

Strefa Biznesu

MARZEC | Nr 1 (21) | strefa-biznesu.pl

**GOŚĆ
SPECJALNY**

Mikołaj Lech,
rzecznik patentowy
o nazwach firm
Str. 30

ROZWÓJ OPOLSKIEJ GOSPODARKI TO DLA NAS PRIORYTET

– mówi Jacek Bialik, wiceprezes
Katowickiej Specjalnej Strefy
Ekonomicznej, kierujący Podstrefą
Gliwicką KSSE S.A. /s.8

Czechy mówią węglowi: Ahoj!

Nasz południowy
sąsiad zamyka
kopalnie /s.22-23

Rafako na granicy przeżycia

Kto uratuje największą
fabrykę kotłów
w Europie? /s.16-17



Protec jest na Opolszczyźnie już
30 lat i stale trzyma poziom /s.10

Bilet na autostradzie A-4 kupisz
na stacji benzynowej /s.12-13

Sieciowe sklepy podbijają handel
na wsi i w małych miastach /s.14



MOC JEST JUŻ W MIKOŁOWIE.

POZNAJ PIERWSZY W EUROPIE SALON BMW M.



Radość z jazdy

BMW M Mikołów, ul. Pszczyńska 103, tel.: +48 32 226 43 46

BMW Mikołów, ul. Pszczyńska 103, tel.: +48 32 226 43 46

BMW Bielsko-Biała, ul. Warszawska 56, tel.: +48 816 86 95

BMW Lubin, ul. Zielonogórska 6, tel.: +48 76 723 77 80

BMW Opole, ul. Wrocławska 143, tel.: +48 77 413 81 05

Dowiedz się więcej: www.m.bmw-sikora.pl

BMW M
DEALER ROKU
2020



TP SA, KAPITALISTA ZBIUROKRATYCZNYM ZACIĘCIEM

Gdy w kwietniu 2012 roku, nastąpił rebranding marki Telekomunikacja Polska na Orange, opiniotwórczy Przemysław Pająk (Spider'sWeb) pisał na swej stronie: „To koniec słynnej polskiej marki, która z jednej strony była jedną z najsilniejszych polskich marek, a z drugiej strony przekleństwem wielu przeciętnych konsumentów.” I miał rację. Telekomunikacja Polska, powstała w 1992 roku, przekształciła się z części telekomunikacyjnej państwowego przedsiębiorstwa „Polska Poczta, Telegraf i Telefon”. W pierwszych latach młodego kapitalizmu Telekomunikacja działała dynamicznie, co nie przeszkadzało jej zachować wiele cech minionej epoki – głównie biurokracji. TP SA była monopolistą na rynku telefoni stacjonarnej. Pamiętam jak w latach 90. pisałem upokarzające, z dzisiejszego punktu widzenia, podania o przyznanie numeru, wizyty w oddziale, rozmowy z lokalnym dyrektorem. Numer mi przydzielono, ale po... 2 latach. Radość jednak przyćmiewały wygórowane rachunki, szczególnie za korzystanie z internetu. Dlatego, gdy na początku XX wieku telefonia komórkowa staniała na tyle, że każdy z domowników miał już swój aparat, z wielką ulgą rozstałem się z Tepsą. TP S.A. za swoje praktyki kilka razy była ukarana wielkimi karami nałożonymi przez UOKiK. Monopolistka Telekomunikacja Polska w końcu została zmuszona do ustępstw i udostępnienia swojej infrastruktury innym firmom. (JAN)



WYBIORĘ
TRZY KRASNALE,
DO KTÓRYCH MAM
NAJDALEJ!

to ludzka rzecz pogadać

Promocja! wybranenumery

Skorzystaj z tańszych rozmów międzymiastowych!
Dzwoń do trzech osób taniej o 20%!
Linia Bezpłatna 0-800 100 100

www.tpsa.pl/wybrane_numery

TELEKOMUNIKACJA POLSKA S.A. 

Tą reklamą Telekomunikacja Polska zachęcała abonentów do skorzystania z programu „Wybrane numery”, co dawało abonentom 20-proc. oszczędności w przypadku rozmów z trzema wybranymi osobami. Reklama ukazała się w polskim wydaniu „National Geographic” we wrześniu 2001 roku

Spis treści

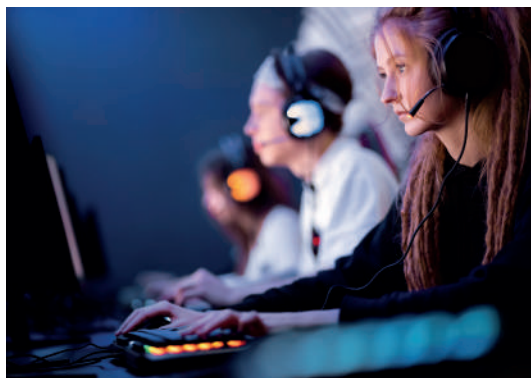
MARZEC 2021 | NR 01 (21)



FOT. PROTEC

(10–11)

Na Opolszczyźnie są już od 30 lat i trzymają poziom



FOT. IZBIRE

(38–41)

Na wirtualnych arenach bój o miliony euro

(20–21)

W pandemii kamping wygrywa z hotelem

(26–28)

Obrazy za miliony

W czasie pandemii coraz więcej Polaków inwestuje w dzieła sztuki. Ich ceny szybką w górę.

(30–31)

Nazwa firmy to magnes dla klientów

Tymczasem przedsiębiorcy często bezrefleksyjnie wybierają nazwy dla swoich biznesów.

(32–33)

Cechy dobrego szefa

Autorytetu nie buduje się stanowiskiem. Pięć pytań, które powinien sobie zadać nie tylko młody menedżer.

(34–35)

Szkolenia online

W pandemii stały się koniecznością, ale to nie oznaczają, że są gorsze, niż „na żywo”. Wręcz przeciwnie.

(36–37)

Nadchodzi świat bez kabla?

Najpierw tylko „po kablu”, później także bezprzewodowo, teraz światłowodem i w 5G. Wyścig trwa.

(42–43)

Duzi chłopcy i ich drogie zabawki. Pandemia nie zmniejszyła potrzeby ekstremalnych doznań. To jednak kosztuje je

(47)

Ekologia wkracza w świat luksusu. Przykładem jest ultranowoczesny motorowy kataran 60 Sunreef Power Eco, który maksymalnie wykorzystuje OZE

(48–50)

Jaki będzie kolor roku 2021? Według Instytutu Pantone, to szary i żółty. Już dominują one na ulicach, w modzie i designie

REDAKCJA

Strefa Biznesu Opole
ul. Powstańców Śląskich 9
45-086 Opole
tel. 77 44 32 559
e-mail: bmrukot@nto.pl
Redaktor naczelny:
Bogusław Mrukot
Projekt graf. – dyr. art.:
Tomasz Bocheński

WYDAWCA

Pro Media Sp. z o.o.
ul. Powstańców Śląskich 9
45-086 Opole
Prezes:
Krzysztof Krupa
tel. 77 44 32 510 (sekretariat)
Dyrektor reklamy:
Tomasz Jaroch
tjaroch@nto.pl
77 44 32 539
Marketing:
Justyna Duchnowska
jduchnowska@promedia.opole.pl
Biuro ogłoszeń:
ul. Powstańców Śląskich 9
45-086 Opole
tel. 77 44 32 522, 77 44 32 526
tel./fax 77 44 32 530
reklama@nto.pl

WYDAWCA

Polska Press Sp. z o.o.
ul. Domaniewska 45, 02-672
Warszawa, tel. 22 201 41 00
Wiceprezes zarządu:
Dariusz Świąder
Członkowie zarządu:
Paweł Fafara,
Magdalena Chudzikiewicz

Redakcja nie odpowiada za treść reklam i nie zwraca materiałów niezamówionych. Wszelkie prawa zastrzeżone. Przedruk i wykorzystywanie w jakiegokolwiek innej formie bez pisemnej zgody zabronione.

Reklamy na stronach:

2, 5, 9, 19, 29, 51, 52



FOT. ARCHIWUM PRYWATNE

Pierwsza polska projektantka na Arab Fashion Week w Dubaju (44–46)



Jest już mało czasu

Zajmiemy się
wdrożeniem i obsługą

**Pracowniczych
Planów Kapitałowych
w Twojej firmie**

Placówka partnerska

Sławomir Wręczycki

ul. Głowackiego 1 Kędzierzyn,

tel. 603 870 454

e-mail: wreczycki.slawomir@aviva.com.pl



Pandemia. Kto sobie poradził najlepiej?

1 Michał Solowow

Wartość majątku wynosi 15,5 mld złotych. Branża: chemia (Synthos), wyposażenie wnętrz - podłogi drewniane (Barlinek), płytki i ceramika sanitarna (Cersanit) oraz energetyka. To obecnie największy polski przemysłowiec i inwestor prywatny za granicą. Choć do tej pory największym aktywem był Synthos - pracuje dla 17 spośród 20 największych producentów opon na świecie, może to wkrótce się zmienić. A to dlatego, że przemysłowiec swój krąg biznesowych zainteresowań przeniósł ostatnio w nieco inne rejony, szczególnie te dotyczące technologii medycznych i zielonej energii. Mówi o inwestowaniu w farmy wiatrowe na Bałtyku, stworzeniu syntetycznego kauczuku i budowie elektrowni atomowej nowej generacji.

2 Tomasz Biernacki

Wartość majątku wynosi 13,1 mld zł. Branża: handel. Miliarder, który podobno jest najszybszym bogacącym się człowiekiem w Polsce. Tylko w ciągu trzech lat wartość jego majątku wzrosła o 9,3 mld złotych. Sukces tkwi w sklepach spożywczych Dino, które stworzył.

3 Zygmunt Solorz

Wartość majątku wynosi 13,1 mld zł. Branża: media, telekomunikacja. Wizytówka telewizji Polsat, jej twórca. Obecnie jednak większe zyski znajduje w platformie satelitarnej Cyfrowy Polsat oraz sieci komórkowej Plus. W 2019 roku zainwestował w Asseco, największą firmę IT w Polsce. Ostatnie duże inwestycje to m.in. przejęcia portalu Interia i dalszej części pakietu Netii. Ale Solorz nie tylko kupuje, ale również sprzedaje, wystawiając maszyny oraz infrastrukturę telekomunikacyjną należącą do Polkomtela. Miliarder ma już na pewno pomysł na zużytkowanie pieniędzy ze sprzedaży, do kolejnych inwestycji.

4 Jerzy Starak

Wartość majątku wynosi ok. 12,9 mld zł. Branża: farmacja. To jeden z biznesmenów o najdłuższym stażu w rankingu. Miniony rok był dla niego udany pod kątem inwestycji i pomnażania wartości majątku. W okresie pandemicznym wartość inwestycji związanych z produkcją leków wzrosła.

5 Dominika Kulczyk

Wartość majątku to ok. 7,6 mld zł. Branża: energia odnawialna, inwestycje. Miniony rok to dobry czas

TOP 10 NAJBOGATSZYCH POLAKÓW

W aktualnym rankingu 100 najbogatszych Polaków miesięcznika „Forbes” znalazło się aż 69 miliarderów. Pokazujemy pierwszą dziesiątkę z nich. Pozycję lidera utrzymał Michał Solowow



Zygmunt Solorz Żak, nr 3 na liście Forbesa

na energetykę odnawialną. Widać to na przykładzie nadzorowanej przez Dominikę Kulczyk Polenergii. Firma podwoiła swoją działalność.

6 Sebastian Kulczyk

Wartość majątku to ok. 6,4 mld zł. Branża: chemia, inwestycje. Po podziale majątku Jana Kul-

czyka, Sebastianowi Kulczykowi przypadła większość inwestycji kapitałowych. Najbardziej trwałym punktem są Autostrady Wielkopolskie. Jednak kluczowy pozostaje pakiet kontrolny akcji Ciechu. Notowania tej spółki spadają, tak więc wycena majątku S. Kulczyka jest niższa. Niewątpliwie odbił się na niej kryzys związany z pandemią. Lockdown gospodarki miał wpływ na spadek zainteresowania sodem i solą. Pozostaje czekać na stabilizację rynkową.

7 Rafał Brzóska

Wartość majątku to ok. 5,7 mld zł. Branża: logistyka, e-commerce. W przypadku tego biznesmena, ewidentnie można mówić o tym, że sytuacja związana z koronawirusem nie przyczynił się do osłabienia jego majątku, a wręcz przeciwnie. Z pewnością jego powrót na listę 100 najbogatszych Polaków „Forbesa”, ma z tym związek. Przypomnijmy, że był na niej już w 2013 roku, a założyciel INPostu zdobył wtedy 28. miejsce. Następnie jednak czekał go szybki spadek, spowodowany problemami finansowymi spółki. Karta powoli zaczęła się odwracać, kiedy Rafał Brzóska znalazł dla spółki nowego inwestora. Miniony rok to wręcz nieprawdopodobny sukces popularności paczkomatów - z 2,7 tys. na koniec 2017 roku, liczba ta wzrosła do 11 tys. w lutym 2021.

8 Zbigniew i Mateusz Juroszek z rodziną

Wartość majątku to 4,8 mld zł. Źródło majątku to zakłady bukmacherskie, nieruchomości. Obecnie największym biznesem jest zarządzany przez Mateusza (syna Zbigniewa) bukmacherski STS. Spółka kontroluje połowę polskiego rynku zakładów, a oferta bukmacherska STS dostępna jest m.in. na rynkach w Wielkiej Brytanii, Niemczech, Norwegii czy Malcie.

9 Maciej i Małgorzata Adamkiewicz

Wartość majątku to 4,7 mld złotych. Maciej i Małgorzata Adamkiewiczowie są właścicielami polskiej firmy farmaceutycznej Adamed. Spółka produkuje 580 produktów nowej generacji, na 70 rynkach. Posiada reprezentację w kilku krajach.

10 Paweł Marchewka

Wartość majątku wynosi 4,1 mld złotych. Źródłem jest branża gier komputerowych. Paweł Marchewka jest prezesem Techlandu - spółki, która wyprodukowała między innymi gry „Dead Island” i „Dying Light”. Utrzymał dziesiąte miejsce w rankingu, porównując z poprzednią edycją.

Oprac. na podstawie miesięcznika „Forbes”
Magdalena Nowacka-Goik

6,6

proc. wyniosła stopa bezrobocia rejestrowanego w lutym br., w porównaniu do poprzedniego miesiąca zwiększyła się o 0,1 proc. W żadnym województwie wskaźnik nie przekroczył 11%.

100,4

mld USD wynosi już wartość majątku Warrena Buffeta, słynnego amerykańskiego inwestora. Jest czwartym z najbogatszych na świecie. Nr 1 to szef Amazon.com Jeff Bezos (180 mld USD).

500

tysięcy złotych zapłacił nabywca za obraz Zdzisława Beksińskiego „Bez tytułu” z 1970 r. To najwyższa kwota na telefonicznej aukcji w Sopockim Domu Aukcyjnym w lutym 2021 r.

64

tysiące zezwoleń na pracę dla obywateli krajów azjatyckich wydano w roku 2020 - wynika z danych Ministerstwa Rozwoju, Pracy i Technologii. Zdaniem ekspertów Personnel Service spadek o 7% w porównaniu rok do roku oznacza odwrócenie trendu wzrostowego notowanego w poprzednich latach. Mimo to pracodawcy nadal będą sięgać po kadrę z Azji, choć głównie zależy im na Ukraincach.



FOT. KARINA TROJOK

133

metry wysokości osiągnął budowany biurowiec .KTW II w Katowicach. Wyższy już nie będzie. Z tym wynikiem ma już oficjalnie status najwyższego budynku w mieście a także w województwie śląskim.

FOT. NBP



10

złotych to nominal srebrowej monety wyemitowanej przez Narodowy Bank Polski, z cyklu „Wielcy ekonomiści”. Rewers monety przedstawia Leopolda Caro, zwolennika solidaryzmu społecznego

427 972

samochody wyprodukowały fabryki w Polsce w 2020 roku - informuje Samar. To dużo mniej w porównaniu do roku 2019, kiedy to z taśm zjechały 621 803 auta.

Stawiamy na nowoczesne inwestycje, bezpieczne dla środowiska i poprawiające jakość życia mieszkańców



FOT. KSSE

O możliwościach rozwoju opolskiego biznesu mówi Jacek Bialik, wiceprezes Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej S.A., kierujący Podstrefą Gliwicką

Tekst: Tomasz Kapica

KSSE istnieje już 25 lat. Jak się rozwijała Strefa przez ten czas?

Ćwierć wieku działalności ugruntowało nas na rynku jako wiarygodnego i solidnego partnera otoczenia biznesu. Od 1996 roku, kiedy została podjęta decyzja o budowie fabryki samochodów osobowych marki Opel, prowadziliśmy ekspansję włączając do Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej tereny inwestycyjne w kolejnych gminach. W województwie opolskim jesteśmy obecni od 2008 roku, czyli od momentu powstania terenów inwestycyjnych w Ujeździe. Od tego czasu w KSSE powstały parki przemysłowe w Gogolinie, Krapkowicach, Kędzierzynie-Koźlu i Oleśnie. W ramach całej Strefy działa obecnie ponad 400 firm, które utworzyły już ponad 80 tys. miejsc pracy.

Jakie możliwości daje specjalna strefa ekonomiczna potencjalnym inwestorom w województwie opolskim?

Rozwój opolskiej gospodarki jest dla nas priorytetem. Stawiamy na nowoczesne inwestycje, bezpieczne dla środowiska i wpływające na poprawę jakości życia mieszkańców. Przede wszystkim inwestor może uzyskać zwolnienie z podatku dochodowego, otrzymując tzw. decyzję o wsparciu, którą na terenie wschodniej części województwa opolskiego wydaje KSSE. Wysokość kwoty, jaką łącznie można odliczyć od podatku w okresie 12 lub 15 lat wynosi do 55% kosztów inwestycji. Aby otrzymać wspomnianą decyzję, przedsiębiorca musi spełnić 5 z 10 kryteriów jakościowych, związanych z charakterem

inwestycji, jej konkurencyjnością oraz dbałością o pracownika.

Czy w związku ze zmianą przepisów o specjalnych strefach ekonomicznych zmieniła się oferta KSSE S.A.?

Od momentu zmiany przepisów cała Polska stała się specjalną strefą ekonomiczną w ramach Polskiej Strefy Inwestycji. Z związku z tym korzyści podatkowe podobne do tych, które obowiązują na obszarach strefy, mogą otrzymywać nowe inwestycje w dowolnej lokalizacji. To ruch na korzyść lokalnych, mniejszych przedsiębiorstw. Mówiąc o nowej inwestycji, mam na myśli np. budowę nowego zakładu albo zwiększenie parku maszynowego istniejącego zakładu, prowadzące do wzrostu wielkości produkcji.

Zmiana przepisów wiąże się też z faktem, że obszar KSSE nie jest już poszerzany. Nasza ekspansja polega obecnie na nawiązywaniu współpracy z gminami w zakresie promowania oraz rozwijania ich terenów inwestycyjnych. Tak, jak robimy to w Leśnicy, Prudniku i Dobrodzieniu.

Utarło się przekonanie, że oferta KSSE jest skierowana do dużych podmiotów. W świetle zmiany przepisów okazuje się, że Strefa jest również atrakcyjna dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw.

W ubiegłym roku MŚP zrealizowały w naszej strefie aż 75 proc. projektów inwestycyjnych. Dziś aktywnie wspieramy mikro, małych i średnich przedsiębiorców oferując ulgi, już nie tylko na terenach strefy, ale w całym obszarze działania KSSE. Co więcej, firmy z sektora MŚP otrzymują specjalne, preferencyjne warunki w postaci niższej minimalnej wartości inwestycji oraz wyższej procentowej kwoty ulgi podatkowej. Ponadto posiadanie statusu MŚP samo w sobie stanowi spełnienie jednego ze wspomnianych wcześniej kryteriów jakościowych.

Co charakteryzuje działki inwestycyjne oferowane przez KSSE?

Nieruchomości dostępne na obszarach przemysłowych KSSE w województwie opolskim to gotowe do zabudowy grunty z dostępem do pełnego zakresu mediów, takich jak: energia elektryczna, sieci wodno-kanalizacyjne, gaz i sieci teleinformatyczne. Nasze tereny posiadają również uchwalone miejscowe plany zagospodarowania przestrzennego i przygotowaną infrastrukturę drogową. Co więcej, znajdują się w atrakcyjnych lokalizacjach, usytuowanych blisko głównych ciągów komunikacyjnych o znaczeniu krajowym i międzynarodowym z dostępem do rozbudowanego lokalnego rynku pracy. Oferujemy zarówno duże, jak i niewielkie działki, dedykowane dla sektora MŚP.

Rok 2020 to był rok pandemii. Czy nowa rzeczywistość wpłynęła na rozwój Strefy?

Pomimo trudnego czasu, który mocno odbił się na sytuacji gospodarczej na świecie, nasza Spółka realizuje wszystkie zamierzone działania. Prowadzimy inwestycje infrastrukturalne, m.in. budowę oczyszczalni ścieków w Ujeździe lub drogi dojazdowej do terenów przemysłowych w Prudniku. Dodatkowo w trudnych czasach pandemii COVID-19 aktywnie staraliśmy się przeciwdziałać negatywnym skutkom gospodarczym i na początku marca uruchomiliśmy Specjalną Strefę Wsparcia KSSE, w ramach której przedsiębiorca może uzyskać bezpłatne konsultacje prawne, podatkowe, finansowe, a także informacje nt. dostępnych instrumentów wsparcia i nowych narzędzi dla biznesu. Ponadto umożliwiliśmy, za pośrednictwem naszej wewnętrznej giełdy usług, dodatkową wymianę produktów i usług pomiędzy firmami w strefie. Jeśli chodzi o inne działania, niezwiązane z pandemią, powołaliśmy do życia Hub'a Innowacji Cyfrowych pn. Silesia Smart Systems. Jest to platforma współpracy instytucji otoczenia biznesu, jednostek naukowych i uczelni, skupiającą się na wsparciu przedsiębiorstw przemysłowych w procesach transformacji cyfrowej. Inicjatywa posiada, między innymi, rekomendację Marszałka Województwa Opolskiego.

Pomimo, że kryzys pandemiczny jeszcze się nie skończył, obecne dobre wskaźniki polskiej gospodarki, pozwalają nam optymistycznie patrzeć w przyszłość. Nadal będziemy dbać o dobre warunki dla inwestycji na Opolszczyźnie.



FOT. KSSE

Na inwestycje w Ujeździe zdecydowało się już 8 firm związanych m.in. z branżą automotive

JESTEŚ PRZEDSIĘBIORCĄ Z SEKTORA MIKRO-, MAŁYCH I ŚREDNICH FIRM?

Zainwestuj na terenach **Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej** w województwie opolskim i otrzymaj zwrot z podatku dochodowego nawet przez 15 lat!

UJAZD:

- Dostępne 120 ha wolnego terenu
- Atuty lokalizacji: przy samej A4, pomiędzy węzłami Strzelce Opolskie i Kędzierzyn-Koźle
- Pełna infrastruktura techniczna: drogi, woda, kanalizacja, energia elektryczna, gaz



OLEŚNO:

- Dostępne 24 ha wolnego terenu
- Perspektywiczna lokalizacja: przy powstającej S11
- Pełna infrastruktura techniczna: drogi, woda, kanalizacja, energia elektryczna, gaz



KĘDZIERZYN-KOŹLE:

- Dostępne 42 ha wolnego terenu
- Atuty lokalizacji: połączenie transportowe - 15 km od A4 (węzeł Łany), port rzeczny na Kanale Gliwickim, bocznicą kolejową sąsiadującą z terenami Strefy
- Pełna infrastruktura techniczna: drogi, woda, kanalizacja, energia elektryczna, gaz



KRAPKOWICE:

- Dostępne 60 ha wolnego terenu
- Atuty lokalizacji: przy samej A4, węzeł Opole Południe
- Pełna infrastruktura techniczna: drogi, woda, kanalizacja, energia elektryczna, gaz



GOGOLIN:

- Dostępne 8 ha wolnego terenu
- Atuty lokalizacji: połączenie transportowe: 5 min. od A4 (węzeł Gogolin), linia kolejowa
- Pełna infrastruktura techniczna: drogi, woda, kanalizacja, energia elektryczna, gaz



DOBRODZIEŃ:

- Dostępne 44 ha wolnego terenu
- Atuty lokalizacji: bliskość powstającej S11, zagłębie przemysłu meblarskiego

PRUDNIK:

- Dostępne 10 ha wolnego terenu
- Atuty lokalizacji: pomiędzy DK 40 i DK 41; 7 km do przejścia granicznego Trzebina - Bartultovice

LEŚNICA:

- Dostępne 37 ha wolnego terenu
- Atuty lokalizacji: teren płaski, 13 km do A4, bliskość linii kolejowej



FOT. PROTEC

Są na Śląsku Opolskim od 30 lat. I trzymają poziom

Tekst: Krzysztof Ogiolda

Firma PROTEC Spółka z o.o. przybyła do podopolskich Chróścic dokładnie 30 lat temu - w marcu 1991 roku. Na rocznicowe uroczystości trzeba będzie poczekać do pokonania pandemii, ale świadomość ciągłości jest dla właścicieli i dla pracowników ważna.

- Rodzina Perez postanowiła wtedy właśnie w Chróścicach zainicjować działalność gospodarczą - mówi Tomasz Graca, dyrektor generalny. - Właściciele uznali, że to lepsze rozwiązanie niż zapraszanie - jak to się działo w latach 80. XX wieku - pracowników ze Śląska Opolskiego do pracy w Niemczech. Niemiecką siedzibą firmy jest Kolonia w Nadrenii Północnej Westfalii. Pierwsza firma pana Pereza działała w Opolu pod nazwą „Uszczelka” na przełomie lat 80. i 90.

Na początku Protec produkował właśnie uszczelki, również metalowe, dla branży automotive oraz elementy kompletnego systemu rynnowego, a także opierzenia i obróbki blacharskie.

- Zaczęliśmy z tego słynąć - podkreśla pan Graca - i pokrywaliśmy znaczącą część polskiego rynku metalowych systemów rynnowych. Są one bardzo popularne w Niemczech jako bardziej trwałe od plastikowych. Przez ponad dwie dekady byliśmy wiodącym producentem kompletnych systemów rynnowych z metalu. Najpierw z miedzi, a kiedy ta wyszła z mody, z tytan-cynku. Jest to bardzo trwały materiał, którego żywotność wynosi ponad 50 lat (dla porównania, rynny plastikowe i stalowe mają trwałość rzędu kilkunastu lat).

**Akademia
Protec została stworzona,
by rozwijać
wiedzę
i doskonalić
umiejętności
pracowników
na każdym
szczeblu**

Kiedy produkcja rynien i rur stała się mniej opłacalna, firma Protec stała się producentem elementów mocujących i części montażowych różnych konstrukcji metalowych, przede wszystkim ze stali nierdzewnej i konstrukcyjnej, ale także z miedzi, oraz w coraz większym stopniu z aluminium. Firma dostarcza swoje wyroby do różnych sektorów gospodarki, m.in. energetycznej (solary i fotowoltaika), budowlanej i telekomunikacyjno-instalacyjnej (elementy szaf serwerowych i elektrycznych).

- Naszych produktów nie kierujemy bezpośrednio do odbiorców jednostkowych - podkreśla Tomasz Graca. - Produujemy - najczęściej pod indywidualne potrzeby klientów - dla odbiorców hurtowych, znanych marek branży budowlanej i montażowej oraz firm instalatorskich, tak w Polsce, jak i w Niemczech. Siedemdziesiąt procent produkcji trafia na eksport (głównie do Niemiec oraz do Hiszpanii, Francji, Skandynawii, krajów Beneluxu, ale także do Stanów Zjednoczonych), trzydzieści procent na rynek polski.

Pierwszymi pracownikami firmy Protec w Chróścicach byli ludzie, którzy związali się z rodziną Perez jeszcze w Niemczech (niektórzy z nich świętują wraz ze spółką 30-lecie pracy w niej). Dzisiaj zatrudnia ona 235 osób. W przeważającej części są to mieszkańcy gmin Dobrzeń Wielki i Popielów. Ale coraz częściej przyciąga ona także mieszkańców Opola.

- Bazujemy na ciągłości i trwałości zatrudnienia, bo jesteśmy firmą rodzinną i partnerską. Znajdujemy złoty środek między wydajnością i skutecznością oraz stawianiem twardych celów, a dobrą, życzliwą atmosferą - zwraca uwagę pan Graca - staramy się działać w myśl motto założyciela firmy - Jose Luisa Pereza - „Relacja pracownik - pracodawca to ciągłe wzajemne dawanie i branie”.

Dobrze, by potencjalny pracownik Protecu miał pojęcie o obróbce metalu. Ale może też liczyć na przeszkolenie i edukację na miejscu. Ponieważ na obecnym rynku pracy częściej kobiety poszukują zatrudnienia, stanowią one już około 40 procent załogi.

- Przyjmując panie, bierzemy pod uwagę wszystkie wymogi wynikające z prawa pracy, BHP i ewentualne obciążenia - mówi Tomasz Graca. - Zapewniamy takie miejsca pracy, gdzie panie - także przy obsłudze maszyn - radzą sobie świetnie. Raczej nie

Nasze firmy *Rozwój*

ma ich tam, gdzie praca wymaga większego fizycznego wysiłku, np. w lutowni, gdzie wytwarzane są akcesoria rynnowe.

Do pracy przy nowoczesnych maszynach sterowanych numerycznie CNC - szlifierekach, elektrodrążarkach, frezarkach potrzebni są specjaliści.

- Na rynku pracy niełatwo ich znaleźć - dodaje dyrektor. - O tego typu pracownika toczy się dość ostra walka konkurencyjna, toteż często kształcimy ich sami. Jest nam przykro, kiedy takiego specjalistę odbije nam potem inna firma, bo i tak się zdarza.

Protec obecnie coraz bardziej rozwija współpracę z Politechniką Opolską i planuje współpracę z placówkami szkolnictwa średniego - szkołami zawodowymi i technikami.

- Z politechniką współpracujemy od dawna, ale dotychczas odbywało się to nieregularnie - precyzuje Tomasz Graca. - Teraz będziemy współpracować szerszej, biorąc udział m.in. w Targach Pracy, a nasz dział HR gotów jest prowadzić szkolenia, by zainteresować studentów kierunków technicznych. Potrzebujemy także inżynierów, ponieważ mamy własny dział konstrukcyjny i narzędziownię. To jest nasze serce i wyróżnik. Jesteśmy samowystarczalni, gdy chodzi o wytwarzanie przyrządów, przy użyciu których potem wytłaczamy elementy produktów. Zamawianie ich na zewnątrz byłoby o wiele bardziej czasochłonne i kosztowne.

Dyrektor podkreśla rodzinny charakter firmy i wynikającą z niego troskę o pracowników i o relacje z nimi.

- W roku trzydziestolecia zależy nam szczególnie, by pracownicy czuli się bezpiecznie i byli dumni z tego, że w firmie Protec pracują - deklaruje Tomasz Graca. - W zeszłym roku stworzyliśmy kanon wartości, którymi chcemy żyć i dzięki którym się rozwijamy. Należą do nich uczciwość, kapitał ludzki, współodpowiedzialność, aktywność społeczna, rentowność, zorientowanie na klienta oraz zdrowe i przyjazne środowisko pracy. Niepisaną dewizą spółki była, jest i będzie szeroko pojęta elastyczność w działaniu, pozwalająca na skuteczne funkcjonowanie w ciągle zmieniającym się otoczeniu. Potwierdza to stabilność w kryzysie pandemicznym.

Dyrektor wymienia, na jakie benefity pracownicze się to przekłada. Należą do nich bezpieczeństwo i stabilność - wszystkie wynagrodzenia są w pełni opodatkowane i zawsze - przez 30 lat - są wypłacane na czas. Pracodawca wypłaca premie frekwencyjne, a także uznaniowe premie przyznawane przez kierowni-

ków. Nowym pomysłem jest premia zespołowa, nagradzająca współodpowiedzialność za rozwój firmy. Pracownicy korzystają także z premii świątecznej, a w połowie roku - mimo kryzysu - wypłacono im premię wynikową, bo też firma właśnie dobre wyniki uzyskała i podzieliła się z załogą.

Pracownicy mają zapewnione do dyspozycji także pakiety medyczne i atrakcyjne pakiety ubezpieczeń grupowych. Co miesiąc trzech z nich zostają pracownikami miesiąca i mogą liczyć na tysięcy złotych nagrody. Z końcem zeszłego roku firma wprowadziła karty sportowe (na razie korzystanie z nich utrudnia pandemia). Można dzięki nim korzystać z siłowni, albo z innych form fizycznej aktywności (pracownik pokrywa tylko połowę kosztów). Protec proponuje też udział w różnych akcjach lojalnościowych (jeśli pracownik przyklei na samochód firmową naklejkę, otrzymuje bon na tankowanie).

W ubiegłym roku założono w firmie Akademię Protec, która ma służyć podniesieniu kompetencji pracowników. W jej ramach dział m.in. biblioteka dla załogi. Firma finansuje kursy językowe. Obecnie angielskiego, wcześniej niemieckiego i hiszpańskiego. W planach jest założenie koła rowerowego. Wyróżnikiem Protec jest Orkiestra Dęta Protec, która działa także przy Stowarzyszeniu Ochotniczej Straży Pożarnej w Dobrzemiu Wielkim i w sezonie daje około 20 koncertów w gminie i w województwie.

W ramach społecznej odpowiedzialności biznesu Protec wspiera m.in. straż pożarną oraz zespół ratownictwa medycznego, kupuje koszulki dla lokalnych klubów piłkarskich (Viktoria Chróścice, szkoła dziecięca Interu Siołkowice), uczestniczy w akcjach dobroczynnych (np. „Gaszyn Challenge dla Emilii”), wspomaga przedszkola i szkoły oraz grupy zainteresowań dzieci i młodzieży oraz organizację lokalnych festynów.

- Działamy zgodnie z wszelkimi wymogami prawa, bhp i ochrony środowiska na bazie Zintegrowanego Systemu Zarządzania wg norm ISO - podsumowuje Tomasz Graca. - Jesteśmy ekologicznie odpowiedzialni. Stosujemy systemy filtracji przemysłowej, nie emitujemy pyłów ani zanieczyszczeń do atmosfery. Nasze rozwiązania technologiczne są przyjazne dla środowiska, a zużyte surowce sortujemy i utylizujemy w profesjonalny sposób. Jako podwykonawców od lat chętnie wybieramy pobliskie lokalne firmy. Na przełomie roku Protec został Gazetą Biznesu 2020, już po raz szósty w historii.

Manuel Perez, prezes zarządu:

- Chcę, aby rozwój, jaki miał miejsce w roku 2020, był kontynuowany i był postęp, bo to zagwarantuje nam sukces.

Oznacza to przede wszystkim dalszy rozwój kompetencji kierowniczych i wdrażanie dobrych praktyk wypracowanych w roku ubiegłym. Od kierowników w poszczególnych obszarach oczekuję inicjatywy, kreatywności oraz gotowości do inicjowania dalszych zmian organizacyjnych, technicznych i większego wykorzystania potencjału pracowników.



FOT. PROTEC

W firmie Protec w Chróścicach odbywa się m.in. produkcja akcesoriów rynnowych.

Bilet na A4 kupisz na stacji

*Nadchodzi prawdziwa
rewolucja jeśli chodzi
o formę poboru opłat
za przejazd
państwowymi
autostradami A2 i A4.
Za przejazd będzie
można zapłacić
na przykład na stacji
benzynowej*

Tekst: Anna Dziedzic



Ministerstwo Finansów przygotowuje wprowadzenie nowego sposobu poboru opłat za przejazd autostradą. Dla wielu kierowców, zwłaszcza tych na bakiery z elektronicznymi gadżetami, będzie to spore ułatwienie. Wśród wielu możliwości zawarto także i tę, dla zwolenników „analogowych” płatności. Ale od początku.

Prawdopodobnie zmiany wejdą w życie dopiero w ostatnim kwartale 2021 roku, ale warto wiedzieć na czym będą polegały.

Główne założenie to możliwość przejechania przez autostradowe bramki bez zatrzymywania się na nich. Obecnie taki sposób jest już możliwy na kilku polskich autostradach. Polega na użytkowaniu specjalnej aplikacji w smartfonie, przez którą następuje płatność podczas mijania bramek autostradowych, lub inna możliwość to zainstalowanie w samochodzie specjalnego urządzenia pokładowego. Te elektroniczne sposoby są jednak w głównej mierze wdrażane na prywatnych odcinkach polskich autostrad. Tymczasem chodzi o wprowadzenie ich również na odcinkach zarządzanych przez państwo.

1 lipca 2020 r. Szef Krajowej Administracji Skarbowej przejął zadanie pobierania opłaty na dwóch odcinkach państwowych autostrad: Konin - Stryków na autostradzie A2 oraz Bielany Wrocławskie - Sośnica na autostradzie A4.

Obecnie opłata za przejazd na tych odcinkach jest pobierana w sposób manualny, z wykorzystaniem bramek, czyli możliwością zakupu biletu na przejazd u obsługi pobierającej opłatę) lub elektronicznie, przy użyciu dedykowanych urządzeń OBU (viaBOX lub viaAUTO) w technologii radiowej (DSRC).

Jak przekazało Ministerstwo Finansów, szef KAS został zobowiązany do wdrożenia i budowy nowego systemu do poboru opłat od pojazdów ciężkich, opartego o technologię pozycjonowania satelitarne. Nowy system będzie w pełni zintegrowany z wdrożonymi już systemami Ministerstwa Finansów m.in. ANPRS czy SENT oraz będzie elementem e-Urzędu Skarbowego, umożliwiającego kompleksową integrację e-usług resortu finansów.

- Biorąc pod uwagę potencjał nowego systemu dla pojazdów ciężkich, budowa osobnego systemu informatycznego, tylko dla dwóch odcinków autostrad, obsługujących jedynie część podróżnych, którzy zdecydowali się korzystać z videotollingu jest nie-

zasadna. Dlatego unieważniono, ogłoszony w styczniu 2020 r. przez Głównego Inspektora Transportu Drogowego, przetarg na automatyzację podnoszenia szlabanów dla pojazdów lekkich - mówił Przemysław Koch, pełnomocnik ministra finansów do spraw informatyzacji. - Wdrożenie videotollingu ograniczyłoby, a nie rozwiązało problem tworzących się korków przed bramkami - dodał.

Z polskich autostrad znikną budki na bramkach

Krajowa Administracja Skarbowa, kierując się korzyścią dla obywateli zapowiedziała dążenie w dłuższej perspektywie, do odejścia od manualnego poboru opłaty za przejazd autostradą. Czyli po prostu chce zlikwidować znane wszystkim kierowcom autostradowe budki na bramkach, w których możemy przy pomocy karty lub gotówką zapłacić za przejazd autostradą. Wiadomo, że tego typu forma poboru opłat, choć wygodna, jest też powodem tworzenia się przy bramkach ogromnych korków. Złazcza w momentach natężonego ruchu na autostradzie, czyli na przykład powrotów z wakacji czy też z tzw. długich weekendów. Nowe formy poboru opłat mają być nowoczesne i nie generować niepotrzebnych korków.



Jednak wśród technologicznych nowinek proponowanych przez KAS, znalazła się także „analogowa” możliwość zapłacenia za przejazd autostradą. Taka możliwość to na przykład zakup biletu autostradowego na stacjach benzynowych. Ale to nie jedyna możliwość.

Bilet autostradowy będzie można kupić nie tylko poprzez nowoczesne kanały dystrybucji online, np. serwis internetowy, terminale samoobsługowe, aplikację mobilną (udostępniona przez resort finansów lub przez partnerów zewnętrznych). To również możliwość jego kupienia na stacji paliw, czy w kiosku. Jak podkreślają urzędnicy, będzie to także wygodne dla osób, które nie korzystają z rozwiązań cyfrowych. Z punktu widzenia niektórych kierowców, zaletą będzie zakup biletu autostradowego, bez konieczności przekazywania danych geolokalizacyjnych i wykorzystywania urządzenia z nadajnikiem GPS.

Dla tych, którzy nie boją się urządzeń elektronicznych powiązanych z GPS jest też druga opcja poboru opłat podstawie danych geolokalizacyjnych przekazywanych do Systemu Poboru Opłaty Elektronicznej KAS, analogicznie jak to ma miejsce dla pojazdów ciężkich np. z wykorzystaniem bezpłatnej aplikacji mobilnej.

Zmiany najwcześniej pod koniec przyszłego roku

Przedstawione rozwiązania, choć wyglądają atrakcyjnie i z punktu widzenia kierowców należałoby je wprowadzić do użytku od razu, muszą jeszcze poczekać. Ze względu na wiążące Ministerstwo Finansów umowy z podwykonawcami na obsługę bramek, najwcześniejszy możliwy termin zaprzestania poboru opłaty za przejazd autostradą w sposób manualny to czwarty kwartał 2021 r. Możliwość rozliczania opłaty za przejazd autostradą dla pojazdów lekkich w Systemie Poboru Opłaty Elektronicznej może zostać uruchomiona wcześniej. Obecnie trwają prace nad szczegółami koncepcji.

Najwcześniejszy termin zaprzestania poboru opłaty za przejazd autostradą manualnie to IV kw. 2021 r.

Prywatni koncesjonariusze promują elektronikę

Prywatni koncesjonariusze już od kilku lat wdrażają u siebie elektroniczne płatności, dzięki którym kierowca wjeżdżający na autostradę A1 między Toruniem i Gdańskiem i A4 między Katowicami i Krakowem - nie musi się zatrzymywać przed szlabanem na bramkach. Daje to efekty, bo prawie od 21 do 30 procent kierowców już korzysta z tego typu nowinek. Wciąż jednak można tu i raczej będzie można w najbliższej przyszłości kupić bilet na przejazd autostradą u obsługi czyli w budce przy szlabanie.

- Utrzymanie tzw. bramek jako infrastruktury służącej poborowi opłat jest obowiązkiem Stalexport Autostrady Małopolskiej SA jako strony umowy koncesyjnej - mówi Rafał Czechowski, rzecznik SAM. - Kształtowanie modelu poboru opłat na publicznych drogach płatnych (a takimi są wszystkie autostrady płatne w PL) należy wyłącznie do państwa. W celu minimalizacji uciążliwości związanych z istnieniem PPO, w ramach możliwości, jakie daje obowiązująca do 2017 umowa koncesyjna, wprowadzamy udogodnienia w oparciu o dostępne technologie - jak videotolling (płatności z użyciem aplikacji na smartfony), czy płatności dokonywane za pomocą urządzeń pokładowych A4Go i Telepass. Korzysta z nich regularnie już ponad 30 proc. kierowców - dodaje Rafał Czechowski.

Podobna sytuacja jest na A1 na odcinku koncesyjnym zarządzanym przez Gdańsk Transport Company S.A. na tej części A1 możliwe jest opłacenie przejazdu manualnie tj. placąc gotówką bądź kartą oraz automatycznie przy wykorzystaniu systemu AmberGO (videotolling).

Bramki tu raczej prędko nie znikną, ale kierowcy przekonali się już, że warto korzystać z płatności elektronicznych i wjeżdżać na autostradę bez zatrzymywania się na nich.

- Efektywność systemu AmberGO potwierdzają statystyki z placów poboru opłat, które pokazują jak realnie wpływa ona na wzrost przepustowości bramek - potwierdza Anna Kordecka, rzeczniczka GTC SA. - AmberGO cieszy się rosnącym zainteresowaniem ze strony kierowców aktualnie 21 procent transakcji odbywa się z wykorzystaniem płatności automatycznych. Nieustannie pracujemy nad tym, aby poszerzyć możliwości dołączania do systemu AmberGO. Aktualnie można to zrobić poprzez dwie aplikacje płatnicze Autopay i SkyCash, dodatkowo usługa Autopay dostępna jest w 4 bankach oraz w aplikacji Yanosik. W kolejnych miesiącach będziemy pracować nad dalszym poszerzaniem możliwości dołączenia do systemu AmberGO, zarówno poprzez kolejne aplikacje jak i karty flotowe. Obecnie nie rozważamy zmiany systemu poboru opłat i przejścia na inne rozwiązania w tym likwidację bramek. Należy także zaznaczyć, że z uwagi na zawartą umowę koncesyjną wszelkie zmiany w systemie i metodach płatności wymagają polecenia zmiany i zatwierdzenia ze strony ministra infrastruktury - dodaje Kordecka.

Wydaje się więc, że na razie autostardowe bramki będą znikły jedynie z odcinków zarządzanych przez państwo, choć jeśli ten system uzyska akceptację kierowców z pewnością zostanie także wdrożony na koncesjonowanych odcinkach polskich autostrad.

FOT. TARIADUSZ GOLA

Jak sieciowe sklepy odbijają handel na wsi i w małych miastach

Tekst: Radosław Dimitrow

Duże sieciowe koncerny coraz chętniej otwierają swoje sklepy w małych miastach, a także gminach wiejskich. Inwestują w terenie miliony złotych, sukcesywnie wypierając lokalnych sprzedawców.

Pod tym względem prawdziwa, handlowa rewolucja nastąpiła w ciągu ostatniego roku w Strzelcach Opolskich. Pomimo epidemii koronawirusa koncerny wybudowały w mieście dwa duże pasáže handlowe, w których powstało ponad 20 sieciowych sklepów. Inwestorzy upatrzyli sobie tereny w rejonie miejskiego targowiska, które jest jednym z największych takich miejsc na Opolszczyźnie.

Spółka Fortis wybudowała tutaj centrum handlowe Premium Park. Nowy kompleks ma powierzchnię 4 tysięcy metrów kwadratowych. Całość skomunikowana została drogami wewnętrznymi, przy których usytuowano 180 miejsc postojowych. Powstał tam sklepy m.in. z artykułami dla domu i ogrodu, sklep obuwniczy, drogeria, punkt ze sprzętem RTV i AGD, a także sklep sportowy, piekarnia, mięsny i sklep zoologiczny.

- Nasi kluczowi najemcy to: KiK, Deichmann, Hebe, Neonet i Martes Sport - wyliczał jeszcze w trakcie realizacji inwestycji Tomasz Rybarczyk z firmy Fortis Investments

Niedługo po tym w pasażu handlowym ruszyła m.in. Żabka i Tedi, a obecnie trwa wyposażanie lokali dla sklepów 4F, Top Secret, Tedi, KS Sport.

Jakby tego było mało, po drugiej stronie targowiska powstał kompleks „A Centrum”. To park handlowy z 10 sklepami i około 160 miejscami postojowymi.

DUŻE SIECI POD LUPĄ

LIDL - niemiecka sieć prowadząca działalność na terenie całej Europy. Obecnie w 29 krajach funkcjonuje blisko 11 200 sklepów tej marki, a w Polsce ponad 700.

DINO - polska sieć sklepów notowana na GPW, na którą składa się blisko 1500 marketów. Jest to jednocześnie jedna z najszybciej rozwijających się sieci w kraju.

W Strzelcach Opolskich działają ponadto trzy Biedronki, Dino, Kaufland, Polomarket i Lidl. Ta ostatnia sieć przymierza się właśnie do budowy kolejnego marketu. Buduje swój sklep jednocześnie w Zawadzkiem.

Roman Kozieł, prezes Stowarzyszenia Handlowców Ziemi Opolskiej, przyznaje, że duży gracz działający w handlu, prowadzi obecnie inwestycje na niespotykaną dotąd skalę.

- Lokalnym handlowcom jest bardzo trudno konkurować z dużymi sieciami, bo nie mają gigantycznego zaplecza marketingowego - tłumaczy Roman Kozieł. - Markety reklamują się masowo w telewizji, radiu i internecie, a do tego wydają własne gazetki reklamowe. Duże sieci przekonały w ten sposób klientów, że są tanie, eksponując codziennie produkty objęte promocjami. Tymczasem jeśli przyjrzymy się całemu koszykowi zakupów, to okazuje się, że tak tanio już nie jest, a w niektórych przypadkach nawet drożej niż u lokalnego sprzedawcy.

Jak zauważa Roman Kozieł, obecnie bardzo ekspansywną politykę prowadzi m.in. Dino. Markety z logo tej sieci konkurują obecnie ze sklepami w małych gminach, a nawet na wsiach. Tylko w powiecie strzeleckim Dino ma pięć marketów, a w ostatnich latach otworzyło dwa kolejne sklepy, m.in. w Jemielnicy i Leśnicy. By móc z nimi konkurować, część lokalnych sprzedawców zdecydowała się na wejście we franczyzę, bo dalsza działalność w pojedynkę byłaby skazana na porażkę.

- Klienci robiąc zakupy często nie zwracają uwagi na to, czy wspierają lokalny biznes, a przecież od tego zależy, czy do gminy i powiatu, w którym mieszkają, będą napływać podatki. Pod tym względem lokalny patriotyzm w zasadzie nie istnieje - zauważa Ireneusz Goliszewski, który prowadzi lokalne sklepy m.in. w Leśnicy i Jemielnicy pod szyldem „Stokrotka”.

Goliszewski prognozuje także, że jak tak dalej pójdzie, to lokalne sklepy będą upadać.

- Co prawda, epidemia koronawirusa obnażyła nieco słabość marketów, dokładnie to, że ciężko w nich o zachowanie dystansu między klientami, ale to nie odwróciło pewnych trendów - dodaje. - Przy takim napływie dużych koncernów lokalne sklepy mogą nie wytrzymać konkurencji. Lokalny handel raczej jest skazany na przejęcie przez dużych graczy.



Sklepy dużych marek masowo weszły do Strzelc Opolskich, zagarniając dla siebie sporą część lokalnego rynku.

FOT. RADOŚLAW DIMITROW

Relacje z mediami to nie tylko korzyść na zewnątrz, ale i wewnątrz organizacji

Tekst: Szymon Janicki

Dwie historie. Katarzyna, właścicielka rodzinnej sieci restauracji, przejęła prowadzenie biznesu na początku zeszłego roku. Obok nowych obowiązków wyzwaniem, przed jakim stanęła nowa CEO, było zarządzanie większym zespołem i przededefiniowanie relacji z menedżerami, którzy stali się jej bezpośrednimi podwładnymi. Wybuch pandemii koronowirusa i ogromny kryzys, który ją dotknął, oznaczał konieczność przebudowy dotychczasowego modelu sprzedaży, strategii komunikacji z klientem i zwinnym reagowaniem na dynamicznie zmieniające się okoliczności i wymogi epidemiczne.

Paweł to młody, ale już doświadczony lekarz, ceniony w środowisku oraz wśród pacjentów. Pandemia koronowirusa spowodowała, że na kilka tygodni zmuszony był ograniczyć przyjmowanie pacjentów. Na szczęście, dzięki wprowadzonym procedurom, stosunkowo szybko gabinet znów został otwarty, a wraz z tym stopniowo zaczęli wracać także pacjenci.

Te dwie historie łączy fakt, że ich bohaterowie, którzy na kilka tygodni przed pojawieniem się COVID-19 w naszym kraju, zaczęli intensywne działania związane z komunikacją poprzez media i portale dla profesjonalistów. Więcej. Nie przerwali ich, kiedy nastąpiło zamrożenie gospodarki i do dziś je kontynuują. To dwie historie są potwierdzeniem tego, że relacje z mediami mogą być efektywnie niezależnie od otoczenia biznesowego.

- Media mogą być skutecznym kanałem dotarcia do nowych grup docelowych oraz zyskiwania przewagi konkurencyjnej. Klucz do sukcesu to dobry plan komunikacji, a także efektywne działania w obszarze relacji z mediami. Żeby rzeczywiście tak było, muszą być systematyczne i długofalowe, a dostarczany контент wartościowy - mówi Jakub Marcjasz, trener, ekspert w obszarze relacji z mediami i zarządzania informacją w KOBOLD.

W pandemii media jeszcze popularniejsze

Badania przeprowadzone w USA po pierwszej fali pandemii pokazały, że aż „95% konsumentów

potwierdza, że przeznacza w domu więcej czasu na korzystanie z mediów. Przede wszystkim częściej zapoznaje się z doniesieniami medialnymi, ale też intensywniej korzysta z usług streamingowych, używa komunikatorów i mediów społecznościowych oraz wrzuca do sieci materiały wideo” (cyt. za ICAN Institute).

- Te dane dobrze pokazują, że działań związanych z komunikacją poprzez media nie warto przerywać. Więcej. To dobry moment, aby je rozpocząć, bo to konkretne korzyści dla organizacji oraz jej lidera, zarówno w komunikacji zewnętrznej, jak i wewnętrznej - mówi Jakub Marcjasz.

Potwierdzeniem tych słów są doświadczenia naszych bohaterów. Dla Katarzyny aktywne działania w mediach nie tylko pozwoliły na podtrzymanie relacji z klientami, ale także nawiązaniem nowych relacji biznesowych, które wysoce prawdopodobnie zaowocują nowymi projektami. Wzmocniły także jej leadership wewnątrz firmy, bo odbiorcami komentarzy, które regularnie udziela mediom, są także jej pracownicy. Kontakty z dziennikarzami zaowocowały także większą swobodą podczas spotkań z zespołem. Paweł z kolei przyjmuje coraz więcej pacjentów. Ci przede wszystkim stawiają na jakość leczenia, dlatego też ze zrozumieniem podchodzą do ceny oferowanych usług (także ich wzrostu), co wcześniej nie zawsze się zdarzało.

- Media, dzięki swojej masowości są ważnym elementem kreowania rzeczywistości, w jakiej funkcjonujemy. Dla firm, które każdego dnia stają przed trudnym zadaniem przyciągania uwagi swoich interesariuszy, są ważnym narzędziem kształtowania pozytywnego wizerunku, wywoływania określonych zachowań, zmian nastawienia. A dzięki dostarczaniu - to bardzo ważne! - wartościowych treści, liderzy poprzez media mogą stać się opinion leaders, co bezpośrednio przekłada się na ich biznes - podkreśla ekspert KOBOLD.

Relacje z mediami w czasie pandemii COVID-19

Firmy, ze względu na prowadzoną strategię komunikacji, możemy podzielić na dwie grupy.

W pierwszej są te, które prowadzą stałą i konsekwentną komunikację zewnętrzną poprzez media. W ich przypadku pojawienie się COVID-19 nie zmieniło zbyt wiele, a dzięki komunikacji poprzez media mogły pokazać swoje dźwignie sprzedażowe.

W drugiej grupie są firmy, które szukając nowych kanałów komunikacji, które pozwoliłyby im dotrzeć do grup docelowych, decydowały się na rozpoczęcie działań poprzez czołowe portale internetowe.

Dlaczego warto to robić? Jakie korzyści dzięki prezentowaniu swojej opinii w mediach odnosi organizacja oraz jej lider?

- Zrozumienie i większa akceptacja dla decyzji, jakie podejmowane są wewnątrz organizacji, dzięki kontrolowaniu narracji przekazu. Mimo trudnej sytuacji to przestrzeń na wzmocnienie pozycji lidera. Żeby rzeczywiście tak było, konieczna jest spójność w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, co zresztą jest drogą do sukcesu nie tylko w tym obszarze. Wzmocnienie relacji z grupą interesariuszy oraz działań sprzedażowych (komunikacja jest ważna w szczególności na etapie podjętych już negocjacji w procesie sprzedażowym) - mówi ekspert KOBOLD. - Media to jedno z narzędzi budowania twojej pozycji, jako lidera opinii (wywieranie wpływu na właścicieli, inwestorów, pracowników, klientów, instytucje). Warto to wykorzystać właśnie teraz, kiedy docierają one do rekordowej liczby odbiorców, a co daje duże przełożenie na zasięg i wpływ - podsumowuje Jakub Marcjasz.

Jakub Marcjasz - ekspert w obszarze relacji medialnych i zarządzania informacją w agencji konsultingowej KOBOLD. Odpowiada za tworzenie i funkcjonowanie planów komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w organizacjach. W procesach personal brandingowych odpowiada za lokowanie klientów w mediach zgodnie z kierunkiem strategii.



FOT. 123RF



Aktywne działanie przedsiębiorców w mediach ma duże znaczenie w pandemii

Rafako z Raciborza na granicy przeżycia. Kto uratuje największą fabrykę kotłów w Europie?

*Czy Polska może sobie
pozwolić na upadek
Rafako? Dlaczego
państwowe firmy chcą
przyłożyć do tego rękę?
W jakiej sytuacji obecnie
jest największy
producent kotłów
w Europie, ostatnia
polska spółka z tego
sektora gospodarki?*

Tekst: Jacek Bombor



Raciborska Fabryka Kotłów - Rafako - jeden z największych pracodawców w Raciborzu, mocny punkt na mapie śląskiej gospodarki, od września ubiegłego roku znajduje się w trudnym procesie restrukturyzacji - to był już efekt kilkuletnich problemów, w jakich znalazła się firma. Niestety, problemy raciborskiego giganta były na tyle duże, że dziś może go jedynie uratować inwestor zewnętrzny z wizją, wierzący, że firma, która maczała palce we wszystkich najważniejszych inwestycjach w budowę gigantycznych kotłów węglowych w ostatnich 70 latach w Polsce, może się podnieść i odnaleźć w nowoczesnych technologiach.

Nowe władze fabryki na trudny czas

Ostatnie trzęsienie w Rafako miało miejsce 22 stycznia - tego dnia zmieniło się szefostwo, które ma (musi) wyprowadzić firmę na prostą. Prezesem został Radosław Domagalski-Łabędzki. Do zarządu wszedł Maciej Stańczuk (odpowiada za proces pozyskania inwestora strategicznego). Z kolei nowy prezes wziął sobie za cel odbudowanie zaufania do firmy z kluczowymi kontrahentami. Poprzedni prezes, który złożył rezygnację, Mariusz Zawisza, wcześniej doprowadził do zawarcia układu z wierzycielami. Ale na tym jego rolę się skończyła. To był bardzo ważny etap, pozwalający przejść do kolejnego kroku, ozyśkaniainwestora dla RAFAKO - powiedział Piotr Zimmerman,

Przewodniczący Rady Nadzorczej RAFAKO S.A. w restrukturyzacji.

Odwołano też wiceprezes Ewę Porzucek. W zarządzie ostał się wiceprezes Jarosław Pietrzyk, odpowiedzialny za realizację kontraktów. Firma wie, że misja powierzona Stańczukowi się powiedzie. Mówiąc językiem wojskowym, to obecnie agent specjalny wysłany na szczególnie niebezpieczną misję na bardzo nieprzyjajny teren. Ale jest przygotowany jak rasowy komandos. Jaką bronią dysponuje na polu walki? Absolwent Wydziału Handlu Zagranicznego na SGPiS w Warszawie (obecnie SGH), doktorat obroniony na Uniwersytecie w Braunschweig (Niemcy). W przeszłości pełnił między innymi funkcję Prezesa WestLB Ban-



FOT. DAMIAN KLINGOS

ku Polska, przekształconego później w Bank Rozwoju Przedsiębiorczości. Wchodząc w skład Global Energy Group WestLB, był współtwórcą strategii ekspansji banku w sektorze energetycznym w Europie i prowadził procesy finansowania dużych inwestycji w energetyce w kraju i za granicą. Był także Prezesem Zarządu Polimex S.A., gdzie przeprowadził skuteczną restrukturyzację spółki.

Nie spełnił się sen o potęgde?

Asytuacja Rafako jest dramatyczna. Powody? Trudno wskazać jeden. Najpewniej efekt wieloletnich błędów. Także w zarządzaniu i snów o potęgde, rzucaniu się na wielkie, przerastające możliwości spółki realizacje, o wielomiliardowych wartościach.

Spółka nie była przygotowana na tak szybki wzrost. I kiedy dwa lata temu nastąpiła kumulacja problemów, kapitały zaczęły topnieć

- Powodów jest wiele. Są i zewnętrzne i wewnętrzne. Te zewnętrzne, to sytuacja na rynku, który się zmieniał od lat. Spadało choćby zapotrzebowanie na wiodące w ofercie RAFAKO kotły węglowe. Wewnętrzne, to sposób zarządzania tą spółką i brak strategii dopasowywania jej do zmian na rynku. Myślę także, że przeszacowano możliwości RAFAKO w zakresie prowadzenia projektów w formule EPC, czyli inwestycji pod klucz, od projektu po realizację. Przykładem może być sytuacja, jaką zastaliśmy na budowie w nowego bloku energetycznego w Jaworznie, kiedy w kwietniu ubiegłego roku przyszło mi pokierować tą realizacją. Na szczęście zrozumienie dla znaczenia tej inwestycji dla systemu energetycznego kraju i wola współpracy po każdej ze stron sprawiły, że w założonych terminach oddaliśmy blok do eksploatacji - wyjaśnia nowy prezes, Radosław Domagalski-Łabędzki. - Ale już z realizacji kontraktu na przykład w Wilnie musieliśmy zrezygnować. Dlaczego? - Bo patrząc obiektywnie, zarządzanie ryzykiem w tych przedsięwzięciach okazało się zdecydowanie niewystarczające. Istotne błędy popełniono już na etapie pierwotnych założeń, drastycznie niedoszacowano budżet, i dotyczy to nie tylko jednej sytuacji. Powód jest prosty - generalne wykonawstwo wymaga perfekcji w zarządzaniu, tymczasem model zarządzania Rafako nie przystawał do takich projektów.

Spółka nie była przygotowana na tak szybki wzrost, a jej zasoby były niewystarczające. I kiedy dwa lata temu nastąpiła kumulacja problemów, kapitały spółki zaczęły topnieć w zaskakującym tempie. W miejsce półmiliardowej poduszki finansowej pojawiły się ujemne kapitały. Pozostało radykalne rozwiązanie w postaci rozpoczęcia postępowania restrukturyzacyjnego, które prowadzimy od września 2020 roku. Decyzja o restrukturyzacji uratowała wówczas spółkę i zabezpieczyła ją przed lawiną narastających zobowiązań, których nie była w stanie realizować - dodaje prezes. - Przed nami decydujące dni i tygodnie. Równolegle toczą się dwa bardzo ważne procesy - z jednej strony czekamy na uprawnomocnienie się decyzji Sądu w przedmiocie zatwierdzenia układu, z drugiej, trwają intensywne prace nad pozyskaniem inwestora. Mamy plan na nowe RAFAKO i wkrótce przedstawimy go podmiotom, które powinny być zainteresowane naszym know-how i potencjałem wytwórczym.

Państwowe firmy wbijają nóż w plecy

W grudniu zeszłego roku odbyło się głosowanie wierzycieli Rafako nad układem w sprawie umorzenia części zobowiązań spółki oraz zamiany reszty na akcj nowej emisji. Większość wierzycieli opowiedziała się za układem, ale przeszedł on głosami małych i średnich przedsiębiorców, a także zagranicznych wierzycieli RAFAKO, którzy znając firmę od lat, postanowili dać jej drugą szansę. Jednak ku zaskoczeniu wszystkich, przeciwko zagłosowały niektóre spółki Skarbu Państwa. To spowodowało ostre reakcje, nawet w obozie polityków PiS.

Ostre pismo wystosowała senator Ewa Gawęda do najważniejszych osób w państwie. Związkowcy wymienili wszystkie firmy z nazwy ►►

►►►w kolejnych piśmie wskazując literalnie, kto może być odpowiedzialny za upadek firmy.

-To oczywiście było pewnym zaskoczeniem i kiedy zastanawiam się nad przyczynami takich decyzji, pozostaje mi wierzyć, że wynika ona z rygorystycznego przestrzegania zapisów kontraktowych. Staram się odrzucać myśl, że to zła wola lub inne poza merytoryczne powody. Wśród merytorycznych zaś, odnajduję ten, że spółki Skarbu Państwa z sektora energetycznego są pod gigantyczną presją regulacji środowiskowych. W przypadku naruszenia tych regulacji mogą ponieść ogromne kary. W sytuacji, w której wiarygodność Rafako zaczęła spadać i pojawiły się problemy z dotrzymaniem harmonogramu inwestycji, najwyraźniej uznano, że lepiej zabezpieczyć swoje interesy wypowiadając kontrakty czy też dopuszczając możliwość upadłości Rafako. Moim zdaniem zabrakło jednak szerszego, społecznego spojrzenia na problem, Ci, którzy chcą dziś upadłości Rafako biorą na siebie odpowiedzialność za niepewną przyszłość tysięcy rodzin z regionu a zarazem za utratę silnego polskiego podmiotu w sektorze budownictwa energetycznego - mówi prezes.

Niektóre podmioty poszły o krok dalej i nie tylko zagłosowały przeciwko układowi, ale kilka dni później wypowiedziały RAFAKO znaczące umowy. Tak zrobił Gaz System, dla którego RAFAKO budowało tłocznię w Kędzierzynie Koźlu i gazociąg Goleniów - Płoty, będący częścią rurociągu Baltic Pipe. Wypowiedzenie nastąpiło w chwili, gdy inwestycja niemal jest gotowa!

-To także było zaskoczenie, bo kontrakt na gazociąg Goleniów-Płoty został wypowiedziany w ostatniej fazie inwestycji, w zasadzie byliśmy już na etapie odbiorów, a inwestycja jest gotowa w 99 procentach w części liniowej i w 98 procent w części obiektowej. Moim zdaniem było to jednak konsekwencją wypowiedzenia inwestycji w Kędzierzynie-Koźlu. To był większy kontrakt zaawansowany w 85 procentach, opóźniony w znacznym stopniu przez pandemię i opóźnione dostawy. Tych decyzji nie da się odwrócić, pozostaje kwestia rozliczenia tej części kontraktu, który zrealizowaliśmy. Liczymy na wypracowanie kompromisu, a także że Gaz-System nie będzie podejmować dalszych kroków na szkodę Rafako.

Na zwolnieniu 400 pracowników pewnie się nie skończy. Aktualnie Rafako zatrudnia 1280 osób. 1 kwietnia będzie ich około 1000.

To czy Spółki będą dalej utrudniać życie raciborskiej firmie okaże się już wkrótce. Po opublikowaniu decyzji sądu o zatwierdzeniu układu, wierzyciele mogą składać zażalenia. Jeśli je złożą, zatwierdzenie układu będzie się przeciągać, bo i Rafako z pewnością odwoła się od tych zażeń. Tymczasem czas, którego spółka nie ma - ucieka. Trwają poszukiwania inwestora. - Mamy kilka scenariuszy dla potencjalnych inwestorów i wkrótce zostaną one przedstawione. Mógłby to być na przykład inwestor branżowy, z dostępnym do rynków zagranicznych. Mógłby finansowy, który dokapitalizuje Spółkę, aby mogła kontynuować działalność i realizować układ w nowej już formule, bez kontraktów EPC.

- Myślmy też o większym zaangażowaniu podmiotów państwowych, co oczywiście musi być zgodne z prawem unijnym. Jest teraz szereg rozwiązań, które w sytuacji pandemicznej mają wspierać polskie przedsiębiorstwa, i chcemy z nich skorzystać. Dlatego złożyliśmy wniosek do Agencji Rozwoju Przemysłu o finansowanie w ramach "Polityki Nowej Szansy". Ten program zakłada istotność firmy dla gospodarki - nikt nie ma wątpliwości jakie znaczenie dla bezpieczeństwa państwa ma RAFAKO. Jestem przekonany, że Spółka jest do uratowania, możemy pozyskiwać nowe kontrakty i realizować je tak, jak oczekują tego zamawiający.

Rafako chce znaleźć nowe miejsce na rynku energetyki

Czy taki scenariusz się sprawdzi, przekonamy się wkrótce. Czy prywatny inwestor a może podmioty

związane ze Skarbem Państwa dostrzegą wartość biznesową w inwestycji w Rafako? Jeśli nie, firma nadal ma szansę na przetrwanie, ale będzie musiała znacznie ograniczyć działalność. Będzie jej brakowało dostępu do kapitałów, a bez tego trudno startować w przetargach, a przecież trzeba będzie także realizować układowe zobowiązania. Pozostanie więc Rafako skupić się na modernizacjach i serwisie obiektów energetycznych i działalności usługowej. Nazwoleniu 400 pracowników pewnie się nie skończy. Aktualnie Rafako zatrudnia 1280 osób. 1 kwietnia, po zakończeniu rozpoczętego jesienią procesu zwolnień grupowych, stan zatrudnienia ma wynieść około 1000 pracowników. Tylko pomoc państwa lub pozyskanie inwestora może zahamować proces redukcji zatrudnienia na założonym etapie. Wszystko oczywiście przy założeniu, że uprawnieni się decyzja o zawarciu układu. Bez tego Firma wróci do punktu wyjścia z połowy ubiegłego roku. Prezes jest jednak ostrożnym optymistą.

-To jest ostatni moment dla Rafako. Jaworzno zostało przekazane inwestorowi, inne ryzyka kontraktowe zostały już rozstrzygnięte, postępowanie układowe prawie zakończone, na razie w postaci orzeczenia sądu pierwszej instancji, ale jest to decyzja dla spółki korzystna. Przyszedł czas na inwestorów - wyjaśnia prezes Radosław Domagalski-Łabędzki.

Rafako chce odnaleźć swoje miejsce na zmieniającym się rynku energetyki. Chce i może być elementem transformacji energetycznej. Ma wypracowane przez lata kompetencje w instalacjach ochrony środowiska - odsiarczaniu i odazotowaniu spalin. Ma własne rozwiązania i patenty w tym zakresie. Największe elektrownie już są wyposażone w te instalacje, ale setki małych i średnich elektrowni, które w wyniku regulacji unijnych również będą musiały ograniczać stopień swojej emisyjności, dopiero czeka na modernizację. Być może Rafako odnajdzie się też w obszarze nowej energetyki, czyli w odnawialnych źródłach energii. Dziś już Rafako realizuje projekt badawczy NCBR „Bloki 200+”. Jego wdrożenie pozwoli na dostosowanie kilkunastu starych bloków energetycznych w Polsce (w większości zresztą wyprodukowanych w Raciborzu) do unijnych norm emisji zanieczyszczeń, ale również wykorzystanie ich do współpracy z odnawialnymi źródłami energii. Technologia opracowana przez Rafako zmieni parametry pracy bloków energetycznych o mocy 200 MWe w taki sposób, że będą lepiej dostosowane do pracy z większą zmiennością obciążenia, oraz dużą liczbą odstawień i uruchomień. Umożliwia podwyższenie sprawności produkcji energii przy jednoczesnym zachowaniu restrykcyjnych wymagań dotyczących emisji gazów w spalinach. W ramach tego projektu Rafako buduje również m.in. instalację usuwania rtęci i boru ze ścieków, co pozwoli im spełnić nowe kryteria środowiskowe. Dzięki rafakowskiej technologii kilkadziesiąt bloków 200MW, które obecnie pokrywają ponad 50 proc. zapotrzebowania na energię elektryczną w Polsce może zostać przystosowanych do współpracy z alternatywnymi źródłami energii. Wygląda więc na to, że dla istnienia Rafako nie ma alternatywy, bo spółka jest Polsce po prostu potrzebna. Czy jednak wszyscy to dobrze rozumieją? Przekonamy się już niedługo.



FOT. TAURON POLSKA ENERGIA

Blok energetyczny w Jaworznie to był gigantyczny projekt



Park Naukowo-Technologiczny
w Opolu Sp. z o.o.
im. prof. Marka Tukiendorfa

W Polskiej Chmurze jest bezpieczniej

PARK NAUKOWO-TECHNOLOGICZNY W OPOLU DOŁĄCZYŁ DO POLSKIEJ CHMURY - POROZUMIENIA WIODĄCYCH POLSKICH DOSTAWCÓW USŁUG PRZECHOWYWANIA DANYCH.

Misją Polskiej Chmury jest edukowanie i osvajanie rynku z rozwiązaniami chmurowymi, będącymi jednym z fundamentów transformacji cyfrowej kraju. Do organizacji należy obecnie 11 firm, do tego grona dołączył niedawno także Park Naukowo-Technologiczny z Opola.

- Dołączenie do Polskiej Chmury wkomponowuje się w działalność Parku Naukowo-Technologicznego w Opolu. Jednym z filarów PNT jest wspieranie nowoczesnej przedsiębiorczości, a tej nie można obecnie rozwijać bez infrastruktury i narzędzi IT. Dlatego PNT w Opolu posiada nowoczesne Centrum Przetwarzania Danych z certyfikatem Rated 3, a swoimi zasobami może wspomóc działanie Polskiej Chmury, która mam nadzieję zdynamizuje transformację IT w polskich firmach – mówi Jarosław Mamala, Prezes Zarządu Parku Naukowo – Technologicznego w Opolu.

Co sprawiło, że PNT znalazło się w gronie 11 firm tworzących Polską Chmurę?

Dwa lata temu w Parku Naukowo-Technologicznym w Opolu powstał tzw. budynek wysokich technologii, którego centralnym punktem jest nowoczesna serwerownia. To jeden z najnowocześniejszych budynków w mieście, w którym swoje dane przechowuje wiele firm, urzędów i instytucji. Atutem nowej serwerowni jest specjalistyczny certyfikat, który

potwierdza, że centrum danych posiada trzeci z czterech możliwych poziomów certyfikacji czyniąc jednocześnie go jednym z najbezpieczniejszych centrów w Polsce.

- Rated 3, bo tak prawidłowo brzmi oznaczenie naszego certyfikatu, od poziomu 4 różni się jedynie kwestią otoczenia obiektu i ochrony fizycznej. Oczywiście nasz obiekt jest ściśle chroniony, jednak jako miejsce, w którym rodzą się nowe idee młodych przedsiębiorców zrezygnowaliśmy z wysokiego na 4 m betonowego muru oraz innych elementów czyniących obiekt zamkniętą twierdzą – opisuje Damian Kolarczyk, Dyrektor Centrum Przetwarzania Danych PNT w Opolu.

Jak tłumaczy dyrektor Kolarczyk, firmy tworzące Polską Chmurę od lat dostarczają rozwiązania chmurowe o najwyższym poziomie jakości i bezpieczeństwa. Zaufały jej już firmy i instytucje z takich branż, jak: finanse i ubezpieczenia, sektor bankowy, przemysł, produkcja i budownictwo, handel, nowe technologie, sektor publiczny czy edukacja, nauka i badania.

PNT chce jak najlepiej realizować misję Polskiej Chmury w biznesie opolskim przy jednoczesnym dostarczaniu kompleksowej oferty IT w zakresie chociażby kolokacji czy serwerów dedykowanych. Podkreśla, że głównym potencjałem tej organizacji są ludzie. Takie połączenie tworzy ofertę, która skierowana jest dla wszystkich podmiotów zainteresowanych podniesieniem bezpieczeństwa swojego zaplecza IT przy jednoczesnym optymalizowaniu kosztów.

Usługi IT, przede wszystkim te chmurowe, są obecnie jednym z najszybciej rozwijających się obszarów gospodarki w Polsce. Na popularność oraz dynamikę wzrostu duży wpływ miała pandemia COVID-19 oraz nagła konieczność zorganizowania pracy zdalnej firm, szkół czy instytucji. W obliczu nowych wyzwań szczególnie istotne okazały się bowiem usługi pozwalające na zwiększenie skalowalności IT i realizację zdalnego bądź hybrydowego charakteru pracy, takie jak cloud computing.

Do organizacji dołączyć mogą firmy spełniające odpowiednie warunki, m.in. posiadające centra danych na terenie kraju, dzięki czemu nie zachodzi konieczność przesyłu danych poza Unię Europejską czy Europejski Obszar Gospodarczy, a więc poza obszar polskiej i europejskiej jurysdykcji. Do Polskiej Chmury należą firmy, które zatrudniają polskich specjalistów, a poprzez liczne projekty inwestycyjne związane z budową nowych ośrodków przetwarzania danych na terenie kraju, wspierają rozwój regionów i polskiej gospodarki.

O Polskiej Chmurze

Polska Chmura powstała z inicjatywy Polskiego Związku Ośrodków Przetwarzania Danych, jako odpowiedź na rosnące potrzeby przedsiębiorstw i instytucji w temacie bezpiecznego przetwarzania danych. Zrzesza firmy, które posiadają centra danych na terenie kraju, tworzą miejsca pracy dla polskich specjalistów oraz gwarantują najwyższą jakość i bezpieczeństwo usług. Polska Chmura należy do koalicji eksperckiej Polskiej Karty Suwerenności Cyfrowej.



**Osada Chmielaki –
dawno zapomniane
miejsca odzyskują
blask i ściągają
turystów.**

2

W pandemii kamping wygrywa z hotelem

Tekst: Krzysztof Strauchmann

Pandemia zmienia turystykę. Otwiera szansę dla mniejszych przedsiębiorców. Gdy stają hotele, jak po deszczu rosną kampingi i domki na wynajem. Osada Chmielaki w Pokrzywniej w Górach Opawskich ruszyła na początku lipca 2020. Jedenaście domków dla 4 lub 5 osób, do tego osobno pole namiotowe i 20 parcel dla kamperów. Pandemia przydarzyła się właścicielowi ośrodka niejako po drodze, bowiem przygotowania do budowy rozpoczęli rok wcześniej, gdy jeszcze nikt nie myślał o koronie wirusie i nowym świecie pełnym ograniczeń.

- Od 20 lat zastanawiamy się rodzinnie nad zainwestowaniem w turystykę - opowiada Grzegorz Chmielak, właściciel firmy budowlanej spod Prudnika. - Trochę dlatego, że chcieliśmy poszerzyć działalność, bo zawsze lepiej mieć dwie nogi niż jedną. Drugim powodem jest to, że od paru lat obserwujemy rosnący ruch turystyczny w Górach Opawskich.

W 2019 roku rodzina kupiła nieczynny, zniszczony budynek hotelowy z dużym terenem i starymi kampingami. Postanowili najpierw zająć się prostszym zadaniem: organizacją pola namiotowego i domków, bazując przede wszystkim na swojej firmie budowlanej. Kampingi przebudowali na nowo, wy-

posażyli, zaaranżowali, każdy otrzymał łazienkę i aneks kuchenny. Powstał basen, boisko, dwa pawilony sanitarne dla pola namiotowego.

- Mieliśmy własne doświadczenia turystyczne, jak powinno wyglądać i być zorganizowane takie miejsce - mówi Grzegorz Chmielak. - Poza tym wybraliśmy rozwiązanie szybsze i tańsze, leżące w zasięgu naszych możliwości. Zamiast gastronomii w budynku i kuchni spełniającej cały szereg wymagań - zorganizowaliśmy dobrze wyposażony foodtruck, bo to było szybsze, a przy okazji sprawdziło się w pandemii. W pogodne dni wystawiamy na sąsiednim placu stoliki z parasolami. To wszystko jednak było zaplanowane wcześniej. Pod wpływem pandemii podjęliśmy tylko jedną decyzję. Wycofujemy się z wcześniejszych planów, żeby budynek hotelowy przebudować na salę bankietową z pokojami hotelowymi na górze. Teraz zamknięte obiekty mają problemy. Zburzymy budynek i postawimy na jego miejscu zadaszony, ale otwarty pawilon.

Turystyka dostała po kościach

Covid-19 bardzo utrudnił pracę branży turystycznej. Według danych opolskiego Urzędu Statystycznego przed rokiem w gastronomii i noclegach pracowało na Opolszczyźnie 1,6 tysiąca osób. W styczniu tego roku już tylko 1,3 tysiąca. W branży turystycznej wyparowało około 300 miejsc pracy i to zazwyczaj w powiatach południowej Opolszczyzny, które i tak mają najwyższe wskaźniki bezrobocia. Wynagrodzenia w tej branży od dawna należą do najniższych. Tu też nastroje przedsiębiorców są najgorsze, najbardziej pesymistycznie oceniają koniunkturę na swoje usługi. Nic dziwnego. Hotele zamknięte w październiku 2020 zostały otwarte w lutym, ale dziś rząd znów je zamyka. Wynajem osobnych domów, czy domków zawsze był jednak możliwy. Są bezpieczne, z oddzielnym wejściem, węzłem sanitarnym. Wynajmuje je rodzina, która i tak w swoim stałym mieszkaniu spędza czas razem.

**Być może
za kilka lat
rozwinie się
u nas model
popularny
w Czechach –
dobrze zorganizowanej
sieci chat
i chałup
na wynajem**



FOT. ARCHIWUM PRYWATNE

Turystyka *Trendy*

ści stwierdziło wprost, że podczas takiej formy wypoczynku nie boją się koronawirusa. Takich obiektów jak nasze jest coraz więcej w różnych miejscowościach. Popularne są już nie hotele, a właśnie domy wypoczynkowe, gdzie turyści sami organizują sobie czas, posiłki i mają zdecydowanie więcej przestrzeni dla siebie.

Import mody na chałupy

Odejście od zbiorowego wypoczynku i turystyki nie jest czymś wyjątkowym w Polsce. W sąsiednich Czechach, gdzie zawsze popularne było wynajmowanie prywatnych chałup w górach, ceny takich obiektów podskoczyły w ubiegłym roku o kilkadziesiąt procent. Agencje nieruchomości organizują licytacje na sprzedaż atrakcyjnych obiektów tej kategorii, tak duże jest zainteresowanie nabywców. Chętnych znajdują nawet ruiny do gruntownego remontu, ale pod jednym warunkiem - muszą się znajdować w odosobnieniu. Jak szacuje jedna z czeskich gazet, wynajmowanie domu z bali na 5 osób z Górach Izerskich rocznie może przynieść nawet 220 tysięcy koron dochodu (około 35 tysięcy złotych). W Polsce rentowność może być podobna, bo wynajęcie obiektu tylko na weekend to cena ponad tysiąca złotych.

Prawdopodobnie także z tego powodu rosną ceny gruntów o atrakcyjnym turystycznie położeniu i z możliwością ulokowania takiej zabudowy. Być może za kilka lat rozwinie się u nas model popularny w Czechach - dobrze zorganizowanej sieci chat i chałup na wynajem. Dla Opolszczyzny jest to o tyle szansą, że nasz region ciągle szuka swojego miejsca na turystycznej mapie Polski. Nie mamy starych, tradycyjnych ośrodków turystycznych, które najbardziej dotknął kryzys gospodarczy. Brakuje u nas typowego przemysłu turystycznego - wielkich hoteli, stacji narciarskich, atrakcji przyciągających masowego turystę. W zamian możemy zaoferować rozwijającą się sieć małych obiektów noclegowych czy gastronomicznych, które szybko wpisują się w aktualne wymagania epidemiczne. Potrzeba im tylko więcej promocji i wspólnego działania.

- Covid nie zniknie. To raczej my musimy się nauczyć z nim żyć - komentuje Grzegorz Chmielak. - Uważamy, że wybraliśmy dobrą drogę i chcemy się dalej rozwijać w tę stronę turystyki. Na nadchodzący sezon już mamy sporo rezerwacji. Połowa z nich to osoby wracające po ostatniej zimie. Bowiem w zimie, gdy była zamknięta granica z Czechami, Góry Opawskie przeżyły najazd turystów nie widziany tutaj od wielu lat. Wielu przyjechało pierwszy raz, nie znali tych terenów. I zapowiedzieli, że wrócą latem.

- Pod koniec lipca ubiegłego roku, gdy epidemia trochę odpuściła, a ludzie zorientowali się, że za granicę już raczej nie pojadą, domki stały się bardzo popularne. 80 procent naszych dotychczasowych gości to były rodziny. Reszta to grupy przyjaciół - mówi Grzegorz Chmielak. - Są wśród nich osoby, które szukają odosobnienia, cenią sobie, że w domku nie spotkają nikogo obcego, a z innymi gośćmi mogą się mijać w bezpiecznej odległości. Nawet jedzenie dostaną na wynos i zjedzą u siebie. Za to prawdziwą fortunę wydajemy na środki do dezynfekcji!

Takich miejsc jak Osada Chmielaki tylko w Górach Opawskich powstało w ostatnim roku więcej. Domki na wynajem w Wieszczyń, Jamołtówku. Trwa kolejna budowa w Głucholazach na terenie dawnego ośrodka wypoczynkowego, który pozostawał nieczynny przez ponad 20 lat. Kolejny przedsiębiorca planuje uruchomienie kempingu w Głucholazach. Podobne obiekty wyrastają nad Jeziorem Nyskim. Biznes nie wymaga ogromnych nakładów, mogą się za niego zabierać nawet mniejsi przedsiębiorcy. Trzeba mieć jednak atrakcyjnie położony teren.

Standard nowych kempingów nie przypomina w niczym standardu tych z ery PRL. Świetnie wyposażone, z własną kuchnią lub przynajmniej kuchennym aneksem, wygodne, nowe meble, telewizor. Mają po 2-3 sypialnie, łazienkę, salon często z kominkiem, taras. Do tego konieczny jest duży teren z placem zabaw dla dzieci, wiatą do grillowania, czasem także z sauną. Standard hotelowy, ale cena też oscyluje w granicach 100 złotych za osobę dziennie, a wynajmowane są tylko w całości.

- Odkąd możemy znów przyjmować turystów w pandemii, zaobserwowaliśmy przyrost zainteresowania taką formą wypoczynku - potwierdza właścicielka ośrodka Dolina Złotego Potoku w Janołtówku, który działa od 2017 r. i oferuje kilka 8-osobowych domów na wynajem. - Turyści, przede wszystkim rodziny mieszkające ze sobą na stałe, cenią sobie fakt, że każdy z domów jest wyposażony we wszystkie potrzebne przedmioty codziennego użytku i mają do dyspozycji dom na wyłączność. Wielu z naszych go-

Pandemia dotknęła turystykę

W ciągu ostatniego roku w branży turystycznej na Opolszczyźnie wyparowało około 300 miejsc pracy i to zazwyczaj w powiatach południowej części województwa, które i tak mają najwyższe wskaźniki bezrobocia. Wynagrodzenia w tej branży od dawna należą do najniższych. Tu też nastroje przedsiębiorców są najgorsze, najbardziej pesymistycznie oceniają koniunkturę na swoje usługi.



FOT. KRZYSZTOF STRAUCHMANN

Budowa domów turystycznych w nieczynnym od ponad 20 lat ośrodku wypoczynkowych w Głucholazach



Na początku 2021 r. zakończyły
wydobycie dwie kopalnie:
Darków i ČSA.

FOTO: OKD

Ahoj! Czechy żegnają się z węglem i zamykają kopalnie. Wydobyć im się nie opłaca.

Arek Biernat

Kiedy w Polsce wciąż trwa przeciąganie negocjacyjnej linii pomiędzy stroną społeczną a rządem, w Czechach na dobre ruszyło zamykanie kopalń węgla kamiennego. Tempo jest błyskawiczne. Ostatnia na Zaolziu zakończy fedrunek w 2022 roku. Jak ma wyglądać przyszłość bez węgla w Czechach? Z atomem i odnawialnymi źródłami energii.

To koniec górnictwa węgla kamiennego w Czechach. Za naszą południową granicą zamykane są kolejne kopalnie. Praktycznie na Zaolziu pozostała tylko jedna, ale i jej los jest przesądzony. Prawdopodobnie ostatni wagonik z węglem wyjedzie na powierzchnię w ciągu najbliższych dwóch lat. Rząd w Pradze zapowiada też kolejne duże inwestycje związane z transformacją energetyczną. Chce rozwijać OZE i energię atomową.

Czesi nie chcą dokładać do górnictwa

Za naszą południową granicą sytuacja w górnictwie węgla kamiennego było zupełnie inna niż w Polsce. Spółka OKD prowadząca wydobywanie głównie na Zaolziu długo znajdowała się w prywatnych rękach. Przez wiele lat przy okazji dyskusji o węglu w Polsce, to Czechy stawiano za wzór, gdzie da się prowadzić wydobywanie i zarabiać. Choć wielu zapominało o zasadniczej różnicy - właścicielskiej, która prywatnemu in-

westorowi daje szersze pole manewru. Wszystko posypało się w ciągu kilku ostatnich lat. Spadająca koniunktura na węgiel, a wraz z nią dochodzące ceny za „czarne złoto” doprowadziły spółkę na skraj bankructwa. Ostatecznie wcześniej sprywatyzowane kopalnie znów - za pomocą spółki - od 2018 roku kontrolowane przez rząd w Pradze.

Do podjęcia decyzji o likwidacji kopalń przyczyniła się też pandemia koronawirusa. Czesi również zmagali się z ogniskami zachorowań w kopalniach, wstrzymano wydobywanie. W 2020 roku z tytułu strat wywołanych wirusem rząd w Pradze dokładał setki milionów koron. Choć i bez nich musi liczyć się z dużymi wydatkami. Koszty likwidacji kopalń OKD do 2035 roku mają sięgnąć ok. 15,6 mld koron.

Premier Andrej Babisz - podobnie jak władze w Polsce - zaklinał rzeczywistość. Najpierw mówił o wydobywaniu węgla w regionie Karwiny do 2030 roku, a później do 2025 roku. Plany przyspieszyły chłodne kalkulacje. OKD jest w dramatycznej sytuacji. Budżet Czech z powodu pandemii również nie jest z góry. Państwo nie ma z czego dokładać do działalności kopalni. Po cichu rozważano zamknięcie wszystkich kopalń jeszcze w 2020 roku. Pomysł szybko jednak porzucono po protestach lokalnych polityków i społeczności. Nagły wpływ kilku tysięcy bezrobotnych w regionie ostrawsko - karwińskim nie wróżył niczego dobrego. Postanowiono więc zamykać kopalnie stopniowo, ale w błyskawicznym tempie, co ułatwia też romziar spółki, zdecydowanie mniejszej od np. Polskiego Grupy Górniczej. Ten problem dotyczy również Polaków. W OKD

pracowało ostatnio ok. 1,5 tys. polskich górników. Nie rzadko były to osoby, które za rządów Jerzego Buzka pobierały odprawy i odchodziły z górnictwa na Śląsku. Często nie radząc sobie z sytuacją musieli szukać zatrudnienia, a kontynuację pracy w zawodzie za przyzwolite pieniądze dawały czeskie kopalnie.

Odprawy i poszukiwanie nowej pracy

W efekcie w 2020 roku podjęto decyzję o odejściu od górnictwa. W ostatnich dniach lutego w Czechach zamknięte zostały dwie kopalnie na Žalozii. Obie: Darków i ČSA wydobywały w rejonie Karwiny. Poza rodziną górniczą większych sentymentów nie było. Zamknąć kopalnie bez rozgłosu pomógł koronawirus i obowiązujące ograniczenia w zgromadzeniach. A to przecież kawał historii. W kopalni Darków rozpoczęła się w 1982 roku. W tym czasie z kopalni wydobyto 53 931 900 ton węgla. Jednak historia wydobywania na tym obszarze górniczym sięga jeszcze 1854 roku. W kopalni Darków wydobywano węgiel energetyczny i koksowy. Przez cały okres istnienia kopalni na głębokości do 1200 metrów pod powierzchnią wykopano setki kilometrów korytarzy. Kopalnia ČSA (Armii Czechosłowackiej) powstała w 1951 roku. W okresie swojego istnienia wydobyła łącznie 144 418 264 ton węgla.

Od marca 2021 roku Darków i ČSA należą do przedsiębiorstwa państwowego DIAMO, które zajmie się likwidacją kopalni. W sumie przeszło tam z OKD 1770 osób. Z tej grupy pracowników 493 będzie nadal pracować w spółce państwowej DIAMO. Pozostałe 1277 osób będzie gotowych do rozwiązania stosunku pracy zgodnie z układem zbiorowym. Przygotowano dla nich odprawy w wysokości 11 pensji. W poszukiwaniu pracy pomaga im spółka OKD i Urząd Pracy.

- Każdemu doradzamy i pomagamy indywidualnie. Część naszych byłych pracowników podpisuje już umowy w nowych firmach, z którymi nawiązaliśmy współpracę. Inni przygotowują się do rozmów kwalifikacyjnych lub wybierają oferty pracy w naszej aplikacji na giełdzie pracy - przyznaje Radka Naňáková, dyrektor HR OKD. Cieszą się postępami, ale zadanie nie jest łatwe, bo chodzi o kilka tysięcy osób. Wielu ma obawy, że nie znajdzie pracy, albo że jak znajdzie to na niesatysfakcjonującym poziomie finansowym.

Aby pomóc pracodawcom i górnikom przygotowano specjalną aplikację. Pomaga ona łączyć firmy z poszukującymi pracy. - Bardzo często rejestrujemy zapytanie od firmy, która chciałaby nawiązać z nami współpracę. Po podpisaniu umowy o współpracy firma otrzyma dostęp do naszej aplikacji, w której będzie wpisywać oferty pracy i wyszukiwać online odpowiednich kandydatów w bazie zarejestrowanych użytkowników - podkreśla Markéta Klopčová, menedżer programu Nová šichta. Zapisali się do niego już około 600 osób. Kolejne wyrażają zainteresowanie programem.

Optymizm rządu i spółki studzili wielokrotnie samorządowcy z regionu Karwiny. Wielokrotnie



W Czechach węgiel kamienny jest wydobywany jeszcze w kopalni w Stonawie. Fedrunek tutaj ma się zakończyć w ciągu dwóch najbliższych lat.

krotnie alarmowali, że taki sposób likwidacji górnictwa może mieć opłakane skutki. Po pierwsze, może być problem ze znalezieniem odpowiedniej pracy dla każdego odchodzącego górnika. To także duża dziura w budżetach gmin, które rozwijały się dzięki dochodom z niemałych podatków jakimi obciążona jest OKD. Podnoszony jest też problem braku pomysłu na rekultywację pogórnich terenów. Nie można też zapomnieć o firmach współpracujących z kopalniami.

Jest życie po węglu - przekonują w Czechach

W Czechach fedrunie już tylko jedna kopalnia. To ČSM w Stonawie. Jej dni też są policzone. - OKD pracuje obecnie nad średniookresowym planem, który przewiduje wydobywanie w kopalni ČSM w 2021 i 2022 roku - mówiła kilka tygodni temu Vanda Staňková, prezes zarządu OKD.

A co z produkcją energii elektrycznej? To naturalne pytanie jakie pada przy okazji likwidacji górnictwa węgla kamiennego w Czechach. Polski Instytut Spraw Międzynarodowych wyliczył, że udział węgla w modelu energetycznym Czech (łącznie kamiennego i brunatnego) na poziomie 47 proc. plasuje Czechy na drugim po Polsce (73,6 proc.) miejscu w Unii Europejskiej pod względem wykorzystania tego surowca w produkcji energii elektrycznej. W Pradze stoją na stanowisku, że jeśli chodzi o węgiel kamienny, to taniej wyjdzie jego zakup na wschodzie.

Czesi chcą stawiać na odnawialne źródła energii i atom. OZE do 2030 roku ma stanowić ok. 20 proc. produkcji. Jeszcze większy wzrost planowany jest w energetyce jądrowej, która jeszcze w 2019 roku stanowiła 35 proc. - Naszym głównym zmartwieniem jest posiadanie taniej energii elektrycznej dla obywateli, przemysłu,

a co najważniejsze, niezależnej energii. To jest nasze główne zainteresowanie. I oczywiście, po wodzie, która oczywiście jest również dla nas kluczowa, bardzo ważna jest niezależna energia również w związku z zakończeniem spalania węgla w kontekście Zielonego Ładu i zmian klimatycznych - mówił w połowie 2020 roku premier Andrej Babiš. Do końca 2022 roku powinien zostać wyłoniony wykonawca kolejnego bloku elektrowni atomowej Dukovany. Szacowany koszt gigantycznej inwestycji może wynieść 6 mld euro.

To wszystko powoduje, że wypierane będą bloki napędzane węglem brunatnym, choć wszystko wskazuje na to, że jeszcze przez długie lata część energii będzie musiała być importowana. Przy okazji węgla brunatnego pojawia się jeszcze jeden polski wątek. Chodzi o rozbudowę kopalni Turów na styku Polski, Niemiec i właśnie Czech. To inwestycja konieczna w związku z planowaniem do oddania w 2021 roku nowego bloku energetycznego (elektrownia zapewni 8 proc. energii w skali kraju). Nasi południowi sąsiedzi od dłuższego czasu alarmują, że szkody z tytułu działalności kopalni i elektrowni, która ma jeszcze zostać rozbudowana są kolosalne: hałas, emisja szkodliwych pyłów, szkody dla przyrody, a przede wszystkim ubytki wody pitnej w związku z koniecznością osuszania terenów i obniżeniu wód gruntowych. Wstępnie szkody wyceniono na ok. 200 mln zł. Rozmowy pomiędzy Warszawą a Pragą do tej pory nie przyniosły pozytywnego skutku. Strona polska stoi na stanowisku, że rozbudowa kopalni i elektrowni jest zgodna z prawem. Dlatego Czesi zapowiadają skierowanie sprawy do Trybunału Sprawiedliwości Unii Europejskiej. Jednocześnie nadal nie wykluczają ugody.



W programie mentoringu, w jego IV edycji, wzięła również udział Daria Kocot, właścicielka firmy Brilla, która świadczy usługi porządkowe wewnątrz i na zewnątrz budynków.

Rusza opolska szkoła mistrzów biznesu

Tekst: Tomasz Kapica

Rozpoczyna się V edycja Programu Mentoringu Biznesowego Województwa Opolskiego. Uznani prezesi, dyrektorzy i menadżerowie opolskich firm wezmą pod opiekę młodych przedsiębiorców, którzy prowadzą swoje firmy nie dłużej niż 5 lat. Zgłoszenia do OCRG można składać do 19 kwietnia.

- Do udziału w tym programie zapraszamy młodych stażem przedsiębiorców, którzy chcieliby się dowiedzieć, jak prowadzić swój biznes z sukcesem - mówi Roland Wrzeciono, dyrektor podlegającego samorządowi województwa Opolskiego Centrum Rozwoju Gospodarki (OCRG). - Chodzi zarówno o tych, którzy stawiają swoje pierwsze kroki w ramach działalności, jak i tych, którzy szukają pomysłów na to, by zwiększyć obroty, czy na przykład zmienić profil firmy.

Przedsiębiorcy, którzy chcą wziąć udział w projekcie, muszą spełnić tylko dwa warunki: funkcjonować w województwie opolskim oraz działać nie dłużej niż 5 lat. Kto powinien się do niego zgłosić? O tym mówią uczestnicy jego poprzednich edycji.

- To na pewno program dla młodych przedsiębiorców, którzy albo nie wiedzą, jak wystartować, albo są w momencie, w którym coś w ich firmie nie idzie i chcieliby się dowiedzieć od osób z dużym doświadczeniem, które mogą innym okiem spojrzeć

na firmę, gdzie tkwi problemem i dlaczego coś nie działa - mówi Jarosław Świątek z firmy Funny Hangers produkującej designerskie, innowacyjne wieszaki do ubrań.

Producent wieszaków wspomina, że w przypadku jego firmy podczas spotkań z mentorem okazało się, że wraz ze współnikiem skupiają się nie na tym, na czym najbardziej skupić się powinni. - Koncentrowaliśmy się na produkcji, na tym jak wytwarzać produkt, skąd wziąć materiał, a nie na marketingu i sprzedaży - opowiada Jarosław Świątek. - Po programie mentoringu całkowicie zmieniliśmy sposób działania. Przerzuciliśmy wszystkie nasze siły na to, by jak najlepiej wypromować nasze wieszaki, pokazywać je, gdzie się tylko da i pozyskiwać klientów. Mimo pandemii, która przeszkadza nam rozwinąć skrzydła, spotykamy z nowymi zainteresowanymi, wdramy te zasady.

Jarosław Świątek nie ma wątpliwości, że do Programu warto się zgłosić. - To doskonała okazja, by spotkać się z ludźmi, którzy mają ogromne doświadczenie - podkreśla.

Uczestniczką IV edycji programu była też Magdalena Kurowska, właścicielka firmy bang! done, zajmującej się realizacjami wideo, produkcją wydarzeń i transmisjami internetowymi.

- Długo się wahałam, czy do tego programu w ogóle przystąpić - wspomina dziś. - Miałam obawy, że może panikuję, ośmieszę się, a może wystawiam się na ryzyko, bo ktoś pomyśli, że skoro zgłaszam się do projektu, to mam problemy z firmą. Cieszę się, że się przemogłam. Byłam wtedy w momencie, w którym mój dwuletni plan okazał się sukcesem i okazało się to zwodnicze. Dryfowałam, zastanawiałam się, w którą stronę popłynąć.

Pani Magdalena trafiła pod opiekę Andrzeja Drosika, dyrektora przemysłowego na Europę Centralną Zakładów Produkcyjnych NUTRICIA. - To była jedna z najlepszych decyzji, jakie podjęłam w ubiegłym roku i uważam, że będzie procentowała przez długi czas - kwituje Magdalena Kurowska. - Widzę kierunek, w którym mam płynąć. Nie dryfuję, a prowadzę okręt, na którym płynę z całą swoją załogą. Wiem, jakie porty mam zdobyć i kogo potrzebuję do pomocy, by ten cel osiągnąć. Mam strategię działania, mam plan finansowy, który w dodatku został prze-

Daria Kocot: Program mentoringu dał mi możliwość czerpania z wiedzy i doświadczenia menedżerów, którzy odnieśli spektakularny sukces, ale też poznania nowych ludzi.

rzany mądrymi oczami mojego mentora. Dzięki temu łatwiej mi się nawiguje.

Kto, zdaniem uczestniczki poprzedniej edycji programu, powinien się zgłosić do kolejnej? - Każdy, kto ma swoją firmę, nie ważne, małą czy dużą, i widzi potrzebę zmian. A te są stałe i nieuchronne - podsumowuje bizneswoman.

W programie mentoringu, w jego IV edycji, wzięła również udział Daria Kocot, właścicielka firmy Brilla, która świadczy usługi porządkowe wewnątrz i na zewnątrz budynków. - Program mentoringu dał mi możliwość czerpania z wiedzy i doświadczenia ludzi, którzy odnieśli spektakularny sukces, ale też poznania nowych ludzi - mówi pani Daria. - Zgłosiłam się, bo chciałam się nauczyć czegoś nowego w prowadzeniu biznesu, a wtedy swoją firmę prowadziłam zaledwie rok. A poza tym w programie już wcześniej była moja koleżanka i bardzo mi go polecała.

Wraz z mentorem w trakcie programu doprecyzowali grupę docelową klientów firmy i opracowali plan działań. - Ale zdarzało się też, że podczas programu potrzebowałam rady mojego mentora, dotyczącej rozstrzygnięcia jakichś trudnych bieżących spraw, na przykład z moimi pracownikami - wspomina Daria Kocot. - To mi dawało duży spokój i pewność siebie, że w razie problemu mogę się do kogoś zwrócić z jakimś pytaniem.

Rozpoczynająca się właśnie edycja Programu Mentoringu Biznesowego Województwa Opolskiego będzie już piątą. Pomyślnie uruchomienie Programu w regionie była Łoża Opolska BCC; a wspierają go Opolska Izba Gospodarcza, Izba Gospodarcza „Śląsk” oraz Izba Rzemieślnicza w Opolu. Podlegające samorządowi województwa Opolskie Centrum Rozwoju Gospodarki projekt koordynuje i pełni w nim obsługę organizacyjną.

- Inicjatywa dotycząca realizacji tego programu wyszła ze strony Łoży Opolskiej BCC, za co bardzo dziękujemy - mówił na zakończenie poprzedniej edycji tego projektu członek zarządu województwa opolskiego Szymon Ogłaza. - Może nie ma on wymiaru masowego, jak inne działania województwa opolskiego czy OCRG, o których mówimy opisując je milionami czy miliardami złotych. Natomiast jest bardzo cenna ze względu na kontynuację wieloletniego modelu kształcenia opierającego się na relacji mistrz - uczeń.

W tegorocznej edycji ponownie ośmiu doświadczonych prezesów czy dyrektorów firm weźmie pod swoje skrzydła kolejnych młodych stażem przedsiębiorców (kto będzie mentorem - patrz ramka). Uczestnicy projektu, prócz spotkań i opieki mentora, będą też mogli skorzystać z pomocy prawnej czy szkoleń, które zorganizuje dla nich OCRG.

- Mamy nadzieję, że dla kolejnych uczestników programu najbliższe miesiące będą czasem zmian na lepsze i czerpania garściami z wiedzy i doświadczenia wybitnych ludzi biznesu z naszego regionu - podkreśla dyrektor OCRG Roland Wrzeciono.

Jak się zgłosić do Programu? Wypełnić formularz zgłoszeniowy zamieszczony na stronie www.ocrg.opolskie.pl w zakładce „Projekty” i dalej „Mentoring biznesowy” i wysłać go do 19 kwietnia 2021 r. na adres invest@ocrg.opolskie.pl

I edycja Programu Mentoringu Biznesowego Woj. Opolskiego odbyła się w 2017 roku. Wzięło w niej udział 6 mentorów i 11 ich podopiecznych. W II edycji w 2018 r. było ośmiu mentorów i 9 mentee. III edycja trwała od marca do listopada 2019 r. Wzięło w niej udział 10 mentorów i 10 mentee. Edycja czwarta odby-



Jarosław Świątek (z prawej) z firmy Funny Hangers był jednym z uczestników IV edycji programu mentoringu.

ła się w ubiegłym roku. Wzięło w niej udział 8 mentorów i 8 mentee. Wśród dotychczasowych podopiecznych projektu (mentee) byli np. właścicielka pracowni językowej prowadzącej kursy języka niemieckiego i blog językowy, właściciel agencji pracy tymczasowej pozyskującej pracowników z rynków wschodnich, właściciel firmy, która produkuje dekoracje czekoladowe i wyroby cukierskie dla hoteli, właściciel firmy zajmującej się produkcją konstrukcji metalowych ze stali czarnej i nierdzewnej, prokurentka firmy, która zajmuje się doradztwem z zakresu logistyki i magazynowania, doradztwem strategicznym, obsługą rynków wschodnich, wprowadzaniem nowych marek na rynek polski oraz rynki zagraniczne czy właściciel firmy gastronomicznej.

MENTORZY V EDYCJI PROGRAMU MENTORINGU BIZNESOWEGO WOJEWÓDZTWA OPOLSKIEGO

- Agata Duliniec, prezes Gniotpol Trailers
- Katarzyna Rudzińska, dyrektor ds. personalnych Zakładów Produkcyjnych NUTRICIA;
- Lesław Adamczyk, właściciel Butiku Inwestycyjnego LEAD i członek Rady Głównej BCC;
- Ryszard Błaszczków, były wieloletni dyrektor zakładu Lesaffre Polska
- Andrzej Drosik, dyrektor przemysłowy na Europę Centralną Zakładów Produkcyjnych NUTRICIA;
- Roland Krause, prezes zarządu firmy MM Systemy
- Andrzej Lepich, prezes firmy ALU PRO, kanclerz Łoży Opolskiej BCC
- Wojciech Paruzel, wieloletni dyrektor operacyjny i członek zarządu firmy Diehl Controls Polska Sp. z o.o.

Obrazy za miliony. W czasie pandemii Polacy inwestują w sztukę

W czasie, gdy kryzys wywołany przez pandemię atakuje kolejne branże, Polacy coraz bardziej interesują się sztuką. Przybywa kupujących, a ceny szybują w górę.

Tekst: Grażyna Antoniewicz

W Sopockim Domu Aukcyjnym pod koniec listopada tego roku odbyła się aukcja, na której licytowany był obraz Alfreda Wierusza - Kowalskiego „Napad wilków”. Cena wywoławcza tego XIX wiecznego obrazu to 1 milion 300 tysięcy złotych.

- Uważam, że nasz „Napad wilków” to pierwsza piątka obrazów na świecie, jeżeli chodzi o temat wilka w malarstwie - zapewnia Jacek Kucharski z Sopockiego Domu Aukcyjnego. - Wierusz-Kowalski namalował kilkadziesiąt, a może nawet ponad sto obrazów z wilkami, ale ten jest najbardziej dynamiczny i zdecydowanie lepszy od obrazu, który został sprzedany w Ameryce za 505 tys. dolarów (razem z opłatami to 2,5 mln złotych). Nasze wilki to dzieło olbrzymiej klasy. „Napad

wilków” był wielokrotnie pokazywany na wystawach i reprodukowany.

Prezent od cesarza

W latach 80. XIX wieku sceny napadów wilków stały się wizytówką Alfreda Wierusza-Kowalskiego. Wracał do tego tematu wielokrotnie. W monachijskiej pracowni artysty jedną ścianę zakrywał ogromny obraz „Napad wilków”.

**Alfred Wierusz-Kowalski,
Napad wilków.**



Na podłodze stało kilka sztalug, a na nich we wspaniałych ramach skończone już obrazy, koło drzwi wypchany wilk. Zwierzęta malował artysta również z natury. W swojej posiadłości w Mikorzynie miał hodowlę koni angloarabskich, miał tam też swoje własne wilki. Barbara Nasierowska, wnuczka artysty, wspominała, że „między innymi wybudowano specjalne pomieszczenie i wybiegi dla wilków. Było ich sześć, w tym dwa, które otrzymał w prezencie od niemieckiego cesarza Wilhelma.

Napoleon i Sfinks

Na aukcji tradycyjnie pojawiły się też Kossaki, jest wśród nich jeden zaskakujący „Napoleon patrzący na Sfinksa” - namalowany w 1901 roku. Cena wywoławcza - 68 tys. zł.

Sfinksa z Napoleonem Wojciech Kossak malował kilkakrotnie. Jednak to o tym płótnie najprawdopodobniej pisał w listach do żony z maja i sierpnia 1901 r.:

„(...) Ale oprócz szkiców zobaczysz jeszcze coś, co ludzi w taki zachwyt wprawia, że się od tego oderwać nie mogą: Bonaparte przed sfinksem patrzy na siebie. (...) on młodziutki, z długimi włosami, jak wówczas generałowie republiki nosili, podparł sobie głowę na rękę i zapatrzony siedzi na gruzach, wszystko w mistycznym różowym świetle, jakie tylko tam bywa. (...) Spokój i cisza, biwaki w dole wiadać, przy nich grenadierów i Egipcjan, którzy im ognie rozpalają. Szalone wrażenie robi na wszystkich”. (Berlin, niedziela w maju 1901 r.) „Moja Minio. Pół godziny temu wyszli oboje cesarstwo. (...) Cesarz okropnie kontent, chodź od jednego do drugiego i nie może się uspokoić. Nareszcie pokazuję mu Sfinksa z Napoleonem, nie uwierzysz, jak go to zafrapowało: - Ein schöner Gedanke, ein schöner Gedanke - powtarzał ciągle (piękna myśl). Godzinę to trwało.” (Berlin, środa 14 sierpnia 1901 r. 12 w południe).

Zuzanna w kąpiele

Wielką rzadkością jest „Zuzanna i starcy”, jeden z największych i najbardziej interesujących obrazów Bolesława Cybisa. Cena wywoławcza - 750 tys. zł.

Namalowany został w 1925 r. Artysta poszukiwał wówczas inspiracji w malarstwie dawnych mistrzów i jednocześnie dążył do perfekcji warsztatowej. Źródło natchnienia znalazł w Biblii

- To jeden z najlepszych, jaki namalował - mówi Jacek Kucharski. - Na rynku dzieł sztuki łącznie przez ostatnie 20 lat pojawiło się zaledwie sto prac Bolesława Cybisa, w przeciwieństwie do Jana Cybisa, których jest sporo.

Akt chłopca

Zainteresowanie budził też akt chłopca, dzieło Stanisława Wyspiańskiego.

- Artysta namalował niewiele obrazów olejnych, gdyż miał silne uczulenie na biel cynkową, która była podstawowym składnikiem farb

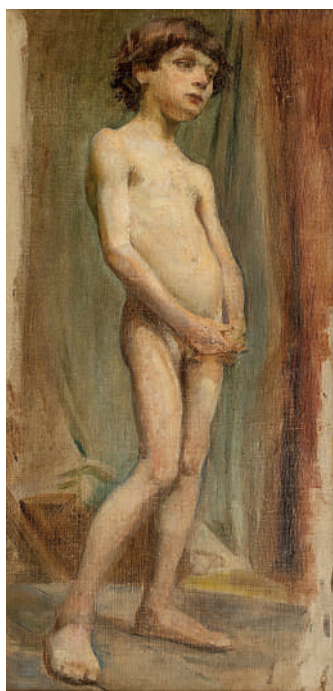


Maurycy Gottlieb, Recha.

- mówi Anna Masztalerz-Gajda z Sopockiego Domu Aukcyjnego. - „Akt chłopca” to jeden z ostatnich jego obrazów w tej technice.

W 1894 rok Wyspiański był w Paryżu dwa miesiące, ale liczył, że wróci, dlatego w paryskiej pracowni zostawił wszystkie swoje obrazy, które później Mehoffer pomagał mu sprowadzić do kraju. Akt jest studium pracowniowym, nieprzeznaczonym na sprzedaż. (...)

- Mamy tutaj tematykę, którą Wyspiański kochał, czyli dzieci - dodaje Anna Masztalerz. - Jego modelami były dzieci znajomych, stróżów, a także chłopcy z ulicy, którzy pozowali malarzom, żeby zarobić. Tak było zapewne i w tym przypadku. Przez ostatnie 20 lat obraz wisiał w Muzeum Narodowym w Krakowie, gdzie był



Stanisław Wyspiański, Akt chłopca.

prezentowany na największej monograficznej wystawie Wyspiańskiego w 2017/2019 r. jako depozyt osoby prywatnej. Jest to olej na płótnie naklejonym na tekturę 63 x 32,5 cm. Na odwrocie widnieje napis atramentem: „Studium Stanisława Wyspiańskiego sprzedane w Tow. Sztuk Pięknych przez wdowę po artyście” i podpis: „L(eonard) Lepszy”. Cena wywoławcza to 680 tys. złotych.

Jestem Polakiem i Żydem

Prawdziwą rzadkość stanowi obraz „Recha” Maurycego Gottlieba. Cena wywoławcza: 145 tys. zł.

- Jest on jednym ze szkiców do cyklu, który artysta przygotował jako ilustracje do dramatu „Natan mędrzec” Lessinga. Jest to opowieść o szlachetnym jerozolimskim Żydzie Natanie, który zaopiekował się chrześcijańską dziewczynką Rechą i wychował ją jak córkę, pomimo że to właśnie chrześcijanie uprzednio wymordowali mu rodzinę - opowiada Anna Masztalerz-Gajda. - Dla artysty, który sam miał napisać w liście do przyjaciela: „Jestem Polakiem i Żydem i chcę dla obu, gdy Bóg da, pracować”, musiało to być zlecenie szczególnie ważne, także ze względu na zawarty w dramacie Lessinga głęboki humanizm pojednania trzech religii: chrześcijaństwa, islamu i judaizmu.

Wśród wielu znanych nazwisk na aukcji pojawiają się prace: Meli Muter, Jacka Malczewskiego, Stanisława Wyspiańskiego, Tadeusza Makowskiego, Jana Pietera Brueghela, Alicji Hallickiej i innych.

Pojawili się nowi inwestorzy

- Polacy coraz bardziej interesują się sztuką i coraz chętniej ją kupują - mówi Jacek Kucharski. - Obserwujemy ciągły wzrost, uważam, że nastąpił on, ponieważ ludzie mają więcej czasu. Ten czas jest wymuszony ze względu na izolację. Ludzie chcą uzupełniać swoje kolekcje i mają czas, żeby przejrzeć katalogi. Dotyczy to nie tylko malarstwa, ale też wszystkich dziedzin zbieractwa, łącznie z pocztówkami. To zjawisko obserwuje się nie tylko w Polsce, ale w całej Europie. Niektóre firmy wydające katalogi muszą robić dodruki, bo po raz pierwszy od dwudziestu czy trzydziestu lat całe nakłady zostały sprzedane. Rynek dzieł sztuki zmienił się bardzo. Moim zdaniem, pojawili się nowi inwestorzy. Taki wzrost cen i ogromne zainteresowanie wynikają też chyba z tego, że ludzie szukają alternatywnych możliwości zainwestowania pieniędzy. Procenty bankowe są na poziomie zero, a giełda parę razy zrobiła wszystkim psikusa i inwestujący ponieśli duże straty. Nie jest łatwo, prawie wszystkie firmy działają w zamknięciu. W pierwszym półroczu jeszcze próbowaliśmy robić jakieś aukcje z publicznością, teraz z tego zrezygnowaliśmy i na pewno wszystkie aukcje do końca roku będą online.



Bolesław Cybis, Zuzanna w kąpiel.



Jacek Malczewski, Portret Stefana Zborowskiego na tle ruin zamku.



Wojciech Kossak, Napoleon patrzący na Sfinksa.



Firma transportowa
GROTRANS
działająca w regionie
z siedzibą w Łanach
przy ul. Szkolnej 24.



Firma posiada szeroki zakres usług transportowych i handlowych. tj.:

- ✓ przewóz materiałów ciekłych,
niebezpiecznych tzw. ADR
- ✓ przewóz paliw i olejów opałowych
- ✓ sprzedaż pasz dla zwierząt
- ✓ sprzedaż materiałów budowlanych
- ✓ stacje paliw w regionie

**Duża konkurencja
na tym rynku jest dla nas
nie lada wyzwaniem,
które motywuje nas
do lepszego
i efektywniejszego
działania.**



📍 **47-253 Łany**
Szkolna 24

☎ **+48 77 487 50 38**

@ **grotrans@o2.pl**

pon.-pt. 7.30-17.00

sobota 7.30-14.00

Nazwa firmy to magnes dla klientów

*Przedsiębiorcy często bezrefleksyjnie wybierają nazwy dla swoich biznesów. Weryfikują je tylko w Google i jak nie znajdą nic podobnego, zakładają, że mogą się nimi posługiwać, a to może mieć dla nich katastrofalne skutki - ostrzega **Mikołaj Lech**, rzecznik patentowy, autor nagrodzonego przez Urząd Patentowy bloga znakitowarowe-blog.pl*

Rozmawia: Agnieszka Domka-Rybka



Dlaczego tak ważne jest, by firma chroniła swoją markę?

Jest takie powiedzenie „Umiesz liczyć? Licz na siebie”. Mówię o tym właśnie w kontekście prawnej ochrony marki. Rozpoznawalna nazwa firmy potrafi być magnesem dla klientów. Nawet, jeżeli dotyczy to jedynie skali lokalnej. To wszystko jest konsekwencją dbania o jakość towarów i usług, obsługę klienta, reklamę. Można powiedzieć, że to na marce opiera się dobra opinia o firmie. Przedsiębiorcy, który zbudował dobry wizerunek powinno zależeć na tym, aby konkurencja nie używała podobnej nazwy ani logo. Niestety, najczęściej w ogóle o tym nie myśli, dopóki nie pojawią się problemy. Jeżeli nie zastrzeżymy naszej nazwy bądź logo w Urzędzie Patentowym, to do pewnego stopnia chronią nas przepisy nie wymagające formalnej rejestracji. Niestety, prowadzenie w ich oparciu sporów jest bardzo wymagające. W pierwszej kolejności będziemy musieli udowodnić, że te prawa w ogóle nam przysługują. Upraszczając można powiedzieć, że ochrona znaków niezarejestrowanych jest następstwem obecności marki na rynku. Czyli, tam gdzie działamy tam ta ochrona powinna obowiązywać. Wiele firm latami nie myśli o prawnej ochronie swojej marki.

Jak sprawdzić czy nazwa jest zastrzeżona?

Jeżeli nie chcemy popełnić błędu, to najbezpieczniej jest zlecić taką analizę rzecznikowi patentowemu. Odpowie nam wtedy na dwa kluczowe pytania. Po pierwsze czy wybrana przez nas nazwa nie narusza cudzych praw, na przykład do podobnych znaków już zarejestrowanych, oraz czy czy ta nazwa w ogóle kwalifikuje się do rejestracji w Urzędzie Patentowym. Zauważyłem, że przedsiębiorcy dość bezrefleksyjnie wybierają nazwy swoich firm. Weryfikują je tylko w Google i jak nic nie znajdują to zakładają, że mogą się nimi posługiwać. Co bardziej świadome osoby przeglądają rejestry Urzędu Patentowego, które są dostępne online. Jeżeli jednak nie znajdują tam swojej nazwy, to już przyjmują, że żadnej kolizji nie ma. Mam wrażenie, że sporo osób podchodzi do takiej weryfikacji jak do szukania wolnej domeny internetowej. Gdy coś jest dostępne to uznają, że mają zielone światło, aby w taką markę wejść. Tylko to, że to błąd, który może mieć katastrofalne skutki. Znaki towarowe chronione są nie tylko na identyczność, ale również podobieństwo. Oznacza to, że nawet jak nie znajdziemy identycznej nazwy to i tak możemy naruszać cudze prawa. Weryfikację powinniśmy zrobić również w zakresie znaków podobnych. Musimy sobie odpowiedzieć na pytanie czy nazwa, w którą chcemy wejść może wprowadzać odbiorców w błąd czy nie. Nasza opinia niewiele się tutaj liczy. Ważne jest, aby Urząd Patentowy albo sąd uznał, że nie naruszamy prawa.

Czemu służą znaki towarowe?

Często tłumaczę, że znaki towarowe mają na celu wyróżnić nasze towary i usługi na rynku. Dzięki temu klienci świadomie mogą wybierać przykładowo, jaką wodę mineralną chcą kupić. Gdyby każda butelka miała taki sam kształt i nie miała etykietek, to nie byłoby w stanie wybrać naszej ulubionej. Tymczasem firmy po to inwestują w reklamę i pod-

noszenie jakości swoich produktów, aby klienci sięgali po ich marki. I taki jest właśnie cel znaków towarowych. Pomagają klientom zlokalizować produkty, na których im zależy. W praktyce przedsiębiorcy najczęściej zastrzegają znaki towarowe słowne (nazwa), słowno-graficzne (logo) oraz graficzne (sygnet). Odmian znaków towarowych jest jednak więcej. W tej formie da się chronić kolor (np. pomarańczowy ORANGE), kształt przedmiotu (np. cukierek Toffifee), wygląd budynku (np. opera w Sydney), zapach (np. zapach ściętej trawy do oznaczania piłek tenisowych), a nawet dźwięk, ruch czy prezentacja multimedialna.

Jak, krok po kroku, zarejestrować znak towarowy?

Znak towarowy zastrzega się składając wniosek do Urzędu Patentowego. Nie jest to jednak zwykła formalność. Z wielu powodów ekspert rozpatrujący zgłoszenie może nam ochrony odmówić. Przykładowo tak się zdanie jeżeli uzna, że nasza nazwa jest opisowa. Opisowa, czyli taka, która wprost będzie wskazywać co pod nią oferujemy. Przykładem może być nazwa „Vipmeble”. Chyba nie muszę tłumaczyć, jaki asortyment będzie sprzedawany w takim sklepie. Założmy jednak, że Urząd Patentowy nie dopatry się takich przeszkód w naszym znaku towarowym. Wtedy publikuje zgłoszenie w Biuletynie Urzędu Patentowego i czeka trzy miesiące czy właściciele podobnych znaków już zarejestrowanych nie złożą formalnego sprzeciwu. Jeżeli ktoś spróbuje nas zablokować, to dzieje się to w postępowaniu spornym. Kończy się ono decyzją o uznaniu sprzeciwu za zasadny w całości, w części lub, że jest bezzasadny. Po przejściu wszelkich formalności z sukcesem, urząd wyda nam świadectwo ochronne. Będziemy w nim wymienieni jako właściciele praw do naszej nazwy lub logo. Od daty zgłoszenia prawo ochronne będzie obowiązywało 10 lat. Przed upływem tego terminu mamy możliwość przedłużenia ochrony na kolejny taki okres. Warto pamiętać, że wszelkimi formalnościami przy zgłoszeniu może się dla nas zająć rzecznik patentowy.

Cogrozi za naruszenie znaku towarowego?

Może w tym miejscu zasygnalizuję jedynie, że właściciel znaku towarowego nie ma monopolu absolutnego na posługiwanie się swoją marką. Są pewne wyjątki, które trzeba brać pod uwagę, gdy ktoś zarzuca nam złamanie prawa. Wspominam o tym, bo mam czasami wrażenie, że ludzi to świadectwo rejestracji znaku towarowego hipnotyzuje. Automatycznie zakładają, że skoro pisze do nich kancelaria prawna, to na pewno ma ku temu powody. To zawsze trzeba weryfikować. Warto więc na tym etapie skontaktować się z rzecznikiem patentowym. Jeżeli jednak do naruszenia znaku towarowego faktycznie doszło, to konsekwencje mogą być dla naruszciciela bardzo bolesne.

Czy można ukraść nazwę firmy?

Choć wydaje się to absurdalne, to faktycznie zdarzają się takie próby. Większość przedsiębiorców nie ma swoich nazw zarejestrowanych w Urzędzie Patentowym. To daje pole do popisu różnej maści trollom.

Proceder kradzieży marek jest stosunkowo prosty. Były wspólnik, pracownik czy konkurent z branży może zgłosić naszą nazwę firmy na siebie. Mając świadectwo w ręku uda się temu zablokować naszą działalność na rynku. I, oczywiście, ktoś powie, że takie prawo można zawsze próbować unieważniać, ale w praktyce takie postępowanie ciągnie się latami. Poza tym wymaga nakładu czasu i pieniędzy. Nie możemy być zresztą nigdy pewni wyniku. Tymczasem do prawomocnego wyroku konkurent może jednym mailem usunąć naszą ofertę na Allegro czy Amazonie. Przykładowo: kilka lat temu głośno było o sporze o markę wódki SASKA. Kiedy ta nowa wódka trafiła na sklepowe półki, jej producent został pozwany. Okazało się, że kilka miesięcy wcześniej jego największy konkurent zgłosił do rejestracji taki właśnie słowny znak towarowy. Strony ostatecznie zawarły ugodę, ale już sama zablokowana sprzedaż generowała kosmiczne straty. Niedawno mogliśmy również przeczytać, że chińskie podmioty zarejestrowały na siebie takie znaki towarowe jak Mlekovita czy Łaciate. Zresztą, podobne działają firmy w Europie i zastrzegają na masową skalę znaki towarowe chińskich producentów. 95 procent sporów o prawa do marek nie miałoby miejsca, gdyby przedsiębiorca najpierw sprawdził czy sam nie narusza prawa, a potem swój znak towarowy zarejestrował.

Na swoim blogu pisze Pan o oszustach, którzy podszywają się pod Urząd Patentowy. Co oni powinni wiedzieć przedsiębiorca, który myśli o rejestracji znaku towarowego?

W ostatnim czasie to, niestety, prawdziwa plaga. Praktycznie każda osoba, która zgłosi do rejestracji swój znak towarowy czy wzór przemysłowy po kilku tygodniach otrzymuje pismo od oszustów. Nie jest to w żaden sposób wina Urzędu Patentowego. Prawo zmusza pracowników urzędu do publikowania informacji, kto i jaki znak towarowy zgłosił. Bazy urzędowe są jasne i docelowo mają służyć weryfikacji. Te informacje można jednak wykorzystać w nieetycznym celu. Tak robią właśnie naciągacze. Lokalizujący przedsiębiorcy zrobili zgłoszenie i wysyłają im pismo, które upodobań się do pism Urzędu Patentowego. Kopiuje logo urzędu, godło i całą treść. Jest nawet rzekomy podpis eksperta, który autentycznie tam pracuje. Nie zgadza się tylko numer konta oraz czas na zapłatę. Zamiast standardowych 3 miesięcy oszuści dają 7 dni. Niestety, przeciętny przedsiębiorca jest na co dzień bardzo zabiegany. Jeżeli widzi pismo z urzędu, to może błędnie założyć, że urząd właśnie mu znak zarejestrował. Wystarczy jedynie, że zapłaci. Ten błąd będzie go kosztował utratę pieniędzy, bo trafią one na konta przestępców.

Mikołaj Lech

Rzecznik patentowy z Bydgoszczy, autor nagrodzonego przez Urząd Patentowy bloga znakitowarowe-blog.pl. Specjalizuje się w prawie autorskim, zwalczaniu nieuczciwej konkurencji oraz prawnej ochronie marki.

Autorytetu nie buduje się stanowiskiem. Pięć pytań, które powinien zadać sobie każdy młody szef (i nie tylko)

Dobry szef to osoba z zawodowym i życiowym doświadczeniem, mentor, który potrafi inspirować do działania, a pojawiające się problemy są od tego, aby wspólnie je rozwiązać. W zarządzaniu zespołem ważny jest autorytet. A ten buduje się nie poprzez stanowisko, ale markę osobistą. Ci, którzy zostają szefami, o tę ostatnią powinni dbać szczególnie - mówi Aleksandra Ślifirska, personal branding consultant, szefowa firmy konsultingowej KOBOLD.

Rozmawia: Szymon Janicki

Bycie liderem w czasach COVID-19 jest źródłem dodatkowych stresów. Trzeba działać szybko i zdecydowanie, czasami na granicy ryzyka, aby osiągnąć zamierzony efekt.

Prawdziwe znaczenie przywództwa dostrzegamy dopiero w czasach kryzysu. W okresie prosperity nierzadko wystarczają sprawni administratorzy. W czasach nieprzewidywalności, a w takich żyjemy, wszyscy rozglądają się za liderami, których autorytet wynika nie tyle ze stanowiska, ile z oso-



FOT. KRZYSZTOF JEJDRZOK

W czasach nieprzewidywalności, a w takich żyjemy, wszyscy rozglądają się za liderami, których autorytet wynika nie tyle ze stanowiska, ile z osobowości, charyzmy.

bowości, charyzmy. Tak jest właśnie dzisiaj, kiedy zmagamy się ze skutkami pandemii i nie wiemy, co będzie jutro. W sprawnym zarządzaniu zespołami pomaga marka osobista menedżera, słowem - reputacja.

W jakim stopniu markę osobistą budujemy poprzez zajmowane stanowisko?

Przez lata w firmach sprawdzał się scenariusz, zgodnie z którym autorytet nowo mianowanych menedżerów, niejednokrotnie wyłanianych w ramach wewnętrznej rekrutacji, rodził się wraz z powołaniem na nowe stanowisko. Czasy, kiedy słowo prezes, dyrektor, kierownik przed nazwiskiem powodowało „magię”, a co dobrze obrazuje słynna scena z filmu Stanisława Barei „Miś”, już się skończyły, i to już przed pandemią koronawirusa. Dominuje złożoność, a teraz i nieprzewidywalność. Żeby być szefem w czasach VUCA i pandemicznej rzeczywistości, trzeba mieć dobre relacje ze swoim zespołem i być kimś ważnym dla jego członków. Bez tego trudno zbudować autorytet, a ten jest potrzebny, by zrealizować cele organizacji, przy zmieniającej się bardzo dynamicznie strategii, a przy okazji i swoje osobiste, a to się da połączyć.

Przed szczególnym wyzwaniem stoją ci, którzy na stanowisku menedżerskim są od niedawna.

Marka osobista jeszcze do niedawna kojarzyła się raczej z top managementem, a jest to narzędzie dla każdego, kto chce świadomie budować profesjonalną ścieżkę kariery. I na kolejnych poziomach stanowisk kierowniczych, i na stanowiskach eksperckich wewnątrz organizacji. Dlatego zachęcamy firmy do tego, aby wspierały swoich pracowników w budowaniu marki osobistej. To korzyści dla organizacji. Dobra strategia personal branding to skuteczne zarządzanie sobą i umiejętność konstruowania przekazu do kluczowych pracowników, co przekłada się na lepsze zarządzanie zespołem i temat, który dziś staje się sprawą nr 1 - jak w czasach nieprzewidywalności i ogromnego ryzyka - angażować zespoły na 100%. Marka osobista to przede wszystkim świadomość, kim jesteś i z czym chcesz być kojarzony, z jakim leadershipem.

Jak wygląda świadomość menedżerów w tym obszarze?

Na niedawnym szkoleniu online w jednej z wiodących firm technologicznych dla kilkudziesięciu menedżerów z całej Polski poprosiłam uczestników o wykonanie prostego ćwiczenia: wypisz z lewej strony dziedziny i nazwisko osoby, którą niemal od razu z nią kojarzysz, natomiast po prawej swoje imię i nazwisko, a także dziedziny, obszar ekspertyzy, z jakimi ty jesteś kojarzony. W zależności od tego, jak chcesz być odbierany, co jest moim celem, muszę koncentrować się na tych celach, budując relacje z ludźmi. Zapytaj o to swoich współpracowników i sprawdź, czy jest to tożsame z twoimi pragnieniami, wyobrażeniami, a także założeniami co do rozwoju twojej kariery. Warto poznać odpowiedzi na te pytania, bo one pozwalają poczuć, czym jest marka osobista. A w tej wcale nie chodzi o to, aby mieć dużą ekspozycję, ale przede wszystkim o to, aby być dobrym w tym co się robi i efektywnie komunikować się z grupą interesariuszy. Dlatego ważne przy tworzeniu strategii personal brandingowej jest precyzyjne zbudowanie mapy relacji. Komunikacja z ludźmi jest jedną z podstawowych ról każdego lidera czy menedżera. Kiedy ludzie biznesu zaczynają sobie zdawać sprawę z jej znaczenia i wyciągają wnioski z doświadczeń, szybko orientują się, że leży ona u podstaw ich rozwoju czy awansu.

Jaką rolę w budowaniu marki osobistej, a także komunikowaniu ze swoją grupą interesariuszy, odgrywają narzędzia online?

To, co obserwujemy od dłuższego czasu, na skutek pandemii koronawirusa jeszcze bardziej przyspieszyło - świat wirtualny nie tylko zrównał się z tym rzeczywistym, ale w niektórych sytuacjach stał się nawet ważniejszy. Zanim spotkasz się z klientem czy swoimi pracownikami online, opublikuj post, zostawisz komentarz, udostępniś artykuł, czy polecisz jakieś treści, weź głęboki oddech i zastanów się: czy to, co zrobisz będzie miało wpływ na realizację twoich celów - rób to świadomie. Czy komunikat, który wypowiesz, bądź który opublikujesz zbliży cię do tego celu czy oddali? Komunikacja dzisiaj - i to należy podkreślić - ma dużo wspólnego z umiejętnością zarządzania ryzykiem, zwłaszcza w dobie mediów budujących społeczności, kiedy pokusa komunikowania jest większa, a świadomość, że informacja rozprzestrzenia się szybko, jeszcze bardziej motywuje do komunikowania, a nawet eksperymentowania w komunikowaniu.

Na koniec. Dobry szef to....

Odpowiadając na to pytanie, namawiam szefów, do zadania sobie pięciu pytań:

1. Dobry szef to taki, który potrafi przekładać kulturę organizacyjną na pracę swojego zespołu - jak?
2. Dobry szef to taki, który potrafi dbać o ludzi - jak o nich dbać?
3. Dobry szef to taki, który potrafi osiągać super wyniki i powodować że ludzie mają z tego frajdę. Jak?
4. Dobry szef to taki, który potrafi zadbać o to, by ludzie w organizacji i poza nią wiedzieli, że on jest dobrym szefem - jak o to dbać i co robić by tak było?
5. Dobry szef to taki, któremu inni składają propozycję pracy, ale on nadal prowadzi swój zespół, bo marka jaką może budować w obecnej organizacji jest dla niego najważniejsza, bo w niej może realizować swoje zawodowe cele.

Aleksandra Ślifirska, personal branding konsultant, szefowa firmy konsultingowej KOBOLD.

Zajmuje się komunikacją zmian w organizacjach (zmiana modelu biznesowego w transformacjach cyfrowych, sukcesja w firmach rodzinnych, komunikacja strategii biznesowych i budowanie zaangażowania pracowników, zarządzanie wizerunkiem w kryzysie medialnym), a także personal brandingiem liderów i menedżerów. Doświadczenie zdobywała m.in. zarządzając komunikacją likwidacji największej sieci pożyczkowej w Polsce. Jest prezesem zarządu firmy konsultingowej KOBOLD. i ekspertem ICAN Institute, twórcy polskiej edycji Harvard Business Review. Autorka dwóch książek („Medialne lwy dla rekinów biznesu”, „Rekiny biznesu w mediach”) nagrodzonych przez Polskie Towarzystwo Trenerów Biznesu i miesięcznik My Company. Pracowała m.in. dla takich marek jak: Konfederacja LEWIATAN, sieć europejskich klinik Gemini, LOTTE Wedel, WYBOROWA, IKEA, Związek Polskich Faktorów, Generalna Dyrekcja Dróg Krajowych i Autostrad, WATT, Fundacja Liderów Biznesu Portal Praca.pl, Muzeum Śląskie, Śnieżka SA, POLDENT, PKO BP, Szkoła Główna Handlowa, BZ WBK, VOLVO, Volkswagen Group Polska. Kontakt: a.slifirska@koboldpr.pl | www.koboldpr.pl.

Czasy, kiedy słowo prezes, dyrektor, kierownik przed nazwiskiem powodowało „magię”, a co dobrze obrazuje słynna scena z filmu Stanisława Barei „Miś”, już się skończyły, i to już przed pandemią koronawirusa.

Szkolenia online zwiększają zasięg, także naszych zawodowych możliwości

Jak zautomatyzować komunikację z klientem? Jak zbudować biznes odporny na kryzys? Jak zostać analitykiem danych, którego pokocha każda firma? Odpowiedzi na te pytania mają przynieść prowadzone w sieci szkolenia.

Tekst: Agata Wodzień-Nowak



Wprowadzą nas w biznes nieruchomości, ukążą tajniki komunikacji i negocjacji w biznesie czy też komunikacji międzypokoleniowej w firmie albo zwiększania zasięgów postów sprzedażowych. Sporo tego, a wymieniamy tylko kilka przykładowych szkoleń i warsztatów prowadzonych zdalnie w ostatnich tygodniach.

Obecnie w Polsce zdecydowanie więcej osób niż przed rozprzestrzenieniem się koronawirusa pracuje z domu. Według danych GUS aż 2,33 mln ludzi pracuje zdalnie. W tym gronie większość, bo 71,7 proc. (1,67 mln osób) zaczęła wykonywać swoje obowiązki na zasadach home office po wybuchu epidemii.

Praca zdalna zdała egzamin, wydajność pracowników nie spadła, więc wiele firm zostało przy tym modelu funkcjonowania. Więcej osób szuka też pracy i potrzebuje nowych umiejętności. Swoje „biura” tworzą w domu, wiedzę zdobywają w internecie.

Pracownicy i poszukujący pracy szkolą się online

Już od początku pandemii, w marcu i kwietniu zaczął się prawdziwy wysyp indywidualnych osób i całych firm, gotowych edukować nas, jak prowadzić biznesy w nowej rzeczywistości. Sporo z nich jest dostępnych bezpłatnie, są i takie za 400 czy 500 zł, a cykle szkoleń zdecydowanie droższe. Ich organizatorzy zakładają najczęściej wydarzenie na Facebooku, bo w ten sposób najłatwiej dotrzeć do potencjalnych uczestników.

Na początku akcji #zostańwdomu dominowały szkolenia pokazujące, jak w ogóle komunikować się, pracując zdalnie, bo umówmy się, nie wszystkie firmy (mniejsze czy większe) miały takie doświadczenia. Sytuacja wiele z nich jednak zmusiła do tego, żeby działanie biznesu prowadzić w kapciach, bez oka na pracowników, a przynajmniej nie tak bezpośrednio.

Najpierw więc w sieci uczono nas, jak robić transmisje, łączyć się z pracownikami, jak korzystać z narzędzi, które pomogą sprawnie przekazywać informacje i utrzymywać kontakt z klientami, angażować pracowników.

Byliśmy edukowani również z prezencji przed kamerką, bo na żywo czy online - wyglądać wypada. Poza naszym strojem nawet w domu, istotne okazało się ustawienie kamerki. Tło także nie pozostaje bez znaczenia. Zaczęło się poszukiwanie książek albo przestawianie stołu czy biurka tak, by w tle była biblioteczka albo przynajmniej mapa. Te umiejętności już mniej więcej opanowaliśmy, pora więc na kolejny poziom wtajemniczenia.

Profesjonalizacja we własnym fotelu

Zaglądamy do szkoleń organizowanych w październiku lub zapowiadanych na kolejne tygodnie. Na początek lokalny przykład. Online szkoli przedsiębiorców Bydgoska Agencja Rozwoju



Duża dostępność szkoleń w sieci pozwala poszerzać kompetencje zawodowe, rozwijać pasję i odkrywać nowe.

Regionalnego. Tematy bardzo przyjemne: „Zasady poprawnego wypełniania i korygowania dokumentów zgłoszeniowych i rozliczeniowych ZUS”, „Konsultacje online w zakresie oceny kompetencji i preferencji zawodowych” (realizowane w ramach Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości 2020).

Skoro szkolenia są zdalne, to dostępne niezależnie od miejsca naszego pobytu, bez straty czasu na dojazd. Nie ograniczamy się zatem do województwa kujawsko-pomorskiego. Zatrzymamy się u sąsiadów z Wielkopolski. Tu Wielkopolska Izba Rzemieślnicza w Poznaniu zaprasza na bezpłatne warsztaty: „Efektywna sprzedaż

dla początkujących”. Omawiane zagadnienia to m.in. analiza potrzeb klienta, analiza posprzedażowa czy radzenie sobie z presją i manipulacją.

Sprzedażowych szkoleń jest sporo. Inny bezpłatny przykład: „Dokształcanie aktywnych technik sprzedaży” organizowane przez Polską Izbę Gospodarczą Importerów, Eksporterów i Kooperacji.

Szkolenie z kontaktów biznesowych z Norwegami również należy do tych darmowych. Prowadzący instruuje m.in. jakich tematów unikać, a jakie są bezpieczne podczas rozmów z przedsiębiorcami z Kraju Fjordów czy jak nie dać się zaskoczyć podczas rozmów biznesowych niespodziankom wynikającym z różnic kulturowych.

Wiedza z każdej dziedziny, wystarczy ją znaleźć

Oferta jest bogata zarówno dla doświadczonych, jak i początkujących w biznesie. Online podszkoli nas z rozliczania podatków, kwestii prawnych, pracy w Excelu i zakładania firmy (np. Akademia Pozytywnej Zmiany).

Organizujący szkolenia - pasjonaci hobbyści i firmy - informacje o swoich inicjatywach zamieszczają przede wszystkim na Facebooku tworząc wydarzenia. Wystarczy wpisać interesujące nas hasło w wyszukiwarkę portalu. Warto też odwiedzać grupy poświęcone darmowym szkoleniom. Wkrótce sam Facebook zacznie nam podsuwać posty sponsorowane, informujące o spotkaniu szkoleniowym w poszukiwanej przez nas wcześniej tematyce. Innym źródłem może być LinkedIn, gdzie jest osobny dział E-learning.

Webinaria, szkolenia i warsztaty, które znajdziemy w sieci, dotyczą już chyba każdej sfery życia, różnych dziedzin zawodowych: marketingu, gotowania, zdrowia, opieki nad dziećmi, inwestycji, sprzedaży, mediacji, negocjacji, pobudzania umysłu, itp., itd. Każda profesja znajdzie coś dla siebie. Trzeba tylko poszukać.

Po zgłoszeniu wystarczy pilnować terminu, a jeśli w wydarzeniu na portalu społecznościowym zaznaczymy udział lub zainteresowanie, to nawet tego nie trzeba - dostaniemy przypomnienie. I czas, zazwyczaj rezerwujemy około godziny. Przydatny będzie sprawny mikrofon i kamera.

Schemat zdalnych szkoleń jest na ogół ten sam. Prowadzący wita się z uczestnikami, zapowiada, że podeśle materiały na adresy e-mail podane podczas rejestracji (jeśli taka była wymagana), włącza prezentację, którą omawia. Na koniec lub w trakcie można zadawać pytania, omówić własny przykład. Tak, jak podczas szkoleń stacjonarnych, utrzymanie naszego zainteresowania w dużej mierze zależy od charyzmy prowadzącego. Tu nic się nie zmienia.

Niewykluczone, że przy okazji uda się odnaleźć nową pasję. Możemy stracić godzinę lub zyskać nowe spojrzenie na pracę. I nie tylko.

agata.wodzien@pomorska.pl

Nadchodzi świat bez kabla?

Najpierw tylko „po kablu”, później także bezprzewodowo, teraz światłowodem i w 5G – wyścig trwa. Czy internet rzeczy to początek końca świata, jaki do tej pory znaliśmy? Co to oznacza?

FOTOPRABY.COM

TEKST: IMATEUSZ TKARSKI

Przesył danych, który powszechnie wiążemy z internetem, odkąd tylko ten zawitał do świata biznesu, sektora publicznego i naszych domów, nieustannie przyspiesza, zmieniając nasze życie. - 25 lat temu, kiedy powstała nasza firma, nikt nie myślał jeszcze o technologii bezprzewodowej. Były radiolinie służące komunikacji studiów telewizyjnych z wieżą przekaźnikową. Były to rozwiązania, które nie służyły powszechnie firmom, a co dopiero użytkownikom indywidualnym. Na początku lat 90. pojawiła się pierwsza analogowa telefonia komórkowa, a pierwsze nieśmiało rozmowy o Internecie dla biznesu zaczynaliśmy w drugiej połowie lat 90. Oczywiście, w tamtych czasach chodziło o możliwość prostego komunikowania się między sobą urządzeń „po kablu” - wspomina Robert Kobiela, członek zarządu Koma Nord SA.

Transferowy wyścig

Trzy dekady temu komputerami nazywaliśmy ogromne szafy zajmujące całe pomieszczenia, dzisiaj o wiele większą moc obliczeniową mają telefony komórkowe, z których korzystamy na co dzień. Podobne tempo rozwoju mają roz-

wiązania sieciowe, czyli transfer danych, który przyspieszył kilka lat później.

Rozwój sieci kablowych postępował dość szybko, a wraz nim na rynku zaczęli pojawiać się pierwsi profesjonalni dostawcy technologii, w tym firma Koma Nord z Gdyni. Wprowadzano nowe standardy okablowania - od kabla koncentrycznego (tzw. cienki Ethernet) na początku, do Kat. 7 i 7a obecnie. Zwiększano przepustowość (szybkość), a tym samym liczbę urządzeń i użytkowników, którzy mogli w jednym momencie przesyłać między sobą dane.

Okolo 2000 roku zaczęły się pojawiać rozwiązania bezprzewodowe - załazek dzisiejszego WiFi. Początkowo były to karty sieciowe z anteną, dzięki którym pojedynczy komputer mógł łączyć się z okablowanym urządzeniem (transmiterem), jednak ze względu na wysokie koszty, a także obawy co do bezpieczeństwa, niewiele firm mogło sobie na to pozwolić. Pierwszy poważny projekt związany z WiFi Koma Nord zrealizowała około 15 lat temu dla jednego z banków, który chciał zorganizować bezprzewodowo pracę swojego biura. Biorąc pod uwagę to, jak dzisiaj wygląda rynek łatwo wyobrazić sobie to, jak szybko technologia ta się rozwija.

Ciekawym odzwierciedleniem tempa rozwoju sieci są liczby. W przypadku sieci kablowych startowaliśmy od poziomu 1 Mbps, dzi-

siaj, uwzględniając światłowody jest to 100 Gbps i więcej. Jeśli chodzi o sieci bezprzewodowe, w początkowej fazie było to 11 Mbps (802.11b), a obecnie to nawet 14 Gbps (802.11ax).

- Dzięki rozwijającej się technologii świat cały czas przyspiesza. Sieci bezprzewodowe gonią kabel w zakresie tempa transferu danych, ale ten cały czas ucieka i nie wydaje się, żeby miał przegrać ten wyścig, nawet mimo obecnego rozwoju sieci 5G - komentuje Robert Kobiela z Koma Nord.

Bezpieczeństwo i użyteczność

Obok możliwości transferowych, ogromnym wyzwaniem tworzenia rozwiązań sieciowych (niezależnie od rodzaju), zwłaszcza w odniesieniu do biznesu czy sektora publicznego, jest bezpieczeństwo transferu i przechowywania danych. Szczególnie widoczne było to w przypadku ogromnej liczby firm, które w ostatnich miesiącach z powodu epidemii bardzo szybko przestawiły się na pracę zdalną.

- Z perspektywy pracownika home office to możliwość wykonywania zadań, w tym dostęp do zasobów firmy z domu, zazwyczaj za pośrednictwem zewnętrznej, domowej sieci internetowej. Jestem przekonany, że większość firm, które w krótkim czasie przestawi-

ły się na pracę zdalną, infrastrukturalnie, pod kątem bezpieczeństwa nie była na to przygotowana, a dane, także te wrażliwe, nie były wystarczająco chronione. Menedżerowie w firmach, a zwłaszcza działy IT, dwoili się i troili, aby utrzymać ciągłość procesów, ale nasze doświadczenia we współpracy z podmiotami z różnych branż pokazują, że stworzenie efektywnej i bezpiecznej infrastruktury sieciowej to skomplikowany i długotrwały proces, wymagający ogromnej wiedzy i kompetencji – dodaje Robert Kobiela z Koma Nord.

Bezprzewodowe rozwiązania w służbie

Nowoczesne, bezprzewodowe technologie i zaawansowane rozwiązania sieciowe sprawdzają się w różnych branżach i sektorach – nie tylko prywatnym, ale też publicznym. Jednym z przykładów jest nowy, oddany do użytku w ubiegłym roku, Szpital Uniwersytecki w Krakowie-Prokocimiu. Ten naszpikowany bezprzewodową technologią kompleks jest jedną z najnowocześniejszych placówek medycznych w Europie.

Firma Koma Nord wykonała implementację kompletnej, zaawansowanej infrastruktury LAN – jej inżynierowie uruchomili i zintegrowali trzy niezależne sieci gwarantujące prawidłowe działanie wielu nowoczesnych systemów, w tym teletechnicznych (BMS, CCTV, KD, RCP, PPOŻ, SSWiN), IT (LAN, Wi-Fi) czy IPTV. Z perspektywy pacjenta możliwa jest dzisiaj dwukierunkowa komunikacja poprzez sieć Wi-Fi, wezwanie pomocy przez proste naciśnięcie dużego przycisku na specjalnej opasce, a także dokładne zlokalizowanie chorego w danym obiekcie czy na terenie szpitala. Z kolei personel ma możliwość odebrania na urządzeniu z wyświetlaczem informacji nadanej z dowol-

nego komputera lub komunikatu przywołania do pacjenta.

Jak cenne jest to przy dużej liczbie pacjentów i personelu można sobie tylko wyobrazić. System komunikacji bezprzewodowej personelu medycznego stanowi łącznie 270 telefonów. Na całą infrastrukturę sieciową przygotowaną przez firmę Koma Nord składa się łącznie ponad 775 punktów dostępowych Wi-Fi, 3600 urządzeń RTLS, 350 przełączników sieciowych, 115 telefonicznych bram cyfrowych oraz 4 składowane serwery/centrale telefoniczne, co pokazuje skalę projektu. Osiągnięcie tak dużego komfortu – z jednej strony pobytu w szpitalu, z drugiej strony pracy w nim – nie byłoby możliwe bez nowoczesnych technologii, a także profesjonalnego zaimplementowania w stworzonej od podstaw przez Koma Nord infrastrukturze szpitalnej.

Internet rzeczy (IoT) – wszystko jest połączone

W naszym otoczeniu, firmowym, domowym i publicznym występuje coraz więcej urządzeń, które posiadają swój własny nr IP, są połączone z siecią i przesyłają dane. Lodówka czy inne urządzenia domowe, które wysyłają do naszego sklepu informacje o kończących się produktach, składając przy tym zamówienie na zakupy, które dostarczy kurier, to nie jest pieśń przyszłości, tylko rzeczywistość. Rozwiązania konsumenckie wykorzystujące internet rzeczy niewątpliwie będą się rozwijać, ale wydaje się, że obecnie większe znaczenie ma on w przemyśle.

Naczelnym zastosowaniem IoT jest tam opomiarowanie, czyli odczyt parametrów technologicznych z poszczególnych urządzeń i linii produkcyjnych, a następnie podejmowanie lepszych, bardziej optymalnych decyzji w zakresie zarządzania czy sterowania takim przed-

siębiorstwem. To wszystko dzięki umieszczeniu bardzo wielu sensorów IoT (relatywnie tanich urządzeń), które monitorują aktualny stan parametrów przemysłowych i wysyłają dane do centrum. W ten sposób powstaje bardzo precyzyjny obraz przedsiębiorstwa oparty – co bardzo ważne – o bieżące informacje. Technologia ta jest rewolucyjna dla przemysłu z dwóch powodów: jest relatywnie tania i nie wymaga okablowania.

Dzięki niskim kosztom można opomiarować więcej urządzeń, a bezprzewodowość pozwala na ogromną elastyczność. Nie trzeba w magazynach prowadzić jakichkolwiek dodatkowych kabli i mamy swobodę przenoszenia sensorów. Jedną z globalnych firm kurierskich zastosowała w swoich dużych magazynach system IoT, aby zapobiegać zderzeniom wózków, które poruszają się w tym samym czasie w danym obiekcie. System polega na tym, że pojazdy, poprzez bezprzewodowe IoT, stale wysyłają do centrali swoją geolokalizację. Ta (centrala), po wykryciu zagrożenia bezprzewodowo i automatycznie wysyła odpowiednie komunikaty do wózków, co zapobiega kolizji. Nierzadko operatorzy tych urządzeń nawet nie wiedzą, dlaczego ich wózki same zwolniły lub lub – nawet – całkowicie się zatrzymały.

– W przypadku dóbr konsumpcyjnych producenci będą oferować coraz więcej nowinek technologicznych. W odniesieniu do firm czy instytucji, trzeba jednak pamiętać, że zaprojektowanie indywidualnej sieci, która działa wydajnie, bezpiecznie, stabilnie i bez zakłóceń wymaga wysokich kompetencji. Świat staje się coraz bardziej bezprzewodowy, ale sztuką jest tworzenie systemów, które działają dobrze, tworzą wartość dodaną, podnosząc jakość czy konkurencyjność – podsumowuje Robert Kobiela z Koma Nord.

Internet rzeczy

Internet of things, IoT – polega na gromadzeniu, przetwarzaniu lub wymianie danych za pośrednictwem instalacji elektrycznej inteligentnej KNX, sieci komputerowej lub bezprzewodowej przez połączone ze sobą urządzenia. Do tego typu przedmiotów zaliczają się między innymi urządzenia gospodarstwa domowego, artykuły oświetleniowe i grzewcze, systemy bezpieczeństwa oraz urządzenia mobilne. Szacuje się, że na koniec tego roku do sieci in podłączonych będzie nawet 50 mld urządzeń.

Internet Rzeczy wykorzystuje sieć inteligentnych przedmiotów, (obiektów wyposażonych w zdolność do przetwarzania danych i kooperacji) której istotą jest nie tylko zaspokajanie znanych dzisiaj potrzeb, ale także potrzeb, które narodzą się dopiero w przyszłości.

WZROST LICZBY URZĄDZEŃ IoT W ŚWIATOWEJ SIECI



Wystarczyło zaledwie 11 lat aby liczba urządzeń połączonych internetowo wzrosła 50- krotnie i osiągnęła 50 miliardów.

Na wirtualnych arenach bój o miliony euro

Pieniądze, które można zarobić w tzw. e-sporcie, pobudzają wyobraźnię. Najlepsi e-gracze wyciągają obecnie nawet po 20-30 tysięcy euro miesięcznie. I to mimo trwającej na świecie pandemii

Tekst: Izolda Hukałowicz





FOT. D3RF

Na świecie wciąż toczy się spór o to, czy e-sport jest... sportem. Jego największym gwiazdom nie przeszkadza to jednak zarabiać milionów euro na wirtualnych arenach. Mimo pandemii zawody e-sportowe mają się świetnie. Przyjmują formę zorganizowanej, wieloosobowej gry, gdzie zawodowi gracze prowadzą rozgrywkę indywidualnie lub w drużynach. A drużynę mogą tworzyć osoby, które spotykają się fizycznie na tzw. LAN party albo wirtualnie

Na początku zawody e-sportowe rozgrywane były przez amatorów i traktowane jako forma rozrywki. Dopiero po 2000 r., dzięki możliwości „strumieniowania” rozgrywek na żywo, zabrali się za nie profesjonalni gracze. Wraz z nimi pojawili się też komentatorzy, specjalizujący się w danej grze. Stawki za wygrane zawody szybko zaczęły szybko rosnąć, osiągając niebotyczne wartości liczone w milionach dolarów na drużynę.

„Czekolad” specjalizuje się w League of Legends

Jako że e-sport związany jest z najnowocześniejszymi technologiami, stał się domeną głównie

młodych osób, które w branży gamingowej czują się jak ryba w wodzie.

Jeden z najlepszych w Polsce graczy e-sportowych, Paweł „Czekolad” Szczepaniak, ma zaledwie 20 lat, a za sobą już dekadę grania, w tym 3 lata startów w profesjonalnych zawodach. Ten pochodzący z Olsztyna zawodnik specjalizuje się w grze League of Legends.

„Czekolad” przygodę z grami komputerowymi zaczął bardzo wcześnie, bo jako zaledwie 10-letni chłopiec. – Wracałem ze szkoły i zaszliśmy do cioci. Mój kuzyn grał wówczas w grę, przyglądałem mu się i pomyślałem, że to świetna zabawa. Poprosiłem, by zainstalował mi tę grę i tak się wciągnąłem – wspomina.

Potem zaczęły się treningi i doskonalenie umiejętności. Talent i upór doprowadziły Szczepaniaka do poziomu profesjonalisty. Teraz jest członkiem brytyjskiej organizacji Excel esports, zrzeszającej najlepszych graczy w Europie. To coś w rodzaju klubu sportowego, z którym gracze zawierają kontrakty i dla niego walczą o sukcesy. Excel esports ma swoje miejsce w europejskiej lidze mistrzów LEC, w której uczestniczy 10 najlepszych drużyn. Paweł jest jednym z pięciu graczy z całej Europy, którzy grają na różnych pozycjach. – Mamy w składzie Norwega, Czecha, Brytyjczyka i Szweda, a nasz trener jest Holendrem – wymienia Paweł.

Podczas treningów porozumiewają się po angielsku, a trenują dużo. Przed komputerami spotykają się codziennie na minimum 6 godzin, zazwyczaj od 14 do 20. Ale to nie koniec, bo po zakończonym treningu zbiorowym każdy z zawodników jeszcze gra indywidualnie. Ćwiczyć trzeba też przed treningiem, żeby się rozgrzać.

Liczy się refleks

– Ciężka praca to podstawa – podkreśla białostoczanin Mateusz Szukajt, twórca eventu East Games United, właściciel i prezes agencji PR-owej i marketingowej Galaktus, która zajmuje się „gamingiem”. – Teraz świat e-sportu jest duży, więc i konkurencja jest coraz większa. Żeby coś osiągnąć, trzeba dużo więcej pracować i mieć dużo więcej szczęścia niż kiedyś.

Oprócz ciężkiej pracy ważne są też indywidualne cechy graczy. Paweł Szczepanik zaznacza, że dobry zawodnik musi mieć świetny refleks oraz umiejętność myślenia i przewidywania. - Zawodowe granie w gry komputerowe to trochę takie szachy XXI wieku, gdzie trzeba przewidywać ruchy przeciwnika i analizować sytuację. Gra wymaga również charakteru i umiejętności współpracy. Trzeba zawsze pamiętać, że jest się częścią drużyny - zaznacza.

Wydawać by się mogło, że bycie profesjonalnym e-graczem wymaga superspecjalistycznego sprzętu komputerowego. Ale Szczepanik wyjaśnia, że - jeżeli są umiejętności - wystarczy komputer za 2,5 tys. zł, monitor za 600 zł plus klawiatura i myszka. - Cztery tysiące złotych wystarczą na naprawdę dobry sprzęt - zapewnia. I dodaje, że ważniejszy jest talent i ciężka praca. To one pozwoliły „Czekoladowi” i jego drużynie (AGO Rogue) wygrać w tym roku Puchar Europy EU Masters i Trinity Force Puchar Polski.

Ze stresu mają pryszcze

Zawodowi gracze przed ekranami monitorów spędzają długie godziny. Dlatego też ci, którzy utrzymują się z e-grania, dbają o swoją kondycję. Wielu z nich korzysta z pomocy trenerów personalnych, dietetyków, psychologów. Bo najważniejsze mecze wymagają koncentracji i są ogromnym wysiłkiem fizycznym i psychicznym.

- Turniej na najwyższym szczeblu e-sportowym trwa zazwyczaj kilka dni - wyjaśnia Mateusz Szukajt. - Biorący w nim udział zawodnicy grają po 2-3 godziny, robią przerwę i znowu siadają do gry. To wymaga odpowiedniego przygotowania zdrowotnego: dobrego odżywiania, ruchu i dbania o kondycję mentalną. Gracze mają świadomość, że kondycja to 50 proc. sukcesu.

Aktualnie w puli e-zawodów, rozgrywanych na najwyższym, światowym poziomie, jest do wygrania 10-20 milionów dolarów. Przy takich stawkach gry komputerowe to już nie tylko hobby. To inwestycja, która wymaga odpowiedniego przygotowania.

Paweł Szczepanik nieustannie dba o kondycję. Początkowo miał trochę problemów z kręgosłupem, ale zaczął się regularnie rozciągać i wzmocnił mięśnie stabilizujące. Robi też regularne, półgodzinne przerwy w grze, a każdego ranka udaje się na godzinny spacer.

- Ważna jest też psychika i nastawienie. Trzeba wierzyć w siebie i umieć sobie radzić ze stresem - wyznaje gracz z Olsztyna. - Ja zawsze po przyniku medytuję przez 10 minut, wyciszam się. Przed oficjalnymi grami zwykle robi mi się zimno, więc wtedy ubieram się bardzo ciepło, aby unormować temperaturę. Ale znam graczy, którzy ze stresu w dniu zawodów mają całe twarze obsypane pryszczami. I zwykle potem kiepsko sobie radzą...

Zarobki oderwane od rzeczywistości

Jeszcze 12 lat temu zaledwie 30-50 polskich e-graczy żyło z elektronicznego sportu, jednak teraz jest ich już około 200-300. W skali świata to dzie-



FOT. ARCHIWUM PRYWATNE

Paweł Szczepanik z Olsztyna, pseudonim „Czekolad”, specjalizuje się w grze League of Legends

siątki tysięcy ludzi. - Ci naprawdę dobrzy potrafią zarobić po 20-30 tysięcy euro miesięcznie. Najlepsi zarabiają jeszcze więcej. To są zarobki oderwane od naszej rzeczywistości - mówi Szukajt. - Wśród graczy mamy milionerów, których kontrakty opiewają na miliony dolarów rocznie, a do tego dochodzą wygrane z turniejów i lig. Furlan - jeden z najlepszych białostockich graczy - zarabia na poziomie kilku średnich krajowych miesięcznie. To naprawdę nieźle, jak na niespełna 30-letniego mężczyznę.

Jednak kontrakty z klubami sportowymi i wpływy z wygranych to nie wszystko. Gracze podpisują też kontrakty reklamowe, np. z producentami myszek, klawiatur, sprzętu, ale też marek m.in. instymosowych, np. napojów, samochodów.

- Polski zawodnik Jarek Pasza, który grał w rosyjskiej organizacji, reklamował jeden z elektromarketów. Występował w reklamach wideo, które były emitowane w internecie. To działa na podobnych zasadach jak w prawdziwym sporcie - tłumaczy Szukajt.

Krótkie kariery e-graczy

Kariera w e-sporcie może przynieść mnóstwo satysfakcji i pieniędzy, ale nie jest to zajęcie na całe życie.

- Trzeba pamiętać, że konkretne gry, w których specjalizują się zawodnicy, mają tylko kilka lat żywotności mierzonej popularnością - wyjaśnia szef Galactusa. - Owszem, są gry, które funkcjonują na rynku przez 10-20 lat, ale to zaledwie parę tytułów. Reszta gier już po kilku latach przestaje być popularna i znika, a gracze, którzy się w nich odnaleźli, kończą kariery i przechodzą na emeryturę.

Jak mówi Szukajt, historia e-sportu jest krótka, więc kariery graczy również nie są jeszcze długie. - Wszystko zaczęło się zaledwie 20-25 lat te-

mu, więc trudno mówić o długotrwałych karierach. Choć mamy już polskich graczy, którzy w League of Legends grają po 10 lat, więc widzimy, że to jest możliwe. Ale ciągle nie wiemy, gdzie sięgają limity fizyczno-psychiczne e-sportowców. Oczywiście jest, że po 30. roku życia czas reakcji zawodników się wydłuża, ale z drugiej strony - taki gracz nadrabia doświadczeniem, podobnie jak w prawdziwym sporcie.

E-gracze, którzy zdecydowali się wycofać ze startów w zawodach, zwykle zostają w organizacjach, które do tej pory reprezentowali jako trenerzy. - Ale byli gracze znajdują też pracę u wydawców gier wideo. Producenci sprzętu zatrudniają ich jako testerów - dodaje Mateusz Szukajt. - Często też e-sportowcy z grania profesjonalnego przechodzą na bycie streamerami lub youtuberami. Filmują to, jak grają i publikują filmiki w sieci. Stają się influencerami. Tu możliwości zarabiania są ogromne.

Paweł Szczepanik, choć ma zaledwie 20 lat, też znalazł już pomysł na sportową emeryturę. W przyszłości chciałby zostać trenerem i zająć się streamingiem.

Pandemia nakręciła e-sport

Branża e-sportu jest jedną z niewielu, których nie dotknęła pandemia koronawirusa i związany z nią kryzys. Wręcz przeciwnie - jeszcze bardziej ją nakręciły. Ograniczone możliwości poruszania się przykuły ludzi do monitorów, a zdalna praca sprzyja zanurzeniu się w świecie gier.

- I myślę, że tak już zostanie. To będzie czołowa rozrywka. Branża filmowa i muzyczna mocno przez pandemię podupadły, natomiast branża gier się rozwinęła - podsumowuje Mateusz Szukajt. - Gry komputerowe to świat ogromnych perspektyw.

Izolda Hukałowicz

Duzi chłopcy i ich drogie zabawki

*Ryzyko wpisane jest
w DNA mężczyzn.
Epidemia
koronawirusa
sprawiła, że
u niektórych potrzeba
ekstremalnych doznań
jeszcze bardziej
wzrosła. Pomysłów na
zwiększenie dawki
adrenaliny
nie brakuje. Wszystko
zależy od zasobności
portfela.*

Tekst: Jacek Drost



Wyraźna różnica pomiędzy mężczyznami i kobietami polega na tym, że ci pierwsi pragną narażać się na ryzyko – rzucić wyzwanie sobie i innym. To potwierdzony naukowo fakt: większość chłopców cieszy się z niebezpieczeństwa, lubi poddawać się próbom i budzić podziw wśród kolegów, którzy też robią coś szalonego. Zupełnie inaczej sytuacja przedstawia się z dziewczętami. Generalnie są one mniej skłonne do ryzyka podejmowanego tylko dla przyjemności. Z danych zebranych na temat zranień nieletnich wynika, że o wiele częściej chłopcy doznają poważnych ran czy uszkodzeń ciała z powodu narażania życia podczas np. pływania, używania broni palnej czy jazdy na rowerze – pisał swego czasu portal deon.pl w artykule „Dlaczego mężczyźni lubią ryzyko?” powołując się na badania psychologów, antropologów i socjologów.

Z kolei socjolog dr Adriana Bartnik, adiunkt na Wydziale Nauk Społecznych Politechniki Warszawskiej, uważa, że problem uzależnień behawioralnych wynikać może z tego, że ludzie nie mają się czym pochwalić i to frustruje. Normal-

ność przestała być czymś pożądanym. – Przestajemy lubić swoje życie, swoich znajomych, swoją pracę i samych siebie – mówią na łamach „Gazety Pomorskiej” socjolog. – Wiek XX przyniósł nam przymuszenie do posiadania pasji, hobby, którego mają nam zazdrościć znajomi. Jesteśmy zadowoleni, gdy jesteśmy inni, wybitni. Chcemy być jak dr House. Około 40-stki przychodzi czas na refleksję nad własnym życiem i okazuje się, że wszyscy mają dostęp do tego samego, a my nie jesteśmy wybitni, niczym szczególnym się nie wyróżniamy – podkreśliła socjolog.

Stąd nasze nieustanne poszukiwanie coraz to nowych doznań, często coraz bardziej ekstremalnych.

K – jak komfort i koronawirus

Jest jeszcze inna teoria: – Wygoda – tak jednym słowem można by scharakteryzować życie znakomitej większości ludzi na początku XXI wieku, w tej części świata. Patrząc na ostatnie stulecie można śmiało powiedzieć, że jeszcze nigdy w dziejach ludzkości ludziom nie żyło się tak dobrze, tak komfortowo, tak bezpiecznie. Ciepła woda w kranie i prąd w gniazdku stały się już czymś tak oczywistym jak oddychanie, więc na dobrą sprawę

na te dobrodziejstwa cywilizacji nie zwracamy już uwagi (chyba, że akurat na chwilę wyłączą prąd i wówczas nasze życie lega w gruzach), a przecież do tego wszystkiego doszło jeszcze całę mnóstwo gadżetów mających jeszcze bardziej ułatwić nam życie – począwszy od naszpikowanych różnymi opcjami smartfonów, poprzez inteligentne urządzenia RTV i AGD, a na superszybkich samochodach z podgrzewanymi siedzeniami czy systemami kontroli jazdy skończywszy. To wszystko sprawia, że żyje nam się wygodnie, komfortowo, bezpiecznie, a co za tym idzie w wielu z nas (zwłaszcza mężczyzn) odzywa się potrzeba rzućcia świata wyzwania, na przykład formie uprawiania ekstremalnych sportów – skoków ze spadochronem, jazdy na motocyklu czy quadzie lub pokonywania stromych wzniesień na rowerze górskim. Naszym dziadkom czy pradiadkom obce były takie „fanaberie” – kiedy przyszło im brnąć w śniegu kilka kilometrów do najbliższej fabryki, po powrocie narażać drewna do pieca czy podkuć konia, to w wolnej chwili nie były im w głowie zimowe wycieczki w góry w samych szortach czy ekstremalna jazda na rowerze z Szyndzielni. Epidemia koronawirusa też zrobiła swoje. Wiele osób, by odreago-



wać tygodnie zamknięcia, niepewności czy stresu o zdrowie swoje czy bliskich ze zdwojoną siłą rzuciło się w wir poszukiwania nowych, często ekstremalnych doznań, by z dala od cywilizacji, w samotności móc się wyżyć, zresetować, sprawdzić się. A pomysłów na takie formy aktywności we współczesnym świecie jest całe mnóstwo. Wszystko jest kwestią wyobraźni i zasobności portfela.

Rowery, quady i motolotnie

Wśród aktywności będących w ostatnim czasie na fali wznoszącej na pewno jest kolarstwo górskie MTB, uparawiane za pomocą rowerów górskich, których konstrukcja umożliwia poruszanie się w trudnym terenie. Moda na jazdę rowerami poza normalnymi drogami, w trudnym terenie pojawiła się w USA już pod koniec lat 70. ub. wieku. Jednak do Polski kolarstwo górskie w stylu freeride dotarło stosunkowo niedawno. O tym jak bardzo jest to popularna forma spędzania wolnego czasu można się przekonać odwiedzając kompleks „Enduro Trails – Bielsko-Biała”, gdzie stworzono sieć jednokierunkowych tras rowerowych, tzw. singlettracków. Są to najbardziej lubiane przez kolarzy górskich, wąskie, kręte i po-

falowane ścieżki o różnym stopniu trudności, od tych łatwiejszych, łagodnie opadających, aż po strome, wymagające rowery technicznie jazdy. Trasy bielskiego kompleksu oblegane są nie tylko w weekendy, ale także w ciągu tygodnia.

Nie jest to tanie hobby, bo ceny rowerów górskich zaczynają się od blisko 2 tys. zł wzwyż, a bardziej profesjonalne – wytrzymałe, bezpieczniejsze, ułatwiające jazdę elektryki potrafią kosztować kilkanaście, kilkadziesiąt tysięcy złotych. Za model Norco Bicycles Sight VLT C1 29” trzeba zapłacić ponad 32 tys. zł, a Norco Bicycles Aurum HSP C1 27,5” – który – jak reklamuje go producent – jest rowerem przeznaczonym dla osób nieustraszonych, szukających szybkiej i niez-

Mężczyźni lubią narażać się na ryzyko. Rzucąć wyzwanie sobie i innym. To potwierdzony naukowo fakt

wodnej maszyny” – trzeba zapłacić prawie 40 tys. zł. Nieźle, co?

Można powiedzieć, że quady spopularyzował w Polsce Rafał Sonik, przedsiębiorca (właściciel m.n. centrum handlowo-rozrywkowego Gemini Park w Bielsku-Białej), filantrop, ale także kierownik rajdowy startujący na wszędolazach w rajdach terenowych, zwycięzca rajdu Dakar oraz dziewięciokrotny zdobywca Pucharu Świata FIM.

Osoby chcące iść w ślady Rafała Sonika nie mają łatwego zadania, bo – jak podaje portal najlepsze-quady.pl – wybór quada to odpowiedzialna decyzja, którą należy dobrze przemyśleć. Na rynku znajdziemy dużo znanych marek, które kuszą potencjalnych nabywców swoją ofertą. Ich ceny wahają się od kilku do kilkudziesięciu tysięcy złotych. Quady przeprawowe, rekreacyjne czy sportowe – to główne rodzaje, które różnią się od siebie znacznie. Poszukując quada musimy odpowiedzieć sobie na kilka pytań, które pozwolą nam określić, jaki rodzaj quada będzie dla nas najlepszy i w jaki sposób będziemy z niego korzystać. Jaki będzie najlepszy quad do jazdy w terenie? I co go wyróżnia spośród innych? Postaramy się odpowiedzieć na te pytania.

Jaki quad na początek? To jedno z podstawowych pytań, które pojawia się w głowach osób szukających pojazdu. Przeglądając fora internetowe i grupy na portalach społecznościowych nietrudno natknąć się na dwa obozy. Jedni uważają, że warto kupić quada nowego, a drudzy, że używanego, ale markowego. Kupując quada warto odpowiedzieć sobie na pytanie, do czego on służy. Na pewno quad nie służy do jazdy do kościoła, ani trzymania pod koce. Quad to zabawka wyrosniętych chłopców, którzy katują pojazdy w ciężkim terenie (czasami również pod wodą). Na początek warto kupić Polaris 570 w cenie ponad 32 tys. zł (najlepszy stosunek jakości do ceny) czy INHA 300 za prawie 17 tys. zł (najtańszy quad z napędem 4x4, ciekawa budżetowa propozycja).

Ci, którzy jeszcze bardziej bujają w obłokach mogą się zdecydować na zakup motolotni. Od czego zacząć taką pasję? Pierwsza rada jest prosta: – Żeby w ogóle myśleć o lataniu na motolotni należy mieć „licencję pilota”. Specjalnie w cudzysłowie, gdyż fachowa nazwa to „świadectwo kwalifikacji pilota motolotni”, w skrócie ŚK PHGP (eng. Powered Hang Glider Pilot). Jest to rodzaj prawa jazdy, tylko dotyczący pilotowania motolotni. Posiadacz ŚK PHGP może latać tylko motolotnią, nie można latać wiatrakowcem, paralotnią, czy samolotem ultralekkim – informuje portal sky-life.pl. Dodaje, że zdobycie licencji kosztuje minimum 11 tys. zł. No dobrze, a ile kosztuje nowy sprzęt, taki naprawdę dobry? Za fabryczną, krajową konstrukcję z górnej półki trzeba zapłacić minimum 100-150 tys. zł z silnikiem. Motolotnie zagranicznych producentów (jak francuski Air Creation, angielski Quick) to już koszt 40-60 tys. euro. – Tutaj uwaga, bo zagraniczny wcale nie oznacza, że lepszy – zaznacza sky-life.pl. Do sprzętu należałoby doliczyć akcesoria takie jak: kask, kombinezon, interkom, radio lotnicze etc. Jest na co wydawać pieniądze!

Sylwia Romaniuk. Pierwsza polska projektantka na Arab Fashion Week w Dubaju

Rozmawia: Agata Maksymiuk

„Haute couture” to określenie zarezerwowane dla nielicznych projektantów, których twórczość staje na równi z największymi dziełami sztuki. Co za tym idzie, to określenie, na które w historii mody zapracowali nieliczni. Wśród nich wymieniana jest Sylwia Romaniuk, polska projektantka, u której ubierały się między innymi Justyna Steczkowska. To ona była pierwszą Polką, która pokazała kolekcję w Dubaju, na Arab Fashion Week.

Współczesny świat mody pełen jest zaskakujących legend i teorii. Przykładem jest choćby ta, że Karl Lagerfeld był podróżnikiem w XVIII wieku albo że Anna Wintour, ze swoją niewzruszoną twarzą, przybyła z innej planety. A jaką legendę chciałaby pani, aby kiedyś przypisano Sylwii Romaniuk?

Legenda, która jest mi bardzo bliska, to opowieść o kapłance Avalonu. Postaci niezwykle uduchowionej, z mocą tworzenia zupełnie nowych przestrzeni i światów, do których dostęp mają nieliczni. Zawsze czułam, że jestem twórcą. Kocham tworzyć rzeczy nowe. Tak się składa, że niedawno miałam odczyt z Kronik Akaszy, który potwierdził, że ta kreacja i uduchowanie, które mam w sobie, skalują się tu i teraz. Skalują się w tym życiu. Bo moja twórczość to nie tylko kreowanie pięknych sukni. Przede wszystkim jestem kreatorką życia i marzeń. Każdy, kto ma dostęp do mojego świata i jest blisko mnie, widzi, że to, w jaki sposób postrzegam przestrzeń, czas i emocje, i jak je układam, jest inne, nieprzeciętne. Całemu mojemu życiu towarzyszą bardzo wysokie vibracje.

Jak ważna jest historia, która stoi za naszym sukcesem?

Historia, którą wynosimy z domu czy przestrzeni, w jakiej dorastaliśmy, nie jest tak ważna jak nasze przeznaczenie duszy. Artyści często kierują się głosem serca. Oczywiście, aby marzenie i sztuka nabrały realnych kształtów, potrzebny jest dobry plan i ludzie, którzy pomogą nam zmaterializować to powołanie. Jest wiele utalentowanych osób, które nie odnoszą sukcesów. Wydaje się, że brakuje im zaplecza finansowego, czy wiedzy jak prowadzić firmę, ale w rzeczywistości brakuje im człowieka, który wciąłby w swoje ręce ich serca i poprowadził dalej. Jeśli o mnie chodzi, zawsze miałam przy sobie kochającą rodzinę, na której mogłam polegać. Jednak to nie rodzina mnie ukierunkowała na sztukę, design czy modę. Sama odnalazłam tę ścieżkę, mimo tego, że nigdy nie kształciłam się w tych kierunkach. Wiele światowej sławy artystów dotarło do miejsca swojego przeznaczenia, omijając drogi akademickie. Ja też zaufałam losowi, choć na początku było to dla wielu absurdalne.

Sama również zasiada pani do szycia? Wielu projektantów jest z tą częścią pracy twórczej na bakier.

Lista klientek Sylwii Romaniuk jest imponująca, wśród nich była np. księżniczka z Arabii Saudyjskiej



FOT. ARCHIWUM PRYWATNE

Uwielbiam to robić! Nawet jeśli nie mam czasu szyć od podstaw, to proszę moje krawcowe o szkielety, które później sama wykańczam. To chyba część pracy, która sprawia mi największą radość. W dodatku dziejesię to zupełnie spontanicznie. Siadam do sukni i tworzę to, co mi przyniesie fantazja, dlatego każda moja suknia jest inna i trudno powtórzyć poszczególne modele. To bardzo emocjonalne kreacje.

Czy jeśli jako mała dziewczynka albo może dorastająca nastolatka, usłyszałyby pani, że pojawi się na Arab Fashion Week czy Paris Fashion Week i będzie pani miała swój butik w Londynie, uwierzyła pani?

Kiedy byłam małą dziewczynką, bardzo dużo rysowałam. Praktycznie każda moja praca przedstawiała księżniczki w pięknych sukniach. Niektóre z tych rysunków mam po dziś dzień. Były to spektakularne kreacje. Pamiętam jak moja rodzina mówiła - to jest coś pięknego! Jednak nie traktowałam wtedy tego poważnie. Kiedy dorastałam, zawody były ściśle określone i nie było ich aż tak wiele. Nie słyszałam wtedy o takim zawodzie jak projektantka mody. Dlatego kiedy zaczęłam tworzyć z potrzeby serca, przez długi czas nie umiałam nazwać tego, co robię. Do wszystkiego musiałam dojrzeć z czasem.

A jak udział w międzynarodowych pokazach mody wpłynął na rozwój pani marki?

Takie wydarzenia są naturalnym schematem, który pojawia się przy pracy twórczej. Osobiście nigdy nie szukałam takich kontaktów. Wspomniany Arab Fashion Week dotarł do mnie sam. Szukano designerów, którzy tworzą modę ponadprzeciętną. Ludzi tworzących w duchu haute couture. Wpisałam się w tę przestrzeń. To na pewno była dla mnie olbrzymia lekcja i niezwykle przeżyście.

Mówi pani o tym tak... zwyczajnie. A przecież to musiało być mnóstwo stresu, formalności, no i co za tym idzie, pracy.

Oczywiście każdy taki wyjazd to ogromny sukces! Na Arab Fashion Week pojawiłam się dwa miesiące po porodzie. To był czas pełen nowych wyzwań. Kiedy urodziłam synka, myślałam, że najbliższe chwile są zarezerwowane tylko dla mnie i dla rodziny. W momencie kiedy dostaliśmy zaproszenie, mieliśmy miesiąc, aby się przygotować. Ale od zawsze jestem niepoprawną optymistką (śmiech). Jeśli coś ma się zadziać, to się zadzieje mimo wszelkich trudności. Tu tak było. Po prostu popłynęłam z nurtem i udało się.

A jak udaje się pani dzielić czas między pracę, dom, a chwile tylko dla siebie?

Cała praca, którą wykonujemy - ja i mój mąż - to praca, którą możemy wykonywać absolutnie z każdego miejsca na ziemi. Wszędzie, co byśmy nie robili, zawsze podrozmujemy razem. Zawsze mam męża i chłopców przy sobie, dlatego nie czuję tego rozerwania. Oczywiście, są momenty kiedy muszę się poświęcić klientkom bardziej. Wtedy inaczej zarządzam czasem, ale wydaje mi się, że robię to coraz lepiej.

Pani wizerunek w mediach jest bardzo poważny. Przedstawia piękną, silną kobietę, ale też dość zdystansowaną. A jaka jest pani poza pracą, poza czasem dla klientek?

No właśnie! Nie wiem, dlaczego jestem tak odbierana. Moje klientki bardzo często przychodzą do mnie i mówią - pani Sylwio myślałyśmy, że jest pani zupełnie inna, a z pani taka ciepła, otwarta i spontaniczna osoba. Na zdjęciach tego nie widać. I to jest właśnie to, trzeba do mnie przyjechać i mnie poznać (śmiech). W domu, po pracy jestem taka sama, a może nawet jeszcze bardziej otwarta i spontaniczna. Mam dwóch małych chłopców, z którymi trzeba aktywnie spędzać czas. Dlatego nie mam problemu, żeby wskoczyć w dresy i przyłączyć się do ich zabaw.

To może być spore zaskoczenie dla osób, które myślą o pani jedynie jako o projektantce, która „ubiera arabskie księżniczki” (śmiech). Skąd wzięło się to określenie?

Trafiają do mnie kobiety z całego świata i pewien czas temu moje atelier odwiedziła prawdziwa arabska księżniczka. Dokładnie księżniczka Arabii



FOT. ARCHIWUM PRYWATNE



FOT. ARCHIWUM PRYWATNE



FOT. ARCHIWUM PRYWATNE



FOT. ARCHIWUM PRYWATNE

Saudyjskiej. Przyznaję, że nie było mnie wtedy w Warszawie. Zadzwoił telefon, dowiedziałam się, że zamykają ulicę, a mnie... nie ma. Nie udało mi się do niej przybyć, ale i tak wiele osób zapamiętało to wydarzenie.

Lista pani klientek jest bardzo imponująca. Widziałam, że po pokazie w Paryżu do ich grona dołączyła piosenkarka Nicole Scherzinger, w pani kreacji można było też podziwiać modelkę i aktorkę Amber Rose. Czy z każdą z tych osobowości pracowała pani indywidualnie?

Różnie to bywa. Polskie gwiazdy docierają do mnie raczej bezpośrednio. Artysty z zagranicy często działają za pośrednictwem managerów i stylistów. Właśnie tak było w przypadku Nicole. Otrzymałam wiadomość - pani Sylwio, potrzebujemy wyjątkowej kreacji, chcemy, aby Nicole zabyła. Gwiazda szykowała się do koncertu podczas prywatnego pokazu nowej kolekcji Bvlgari i szukała czegoś więcej niż pięknej biżuterii.

Gwiazdą, która stale występuje w pani kreacjach jest też Justyna Steczkowska. To chyba coś więcej niż tylko współpraca?

Rzeczywiście, w tym przypadku łączy nas wieloletnia przyjaźń. Z Justyną realizujemy różne projekty, a obecnie szykujemy się do kolejnego. Planujemy wyjątkową sesję zdjęciową z jednym z najlepszych fotografów na świecie, która odbędzie się pod wodą. To pierwszy taki projekt w Polsce. Chciałabym pokazać Justynę w wizerunku bogini, ale nie mogę zdradzić więcej (śmiech).

Szykując kolejne wielkie kreacje i projekty, jaki jest pani ulubiony moment? Tworzy pani też suknie ślubne, emocje muszą być czasem niesamowite.

W przypadku moich sukni emocje zawsze są podobne. Kiedy kreacja jest już gotowa i kobieta ją zakłada, widzę zmianę w jej oczach, w jej twarzy, w samej postawie. I nawet jeśli przedtem miała wątpliwości - „czy to na pewno suknia dla mnie? Nie, nie, chyba nie będzie mi pasować”. Lecz kiedy ma ją już na sobie, zamienia się w prawdziwą księżniczkę. Na co dzień nie mamy wiele okazji, by się tak czuć, dlatego te emocje są w moim atelier widoczne jeszcze bardziej.

Duże domy mody często decydują się też na tzw. dropy skierowane do szerszej grupy klientów. Czy pani również o tym myślała?

W atelier mamy nie tylko suknie. Są dostępne naprawdę różne rzeczy! Mam nawet kolekcję dresów. Są płaszcze, apaszki, stroje kąpielowe... Można się u nas ubrać z góry do dołu. Jest też piękna kolekcja świec zapachowych. Nasza pracownia to niesamowite miejsce. To 500 metrów kwadratowych, na które składa się krojownia, wzorcownia... Można przyjść, zobaczyć, jak powstają nowe projekty. Panuje u nas domowa, ciepła atmosfera, dlatego kiedy klientki przychodzą, to nie wychodzą za szybko (śmiech).

PREMIERA

LUKSUSOWY KATAMARAN WYPOSAŻONY SYSTEM SOLARNY ZAINSTALOWANY 68 M KW. POWIERZCHNI NA POKŁADZIE

Produkcję energii słonecznej zwiększono do 13 kWp. Panele są w pełni zintegrowane z kompozytowymi elementami jachtu.

60 Sunreef Power Eco ze stoczni Sunreef Yachts to ultranowoczesny ekologiczny jacht motorowy. Luksusowy katamaran wyposażono w technologie najnowszej generacji, aby uzyskać maksymalną wydajność energetyczną i osiągi. Opracowany przez stocznię system solarny zainstalowany na 60 Sunreef Power Eco pokrywa 68,6m powierzchni na pokładzie, zwiększając tym samym produkowanie energii słonecznej do 13kWp. Panele słoneczne są w pełni zintegrowane z różnymi kompozytowymi elementami jachtu, takimi jak burty kadłubów, czy nadbudowa.

Na 60 Sunreef Power Eco umieszczono innowacyjne silniki elektryczne zasilane z ultralekkich baterii, które zapewniają cichą i bezwibracyjną żeglugę. Dzięki nowoczesnym rozwiązaniom oraz ekologicznym materiałom wykończeniowym, 60 Sunreef Power oferuje w pełni kompleksowe podejście do zrównoważonej żeglugi.

60 Sunreef Power Eco oferuje nieskończone możliwości personalizacji w zakresie aranżacji i wystroju wnętrza. Zewnętrzne przestrzenie wypoczynkowe obejmują obszerny pokład słoneczny, taras dziobowy oraz kokpit rufowy, gdzie znajdują się: platforma hydrauliczna do wodowania pontonu oraz innowacyjny garaż rufowy.

Ekologiczna wersja jest rozwinięciem 60 Sunreef Power, modelu jachtu produkowanego przez Sunreef Yachts. Model 60 Sunreef Power został wyróżniony w kategorii Najlepszy katamaran motorowy podczas gali World Yachts Trophies 2020. Jego elegancka i sportowa sylwetka wpisuje się idealnie w design najnowszej serii jachtów motorowych stoczni, na którą składają się modele 60 Sunreef Power, 70 Sunreef Power, 80 Sunreef Power oraz 100 Sunreef Power. Elegancki i łatwy w manewrowaniu katamaran jest idealną jednostką do podróżowania zarówno z załogą, jak i bez niej.

Dzięki imponującej szerokości, 60 Sunreef Power może pochwalić się rozległym salonem, który wraz z kokpitem rufowym tworzy wygodną półotwartą przestrzeń do wypoczynku. Jej atutem są bogate przeszklenia, dzięki którym salon wypełnia naturalne światło. Funkcję i wygląd obszernych kabin 60 Sunreef Power można z łatwością spersonalizować według potrzeb każdego właściciela.

Zewnętrzne strefy relaksacyjne katamaranu obejmują duży taras dziobowy i kokpit rufowy z przestrzenią do spożywania posiłków i wypoczynku. Platforma hydrauliczna na rufie oferuje fantastyczne warunki do kąpieli słonecznych i uprawiania sportów wodnych. Pokład słoneczny 60 Sunreef Power może bez trudu pomieścić jacuzzi, bar, stół oraz wygodne siedziska i materace.

W tradycyjnej wersji napędzany jest dwoma silnikami o mocy 850 KM każdy. Zapas paliwa wynosi na wet 10 tys. litrów.**MT**



TRENDY
**KOLORY ROKU INSTYTUTU
PANTONE: SZARY I ŻÓŁTY. JUŻ
DOMINUJĄ W MODZIE I DESIGNIE**

Instytut Pantone to firma z branży poligraficznej, która zasłynęła dzięki opracowaniu swojej własnej, unikatowej skali kolorów. Posługuje się nią dziś wielu projektantów: architektów, grafików, czy kreatorów mody. Jeśli kiedykolwiek widzieliście gdzieś ogromny wachlarz próbek kolorów, bardzo możliwe, że mieliście właśnie do czynienia ze znanym wzornikiem. Tradycja wybierania kolorów roku trwa od 1999 roku, kiedy Pantone

wybrało po raz pierwszy kolor, na nadchodzący 2000 rok. Był nim cerulean blue.

Co ważne, kolor wybierany przez Pantone, ma w założeniu królować na salonach, we wnętrzach domów, biur, w naszych szafach i na ulicach przez cały nadchodzący rok. Od kilku lat jednak wyraźnie widać, że firma Pantone stara się kreować trendy, a nie jedynie odzwierciedlać.

W tym roku Instytut Pantone ogłosił nie jeden, ale dwa „najmodniejsze” odcienie. Poznajcie szary, a dokładniej ultimate grey oraz żółty – illuminating. Warto podkreślić, że nie jest to pierwsza sytuacja, gdy Instytut Pantone zdecydował o tym, że to dwie barwy będą kolorami roku. W 2016 roku były to niebieski (serenity) i kwarcowy róż (rose quartz).

Dlaczego Instytut Pantone ponownie zdecydował się na wskazanie dwóch kolorów? Laurie Pressman, wiceprezesa Instytutu Pantone, mówi, że chodziło o podkreślenie znaczenia wspólnoty.

– Od sposobu, w jaki się socjalizujemy i podróżujemy, do sposobu, w jaki zmieniliśmy nasze myślenie – zaznacza Pressman. – Zmieniamy sposób myślenia z ilościowego na jakościowy, dostosowując się od szybkiego tempa życia do powolnego życia, przyjmując podejście lokalne ponad globalne – podkreśla Laurie Pressman.

Maria Olecha-Lisiecka
Twitter: @MariaOlecha



FOT. 123RF

DŁUGI PROCES MODA, DESIGN, SZTUKA, FILM I ROZRYWKA

O nowych kolorach roku i trwającym kilka miesięcy procesie ich wyboru Laurie Pressman, wiceprezeska Pantone Color Institute mówi tak: - Nie patrzymy w kryształową kulę, aby dokonać tego wyboru. To przemysłowy proces, zwiększenie pracy całego zespołu badającego trendy. Mamy oczy i uszy na całym świecie. Nasz globalny zespół zbiera informacje o wszystkich dziedzinach projektowania, sztuce, rozrywce, filmach, ale także np. o marzeniach związanych z podróżami. Na nasz wybór miał wpływ nowy styl życia, warunki socjoeconomiczne, technologie i materiały - podkreśla wiceprezeska.

JAKOŚĆ ŻYCIA

ZMIANY SPOŁECZNE MAJĄ WPŁYW NA WYBÓR INSTYTUTU PANTONE

Zanim Pantone rozpoczął badania nad kolorami w 2021, pewne wyraźnie rozpoznawalne zmiany społeczne, z którymi nadal się zmagamy, były już mocno



zaawansowane. Wszystko to skutki pandemii koronawirusa SARS-CoV-2, która zmieniła świat w każdym wymiarze. - Od sposobu, w jaki się socjalizujemy i podró-

żujemy, do sposobu, w jaki zmieniliśmy nasze myślenie: od szybkiego tempa życia do powolnego, przyjmując podejście lokalne ponad globalne - mówi Pressman.

TRENDY ŻÓŁTA KANAPA, SZARY FOTEL, ALBO ODWROTNIE

Projektanci wnętrz podkreślają, że nowe kolory roku tworzą we wnętrzu wyjątkowo zgrany duet kolorystyczny, który zachwyca swoją kontrastowością. Szarość ultimate grey odzwierciedla praktyczny sposób myślenia narzucony przez pandemię, a jego lśniący w słońcu odpowiednik wyraża pogodę ducha i optymizm w patrzeniu na przyszłość. Ten tandem dopasowany jest do siebie w stu procentach. Podczas, gdy jedna część ożywia i dodaje wnętrzu optymizmu, druga, bardziej stonowana, sprawia, że wyczuwamy w pomieszczeniu spokój i porządek. - Część architektów już dawno dostrzegła potencjał obu kolorów, czego przykładem mogą być fantastyczne realizacje z meblami - mówi Izabela Stępień, specjalista ds. komunikacji marketingowej w Gala Collezione, firmie produkującej meble.

PORADA DESIGNERSKI WYSTRÓJ BIURA I DUŻO ŚWIATŁA

Projektantka Sandra Białkowska z pracowni Dobry Układ, podkreśla, że zdecydowany żółty akcent w postaci modnej sofy czy fotela to świetny pomysł na ożywienie salonu czy biura.

- Przyjemny dla oka, kojarzący się z bez troską i wakacyj-



mi żółty, zapewni pomieszczeniu świeżość oraz współczesny, designerski look.

TRENDY SZARY TO IDEALNE TŁO DO ARANŻACJI WNĘTRZ

Projektanci zwracają uwagę, że szary, drugi kolor wybrany przez Pantone, jest wyjątkowo plastyczny i stanowi idealne tło do aranżacji wnętrz. Doskonale odnajduje się w minimalistycznych i industrialnych przestrzeniach.

- W połączeniu z żółciami nabiera zupełnie nowego charakteru. Tworzy nowoczesną kompozycję, która nie jest szablonowa i opatrzona. Żółty z kolei dodaje energii, bo ma w sobie mnóstwo pozytywnych skojarzeń, które dobrze wpływają na domowników. Aby nie przytłoczyć pomieszczenia, warto zdecydować się na jeden mocny akcent w tym kolorze, na przykład sofę, narożnik lub fotel. W połączeniu z szarością, doda salonowi przytulności - mówi architekt wnętrz Łukasz Świąćcki z pracowni Łukasz Świąćcki Architektura.



OPINIA ULUBIONY KOLOR

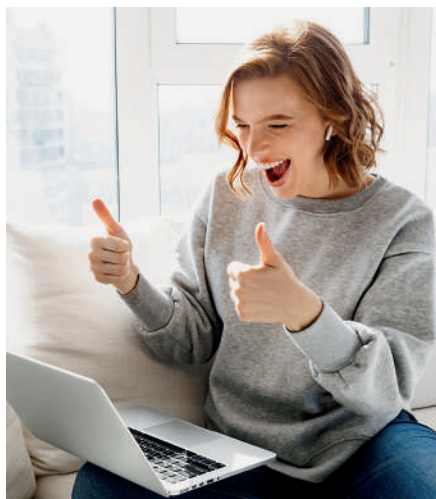
Kolor szary odzwierciedla to, co dzieje się teraz na świecie - jesteśmy trochę zawieszeni w szarości. - Poza tym lubimy szarość! Spójrzmy na nasze ulice, stroje i wnętrza domów - to zdecydowanie jeden z ulubionych kolorów Polaków - mówi Marta Suchodolska z Westwing Polska.



TRENDY MOCNY AKCENT DAJE EFEKT

Warto pamiętać, że żółty element wystroju, nawet w bardziej stonowanych odcieniach, trudno przeoczyć. Połączony z szarością stanowi idealne zestawienie lubianego stylu modern czy loft.





FOT. 123RF

PORADA HOME OFFICE? SZARY DRES LUBIĄ WSZYSTY

Ubrania w odcieniach kojącego ultimate grey i optymistycznego illuminating yellow pojawiły się już na wybiegach Prady, Jacquemusa, Gucci, Balmain i Givenchy. Szary sporo mówi o tym, co najczęściej nosimy pracując zdalnie. Szary dres na home office to najpopularniejszy strój nie tylko Polaków. Do niego koniecznie żółty akcent.

KILKA PORAD DODATKI O BARWIE ILLUMINATING

Illuminating yellow jest mocno nasycony, rozgrzewający, świetnie współgra nie tylko z szarością, ale też z innymi soczystymi barwami: błękitem, fioletem czy fioletem. A jak wykorzystać go w stylizacjach?

Swoją garderobę na 2021 rok warto uzupełnić również delikatnymi, żółtymi dodatkami. Żółte szpilki, torebki czy apaszki. A może żółty, wiosenny trenz albo oversizowa marynarka? To mocne akcenty w stylizacjach, które najlepiej łączyć z bielą, błękitem, czernią i oczywiście - z szarością! Żółty przy twarzy niekoniecznie będzie wyglądać dobrze, ale żółte czółenka czy gawrośka doczepiona do torebki to świetny akcent podkreślający stylizację.

Panowie mogą zdecydować się na garnitur w odcieniu ultimate grey. Aby zaakceptować znajomość trendów świata mody, warto dodać np. żółtą poszetkę. Bizneswomen, które zdecydują się na szary garnitur lub spódnicę z żakiem w tym kolorze, mogą dobrać żółte dodatki: torebkę, buty, albo wspomnianą już apaszkę.

TRENDY TOTAL LOOK W KOLORACH ROKU PANTONE

Ultimate Grey będzie doskonałą bazą stylizacji i genialnie sprawdzi się w total lookach.

Czym jest total look? To trend, który często gości w modzie i robi fenomenalne wrażenie, pod warunkiem, że wiemy, jak dobrze go wykorzystać. Jak wyglądać modnie i stylowo w jednym kolorze od stóp do głów? Styliści podkreślają, że total look nie musi dotyczyć jedynie barw. Jest to kompletny zestaw ubrań, dodatków i butów bazujących np. na jednym wzorze lub z motywem przewodnim. Ważna uwaga: nie chodzi jedynie o założenie ubrań i dodatków o dokładnie tej samej barwie, to byłoby mało oryginalne.



FOT. 123RF

PODPOWIEDZI JEDEN KOLOR, ALE RÓŻNE ODCIECIE I FAKTURA

Jak zatem skomponować stylizację total look? Sekret tkwi w umiejętnym doborze ubrań i dodatków w danych kolorze, ale w różnych jego odcieniach. Ideałem są trzy odcienie jednego koloru (np. ultimate grey), które współgrają i przenikają się, przy czym jeden z nich powinien być głównym. Np. sukienka w kolorze jasnoszarym i do tego czółenka, torebka i apaszka w dwóch ciemniejszych odcieniach tej barwy.

Odcienie kolorów różnią się intensywnością, ale też inaczej wyglądają na różnych materiałach, dlatego warto mieszać odważnie faktury i materiały.

Siłą total looku są dodatki i warstwy. Dodatki mogą być w odcieniu koloru głównego, ale mogą być kontrastowe i mocne. Do sukienki w kolorze ultimate grey mogą to być szpilki illuminating yellow albo pasek w tym kolorze. Tylko tyle i aż tyle. Warto pamiętać, że w biznesowej stylizacji mniej znaczy więcej. A sukienka będzie się świetnie prezentować z trenzem albo żakiem.



FOT. TRENEE

PORADA CHŁODNE TYPY ŚWIETNIE SIĘ ODNAJDA

Tegoroczne ogłoszenie Pantone Color Institute przyniosło dwa spore zaskoczenia. Po pierwsze, mamy nie jeden, a dwa kolory roku 2021, a po drugie, niewielu spodziewało się takiego kontrastowego połączenia. Tymczasem okazało się ono prawie idealne. Pasuje bardziej chłodny typom kolorystycznym.



FOT. 123RF



FOT. TOP SECRET

PORADA KRÓTKI ŻAKIET, A SUKIENKA?

Stosując jeden odcień w stylizacji total look, ale różne faktury i długości (żakiet np. będzie znacznie krótszy od sukienki) nadajemy stylizacji charakteru. To proste triki, które nadadzą charakteru.



FOT. BUTYK

PORADA BANANOWY I ŻÓŁTY TEŻ

Styliści podkreślają, że żółty ma mnóstwo odcieni, jak np. bananowy, któremu dość blisko do beżu, czy też musztardowy z domieszką brązu lub złota. Można dobrać odpowiedni dla siebie odcień i w takim komponować dodatki.

NOWA KUGA

RADOŚĆ PROWADZENIA



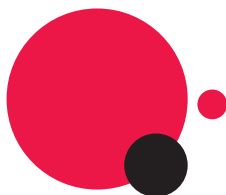
**Już od 619
PLN/miesięcznie***
w Ford Opcje, RRSO 8.94%

* Rzeczywista Roczna Stopa Oprocentowania (RRSO) dla kredytu samochodowego z kosztem na zakup pojazdu dostępnego u dealerów marki Ford wynosi 8,94%, całkowita kwota kredytu (bez kredytowanych kosztów kredytu) 50 680 zł, całkowita kwota do zapłaty przez konsumenta 64 487,62 zł, oprocentowanie stałe 6,89%, całkowity koszt kredytu 13 807,62 zł (w tym: prowizja 2 381,96 zł, odsetki 11 425,66 zł), 67 miesięcznych rat równych w wysokości 948,35 zł oraz ostatnia rata wyrównująca w wysokości 948,17 zł. Kalkulacja została dokonana na dzień 15 stycznia 2021 r. na reprezentatywnym przykładzie. Kredyt na zakup nowego pojazdu marki Ford w cenie 80 006 zł, z wpłatą własną 29 326 zł.

FordStore BCH Chwaliński
ul. Osieckiej 1 (wjazd od ul. Partyzanckiej)
45-836 Opole



www.ford.chwalinski.com.pl



CENTRUM MEBLOWE DOBRODZIEŃ.

Meble na indywidualne zamówienie od ponad 20 producentów.
Transport i montaż na terenie całego kraju.



SALON SYPIALNIA KUCHNIA POKÓJ DZIECIĘCY ŁAZIENKA BIURO DODATKI