarza i na jego warunkach.** Ten zapis powinien ukrócić swego rodzaju samowolę budowlaną przy utwardzaniu i wykładaniu kostką przejść między grobami, które przecież do grobu nie przynależą służą wszystkim, bo stanowią część wspólną cmentarza.

Mam nadzieję, że przyjęte w rozporządzeniu postanowienia będą dobrze służyły wszystkim, których dotyczy. Myślę, że pod rządami tego rozporządzenia nie zdarzy się przypadek, o którym wspomnę na marginesie. Inwestor budujący dom przedpogrzebowy musi wykonać w nim pomieszczenie „do wykonywania oględzin lub sekcji sądowo - lekarskich i sanitarno - milicyjnych” (§ 11 ust. 2 p.pkt. 3 rozp. z dn. 20.10.1972 r.) podczas, gdy art. 13 ustawy o cmentarzach i chowaniu zmarłych nakazuje, że „zwłoki osób zmarłych lub zabitych w miejscach publicznych przewozi się, na wniosek właściwego organu (\*) do zakładu medycyny sądowej, a w razie jego braku na obszarze powiatu - do najbliższego szpitala mającego prosektorium, celem ustalenia przyczyny zgonu”. Poprzednio w zaznaczonym (\*) miejscu było „do domu przedpogrzebowego lub”, ale teraz te cztery słowa są już wykreślone. Skoro ustawa nie przewiduje możliwości skorzystania z prosektorium znajdującego się w domu przedpogrzebowym, to dlaczego rozporządzenie ministrów wymóg wybudowania prosektorium stawia? Szkoda, że ten, kto zaproponował wykreślenie tych czterech słów z ustawy - nie zaproponował też wykreślenia podpunktu 3 w § 11 ust. 2 rozporządzenia z 1972 r. (które do końca 2007 r. obowiązywało).

**Rozporządzenie Ministra Infrastruktury jest drugim rozporządzeniem, które było szeroko konsultowane z członkami naszego Stowarzyszenia. Poprzednie to rozporządzenie Ministra Spraw Wewnętrznych i Administracji w sprawie sposobu prowadzenia ewidencji grobów, oczywiście, w tej drugiej obowiązującej od 28.08.2003 r. wersji, gdyż pierwsza wersja z 1.08.2001 r. była bardzo kiepska i została przez nas mocno oprotestowana. Ta druga poprawiona wersja jest dobra i od lat funkcjonuje bez uwag, chyba tylko dlatego, że zostały w niej uwzględnione nasze propozycje.**

Można przyjąć, że rozporządzenia konsultowane z naszym Stowarzyszeniem są dobrymi aktami prawa. Nie można tego powiedzieć o ostatnim rozporządzeniu Ministra Zdrowia w sprawie wydawania pozwoleń i zaświadczeń na przewóz zwłok i szczątków ludzkich, wydanym na „chybcika” 27 grudnia 2007 r. i ogłoszonym w Dz.U. Nr 249, poz. 1866 z dnia 31 grudnia 2007 r. Rozporządzenie to wydano prawdopodobnie bez zasięgnięcia opinii w naszym środowisku, stąd jest wyjątkowym bublek prawnym. Była o tym mowa w artykule **pani Beaty Mróz** w 43 numerze „Memento”. Wszyscy, których to rozporządzenie dotyczy, mówią jednym głosem: „jest gorzej niż było!”. Miejmy nadzieję, że rozporządzenie to będzie wkrótce zmienione, czego nam wszystkim w branży życzę.

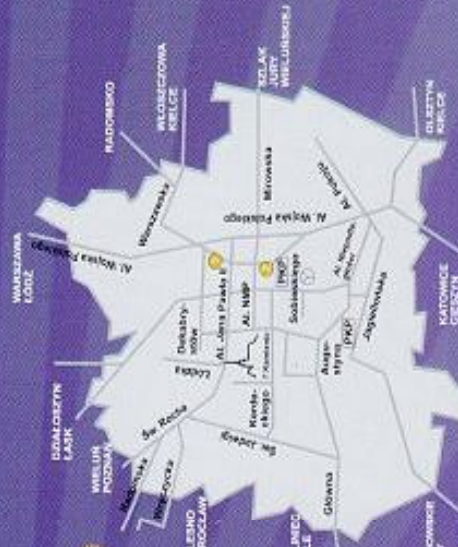
# KREMATORIUM W CZĘSTOCHOWIE



w pobliżu Jasna Góra

## GWARANTUJEMY NASZYM KLIENTOM:

- szybkie terminy i dogodne godziny spoielen
- sale poeznan i kaplice
- bezpłatna oprawa muzyczna poeznan
- organizacja tzw. pokropków przed kremacją
- sala podglądowa dla Rodzin (bezpłatnie)
- bogaty wybór urn i trumien kremacyjnych

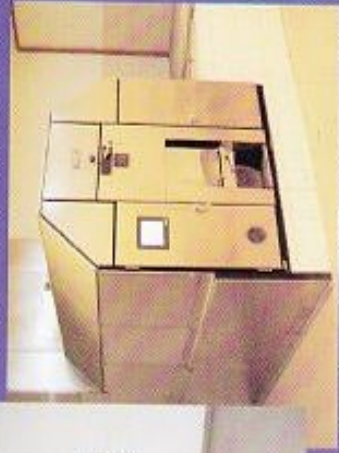
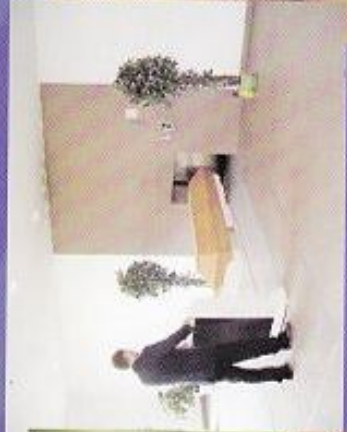


- 1 - Dora Prądzyńska „Nata” ul. Cmentarna 36/38
- 2 - Biuro Złoty ul. Krakowska 16

**Biuro Obsługi  
Cmentarza i Krematorium**  
tel. 034 366 68 79  
*pn-pt 8.00-16.00, sob 8.00-13.00*  
fax: 034 366 68 81  
ul. Radomska 117, 42-210 Częstochowa



certyfikacja jakości  
ISO 9001:2001



# KREMATORIUM KLEPSYDRA

Przedsiębiorstwo Usług Komunalnych

## Spopielenie Zmarłych

Dogodne i szybkie terminy kremacji możecie Państwo uzgodnić i zarezerwować telefonicznie, jak również sprawdzić na naszej stronie internetowej

### Do Państwa dyspozycji:

- Sala Pożegnań
- Poczekalnia dla Rodzin
- Pomieszczenia socjalne dla Państwa Pracowników

### Zapewniamy:

- Oprawę muzyczną i wokalną
- Możliwość przechowania Ciała w chłodni
- Możliwość udziału księdza lub mistrza ceremonii w Pożegnaniu
- Dowóz urn z prochami wraz z dokumentacją w Łodzi i okolicach



Posiadamy wysoko wykwalifikowany personel szkolony w kraju i zagranicą oraz atesty pieca kremacyjnego pozwalające na bezawaryjny proces spopielenia i skrócenie czasu kremacji do minimum

Zapraszamy do współpracy



### Biuro Obsługi Krematorium

94-247 Łódź, ul. Solec 3/5  
tel. 0 42 634 77 39, fax 0 42 632 95 74  
tel. całodobowe: 0 42 633 73 00, 0 42 633 66 90  
przy cmentarzu rzymskokatolickim pw. św. Antoniego

[www.krematorium.lodz.pl](http://www.krematorium.lodz.pl)

e-mail: [biuro@krematorium.lodz.pl](mailto:biuro@krematorium.lodz.pl)