



Pamiętaj

o przedłużeniu prenumeraty
„Pulsu Biznesu” na 2023 rok

✉ prenumerata@pb.pl

☎ 22 333 98 32

Wybierz pakiet dla siebie na pb.pl/subskrypcja



cena 8,00 zł (w tym 8% VAT)

NR 240 (6249) INDEKS 349 127 WYD. A+B

Notowania? Wejdź na

pb.pl

NOWE OBLCICZE GAZEL BIZNESU

Pandemia i kryzys energetyczny wpłynęły na strukturę rankingu najbardziej dynamicznych MŚP. Wśród laureatów jest wiele firm, które tak jak zwycięzca – LANTRE – dostarczają wyposażenie IT lub jak laureat drugiego miejsca – INTEGRALE IT – zajmują się integracją systemów informatycznych. 23. ranking pełen jest także firm z branży odnawialnych źródeł energii i rozwiązań optymalizujących jej zużycie. ► I-XLVIII



1 miejsce – LANTRE, od lewej Przemysław Stawiarz, dyrektor handlowy, Paweł Orendorz dyrektor działu usług finansowych, Artur Drzewiecki – prezes, Łukasz Piech, dyrektor operacyjny, i Mateusz Pelka, dyrektor finansowy



2 miejsce
– INTEGRALE IT
Grzegorz Pindur,
prezes

3 miejsce
– THE MEDIA INSIGHT

PulsInwestora

GPW wpadnie w ten sam dołek

Sobiesław Kozłowski z Noble Securities nie zakłada pogłębienia dna bessy, ale indeksy znów je zalicza, kiedy okaże się, jakie są skutki wysokich cen energii dla wyników spółek. ►12



PulsDnia

Jacobs inwestuje obok Mercedesa

Jawor ma ostatnio świetną passę. W mieście powstanie nie tylko fabryka elektrycznych vanów, ale też kawy. Światowy gigant dostał już decyzję o strefowym wsparciu. Może wydać nawet 600 mln zł. ►4

PulsDnia

Rządowa kontrola nad terminalami

Poprawka pociągnie do siebie do ustawy da państwu prawo pierwokupu firm organizujących przeładunek w portach. Ma je zabezpieczyć przed wrogim przejęciem. Ostatnio są na celowniku inwestorów. ►3

PulsFirmy

Granty wspomogą ekspansję firm

Przedsiębiorcom, którzy ucierpieli w wyniku brexitu, program Re_Open UK pomoże zrefundować straty oraz sfinansuje wydatki inwestycyjne i udział w misjach gospodarczych. ►10

Redaktor wydania
Marcin Goralewski

PAŃSTWO PRAWA

W sprawie KPO
wciąż szamotaninaJACEK ZALEWSKI
j.zalewski@pb.pl

Sześć dni temu komentarz o unijnych miliardach zatytułowałem „Króliczek KPO wciąż jest goniony”, nawiązując do pamiętnej piosenki Skaldów z tezę, że wcale nie chodzi o to, by zwierzązka zловіć, lecz by wciąż gonić. Tydzień miniony – w którym u nas obradował Sejm, zaś w Brukseli odbył się szczyt Rady Europejskiej – oraz rozpoczęty świąteczny miały przybliżyć Polskę do uzyskania unijnych pieniędzy finansujących Krajowy Plan Odbudowy (KPO). PiS z zaskoczenia wniosło i chciało przeforsować przed Bożym Narodzeniem – przynajmniej etap sejmowy – entą już nowelizację ustawy o Sądzie Najwyższym. Zmiany systemu dyscyplinarnego miałyby wypełnić najbardziej sporny tzw. kamień milowy, wymagany przez Komisję Europejską dla sfinansowania naszego KPO.

Projekt wniesiony został w najgorszym stylu, będącym DNA tzw. dobrej zmiany. Ustawę wyprodukował aparat rządowy, konkretnie europejski minister Szymon Szykowski vel Sęk. Projekt wniesiony został jednak oszukiwaczko ściągając poselską, czyli z omińnięciem konsultacji nie tylko społecznych, lecz nawet... międzyresortowych. Taki szkodliwy tryb gwałci porządek konstytucyjny. Wśród posłów sygnatariuszy znalazł się m.in. rządzący Sejnem wicemarszałek Ryszard Terlecki. Nowelizacja miała być procedowana szybko i uchwalona w dodatkowym dniu posiedzenia 20 grudnia. Niespodziewanie jednak wicemarszałek w czwartek oznajmił wycofanie projektu z obrad i temat odpłynął na przyszły rok – najbliższe posiedzenie Sejmu zaplanowane jest na 11-13 stycznia 2023 r. Projekt spod ręki Mateusza Morawieckiego trafił na dwie kontry – z jednej strony Zbigniewa Ziobry, co od razu odebrało mu 20 głosów Solidarności Polski, z drugiej zaś Andrzeja Dudy, co wykluczyło przyzycenki podpis. Okres świąteczno-noworoczny podobno zostanie wykorzystany na konsultacje skłóconych w PiS trzech stron. Jako czwarty podmiot odezwał się krytycznie najwyższy władca Jarosław Kaczyński, a przecież bez jego rozkazu zły projekt w ogóle nie zostałby wniesiony...

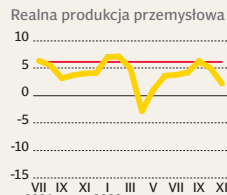
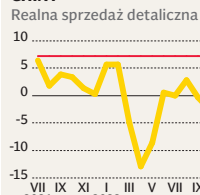
Zbigniew Ziobro nieustannie zarzuca kolegom ministrom ds. europejskich kapitałomstwo wobec UE. Najpierw podpadł mu Konrad Szymański, obecnie Szymon Szykowski vel Sęk – co pośrednio jest powtórzeniem zarzutu tzw. mikroszonizmu wobec Mateusza Morawieckiego. Andrzej Dudę zaś tak naprawdę bulwersuje wciąż ten sam wątek – wydzieranie przyzycenki przez jego macierzystą partię uprawnień w sprawach sądowictwa. Notabene najnowszy projekt podrzucony i wstydlwie wycofany przez PiS doczekał się jednobrzmiących opinii Ministerstwa Sprawiedliwości oraz Naczelnej Rady Adwokackiej. Są to podmioty z dwóch biegunów sporu o praworządność, ale akurat projekt zgodnie zdyskwalifikowały jako niekonstytucyjny. Rzeczywiście, np. szandarowy pomysł, by orzecznictwo dyscyplinarne wobec sędziów przejął... Naczelny Sąd Administracyjny to jakiś absurd. Tym bardziej, że inne prawnicze zawody nadal miałyby podlegać Izbie Odpowiedzialności Zawodowej Sądu Najwyższego.

Dalsze losy ustawowego rozpaczliwca, który miałby uratować kasę na KPO, zapowiadają się ciekawie. Zjednoczone PiS skutecznie forsuje wiele ustaw absurdalnych, czego przykładem może być właśnie procedowane utworzenie „czterozwyczajnej” komisji ds. oceny wieloletniej polityki państwa. Z rzadka pomysły podobnie marnej jakości jednak trafiają do kosza, ale tylko wtedy, gdy wywołują konflikty wewnątrz samego obozu władzy. Trudno typować, jak długo może jeszcze potrwać szamotanina władców w pogoni za króliczkiem KPO. W każdym razie w uchwalonym przez Sejm budżecie na 2023 r. pieniądze z tego źródła w ogóle nie zostały uwzględnione. ☺ ☺

Roczny realny wzrost sprzedaży detalicznej i produkcji w Chinach i USA

► w proc., r/r, na podstawie danych wyrównanych sezonowo

CHINY



USA



średnia dynamika z lat 2015-19

Źródło: Bank Światowy, FRED, obliczenia własne

KOMENTARZ EKONOMICZNY

Amerykanie i Chińczycy
redukuja zakupy, świat to odczujeIGNACY MORAWSKI
główny ekonomista
„Pulsu Biznesu”

Konsumenci na całym świecie znajdują się pod coraz większą presją z powodu spadających realnych dochodów i to będzie główny powód spowolnienia światowej gospodarki. Plus jest taki, że niższy popyt już osłabia inflację.

Jak pokazują dane za listopad, wolumen sprzedaży detalicznej spada w dwóch największych gospodarkach świata – Stanach Zjednoczonych i Chinach. To będzie stopniowo przekładało się na obniżenie popytu na towary na całym świecie, w różnych branżach. Ale jednocześnie produkcja przemysłowa wciąż rośnie, nawet jeżeli nieco wolniej od oczekiwań. Strumień towarów rośnie szybciej niż popyt na te towary, co powinno wywierać coraz większy negatywny wpływ na cenę.

W listopadzie sprzedaż detaliczna, liczona w cenach stałych, spadła w Stanach Zjednoczonych o 0,6 proc. rok do roku. To był pierwszy spadek od maja. Tyle że wtedy był on bardziej wywołany statystycznymi efektami wysokiej bazy odniesienia z zeszłego roku, a teraz widać pewnie

symptomy osłabienia fundamentalnego popytu konsumpcyjnego. Struktura sprzedaży pokazuje, że konsumenci najmocniej redukują wydatki na dobra trwałe związane z mieszkaniem – m.in. na meble. Słabo wypadła w listopadzie także sprzedaż samochodów. Generalnie wszędzie na świecie najmocniej będzie redukowany popyt na towary związane z mieszkaniami (bo rosnące stopy procentowe uderzają w sektor mieszkaniowy), towary duże i drogie (bo konsumenci z tego najpierw rezygnują przy spadku dochodów) oraz towary, którymi ludzie nasyćili się w czasie pandemii.

W Chinach sprzedaż detaliczna spadła w listopadzie aż o 7,4 proc. rok do roku (w cenach stałych). Jest to oczywiście w dużej mierze efekt zamykania gospodarki przez władze z powodu pandemii COVID-19 oraz spontanicznej reakcji ludności, która obawia się dużych skupisk. Rząd w Chinach podjął wprawdzie decyzję o luzowaniu obostrzeń, ale stało się to już w grudniu. A poza tym na efekty tych decyzji trzeba będzie zapewne poczekać wiele miesięcy, może do wiosny lata.

Jednocześnie w obu krajach produkcja przemysłowa wciąż jest na plusie. W Stanach Zjednoczonych wzrosła w listopadzie o 2,5 proc. rok do roku, a w Chinach o 2,2 proc. Producenci realizują wiele zaległych zamówień, stąd ta wciąż dodatnia dynamika. To jednocześnie

śnie sprawia, że na rynku znika problem braku towarów, który dotyczył przemysłu przez ostatnie dwa lata. Za tym idzie ograniczenie inflacji cen producentów. W badaniach koniunktury widać, że firmy raportują coraz mniejszą skłonność do przeliczania kosztów na odbiorcę – bo po prostu nie mogą tego robić w obecnych warunkach.

Badania koniunktury wśród firm wskazują też, że wkrótce produkcja może zacząć spadać. Wytwórcy mają coraz mniej nowych zamówień, a sprzedaż dla klientów końcowych w coraz większej mierze jest realizowana poprzez obniżenie zapasów, które są na bardzo wysokich poziomach. Dlatego przemysł wkrótce może znaleźć się w recesji – jeżeli chodzi o produkcję. Może to dotyczyć szczególnie wytwórców znajdujących się w górnych fragmentach łańcuchów dostaw, czyli producentów dóbr nisko i średnio przetworzonych, bo tam wahania popytu są największe. W tych branżach, patrząc globalnie, nastroje są zresztą najłagodniejsze.

Szukając jakichś plusów w tym obrazie, można wskazać na dwa. Jeżeli inflacja zacznie się obniżać, wówczas negatywna presja na dochody konsumentów również zelżeje, a banki centralne będą mogły zatrzymać cykl podwyżek stóp procentowych. Ponadto cały ten post-pandemiczny rozchwiany cykl przemysłowy powinien być generalnie krótki. ☺ ☺

Santander rekrutuje w Warszawie

Bank otwiera centra technologii w Polsce i Hiszpanii. Zatrudni w nich 1,4 tys. osób.

Santander otwiera centra technologiczne w Warszawie i Maladze. Docelowo chce zatrudnić w nich około 1,4 tys. osób z wykształceniem w naukach ścisłych, technologicznym, inżynierskim i matematycznym (STEM). Rekrutacja już trwa. W piątek po południu na specjalnej stronie banku było prawie 500 ofert pracy, nie tylko nowych biur. Najwięcej wakatów dla specjalistów od technologii czeka w Hiszpanii (167), Brazylii (106) i Polsce (75), ale po-

szukiwani są także w Meksyku, USA, Wielkiej Brytanii, Portugalii i Chile.

Bank szuka ekspertów w dziedzinie platform i interfejsów programowania aplikacji (API), przetwarzania w chmurze, big data, sieci, rozwoju, bezpieczeństwa i operacji (DevSecOps) oraz sztucznej inteligencji (AI), a także rozwoju oprogramowania, architektury korporacyjnej i cyberbezpieczeństwa.

Grupa ma już podobne centra w Bilbao i Walencji (wspierają Openbank), Valladolid (Santander Consumer Finance), Solares i Kantabrii. Dyrektorką Centrum Technologicznego

Santander CIB w Warszawie jest Justyna Demkowicz-Dobrzańska. Początkowo nowe centra będą wspierać funkcje biznesowe Santander Corporate and Investment Banking.

Nasze nowe zespoły w Maladze i Warszawie staną się częścią największego projektu transformacyjnego w sektorze finansowym w skali globalnej. Z radością myślimy o podjęciu kolejnego kroku, którym będzie rozwój działań na najważniejszych rynkach – mówi Alexandra Brandão, dyrektor HR grupy Santander.

W 2019 r. grupa Santander ogłosiła, że w cztery lata zainwestuje 20 mld EUR w cyfryzację i tech-

nologię. W 2020 r. stworzyła program BeTech! With Santander, w ramach którego chce zatrudnić 1 tys. ekspertów IT w Hiszpanii i 3 tys. na całym świecie.

Decyzja Santandera potwierdza, że Polska jest potęgą w usługach bankowych middle office, w którym pracuje już około 70 tys. osób. To bardzo ciekawe, że bank otwiera jednocześnie biuro w Maladze i w Warszawie. Malaga to przykład nowego trendu: bestshore, otwierania centrów usług w miejscach, do których chętnie przenoszą się specjaliści z całej Europy – mówi Jacek Levernies, honorowy prezes ABSL, Związku Liderów Usług Biznesowych. [MAG] ☺ ☺



Szymon Marciniak

41-letni polski sędzia główny meczu finałowego Argentyny z Francją na piłkarskich mistrzostwach świata w Katarze, arbitrowi międzynarodowy od 2011 r.

Polska reprezentacja odpadła w 1/8 finału, najpierw wręcz zdeklasowana przez Argentynę, zaś potem wyeliminowana przez zdecydowanie lepszą Francję. A jednak mieliśmy istotny udział w niedzielnym finale mundialu, w którym starły się obie nasze gniebielki. Mecz sędziowskich marzeń poprowadziła ekipa polska – jako główny Szymon Marciniak, na liniach Tomasz Listkiewicz i Paweł Sokolnicki oraz Tomasz Kwiatkowski jako szef ekipy VAR. Pierluigi Collina, włoski

szef komisji sędziowskiej FIFA, postawił na Szymona Marciniaka, doceniając jego fachowość. Kryterium mniej ważnym okazała się zasada neutralności kontynentalnej, wszak Francja i Polska należą do tej samej konfederacji UEFA. W dziejach mundialu tylko raz polski arbitrowi, Michał Listkiewicz, ojciec Tomasza, w 1990 r. sędziował finał na linii, czyli analogicznie jak teraz syn – przy czym wtedy ekipy obsadzone na dany mecz były międzynarodowe. [JAZ, FOT. FORUM]

Rząd i parlament chcą chronić porty przed wrogim przejęciem

Inwestorzy coraz bardziej interesują się operatorami terminali działającymi w polskich portach. Zmiana przepisów zwiększy państwową kontrolę nad roszadami właścicielskimi

Katarzyna Kapczyńska

k.kapczynska@pb.pl 22-333-98-16

Zarządy morskich portów w Gdańsku, Gdyni, Szczecinie i Świnoujściu to spółki skarbu państwa władające nadbałtyckimi gruntami. Prywatni operatorzy inwestują na nich w terminale i dzięki np. trzydziestoletnim umowom dzierżawy przeładunkowej różnego rodzaju towarów. Spółki operatorskie są łakomym kąskiem dla inwestorów. Urzędnicy państwowi chcą więc mieć większą kontrolę nad tym, kto i jak przeładunkuje towary w nadmorskich terminalach. Dlatego też w czwartek, 15 grudnia późnym wieczorem, Senat rzutem na taśmę przyjął rządową poprawkę do ustawy o bezpieczeństwie morskim. Daje ona państwowym portom albo innym podmiotom wskazanym przez skarbu państwa prawo pierwokupu prywatnych spółek zarządzających terminalami.

– Chodzi o ochronę przed wrogim przejęciem. Porty podpisują długoterminowe umowy z operatorami mającymi określonych właścicieli i deklarującymi realizację przeładunków na zasadach uzgodnionych z władzami portów. Chcemy jednak zabezpieczyć się na wypadek sprzedaży spółek operatorskich innym podmiotom, mogącym działać wbrew interesom polskich portów – mówi Grzegorz Witkowski, wiceminister infrastruktury.

Przyznaje, że przed wrogim przejęciem zabezpiecza także Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów, badający transakcje, zwłaszcza w przypadku sprzedaży zagranicznym firmom. Grzegorz Witkowski podkreśla jednak, że nowy przepis pozwoli wzmocnić ochronę.

Przetasowania w terminalach...

To nie pierwszy przypadek, kiedy rząd planuje zwiększyć prawną ochronę nad terminalami portowymi. Już w 2018 r., kiedy Macquarie Global Infrastructure Fund II przyzmyślał się do sprzedaży akcji DCT (obecnie Baltic Hub zarządzający terminalami kontenerowymi w Gdańsku), rządowi urzędnicy zaproponowali korektę projektu ustawy o zarządzaniu mieniem państwowym i dodanie przepisów o kontroli niektórych inwestycji, dotyczących m.in. ochrony aktywów portowych. To także miało zabezpieczać przed wrogim przejęciem. Ostatecznie interes skarbu państwa zabezpieczyło dodatkowo wejście do DCT Polskiego Funduszu Rozwoju, który przejął mniejszościowy pakiet akcji wraz z zagranicznymi partnerami.

Teraz też w terminalach portowych jest sporo zmian kapitałowych. PB pisał ostatnio,



że sprzedany został np. Baltchem, czyli operator terminali w Szczecinie i Świnoujściu, w których można przeładunkować np. paliwa płynne. Z KRS wynika, że mniejszościowy pakiet pośrednio ma lokalny biznesmen, Jan Bobrek. Według nieoficjalnych informacji kontrolny pakiet mają podmioty związane z ukraińskim przedsiębiorcą Wołodymyrem Petrenką, choć na razie nic nie wiadomo o wniosku czy zgodzie UOKiK na wejście do polskiej spółki.

To niejedyna transakcja w zachodniopomorskich portach. UOKiK bada plan przejęcia przez niemiecki Rhenus Beteiligungen International GmbH z siedzibą w Holzwickede, kontroli nad Bulk Cargo - Port Szczecin. To duży operator, należący do grupy Bogusława Trzczińskiego, mogący przeładunkować towary masowe, takie jak węgiel, rudy metali, produkty stalowe i złom oraz kruszywa, nawozy itp.

Przedstawiciele Zarządu Portów Szczecin-Świnoujście nie komentują tych transakcji. Grzegorz Witkowski podkreśla natomiast, że wprowadzane przez rząd i parlament przepisy nie są wymierzone w inwestorów z Niemiec, Ukrainy czy jakiegokolwiek innego kraju.

– Jesteśmy otwarci na nowych operatorów i zależy nam na rozwoju przeładunków, ale chcemy mieć pewność, że nie będą działać wbrew interesom polskich portów i krajowych klientów – podkreśla Grzegorz Witkowski.

...niepokoją branżowych graczy

Roszący właścicielskie czynią natomiast sporo zamieszania w branżach, w których działają operatorzy. Giełdowy Unimot, zajmujący się obrotem paliwami, już informował na łamach PB, że stracił możliwość korzystania z terminali Baltchemu, bo nie są już one ogólnodostępne.

Planowane zmiany kapitałowe w Bulk Cargo niepokoją natomiast konkurentów, którzy także chcieliby przejąć biznes tej spółki.

Bylibyśmy zainteresowani zakupem Bulk Cargo, gdyż nabycie portu dobrze wpisuje się w strategię i zakres działalności OT Port Świnoujście oraz całej grupy kapitałowej, w ramach której działa. OT Port Świnoujście jest jednym z największych operatorów działających na terenie administrowanym przez Zarząd Morskich Portów Szczecin i Świnoujście, a potencjalne nabycie udziałów w Bulk Cargo gwarantowałoby utrzymanie udziału kapitału polskiego zarządzającego terminalami na terenie portu szczecińskiego. Oprócz rozwoju możemy zapewnić znaczący element synergii, który pozwoli na zwiększenie możliwości i efektywności przeładunku. Biorąc pod uwagę analizę korzyści, jesteśmy w stanie zaoferować konkurencyjne warunki cenowe nabycia udziałów. Mam nadzieję, że nasza oferta będzie przedmiotem rozważań udziałowców Bulk Cargo Szczecin – mówi Karol Bówczyk, prezes

ETAPY LEGISLACJI:

Rządową poprawkę zabezpieczającą porty musi jeszcze zaakceptować Sejm. Następnie nowa ustawa trafi do prezydenta. [FOT. FORUM]

OT Port Świnoujście z giełdowej grupy OT Logistics.

Twierdzi, że w polskich portach jest wiele firm z kapitałem zagranicznym, i podkreśla konieczność zwiększenia udziału krajowych podmiotów.

Porty są zamknięte tylko dla Rosjan

Przedstawiciele portów zapewniają, że nie zamykają się ani na polski, ani na zagraniczny kapitał. Grzegorz Witkowski zapewnia, że do polskich portów nie wpuszcimy tylko Rosjan. Operatorzy krajowi oraz z innych państw, których polityka nie jest przez Polskę uznana za zbrodniczą, są mile widziani. Zapewniają miejsca pracy, wpływają na podatkowe itp. W poniedziałek, 19 grudnia, w porcie w Gdyni ma nastąpić podpisanie umowy na zarządzanie przeładunkiem kontenerów z podmiotem z kapitałem filipińskim. Port Gdańsk natomiast wystawił na sprzedaż spółkę Port Gdański Eksploatacja, specjalizującą się w przeładunku węgla i innych towarów masowych. To jedyny państwowy operator terminalowy. Do 15 grudnia wyłączność na negocjacje miała poznańska firma Lebal, działająca na rynku stalowym. Na razie jednak nie wiadomo, jaką decyzję podjęły komisja przetargowa i władze portu. Czy będą kontynuować transakcję, czy w czasie zawirowań, m.in. na rynku węgla, operator pozostanie państwowy. ©



Więcej kawy Jacobs z Polski

Koncern Jacobs Douwe Egberts kupił działkę w Jaworze i obiecał inwestycję za 280 mln zł. Wyda ponad dwa razy więcej

Małgorzata
Grzegorzcyk

m.grzegorzcyk@pb.pl ✉ 22-333-98-56

Jawor ma dobry czas: Mercedes-Benz poinformował, że zbuduje w mieście na Dolnym Śląsku fabrykę elektrycznych samochodów dostawczych za ponad 1 mld EUR, a wcześniej, bez rozgłosu, na inwestycję zdecydował się inny wielki koncern: holenderski Jacobs Douwe Egberts Peet's.

– JDE Peet's nieustannie analizuje swoją działalność, by zaspokoić przyszły popyt klientów i konsumentów. Aby firma miała w przyszłości kilka opcji, dokonaliśmy strategicznego zakupu nieruchomości w specjalnej strefie ekonomicznej w Jaworze – potwierdza biuro prasowe JDE Peet's.

Spółka Jacobs Douwe Egberts Ops Pl kupiła 19,5 ha w podstrefie Jawor Wałbrzyskiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej „Invest Park” (WSSE). Z informacji ze strefy wynika, że projekt jest na dużo bardziej zaawansowanym etapie.

– Jacobs otrzymał decyzję o wsparciu, w której deklaruje 280 mln zł na nakładów. Zatrudni co najmniej 51 osób, a fabryka kawy będzie bardzo zautomatyzowana – mówi Jakub Michalski, rzecznik WSSE.

Tradycyjnie inwestor deklaruje niższy od planowanego poziom nakładów i miejsc pracy.

– Cały projekt jest wart ponad 600 mln zł – twierdzi zaangażowane w negocjacje źródło PB.

Przebudzenie giganta

JDE Peet's produkuje kawę i herbatę we Francji, Niemczech, Holandii, Czechach i Polsce – w Sułazewie koło Margonina w województwie wielkopolskim. W tym roku firma zwiększyła aktywność nad Wisłą: w marcu założyła spółkę Jacobs Douwe Egberts Ops Pl, a w lipcu zarejestrowała Jacobs Douwe Egberts Services działającą również pod nazwą Polish Flower. Pierwsza ze spółek w przedmiocie działalności ma wpisane przetwórstwo herbaty i kawy, a także produkcję kakao, czekolady, sucharów, herbatników i pieczywa, przetwórstwo mleka i wyrób serów, produkcję soków i przypraw. Druga, zarejestrowana w Warszawie, ma się zajmować doradztwem, sprzedażą, transportem i usługami wspomagającymi transport lądowy i morski.

Wyższa cena, wyższa półka

JDE szacuje swój udział w rynku kawy w Polsce na 30 proc. – wynika ze sprawozdania finansowego firmy za ubiegły rok.

– Spółka ma 26-procentowy udział w rynku w Polsce – precyzuje rzeczniczka Euromonitor International.

W 2021 r. przychody Jacobsa Douwe Egberts Pl, założonego w 2014 r., wyniosły prawie 858,6 mln zł, czyli były o 10 proc. wyższe niż rok wcześniej, a zysk netto sięgnął prawie 18,5 mln zł wobec 17 mln zł rok wcześniej. Takie wyniki udało się firmie osiągnąć, choć wolumen sprzedaży nieznacznie spadł: o 1,5 proc. w kilogramach i o 2,4 proc. w przeliczeniu na liczbę filiżanek. Powodem był przede wszystkim



► DRUGI PRZYZIOŁEK:

Jacobs Douwe Egberts Peets, którego prezesem jest Fabien Simon, ma fabryki w kilku europejskich krajach, m.in. w Polsce – w Sułazewie w województwie wielkopolskim. Nowa powstanie na Dolnym Śląsku.

[FOT. ARC, ADOBE STOCK]

wzrost cen. JDE podniósł je w październiku 2021 i styczniu 2022 r. w związku z podwyżkami na światowych giełdach do poziomu najwyższego od 2011 r. (o 51 proc. w przypadku ziaren odmiany arabica i o 36 proc. robusty). Zmienia się też struktura sprzedaży – rośnie udział droższej kawy ziarnistej (zwiększył się z 13,2 do 15,3 proc. w 2021 r.). Kawa mielona nadal jest jednak kluczowa (43,2 proc.), a rozpuszczalna stanowi 28,9 proc. Pozostałe rodzaje kawy: miksy i kawa w kapsułkach to 8,7 proc. obrotów. W kanałach sprzedaży JDE rośnie znaczenie dyskontów, które odpowiadają za 48,6 proc., o 1,5 pkt proc. więcej niż w 2020 r. Tracą pozostałe kanały: tradycyjny, hipermarkety i supermarkety.

Holender, Niemiec i Amerykanin

Koncern Jacob Douwe Egberts Peet's powstał w wyniku fuzji trzech firm

produkujących kawę. Najstarszą założył w 1753 r. w Joure w Holandii Egbert Douwers. W 1895 Johann Jacobs stworzył warzywniak w Bremie w Niemczech. Najmłodsza część koncernu znajduje się w USA, gdzie w 1966 Alfred Peet otworzył sklep z kawą w Berkeley w Kalifornii. Koncern szacuje, że co sekundę wypija się na świecie 4,5 tys. filiżanek kawy lub herbaty jego marek, których ma ponad 50, w tym L'OR, Peet's, Jacobs, Senseo, Tassimo, Douwe Egberts, Old Town, Super, Pickwick i Moccona. W ubiegłym roku koncern miał 7 mld EUR sprzedaży, 1,3 mld EUR EBIT i 1,1 mld EUR zysku operacyjnego. Sprzedaje w ponad 100 krajach, a w 43 jest liderem lub wiceliderem. Zatrudnia na świecie 19 tys. pracowników. Od 2020 r. jego akcje są notowane na giełdzie Euronext w Amsterdamie. © P

Rodzimy potentat

► Rodzinna firma Mokate w 32 lata stała się jednym z największych producentów kawy i herbaty w Europie Środkowej, a jej przychody zbliżają się do miliarda złotych (w 2021 r.: 708,8 mln zł Mokate sp. z o.o i 205 mln zł Mokate SA). Według prognoz Euromonitora udział Mokate w polskim rynku kaw wyniesie w tym roku 2,3 proc., co daje jej szóste miejsce. Jej marki to m.in. Mokate, Loyd, New York Coffee, Carmen i Dobra Kaloria. Firma ma fabryki w Polsce i Czechach, zatrudnia w nich 1,5 tys. osób, a 70 proc. przychodów generuje eksport. W Żorach ma zakład, który zbudowała w 1997 r., korzystając ze zwolnień podatkowych w Katowickiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej. Zainwestowała wówczas 188 mln zł i zadeklarowała zatrudnienie co najmniej 200 osób (stopa bezrobocia w Żorach sięgała wtedy prawie 30 proc.). Do dziś firma stworzyła w zakładzie prawie 580 miejsc pracy i zainwestowała dodatkowo 162 mln zł. W listopadzie tego roku dostała kolejną decyzję o wsparciu inwestycji w katowickiej strefie – wyda co najmniej 30 mln zł na modernizację hal magazynowo-produkcyjnych i park maszynowy.

ODBUDOWA UKRAINY

Bank Światowy
wesprze ukraiński
sektor prywatny

Międzynarodowa Korporacja Finansowa (IFC), grupa zależna od Banku Światowego, opracowała pakiet pomocy dla ukraińskiego sektora prywatnego wartości 2 mld USD. „Ta pomoc zaszkodzi najbardziej potrzebom sektora prywatnego, który został zniszczony przez wojnę, i pomoże przygotować się do odbudowy” — napisała w oświadczeniu IFC.

Według ukraińskiego banku centralnego od początku rosyjskiej inwazji 11 proc. ukraińskich firm musiało się zamknąć, a połowa zawiesiła działalność. Według resortu gospodarki od początku wojny zniszczonych zostało 5 mln miejsc pracy. „Wiele firm utrzymuje miejsca pracy, a także podstawowe usługi i towary, ale potrzebuje finansowania, aby kontynuować działalność” — dodała IFC. [DI, PAP]

PulsDnia

Niespodziewany
przetarg w atomie

Polski rząd planuje ogłoszenie przetargu na wykonawcę nadmorskiej elektrowni atomowej. Ten zaskakujący ruch oznacza prawdopodobnie wyjście naprzeciw oczekiwaniom Brukseli.

– Jeśli chodzi o atom, to wybraliśmy już technologię, teraz musimy w konkurencyjnym przetargu wybrać wykonawcę — powiedziała Anna Moskwa, minister klimatu, przy okazji spotkania (tweetup) zorganizowanego w czwartek w resorcie.

Przetarg ma być rozpisany na początku 2023 r.

Współautor oferty wygra?

Zapowiedź przetargu na wykonawcę to nowość. Polski program jądrowy zakładał dotychczas wybór takiego partnera do atomowej inwestycji, który jednocześnie da technologię, zbuduje elektrownię i wyłoży część pieniędzy na inwestycję. Na początku listopada rząd przyjął uchwałę, w której uznał „za niezbędne budowę elektrowni jądrowej o mocy elektrycznej do 3750 MWe na obszarze gmin Choczewo lub Gniewino i Krokwa w oparciu o amerykańską technologię reaktorów AP1000”. Oznacza to wybór firmy Westinghouse jako dostawcy technologii.

Uchwała rządu nie mówi jednak o wyborze amerykańskiej oferty, tylko o samej technolo-

Atomowe plany na
coraz większą skalę

► Program Polskiej Energetyki Jądrowej i Polityka Energetyczna Polski do 2040 r. zakładają, że w 2033 r. uruchomiony zostanie pierwszy blok elektrowni jądrowej o mocy ok. 1-1,6 GW. Cały program oficjalnie obejmuje wciąż budowę sześciu bloków o mocy do 9 GW, ale rząd oficjalnie już wskazuje, że może to być dziewięć bloków na ponad 9 GW. Lokalizacje „rządowe” będą dwie: jedna nad Bałtykiem, a druga — to się okaże. Pątno to zaś potencjalna lokalizacja projektu prywatnego, planowanego przez PGE, ZE PAK i Koreańczyków. Wartość całego przedsięwzięcia grubo przekracza 100 mld zł.

gii. Tymczasem amerykańska oferta, obok Westinghouse'a, współtworzyła wykonawczą firmę Bechtel. Obie firmy współpracują m.in. na rynku amerykańskim, wspólnie przygotowały też ofertę atomową dla Czech.

Jeśli będzie przetarg, to Bechtel będzie musiał w nim wystartować, ale czy wygra? Minister Anna Moskwa przekonywała w czwartek, że przetarg będzie otwarty i mogą w nim wystartować choćby Francuzi lub firmy z Azji. Przypomnijmy, że francuski EDF i koreańska KHNP konkurują z Amerykanami o kontrakt

na budowę elektrowni jądrowych w Polsce.

Pod europejskie wskazówki
Z naszych rozmów z osobami znającymi kulisy procesu wynika, że pomysł ogłoszenia przetargu na wykonawcę wynika prawdopodobnie z uwarunkowań europejskich. Polska, jako kraj unijny, powinna wydawać publiczne pieniądze w drodze przejrzystego przetargu. Tymczasem polski rząd postanowił wybrać atomowego partnera na drodze politycznej, bezprzetargowej. Taka droga jest możliwa, ale potrzebna jest na nią zgoda Komisji Europejskiej. Polska takiej zgody na razie nie ma, a Francuzi, aktualnie na pozycji przegranej, nie kryją, że rozważają kroki prawne w Brukseli.

Nasi rozmówcy wskazują więc, że plan ogłoszenia przetargu na wykonawcę to wyjście naprzeciw oczekiwaniom Brukseli.

Drugie miejsce poszukiwane

Na przyszły rok, styczeń lub luty, Anna Moskwa zapowiedziała też podpisanie kolejnej, szczegółowej umowy z Westinghouse'em. Ponadto w 2023 r. ma dojść do wyboru drugiej lokalizacji dla atomu, budowanego w ramach programu rządowego (osobnym projektem, prywatnym, jest atom PGE, ZE PAK i Koreańczyków). Najpierw zostaną wybrane cztery lokalizacje, potem wybór padnie na jedną. Wyboru można się spodziewać w lipcu. ☺ ☺

Magdalena Graniszewska
m.graniszewska@pb.pl ☎ 22-333-98-29

Cognor staje w szranki
z Chińczykami

Cognor przejął zakład w Czechach i zamierza go rozwinąć. Dzięki temu europejskie huty będą mniej zależne od dostawców z Chin. Polska grupa zerka też na energetykę.

Przed laty produkcja elektrod grafitowych, niezbędnych w wytwarzaniu stali w piecach elektrycznych, została przeniesiona do Chin, które zaczęły dyktować warunki klientom. W 2017 r. ceny tych wyrobów wzrosły dziesięciokrotnie, co doprowadziło do kryzysu w branży niemal na całym świecie.

Huty bardziej niezależne

W Europie zostało niewiele producentów elektrod grafitowych. Jednego z nich przejął właśnie polski Cognor, by ograniczyć ryzyko uzależnienia od producentów chińskich i utrzymać stabilny łańcuch dostaw. Chce, by produkcja elektrod znowu rozwinęła się w Europie. Za 280 mln CZK, czyli ok. 53 mln zł, przejął czeską spółkę JAP produkującą elektrody grafitowe oraz firmę Sped-Ex świadczącą dla niej m.in. usługi logistyczne. W 2021 r. JAP osiągnęła 879 mln CZK przychodów, 158 mln CZK EBITDA i 115 mln CZK zysku netto. W I półroczu 2022 było to — odpowiednio — 611, 139 i 109 mln CZK.

— JAP jest naszym kluczowym dostawcą. Planujemy rozbudować produkcję, więc z pewnością będziemy potrzebowali więcej elektrod grafitowych. Będzie



► **KORZYSTNA TRANSAKCYJA:** Cognor kupił spółkę JAP za 280 mln CZK. Krzysztof Zola, członek zarządu polskiej grupy, zapewnia, że to korzystna cena, sięgająca połowy wartości nominalnej czeskiego podmiotu. [FOT. MAREK WIŚNIEWSKI]

też rosło zapotrzebowanie na nie w Europie, bo wiele hut, w ramach dekarbonizacji, planuje wygaszenie produkcji wielkopiecowej i przejście na piece elektryczne — mówi Krzysztof Zola, członek zarządu Cognoru. W wielkich piecach zużywana jest m.in. ruda żelaza i koks. Taka produkcja generuje duże emisje szkodliwych związków chemicznych. Dlatego też wiele hut w Europie planuje w najbliższej dekadzie inwestycje w instalacje wodorowe i piece elektryczne do wytopu stali.

Energetyka na celowniku

Cognor, widząc potencjał rozwoju zakładu, zastanawia się, w jakim kierunku rozszerzyć jego działalność. Możliwości jest wiele.

— JAP kupuje półprodukt i dostosowuje go do potrzeb produkcyjnych, przetwarza

grafit. Jedną z opcji rozwoju jest wydłużenie łańcucha produkcji i samodzielne wytwarzanie surowców elektrod — twierdzi Krzysztof Zola.

Cognor zastanawia się też nad możliwością rozwoju produkcji grafitowej.

— Grafit ma np. zastosowanie w elektromobilności, w produkcji silników elektrycznych. Wykorzystuje się go także w magazynach energii. JAP samodzielnie nie mógłby wykonać inwestycji, by rozwijać produkcję w tych obszarach, ale razem z Cognorem ma większe możliwości — mówi Krzysztof Zola.

Jest także używany w energetyce atomowej, np. do budowy rdzeni, więc w przyszłości także ten segment może okazać się dla spółki perspektywiczny. ☺ ☺

Katarzyna Kapczyńska
k.kapczyńska@pb.pl ☎ 22-333-98-16

PlayWay sprzedał
akcje kolejnej spółki

Giełdowy producent i wydawca gier sprzedał większość posiadanego pakietu akcji notowanej na NewConect spółki Moonlit.

PlayWay, który w październiku sprzedał cały posiadany pakiet akcji notowanego na głównym rynku Simfabrica, teraz zbył większość posiadanego pakietu w Moonlit. Właściciela zmieniło 852,5 tys. akcji spółki. Przed transakcją firma kierowana przez Krzysztofa

Kostowskiego posiadała 1 199 500 akcji Moonlita, reprezentujących 21,81 proc. głosów. W wyniku rozliczenia transakcji PlayWay zmniejszył zaangażowanie do 347 tys. akcji dających 6,31 proc. głosów.

Prezes PlayWaya Krzysztof Kostowski we wpisie w mediach społecznościowych wskazał na krytyczną sytuację w Moonlit.

„Wspierając działania na prawce, PlayWay sprzedał 15,5 proc. akcji Moonlit, poniżej ceny swojej inwestycji. Trafia do podmiotu, który rozdyktuje je pomiędzy za-

angażowanych w restrukturyzację spółki, pożyczkodawców i pracowników” — napisał.

Nowy akcjonariusz Moonlita jeszcze się nie ujawnił.

Obecna kapitalizacja Moonlita to nieco ponad 2 mln zł. Auditor spółki w sprawozdaniu z badania raportu za 2021 r. wskazywał na niepewność co do kontynuacji działalności. Na koniec czerwca firma dysponowała 0,1 mln zł gotówki. W pierwszym półroczu wygenerowała 0,4 mln zł gotówki. ☺ ☺

Grzegorz Suteniec
g.suteniec@pb.pl ☎ 22-333-98-57



► **TRZY OFERTY NA STOLE:** Wybór Westinghouse'a dotyczy tylko pierwszej, nadmorskiej lokalizacji pod atom. Anna Moskwa, minister klimatu, podkreśla, że druga lokalizacja może trafić do każdego z oferentów, bo oferty na stole wciąż są trzy: amerykańska, francuska i koreańska. [FOT. MARCIN BANASZKIEWICZ / FOTONIEWS / FORUM]

Kraje bałtyckie kuszą Allianz

Ubezpieczyciel spogląda na północny wschód. Będzie miał sporo do zrobienia, bo w krajach bałtyckich marka jest zupełnie nieznana

Agnieszka Morawiecka

a.morawiecka@pb.pl ✉ 22-333-99-99

W tym miesiącu mija rok, od kiedy Allianz kupił Avivę. Połączenie operacyjne, poprzedzone zakończoną w lipcu fuzją prawną, idzie pełną parą i powinno zakończyć się w połowie 2023 r. Allianz chce być numerem jeden w Polsce. Zastanawia się też nad rozwijaniem biznesu w krajach bałtyckich. Ma już tam przyczółek w postaci spółki życiowej na Litwie, którą Allianz Polska niejako odziedziczył po przejęciu Avivy. Decyzje jeszcze nie zapadły, ale jeśli ubezpieczyciel zdecyduje się na podbój Litwy, Łotwy i Estonii, będzie miał dużo pracy. Mimo że jest jedną z najbardziej wartościowych marek ubezpieczeniowych świata, to w tych krajach jest zupełnie nieznana.

Coraz bliżej

2 lipca 2022 r. marka Aviva zmieniła się w Allianz. Połączenie jest efektem zakupu spółek Aviva w Polsce przez grupę Allianz w 2021 r. za 2,7 mld EUR. Allianz Polska planuje zakończyć integrację do połowy 2023 r. Koncentruje się na włączeniu do oferty nowych kategorii produktów i łączeniu systemów operacyjnych.

– Jesteśmy w połowie drogi w ubezpieczeniach majątkowych. Pracujemy nad produktami dla przedsiębiorstw i ubezpieczeniami turystycznymi. Będą gotowe w pierwszej połowie przyszłego roku. Ubezpieczenia mieszkaniowe, samochodowe już są zharmonizowane – mówi Matthias Baltin, prezes Allianz Polska.

Dawna sieć Avivy – obecnie Allianz – zaczyna też sprzedawać ubezpieczenia zdrowotne, których wcześniej nie miała w ofercie. W pierwszej połowie przyszłego roku Allianz przedstawi też odświeżoną ofertę ubezpieczeń na życie.

W Grupie Allianz Polska pracuje obecnie 2 tys. osób, z czego ponad połowa to pracownicy eks-Avivy. Ubezpieczyciel ma ponad 6,2 mln klientów indywidualnych i firm, 5300 agentów ubezpieczeniowych oraz innych współpracujących pośredników.

Allianz nie ujawnia kosztów integracji z Avivą, ale zapewnia, że już w 2023 r. odczuje pierwsze efekty synergii. Prezes przyznaje, że kiedy Allianz pisał biznesplan półtora roku temu, nie zakładał tak wysokiej inflacji i wyzwań związanych z wojną w Ukrainie.

– Od przyszłego roku i długofalowo będziemy widzieli synergii. Koszty są na razie wyższe, żeby zapewnić skuteczną in-



Konsolidacji ciąg dalszy

► Dwa należące do grupy Allianz towarzystwa emerytalne – PTE Allianz Polska oraz Aviva PTE Aviva Santander – otrzymały zgodę Komisji Nadzoru Finansowego na połączenie. Podmiotem przejmującym będzie PTE Allianz Polska i pod taką nazwą towarzystwo będzie działać po połączeniu prawnym planowanym na 30 grudnia 2022 r. Allianz Polska będzie miał drugą pozycję na rynku funduszy emerytalnych, zarządzając aktywami OFE o wartości prawie 37 mld zł (wg danych KNF na koniec października). Połączenie otwartych funduszy emerytalnych (łącznie będą miały ponad 3,3 mln uczestników), konsekwencją połączenia PTE, planowane jest na 12 maja 2023 r.

tegrację, która pozwoli rosnąć i realizować strategię. Jednak większa skala pozwala nam lepiej zarządzać kosztami – podkreśla prezes.

Najwyższe miejsce na podium

Udział Allianz na rynku ubezpieczeń ogółem w Polsce wynosi obecnie 9 proc.,

► WSZYSTKO JEST MOŻLIWE:

Matthias Baltin, prezes Allianz Polska, przekonyuje, że jest jeszcze za wcześnie, by przesądzać, czy ewentualne wejście do krajów bałtyckich odbyłoby się poprzez akwizycję, czy też budowę biznesu od podstaw.

[FOT. MW]

w tym w rynku życiowym 15 proc., a w rynku majątkowym 5 proc. Jest on drugim graczem na rynku ubezpieczeń na życie (3 mld zł przypisu składki w 2021 r.), szóstym na rynku majątkowym (2,6 mld zł składki). Połączone TFI gwarantują grupie czwartą pozycję (wartość aktywów pod zarządzaniem to ok. 15,5 mld zł). Dla ubezpieczyciela to za mało – chce być numerem jeden we wszystkim.

– Mamy duży apetyt. Chcemy mieć w Polsce solidną platformę, na której możemy organicznie rosnąć i być bardziej widoczni. W tym roku po raz czwarty zostaliśmy uznani za najsilniejszą markę ubezpieczeniową na świecie i takie ambicje mamy też w Polsce – mówi prezes.

Według zestawienia globalnych marek Interbrand 2022 Allianz został uznany za najbardziej wartościową markę ubezpieczeniową świata. Jej wartość wzrosła w ciągu ostatniego roku o 23 proc. do 18,7 mld USD.

Bałtyku szum

Wraz z przejęciem Avivy Allianz Polska stał się stuprocentowym akcjonariuszem litewskiej Avivy działającej w ubezpieczeniach życiowych. Spółka, zatrudniająca 130 osób i współpracująca z prawie 400 agentami ubezpieczeniowymi, zmieniła już nazwę na Allianz Litwa i zakończyła rebranding.

Zyskowny konkurent

► W krajach bałtyckich obecny jest PZU. W 2014 r. przejął na Litwie spółkę Lietuvos draudimas, lidera rynku oferującego ubezpieczenia majątkowe i osobowe, a jego spółka życiowa PZU Lietuva gyvybes draudimas przejęła biznes ubezpieczeniowy prowadzony przez Codan Forsikring poprzez oddział zarejestrowany w Estonii. Do największego ubezpieczyciela w Polsce i regionie CEE należy także łotewska spółka majątkowa Balta. Wszystkie spółki miały łącznie 1,12 mln klientów na koniec ubiegłego roku. W 2021 r. przypis składki brutto w litewskiej spółce majątkowej wyniósł 116 mln EUR, w litewskiej spółce życiowej było to ponad 214 mln EUR, a w spółce życiowej na Litwie 19,7 mln EUR. Łączny udział spółek bałtyckich w składce ogółem grupy PZU wyniósł w ubiegłym roku 7,4 proc. wobec 7,1 proc. rok wcześniej. Po trzech kwartałach 2022 r. wzrósł do 9,1 proc. Zysk netto spółki na Łotwie w 2021 r. wyniósł 9,3 mln EUR, zaś w spółkach litewskich – 21,4 mln EUR w majątkowej i 0,02 mln EUR w życiowej.

– Na Litwie mamy ponad 300 tys. umów z klientami – ubezpieczeń na życie i kontraktów emerytalnych. W zeszłym roku aktywa pod zarządzaniem osiągnęły 1,1 mld EUR, a składka brutto 61 mln EUR – mówi prezes.

Na Litwie Allianz skupia się na rozwoju biznesu życiowego. Decyzja o wprowadzeniu ubezpieczeń majątkowych jeszcze nie zapadła.

Allianz widzi się również w Estonii i na Łotwie. Ewentualne decyzje o rozszerzeniu działalności na Litwie lub rozpoczęciu biznesu w pozostałych dwóch krajach bałtyckich będą przedmiotem dyskusji między władzami regionu Allianz CEE, do którego należą spółki grupy w kilkunastu krajach, w tym w Polsce i na Litwie, oraz centralą.

– Skala jest oczywiście mniejsza niż w Polsce, ale warunki biznesowe są bardzo dobre. To jest dla nas atrakcyjny region, ale marka Allianz była tam dotychczas nieobecna, więc budujemy ją od zera na Litwie, gdzie przejęliśmy dawną spółkę Avivy. To będzie bardzo ciekawy projekt. Jesteśmy w fazie analizy. Jako grupa Allianz jesteśmy zainteresowani rozwijaniem działalności w tych krajach, ale nie nastąpi to już w przyszłym ani kolejnym roku – mówi Matthias Baltin. ©

47,4

Do takiego poziomu wzrósł w grudniu wskaźnik aktywności przemysłu Niemiec. PMI jest najwyższy od sześciu miesięcy. Oczekiowano wzrostu do 46,3. PMI sektora usług wzrósł do 49, najwyższej wartości od pięciu miesięcy. Oczekiowano wzrostu do 46,3. Złożony wskaźnik, uwzględniający przemysł i usługi, wzrósł do 48,9 i jest najwyższy od sześciu miesięcy. Oczekiowano wzrostu do 46,5. [MD]

PulsDnia

Konfiskowane samochody będą niszczały

Pojawienie się na rynku nawet kilkudziesięciu tysięcy aut rocznie odebranych pijanym kierowcom nie obniży cen tych z drugiej ręki.

W przyszłym roku mają wejść w życie nowe przepisy dotyczące pijanych kierowców. Nowelizacja ustawy przewiduje konfiskatę pojazdu, czyli jego tzw. przeładunek na rzecz skarbu państwa, w trzech przypadkach: gdy kierowca ma co najmniej 1,5 promila alkoholu we krwi, gdy spowoduje wypadek, oraz gdy jest recydywistą, czyli kolejny raz zostanie zatrzymany, mając co najmniej 0,5 promila.

To zostało w prawie określone dość precyzyjnie, znacznie mniej natomiast to, co stanie się ze skonfiskowanym autem. W grę

wchodzi dziesiątki tysięcy samochodów rocznie, bo tylko w lipcu i sierpniu tego roku – wynika z policyjnych danych – zatrzymano w Polsce aż 20 927 pijanych kierowców.

Jak wejście w życie nowego prawa wpłynie na rynek używanych samochodów? Przedstawiciele firm handlujących autami z drugiej ręki nie spodziewają się rewolucji.

– Polski rynek jest naprawdę duży i brakuje na nim używanych aut. Z naszego doświadczenia wynika, że rynek z łatwością wchłonieby skonfiskowane, gdyby było ich nawet kilkadziesiąt tysięcy rocznie – mówi Karolina Topolová, dyrektor generalna Aures Holdings, operatora sieci AAA Auto.

Wywodząca się z Czech firma to jeden z większych graczy w Europie Środkowej. W zeszłym roku sprzedała w Polsce prawie 20,5 tys. aut.



► **TYSIĄCE KIEROWCÓW NA GAZIE:** Tylko w czasie tegorocznych wakacji policja zatrzymała ponad 20 tys. pijanych kierowców. W przyszłym roku konsekwencją jazdy po alkoholu może być konfiskata samochodu. [FOT. FORUM]

– Nie spodziewam się, żeby w wyniku wejścia w życie tych przepisów na rynku pojawiło się dużo samochodów skonfiskowanych pijanym kierowcom. Większość, szczególnie posiadacze droższych pojazdów, będzie korzystała z najróżniejszych sposobów odwołania się

od decyzji o konfiskacie – mówi Marcin Szulakowski z sieci komisów AutoAuto.

Także Karolina Topolová podkreśla ten aspekt. Pojawia się również kwestia jakości technicznej takich aut – czy będą kwalifikowały się do sprzedaży.

– Potencjalni nabywcy mogą dostrzegać ryzyko w zakupie aut, które zostały skonfiskowane kierowcom wbrew ich woli. To może stwarzać problemy prawne w przypadku zmiany przepisów lub wystąpienia byłych właścicieli do sądu w celu ich odzyskania – uważa szefowa Aures Holdings.

Podobnego zdania jest Maciej Szymajda, prezes Stowarzyszenia Komisów.

– Wątpliwości natury prawnej, nawet na poziomie konstytucyjnym, spowodują, że wcale nie będzie tak łatwo konfiskować pojazdów pijanym kierowcom. Zapewne kolejne odwołania od takich decyzji będą ciągnięły się latami. Tymczasem zabezpieczone samochody, stojąc na policyjnych lub jakichś innych parkingach, będą po prostu niszczały. Nawet roczne auto po dwóch, trzech latach nadaje się wtedy na złom, a nie do eksploatacji. W efekcie konfiskata samochodów nie wpłynie na

rynek wtórny, a tym bardziej na poziom cen. Myślę, że takimi autami bardziej zainteresowane będą firmy zajmujące się recyklingiem – mówi Maciej Szymajda.

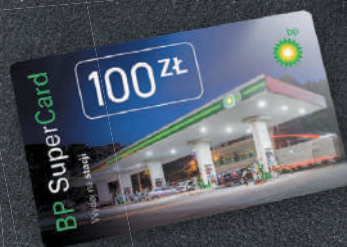
Nie wyklucza jednak, że odebrane pijanym kierowcom pojazdy będą szły pod młotek, zanim zostaną rozstrzygnięte wszelkie wątpliwości i rozpatrzone odwołania. Zdarzało się już w ostatnich latach, że komornik sądowy zajmował majątek nie temu, komu powinien, lecz sąsiadowi.

– Nawet gdyby takie pojazdy pojawiły się na rynku i gdyby było ich kilkadziesiąt tysięcy rocznie, to nie wpłynę istotnie ani na podaż, ani na popyt, ani na ceny – uważa prezes Stowarzyszenia Komisów.

Według jego szacunków co roku właściciela zmienia w Polsce nawet 2,8 mln używanych aut – 800 tys. to sprzedawane, a 2 mln to transakcje krajowe). [BAM] ©

REKLAMA

44758



**KUP PRENUMERATĘ
W CENIE 209 ZŁ
I ODBIERZ BON**

na dowolne zakupy na stacjach BP



ZAMÓW NA LITERIA.PL Z BEZPŁATNĄ DOSTAWĄ.

Forbes
PRENUMERATA

Flotowa kariera diesla dobiega końca

Spada znaczenie silników na ropę w napędzaniu firmowych flot w Polsce. Nie spada jednak średnia emisja aut osobowych kupowanych na firmowe potrzeby.

Na koniec września 2022 r. samochody z silnikami wysokoprężnymi stanowiły 41,9 proc. ogółu aut w wynajmie długoterminowym w Polsce – informuje Polski Związek Wynajmu i Leasingu Pojazdów (PZWLP), zaznaczając, że to o 7,2 pkt proc. mniej niż rok wcześniej.

To nie tylko pokosie ekokursu przyjmowanego przez UE i coraz częściej same przedsiębiorstwa, ale również kurczącej się oferty samochodów osobowych z silnikami Diesla.

Najliczniej w wynajmie długoterminowym występują obecnie samochody z silnikami benzynowymi, które reprezentują niemal połowę całego parku pojazdów (49,2 proc.). W ciągu roku ich udział zwiększył się o 5,6 pkt proc. Przybywa również, choć wolniej (wzrost o 1,6 p.p. r/r), aut z ekologicznymi napędami, czyli wszelkiego typu hybryd oraz elektryków, które na koniec trzeciego kwartału stanowiły łącznie 8,9 proc. ogółu pojazdów w wynajmie długoterminowym.

Mimo to związek podaje, że średnia emisja dwutlenku węgla nowych samochodów osobowych kupionych przez

branżę wynajmu długoterminowego w trzecim kwartale 2022 r. była identyczna jak w analogicznym okresie roku poprzedniego i wyniosła 130,9 g/km.

Samochody w pełni elektryczne to nadal floty marginalne. Na koniec września 2022 r. zasilane wyłącznie prądem miały udział na poziomie 0,99 proc. Na uwagę zasługuje jednak bardzo szybki wzrost liczby aut tego typu – w ciągu roku ich udział zwiększył się ponaddwukrotnie (z 0,4 proc. rok wcześniej). Eksperti PZWLP przewidują jednak, że liczba elektryków w wynajmie długoterminowym będzie dynamicznie rosła w najbliższym czasie, prawdopodobnie szybciej niż w konkurencyjnych formach finansowania.

– Przedsiębiorcy zastanawiający się nad autami elektrycznymi wciąż mają szereg obaw związanych z codzienną eksploatacją tego typu pojazdów. Chodzi nie tylko o ich ładowanie, ale również późniejszą odsprzedaż i jego wartość po kilku latach. Obawy budzi również trwałość baterii. Wynajem długoterminowy jest w takiej sytuacji doskonałym rozwiązaniem – rozwiewa większość tego typu wątpliwości, jeśli nie wszystkich. Użytkownik nie musi wykupić auta na koniec umowy, nie musi się więc również martwić jego odsprzedażą, w miesięcznym ratcie może sfinansować ładowarki, a koszty napraw go nie zaskoczą, bo są zryczałtowane – mówi Tomasz Kulesza, członek zarządu PZWLP. [MIB] ©

„Już tylko niespełna 42 proc. osobowych aut w firmowych flotach ma silnik diesla. Rok temu udział aut z tym rodzajem napędu przekraczał 50 proc.”

Prestige MJM myśli o zagranicy

Jedna z największych polskich agencji koncertowych, zahartowała się podczas lockdownu, a wkrótce zamierza ruszyć w wielki świat



Bartłomiej Mayer

b.mayer@pb.pl ☎ 22-333-99-34

Pandemia mocno uderzyła w biznes organizatorów imprez masowych, m.in. agencji koncertowej Prestige MJM z Ostrowa Wielkopolskiego.

Tapnięcie sprzedaży

– Jeszcze pod koniec ubiegłej dekady nasze roczne przychody wynosiły 38-39 mln zł. W 2020 r. z powodu pandemii COVID-19 i lockdownu rynek koncertowy całkowicie się załamał i ostatecznie nasza sprzedaż spadła do zaledwie około 7 mln zł – mówi Janusz Stefański, członek zarządu i jeden z trzech współzałożycieli agencji Prestige MJM.

Zarówno dla niego, jak też dla jego współników – Marka Kurzawy i Mateusza Pawlickiego – przyszłość firmy na chwilę stanęła wtedy pod znakiem zapytania. Szybko jednak okazało się, że nie będzie masowych zwrotów wejściówek, choć koncerty trzeba przelożyć, i to na bliżej nieokreślony czas. Zdecydowana większość nabywców biletów była gotowa na nie poczekać.

– Gdy po trzech, czterech tygodniach okazało się, że zwrotu pieniędzy chce bardzo niewiele osób, wiedziałem, że będzie dobrze. Ostatecznie przez dwa lata musieliśmy je oddać tylko za 18-19 proc. biletów – mówi Janusz Stefański.

Pełne ręce roboty

Choć w czasie lockdownu w 2020 r. koncerty się nie odbywały, to pracownicy agencji nie mieli mniej pracy niż zazwyczaj. Przeciwnie – jak wszyscy w branży musieli uzgadniać nowe terminy koncertów, koordynować ich organizację, negocjować z menedżerami gwiazd, ekipami technicznymi itp.

Agencja Prestige MJM jest jednym z największych polskich organizatorów imprez muzycznych, festiwali i innych masowych widowisk, ale dotychczas działała prawie wyłącznie na rodzimym rynku. Od lat specjalizuje się w organizacji koncertów wielkich światowych gwiazd, a to często domena globalnych gigantów. Dotychczas udawało się agencji wyrwać wielkim konkurentom polskie koncerty organizowane w ramach tras koncertowych gwiazd. Tak było np. w przypadku występu Justina Timberlake'a na stadionie PGE Arena Gdańsk w 2014 r., ale także koncertów Kiss, Michaela Bublę oraz Roda Stewarta. Poza



► KONCERTOWA TRÓJKA: Agencja Prestige MJM wzięła nazwę od pierwszych liter imion założycieli: Janusza Stefańskiego (na zdjęciu), Mateusza Pawlickiego i Marka Kurzawy. Pierwszy jest z wykształcenia historykiem, drugi ukończył AWF, a trzeci uczył muzyki. [FOT. WM]

tym dzięki nawiązaniu współpracy z AEG, jednym z międzynarodowych gigantów, agencja zakontraktowała m.in. koncerty Justina Biebera i Celine Dion. Właściciele Prestige MJM zdają sobie jednak sprawę, że organizowanie całych tras koncertowych gwiazd znacznie zwiększyłoby skalę działalności.

Pora na zagranicę

– Już jakiś czas temu w naszych głowach zrodziła się myśl, by wyjść także za granicę. Pandemia COVID-19 stordedowała jednak te pomysły. Wracamy do pomysłu i wkrótce, jeśli oczywiście znowu nie pojawi się coś zupełnie nieprzewidywanego, będziemy organizować koncerty także poza granicami kraju – mówi Janusz Stefański.

Według niego najważniejszym warunkiem jest bardzo dokładne poznanie rynku, czyli lokalnych realiów, przede wszystkim gustów muzycznych publiczności, a tu zdarzają się niespodzianki.

– Zespół Scorpions z Hanoweru jest w Polsce bardzo popularny – gromadzi kilkunastotysięczną publiczność, a w Niemczech koncertu Austrii na koncerty grupy przychodzi zaledwie trzy, cztery tysiące widzów – informuje współwłaściciel agencji.

Ile kosztuje Scorpions

To zresztą jeden z ulubionych zespołów menedżera, od którego zaczęła się historia Prestige MJM. Zanim stworzył agencję koncertową, zajmował się organizowaniem wydarzeń sportowych w lokalnym Klubie Motorym w Ostrowie Wielkopolskim.

Klub co roku organizował Turniej o Łańcuch Herbowy (najstarszy żużlowy turniej w Polsce), a Janusz Stefański starał się z roku na rok budować prestiż wydarzenia. Najpierw zaczął zapraszać do udziału najlepszych żużlowców świata, a gdy już stawka dorównywała tej z Grand Prix, postanowił pójść dalej. Dwudniowa impreza, w ramach której oprócz wyścigu żużlowców na tym samym stadionie odbył się koncert znanej, zagranicznej gwiazdy, wydawał się odpowiednią atrakcją. Tą gwiazdą był właśnie zespół Scorpions.

Na stronie internetowej zespołu znalazł kontakt do menedżera (zazwyczaj takich mejli tam nie ma), napisał mejla i dość szybko dostał odpowiedź. Zdawkową, ale konkretną: „ile proponujesz?”. Sprawdził, ile trzeba zapłacić za występ najlepszym i najdroższym polskim zespołem, takim jak Lady Pank czy Budka Suflera, pomnożył to przez trzy – uznając, że stawka zagranicznej gwiazdy musi być wyższa, i przesłał propozycję. Odpowiedź znowu przyszła szybko i była jeszcze krótsza: „nie”. Na tym wymiana się nie skończyła, gdyż Janusz Stefański postanowił dopytać menedżera zespołu, jakie pieniądze by go satysfakcjonowały. Ten odpisał, podając kwotę, która więcej niż trzydziestokrotnie przewyższała stawki polskich gwiazd. Taką też Scorpions dostali, a ich koncert nie tylko uświetnił imprezę w Ostrowie Wielkopolskim, ale był także początkiem Prestige MJM. To wtedy bowiem, w 2008 r., Janusz Stefański poznał przyszłych współwłaścicieli. Kilka dni temu agencja weszła w 15. rok działalności. ©

OGŁOSZENIE

45733



AGENCJA
MIENIA
WOJSKOWEGO

AGENCJA MIENIA WOJSKOWEGO ODDZIAŁ REGIONALNY W POZNANIU

Informuje, że zamieszczony został, na stronie internetowej www.amw.com.pl w Biuletynie Informacji Publicznej AMW, wykaz nieruchomości przeznaczony do zbycia, który obejmuje lokal mieszkalny położony w Poznaniu przy ul. Bukowskiej 51/47. Wykaz wywieszony został również w siedzibie tut. Oddziału przy ul. Dojazd 30 w Poznaniu.

Oddział Regionalny w Poznaniu

60-631 Poznań, ul. Dojazd 30, tel. 61 660 67 00, fax 61 660 67 01
e-mail: poznan@amw.com.pl; www.amw.com.pl

SUROWCE

W 2022 r. padnie rekord światowego zużycia węgla

W kończącym się roku zużycie węgla może po raz pierwszy w historii przekroczyć 8 mld ton — wynika z szacunków Międzynarodowej Agencji Energii. Eksperti prognozują, że utrzyma się na tak wysokim poziomie do 2025 r., bo spadek zużycia w gospodarkach rozwiniętych będzie rekompensowany rosnącym popytem w azjatyckich gospodarkach wschodzących.

W Europie wzrost zużycia węgla w 2022 r. wynika z obniżenia dostaw gazu przez Rosję. Alexandru Mustata z Europe Beyond Coal podkreślił w rozmowie z Bloombergiem, że mimo ostatnich wydarzeń żaden europejski kraj nie wycofał się z planu całkowitej rezygnacji z węgla do 2030 r. — Europa wciąż jest na drodze do uwolnienia się od węgla do końca dekady — stwierdził Alexandru Mustata. [MD]

PulsDnia

W Lublinie mogą powstawać niemieckie minicieżarówki

Prezes Ursusa sprowadza nad Wisłę niemiecką markę elektrycznych minicieżarówek. Ma też pomysł na fabrykę tych aut w Polsce.

Arkadiusz Miętiewicz, były szef marek Seat, Jaguar i Land Rover w Polsce oraz obecny prezes Ursusa, postanowił sprowadzić do Polski elektryczne minicieżarówki produkowane przez bawarską firmę Evum Motors — poinformował Instytut Badań Rynku Motoryzacyjnego.

— Do negocjacji z Evum Motors przystąpiłem w czerwcu 2022 r., a już we wrześniu podpisałem umowę importerską — mówi cytowany przez Samar Arkadiusz Miętiewicz, prezes firmy E-Motors Polska, wyłącznego importera marki Evum do Polski.

Przyznaje, że Evum to produkt niszowy do specjalnych

zastosowań, zatem nie ma co liczyć na wielotysięczną sprzedaż. Plan zakłada dostawę rzędu 500 aut rocznie, począwszy od 2025 r. i 1 tys. od roku 2027.

Evum to elektryczny samochód dostawczy kompaktowych rozmiarów. Ma 1,6 m szerokości i 4 m długości. Pojazd jest rejestrowany w kategorii NI, co pozwala korzystać z dofinansowania w ramach programu „Mój elektryk”. Został wyposażony w baterie o mocy 16,5 kWh, co zapewnia zasięg 100 km na jednym ładowaniu. Według importera ogniwa można naładować w ciągu ośmiu godzin z prądu jednofazowego z gniazdka 230 V. Evum oferuje jednak też firmowe wallboxy o mocy 9 kWh, które

pozwalają naładować baterię od zera do 80 proc. w dwie godziny. Samochód może być wyposażony również w dodatkową baterię zwiększającą zasięg dwukrotnie. W opinii nowego importera auto sprawdzi się w realizacji m.in. zadań komunalnych. Na podwoziu można zainstalować dowolne urządzenia, np. podnośnik czy dźwig. Producent

oferuje obecnie trzy typy nadwozia: platformę, wywrotkę oraz kontener, ale nie ma na przykład chłodni czy podnośnika. Dlatego importer rozpoczął już współpracę z dwiema firmami w celu przygotowania dodatkowych specjalistycznych zabudów auta.

Plan Arkadiusza Miętewicza zakłada jednak nie tyl-

ko sprzedaż aut. Jak wynika z informacji pozyskanych przez Samar, w tym roku Evum Motors wyprodukuje ponad 500 samochodów. W 2023 r. produkcja ma wzrosnąć do 2,5 tys. egzemplarzy, a to już wyczerpie moce zakładu. Niemcy szukają więc lokalizacji dla nowej fabryki zdolnej wytwarzać rocznie 10 tys. pojazdów, z możliwością podwojenia produkcji do 20 tys. sztuk.

— Ze swojej strony zaproponowałem, żeby nowy zakład umieścić na terenie specjalnej strefy ekonomicznej w Lublinie. Nadal jest tu wielu ludzi, którzy brali kiedyś

udział w produkcji elektrycznych autobusów Ursusa, a ich doświadczenie mogłoby się bardzo przydać firmie Evum Motors. Politechnika Lubelska kształci świetnych inżynierów, a lokalne władze sprzyjają inwestycjom przemysłowym w mieście. Co ważne, Niemcy, wybierając Lublin jako miejsce dla swojej przyszłej fabryki, mogliby sporo obniżyć koszty produkcji. Nawet prowadziłem już w tej sprawie rozmowy w Lublinie, a wszyscy wydawali się bardzo zainteresowani projektem. Trzeba jednak pamiętać, że dla Evum Motors to tylko jedna z opcji, a Bawaria łatwo nie wypuści z rąk tak ciekawej inwestycji — powiedział Samarowi Arkadiusz Miętiewicz. [MB] © P



► **MINICIEŻARÓWKA NA PRĄD:** Dopuszczalna masa całkowita obecnego modelu Evum Motors wynosi 2,6 t. Ładowość to około 1,1 t. [FOT. ARC]

Rozmowa z Jeanem Bouchet, dyrektorem marketingu i produktu w BNP Paribas Cardif w Polsce

Ubezpieczenia na trudne czasy

Bisko połowa Polaków chciałaby lepszej ochrony przed utratą pracy, jedną z większych obaw jest też brak pieniędzy na leczenie poważnej choroby. Spokojne planowanie przyszłości może dać odpowiednie ubezpieczenie. Jak zabezpieczyć się przed utratą pracy i ciężką chorobą? Zapytaliśmy o to Jeana Bouchet, dyrektora marketingu i produktu w BNP Paribas Cardif w Polsce.

Nadchodzący rok zdaniem ekspertów będzie trudny dla firm i pracowników. Czy widać większe zainteresowanie Polaków polisami na wypadek utraty pracy?

Polacy po pandemii czują się mniej bezpieczni. Tak wynika z badania „Chroń i planuj w czasach kryzysu” przeprowadzonego przez BNP Paribas Cardif oraz ekspertów IPSOS. Oprócz Polski wzięło w nim udział 20 krajów na 3 kontynentach, w których działa BNP Paribas Cardif. Aż 66 proc. Polaków obawia się utraty dochodów i pogorszenia sytuacji finansowej. W skali globalnej bezrobocie zajmuje trzecie miejsce na liście obszarów, w których badani chcieliby lepszej ochrony, zaraz za chorobami i wypadkami. A wracając do ubezpieczeń — 43 proc. Polaków chciałoby być lepiej chronionymi na wypadek utraty pracy. Co ciekawe, u nas ta potrzeba jest nawet dwa razy silniejsza niż np. w Niemczech. Jak widać, polisy chroniące przed skutkami utraty pracy trafiają w potrzeby Polaków. W BNP Paribas Cardif również obserwujemy wzrost zainteresowania tego typu polisami. Chcemy, aby ubezpieczenia były dla klientów jeszcze bardziej dostępne, lepiej odpowiadały ich potrzebom i umożliwiały im spokojne

planowanie przyszłości. Dlatego nieustannie prowadzimy badania, analizujemy trendy i dostosowujemy nasze produkty.

Już co piąta firma deklaruje, że będzie zwalniać pracowników. Jaką ochronę może nam dać w takiej sytuacji ubezpieczenie?

Ubezpieczenie od utraty pracy oferowane jest przez banki klientom biorącym kredyt, na przykład hipoteczny, ale możliwe jest zabezpieczenie także pożyczki lub zadłużenia na karcie kredytowej. Polisa ma chronić nas w sytuacji, gdy utracimy dotychczasowe źródło dochodu, a zostajemy ze zobowiązaniem finansowym w postaci raty kredytu. Dzięki polisie otrzymujemy wsparcie finansowe — ubezpieczyciel wypłaci nam regularne świadczenie w wysokości raty naszego zobowiązania wobec banku. Dzięki temu zyskujemy np. czas na poszukiwanie nowego miejsca zatrudnienia. Ubezpieczenie oferowane przez BNP Paribas Cardif zapewnia również wsparcie psychologa czy pomoc w pisaniu CV. To jeden z przykładów szerszego trendu na rynku ubezpieczeń, który polega na zapewnieniu klientowi — poza samą wypłatą odszkodowania — coraz szerszego ekosystemu różnego rodzaju świadczeń dodatkowych.

Trudność w spłacie kredytu może być też spowodowana poważną chorobą lub wypadkiem i związanym z tym pobytom w szpitalu. We wspomnianym wcześniej badaniu to — obok utraty pracy — najczęściej wskazywane przez Polaków zdarzenia, które ich zdaniem uniemożliwią im spłatę rat kredytu. Ubezpieczenie chroni również w takich sytuacjach. Nie każdy bank posiada jednak w swojej ofercie tak szeroki zakres ubezpieczenia.

Na co należy zwrócić uwagę, zawierając taką polisę?

Po pierwsze ważne jest, aby warunki ubezpieczenia były przejrzyste i zrozumiałe. Uważamy, że to kluczowy element wiarygodności ubezpieczyciela w relacji z klientem. Druga sprawa to jak najkrótsza lista wyłączeń odpowiedzialności firmy ubezpieczeniowej, czyli powodów, z jakich ubezpieczyciel może odmówić wypłaty odszkodowania. Jeżeli chodzi o BNP Paribas Cardif, naszym celem jest zwiększenie poziomu wypłacanych odszkodowań o obecnych 80 do 90 proc.

Kolejna rzecz to uproszczenie samego procesu zawarcia polisy. Przystępując do ubezpieczenia, klient oczekuje minimum formalności, np. podpisania prostego oświadczenia o dobrym stanie zdrowia zamiast przedkładania rozbudowanej dokumentacji medycznej. Takim uproszczeniem powinna towarzyszyć otwartość na to, że wielu klientów leczyło się w przeszłości. Średnia długość życia się wydłuża i choroby przewlekłe stają się coraz bardziej powszechne — to znak naszych czasów. Takich klientów ubezpieczyciele nie powinni wykluczać.

Z raportu „Mapa ryzyka Polaków” Polskiej Izby Ubezpieczeń wynika, że jedną z największych obaw rodaków jest brak pieniędzy na leczenie poważnej choroby. Polacy coraz częściej mierzą się z tak poważnym schorzeniem jak depresja. Czy można się ubezpieczyć na wypadek tej choroby?

Niektórzy twierdzą, że czeka nas epidemia depresji. Według Światowej Organizacji Zdrowia już za 8 lat będzie to najczęściej diagnozowane schorzenie w krajach rozwiniętych. A choroba łączy się z długą nieobecnością w pracy. Zapewnienie niezmiennego poziomu dochodów w trakcie zwolnienia lekarskiego spowodowanego depresją może być kluczowe dla klienta, który w tym czasie potrzebuje pieniędzy na leczenie. W naszych polisach depresja wchodzi w zakres ubezpieczenia. Musimy jednak na to zjawisko spojrzeć szerzej. Depresja jest tylko jedną z poważnych chorób, od których powinniśmy być chronieni ubezpieczeniami. Obciążony podczas pandemii publiczny system opieki zdrowotnej zwrócił uwagę Polaków na potrzebę zapewnienia sobie ochrony w dziedzinie zdrowia z innych źródeł. Polisy ubezpieczeniowe dostępne na rynku dają możliwość wypłaty środków na leczenie w Polsce lub za granicą. Zdaniem naszych ekspertów zajmujących się prognozowaniem trendów i ryzyk w przyszłości, za kilka lat standardem w ramach ubezpieczenia zdrowotnego będą także cykliczne badania profilaktyczne, które pozwolą wcześniej diagnozować poważne schorzenia. Bo życie i dobre zdrowie jest celem najważniejszym. I ubezpieczenia będą ten cel pomagały osiągnąć.

**PARTNEREM PUBLIKACJI JEST
BNP PARIBAS CARDIF W POLSCE**

► **ODPOWIEDŹ NA EPIDEMIE:** Według Światowej Organizacji Zdrowia już za 8 lat depresja będzie najczęściej diagnozowanym schorzeniem w krajach rozwiniętych. W naszych polisach wchodzi ona w zakres ubezpieczenia — mówi Jean Bouchet, dyrektor marketingu i produktu w BNP Paribas Cardif w Polsce. [FOT. ARC]





Jak zdobyć dotacje na handel i ekspansję

Program Re_Open UK pomoże MŚP zniwelować straty związane z dostosowaniem się do nowego prawa i zmianą kierunków eksportu

Dorota
Zawiślińska



d.zawislinska@pb.pl ☎ 22-333-99-99

Jak zdobyć brytyjskiego kontrahenta lub inwestora? Z kim warto nawiązać współpracę biznesową? Na te pytania próbują znaleźć odpowiedź przedsiębiorcy z Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej muszą dostosować firmy do nowych uwarunkowań prawnych. Poszkodowanym MŚP pomoże program Re_Open UK.

– Jest on skierowany do firm ze wszystkich branż. Polscy przedsiębiorcy ponieśli wysokie koszty po to, aby pozostać na rynku brytyjskim. Dzięki programowi Re_Open UK możemy je zrefundować. Nie brakuje firm, które odnotowały bardzo duży spadek obrotów i on też kwalifikuje przedsiębiorstwa do ubiegania się o dofinansowanie. Ponadto program sfinansuje wydatki inwestycyjne, pokryje koszty udziału w targach i misjach gospodarczych, na których można znaleźć nowych kontrahentów – wyjaśnia Aneta Sporysiak, koordynatorka projektu Re_Open UK.

Kontrola celna

Łódzka Specjalna Strefa Ekonomiczna prowadzi grudniową rundę naboru. Całkowity budżet programu Re_Open UK

wynosi ponad 500 mln zł, z czego 70 proc. kwoty zasili mikro, małe i średnie firmy. Reszta trafi do dużych przedsiębiorstw. W ramach grudniowej rundy konkursu przedstawiciele biznesu otrzymają łącznie ponad 47 mln EUR.

– Zmieniły się zasady handlu z Wielką Brytanią. Przedsiębiorcy muszą na nowo mierzyć się m.in. z takimi utrudnieniami jak powrót do kontroli celnych, konieczność przygotowania odpowiedniej dokumentacji przewozowej i sporządzania dokumentów transportowych – wylicza Agnieszka Wykrzykowska, senior menedżer w Grant Thornton.

Dofinansowanie z programu Re_Open UK popłynie do przedsiębiorców, którzy ucierpieli z powodu brexitu. Firmy będą mogły zniwelować jego negatywne skutki w ramach czterech typów projektów: „Nowe kierunki eksportu”, „Re_start inwestycyjny”, „Akcja adaptacja do zmian”, „Brexit bez strat”.

– Pierwszy rodzaj wsparcia jest przeznaczony na udział przedstawicieli biznesu w międzynarodowych imprezach targowych lub wystawienniczych, a także w misjach gospodarczych. Celem tego typu przedsięwzięć jest utrzymanie relacji handlowych przedsiębiorstwa na rynkach, na których było już obecne, w tym Zjednoczonego Królestwa. Wsparcie jest przyznawane w postaci pomocy de minimis. MŚP mogą liczyć na dofinansowanie na poziomie 100 proc. kosztów kwalifikowanych projektu. W przypadku dużych



WACHLARZ WSPARCIA:

Z programu Re_Open UK mogą skorzystać przedsiębiorcy, którzy ucierpieli z powodu brexitu. Inicjatywa sfinansuje m.in. wydatki inwestycyjne, a także związane z udziałem firm w targach i misjach gospodarczych.

[FOT. ADOBE STOCK]

firm będzie to 85 proc. Wyjątek stanowią wydatki przeznaczone na udział w targach – z tej opcji mogą skorzystać tylko MŚP – wyjaśnia Agnieszka Wykrzykowska.

Dodatkowy przychód

Natomiast dofinansowanie w ramach przedsięwzięcia pod nazwą „Re_start inwestycyjny” wesprze przedsiębiorstwa w zakupie środków trwałych, wartości niematerialnych i prawnych. Chodzi o możliwość poszerzenia dotychczasowej oferty eksportowej lub stworzenia nowej w celu pozyskania dodatkowych źródeł przychodów utraconych w wyniku brexitu.

Kolejny typ projektu to „Akcja adaptacja do zmian”. Wsparcie w jego ramach jest przeznaczone na dostosowanie

wanie firm do nowych uwarunkowań prawnych dotyczących wymiany handlowej ze Zjednoczonym Królestwem. Dofinansowanie pokryje koszty szkoleń i usług doradczych związanych z kontynuowaniem wspomnianej wymiany handlowej i zdobyciem nowych rynków zbytu.

– W ramach jednego wniosku można ubiegać się o wsparcie, łącząc trzy pierwsze typy projektów. Ich realizacja powinna zakończyć się przed 31 lipca 2023 r. – zaznacza Agnieszka Wykrzykowska.

Natomiast czwarty rodzaj przedsięwzięcia pod nazwą „Brexit bez strat” dotyczy udokumentowanych strat finansowych, które przedsiębiorcy ponieśli w związku z brexitem od 1 stycznia 2020 r. do momentu ogłoszenia naboru.

Warto podkreślić, że maksymalna wartość kosztów kwalifikowanych projektu nie może przekroczyć 500 tys. EUR.

– Wartość udzielanego wsparcia w stosunku do poniesionych przez przedsiębiorcę nakładów jest dość wysoka, pod warunkiem, że ma on niewykorzystany limit pomocy de minimis – zwraca uwagę Agnieszka Wykrzykowska.

Z dofinansowania chce skorzystać m.in. Kamil Zjawiony, członek zarządu łódzkiej spółki Stępień-Zjawiony Industry Solutions Support, działającej w branży naukowo-technicznej.

– Liczymy na to, że program pomoże zrealizować nam projekt inwestycyjny lub zrekomensować poniesione straty – mówi Kamil Zjawiony. ☺ ☹

Nieopłacona faktura: który rodzaj odsetek wybrać

W przypadku braku płatności firma może naliczać odsetki zgodnie z umową, a jeśli takiej nie ma – ustawowe za opóźnienie w transakcjach handlowych.

Coraz częściej kontrahenci nie regulują terminowo zobowiązań. W takiej sytuacji przedsiębiorcy wysyłają do nierzetelnego klienta wezwania do zapłaty, które mają zmotywować go do uregulowania należności. Mogą również zacząć naliczać odsetki.

– To wynagrodzenie za korzystanie z cudzych pieniędzy bądź rekompensata za opóźnienie w zapłacie. Ich wysokość

ustalana jest jako procent należności głównej za oznaczony czas korzystania z pieniędzy lub czas opóźnienia – mówi Konrad Rupiewicz, adwokat.

Kapitałowe i za opóźnienie
Wyróżnić można kilka rodzajów odsetek. Kodeks cywilny wyróżnia odsetki kapitałowe i za opóźnienie.

– Kapitałowe stanowią wynagrodzenie za korzystanie z cudzych pieniędzy i należne są za czas od powstania zobowiązania do dnia jego wymagalności. Z kolei odsetki za opóźnienie są zryczałtowanym odszkodowaniem na wypadek spóźnionej zapłaty – mówi Konrad Rupiewicz.

W przypadku nieopłaconej faktury firma powinna naliczać odsetki za opóźnienie. Tu w grę wchodzi odsetki ustawowe za opóźnienie na podstawie art. 481 par. 1 Kodeksu cywilnego, zgodnie z którym „jeżeli dłużnik opóźnia się ze spełnieniem świadczenia pieniężnego, wierzyciel może żądać odsetek za czas opóźnienia, chociażby nie poniósł żadnej szkody i chociażby opóźnienie było następstwem okoliczności, za które dłużnik odpowiedzialności nie ponosi” – albo odsetki ustawowe za opóźnienie w transakcjach handlowych.

– Odsetki ustawowe za opóźnienie w transakcji handlowej stosuje się do zaległości

wynikających z umowy, której przedmiotem jest odpłatna dostawa towaru lub świadczenie usługi – jeżeli zawarty ją strony określone w ustawie o przeciwdziałaniu nadmiernym opóźnieniom w transakcjach handlowych w związku z wykonywaną działalnością. W przypadku gdy wyłącznymi stronami transakcji nie są wskazane powyżej podmioty, np. umowa została zawarta między przedsiębiorcą a konsumentem, do zaległości w zapłacie faktury zastosowanie będą miały odsetki ustawowe za opóźnienie – mówi adwokat.

To oznacza, że jeśli zalega faktura dotyczy płatności wynikającej z umowy między dwiema firmami, której przed-

miotem jest np. wykonanie witryny internetowej przez przedsiębiorcę zajmującego się projektowaniem stron albo dostawa artykułów biurowych przez sklep online, zastosowanie mają odsetki ustawowe za opóźnienie w transakcjach handlowych.

Wysokość odsetek ustawowych za opóźnienie wynosi 12,24 proc. Te za opóźnienia w transakcjach handlowych są wyższe – 16 proc. Te ostatnie od stycznia 2023 r. wzrosną do 16,5 proc.

Dodatkowo odsetki – w zależności od źródła powstania – można podzielić na ustawowe i umowne. Wysokość pierwszych jest wskazana jest

w przepisach, natomiast drugich – w kontrakcie.

Ważny szczegół

Wskazanie właściwego rodzaju odsetek jest ważne, bo wpływa m.in. na skuteczne wniesienie pozwu. W takiej sytuacji sąd bada, czy są podstawy do zasądzenia od pozwanego odsetek wskazanych w pozwie.

– Jeśli podstawy zasądzenia wskazanych odsetek istnieją, sąd wyda nakaz zapłaty z uwzględnieniem odsetek wskazanych przez powoda, ale gdy stwierdzi brak podstaw – pozew powinien zostać oddalony. W takiej sytuacji sąd umorzy postępowanie – mówi Konrad Rupiewicz. [JAK] ☺ ☹

Poznaj

laureatki plebiscytu i rankingu



Zainspiruj się

historiami odważnych, ambitnych, przedsiębiorczych kobiet

100KOBIEC BIZNESU.PL

Organizator



Autor rankingu

dun&bradstreet

Partner strategiczny



BNP PARIBAS

Partner

żabka

Odbicie na GPW przyjmie kształt litery W

Supercykl koniunkturalny wskazuje na definitywny koniec bessy dopiero w drugiej połowie 2023 r. Dlatego nadchodzący rok będzie stał raczej pod znakiem trendu bocznego, a nie początku nowej hossy

Kamil
Kosiński

k.kosinski@pb.pl ☎ 22-333-99-24

Jeszcze nie czas na prawdziwą hossę. Na koniec 2023 r. indeks WIG będzie odbiegał od obecnego poziomu plus minus 5 proc. W ciągu najbliższych 12 miesięcy na GPW może jednak dochodzić do gigantycznych ruchów. Ich prawdopodobieństwo zwiększają takie zwyżki jak te, których katalizatorem było osłabienie dolara oraz rosnące szanse na pieniądze dla Polski z Krajowego Plan Odbudowy. To główne założenia, jakie na 2023 r. przyjmuje Sławomir Kozłowski, dyrektor departamentu doradztwa inwestycyjnego Noble Securities.

Gdy WIG20 oscylował w okolicach 1700 pkt, Sławomir Kozłowski prognozował jego spadek do 1300-1350 pkt. Trafiał idealnie. Śródsesyjne minimum obecnej bessy to 1337,7 pkt, a w cenach zamknięcia barometr dużych spółek zatrzymał się na poziomie 1358,5 pkt. W przypadku szerokiego rynku Sławomir Kozłowski pomylił się niewiele. Według jego prognoz WIG miał spaść do 42 tys. pkt, podczas gdy w rzeczywistości zatrzymał się na poziomie 45 tys. pkt.

Specjalista zasadniczo nie przewiduje pogłębienia dołków obecnej bessy. Nie oznacza to jednak, że wierzy, iż stoimy u progu nowej hossy. Zakłada, że odbicie będzie miało kształt litery W.

– Wydaje się, że pierwszą część W, czyli spadek i odbicie, już mieliśmy. Przyjdzie jednak moment, gdy rynek ponownie powie sprawdzą – mówi Sławomir Kozłowski.

Raporty ujawnia realia

Sławomir Kozłowski uważa, że drugi dołek nastąpi w okresie publikacji raportów rocznych za 2022 r. lub za I kwartał 2023.

– Po dotychczasowych wynikach jeszcze nie widzimy, które firmy zostaną dotknięte wysokimi cenami prądu – podkreśla dyrektor departamentu doradztwa inwestycyjnego Noble Securities.

Przypomina, że regulacje w takiej czy innej formie zamrażające ceny energii dotyczą gospodarstw domowych, służby zdrowia, samorządów i mikrofirm, ale nie obejmują biznesu. Ten zaś ma jeszcze podwyższone koszty finansowania wynikające z podwyżek stóp procentowych. Teoretycznie byłoby to korzystne dla banków, ale wakiacje kredytowe pozbawiły je zysków z tego wynikających, a jak głosi porzekadło – bez banków nie ma hossy na GPW.

– Wskaźnik cena do wartości księgowej banków jest w okolicach 1. To nie jest specjalnie atrakcyjny poziom, bo został osiągnięty w wyniku obniżenia kapitałów własnych, a będą jeszcze robione dalsze odpisy na kredyty frankowe – uczyła Sławomir Kozłowski.

Na 14 lutego 2023 r. zaplanowano wydanie opinii rzecznika generalnego TSUE na temat wynagrodzenia dla banków za korzystanie z kapitału wynikającego z masowo anulowanych umów o kredyt frankowy. Sławomir Kozłowski uważa, że negatywna dla banków opinia nie jest jeszcze uwzględniona w cenach, ale nie tylko w tym problem.

– W normalnych warunkach regulator wspieraby banki, ale 2023 będzie rokiem wyborczym. Niska rentowność w połączeniu z koniecznością pokrycia wymogu kapitałowego MREL mogą skutkować ograniczeniem akcji kredytowej, co spowoduje, że potencjał do odbicia będzie mniejszy – tłumaczy Sławomir Kozłowski.



► **TIMING:** Według Sławomira Kozłowskiego, dyrektora departamentu doradztwa inwestycyjnego Noble Securities, dla stóp zwrotu w 2023 r. kluczowy będzie tzw. timing. Okazji do kupna akcji doszukuje się w styczniu lub lutym, a do sprzedaży w marcu lub sierpniu. Alternatywnie można to liczyć poziomem indeksu WIG. 50 tys. pkt to okazja do kupna, 60 tys. – do sprzedaży.

[FOT. WM]

Za oceanem coś nie gra

Tak jak nie ma hossy na GPW bez banków, tak na nie tylko na GPW, ale na świecie nie ma hossy bez zwyżek w Stanach Zjednoczonych. Według eksperta Noble Securities nie można zaś wykluczyć, że dno bessy za oceanem dopiero nadejdzie. Wynika to z tego, że amerykańskie obligacje roczne, dwu- i trzyletnie mają wyższe rentowności od 10-, 20- i 30-letnich.

– Jeśli chodzi o akcje amerykańskie, to w cenach jest spowolnienie, ale nie recesja. Łatwiej byłoby mieć pozytywne nastawienie do rynku, gdyby indeks S&P500 był niższy – dodaje Sławomir Kozłowski.

Ważne i trudne do oszacowania zmienne, które mogą wpłynąć na GPW, to odblokowanie środków z KPO oraz rozwój wojny rosyjsko-ukraińskiej.

Według Noble Securities na definitywne pozegnanie z bessą na GPW dopiero w drugiej połowie roku wskazuje też tzw. cykl Kitchina, czyli jeden z mierników cyklu koniunkturalnego. Na GPW trwał on dotychczas 36-43 miesięcy. Czas liczony od początku obecnego cyklu (marzec 2020 r.) do końca października 2022 r. wynosi 31 miesięcy, co mocno odstaje od dotychczasowych długości. Wydłużenie obecnego cyklu do średniej wskazywałoby na dołek dopiero w drugiej połowie 2023 r., co pokrywałoby się z supercyklem, którego początki można wywodzić z 2009 r. Obejmuje on cykl obecny i trzy wcześniejsze.

– Cykle koniunkturalne grupują się w cykle wyższego rzędu będące wielokrotnością dwójki. Cykle wyższego rzędu obejmują więc dwa, cztery, osiem zwykłych cykli. Cykle wyższego rzędu obejmujące dwa podstawowe niższe szczególnie się nie wyróżniają, ale już w tych obejmujących cztery cykle podstawowe dołki są z reguły wyraźniejsze – wyjaśnia Sławomir Kozłowski. ©

Sześć polecanych spółek i cztery odradzane

W jakie spółki z GPW inwestować przy założeniu, jakie przyjmuje Noble Securities? Dom maklerski poleca informatyczny Aileron, wskazując na dynamiczny rozwój spółki zależnej **Software Mind** po dokapitalizowaniu przez Enterprise Investors, jak również pozostałe około 100 mln zł na akwizycje. Analitycy Noble Securities pozytywnie oceniają też działania podjęte wobec segmentów problematycznych, czyli HotelTech i FinTech. Dobrym pomysłem na 2023 r. mają być także **Inter Cars** i **Auto Partner**. Obie spółki mają osiągnąć około 20-procentowy wzrost przychodów, co przekłada się na prognozowane wskaźniki cena/zysk w wysokości 7,5-8. Niedobór nowych samochodów powoduje, że stare trzeba naprawiać. Spółki mają sprawdzić

model biznesowy i dług netto pod kontrolą – argumentuje Sławomir Kozłowski. W branży medycznej Noble Securities proponuje **Ryvu Therapeutics** i **Voxela**. Za Ryvu przemawia rozwój cząstki RVU120 i niedawna informacja o aliansie z BioNTechem. Wiarygodny zarząd uprawdopodobnia wejście Ryvu na wyższy poziom rozwoju. Tego typu spółki to opcje. Dopóki nie osiągną kamienia milowego, to nie wiadomo, czy to dobre spółki czy nie, ale umowa z BioNTechem to znak jakości dla spółki – komentuje Sławomir Kozłowski. Argumenty za Voxelem są takie jak za dystrybutorami części samochodowych. Wzrost wyceny świadczeń o 20-40 proc. sprzyja wynikom, przekładając się na prognozowany wskaźnik

cena/zysk 9,5 i dług netto do EBITDA na poziomie 1. Niski prognozowany wskaźnik cena/zysk i bezpieczny bilans to także argumenty za hurtownią elektrotechniczną **Tim**. Umiejętność zarządzania magazynem i stabilne przepływy gotówkowe powinny sprzyjać wynikom – zaznacza Sławomir Kozłowski. Odzwierciedlając swój sceptycyzm wobec banków, odradza za to **Millennium**. Wydaje się, że Millennium jest najbardziej zagrożone problemami, jakie mogą dotknąć banki – mówi nasz rozmówca. Nie podobają mu się **Cyfrowy Polsat** i **KGHM**. W Cyfrowym Polsacie dostrzega ryzyko wzrostu kosztów finansowych, nierosnący

rynek reklamy i dużą konkurencyjność rynku telekomunikacyjnego. W segmencie energetycznym regulacja cen prądu nie pozwoli spółce osiągnąć wyników adekwatnych do nakładów inwestycyjnych. Dla KGHM problemem ma być wzrost cen energii i spowolnienie gospodarcze w Chinach, a także to, że jest już po cyklicznym szczyście cen miedzi. Noble Securities odradza też walory **Mercatora Medical**. Ma bardzo mocną pozycję gotówkową, ale nadpodaż na rynku rękawic chirurgicznych 30 proc. w połączeniu z dumpingowymi cenami chińskich producentów tworzą zagrożenie dla wyników w kolejnych kwartałach – uczyła Sławomir Kozłowski.

57,3

proc. Taki odsetek ankietowanych przez Stowarzyszenie Inwestorów Indywidualnych oczekuje trendu wzrostowego na GPW w ciągu najbliższych sześciu miesięcy. W tydzień obóz byków powiększył się o 8,6 pkt proc. [KZ]

PulsInwestora

► **MNIEJ PRODUKCJI, WIĘCEJ WYNAJMU:**
Prezes ATM Grupy Andrzej Muszyński wobec mniejszej liczby zleceń na produkcję więcej zarabia na wynajmie sprzętu i deweloperce.
[FOT. GRZEGORZ GOŁĘBIEWSKI]



GIEŁDA

Przecena ATM Grupy poszła za daleko

Kurs akcji ATM Grupy w ciągu roku spadł o 24 proc. Analitycy Ipopemy i BDM zgodnie uważają, że spółka powinna rosnąć i wydali zalecenie „kupuj”.

Jeszcze w lutym kurs akcji producenta filmów i seriali wynosił 4,5 zł, aby w październiku zjechać do 3 zł. Listopadowy rajd wyniósł cenę akcji ponad 3,5 zł, ale analitycy uważają, że to wciąż za mało, bo fundamentalnie wyceną walory spółki na znacznie więcej. Maciej Bobrowski z DM BDM określił cenę docelową na 4,58 zł, a Marcin Nowak oraz Michał Wojciechowski z Ipopemy na 4,5 zł. Spadek kursu wykorzystywał wiceprezes firmy Przemysław Kmietek. W październiku nabył niemal 10 tys. akcji, a w całym roku kilka razy więcej.

Produkcja filmowa się trzyma
W pierwszych trzech kwartałach 2022 r. firma zwiększyła przychody ze sprzedaży o 17 proc. do ponad 200 mln zł, co przyniosło zysk netto w wysokości 30 mln zł. W dłuższym okresie wyniki powinny rosnąć – spółka produkuje bowiem serie premium nie tylko dla lokalnych telewizji, ale również dla HBO czy Netflix. A tylko ten ostatni wydał nad Wisłą w tym roku 400 mln zł na lokalne produkcje. Perspektywa na 2023 r. nie jest jednak tak pozytywna.

„Po skończeniu »Lovzone« dla Netflix i opóźnieniu produkcji »Czarnego Psia« dla Viaplaya (z 2022) plan produkcyjny na kolejny rok jest dość krótki pod kątem flagowych produkcji. W obszarze filmów ATM Grupa choć ma zaplanowaną jedną premierę w I kwartale 2023 r., lista kolejnych produkcji jest istotnie przycięta” – zwracają

uwagę analitycy Ipopemy, którzy zdecydowali się obniżyć szacunki produkcji premium grupy na kolejne dwa lata.

W tym roku po trzech kwartałach EBITDA w tym segmencie jest o 22 proc. niższa niż w analogicznym okresie 2021 r. i wynosi 17,1 mln zł. Spadek ten rekompensuje jednak wzrost w segmencie aktywów trwałych, gdzie EBITDA wzrosła o 21 proc. do 23,4 mln zł. Mimo że perspektywy dla polskiej gospodarki się pogarszają, spółka jest na to przygotowana.

– Największa ujemna dynamika EBITDA za 12 miesięcy dla dwóch kluczowych segmentów może być odnotowana właśnie na przełomie lat 2022 i 2023. W kolejnych okresach zakładamy już stopniowo lepsze odczyty. W 2023 r. oczekujemy, że EBITDA z tych dwóch obszarów spadnie o 1,6 proc., a w kolejnych dwóch latach – czyli 2024 i 2025 – wzrośnie o 6,2 i 19,9 proc. – mówi Maciej Bobrowski, analityk BDM.

Deweloperka z problemami

Spory udział w działalności ATM Grupy ma także segment deweloperski skupiony na budowie domków jednorodzinnych – wypracował on 7,6 mln zł EBITDA w 2022 r. dzięki sprzedaży jednostek mieszkalnych we Wrocławiu i okolicach oraz w Szwecji, gdzie sprzedano 17 z 20 mieszkań w zabudowie szeregowej. Spółka zainwestowała tam w kolejny projekt na pięciokrotnie większą działkę, a także zwiększyła swoje udziały do 50 proc. w ATM Baltic, który będzie realizował projekt Sianożęty nad Bałtykiem. To niepokoi analityków, bo perspektywy na obydwu rynkach nie są dobre.

„Naszym zdaniem inwestycje w podstawowy obszar działalności spółki mogłyby być bardziej opłacalne w długim terminie

i być odebrane pozytywnie przez inwestorów” – twierdzi analitycy Ipopemy w raporcie z 14 grudnia.

Analityk DM BDM widzi jednak szanse także w tym segmencie.

– Na rok 2023 zakładamy co prawda istotne ograniczenie wyników tej części biznesowej, ale od drugiej połowy 2024 r. oczekujemy wejście na nową ścieżkę wzrostu wraz z zaawansowaniem kolejnych dużych projektów w Polsce oraz Szwecji – mówi Maciej Bobrowski, analityk BDM.

Dywidendy płyną

ATM Grupa posiada 4 mln akcji Boombita, czyli niemal 30 proc. wszystkich. Choć od 2021 r. trwa przegląd opcji strategicznych w sprawie tych udziałów, to nie nie wskazuje na rychłą sprzedaż. Jak do tej pory było to świetne źródło dywidend dla grupy i tak zapewne pozostanie. Co więcej, w tym roku ATM Grupa dwukrotnie sama wypłaciła dywidendę akcjonariuszom – łącznie w wysokości 28 groszy na akcję. Analitycy Ipopemy szacują, że w przyszłym roku do akcjonariuszy trafi nieznacznie więcej – 31 groszy na akcję, co przekłada się na 8,8 proc. stopy dywidendy.

W kolejnych latach spółka ma potencjał do zwiększania wyników.

– Spółka powinna być w stanie wykorzystać nowe szanse, jakie mogą przynieść zmiany na rynku nadawców telewizyjnych w Polsce, oraz poprawić swoje pozycjonowanie w kontaktach ze stacjami streamingowymi. Oczekuję, że w 2024 r. EBITDA z dwóch podstawowych segmentów zbliży się do 52 mln zł, a w 2025 do 62 mln zł – mówi Maciej Bobrowski. © P

Marek Muszyński

m.muszynski@pb.pl 22-333-99-99

PROGNOZY

Goldman Sachs stawia na surowce

Bank prognozuje, że surowce będą najmocniej drożącą klasą aktywów w przyszłym roku i przyniosą średnio 40-procentowy zysk.

Bank oczekuje wyboistego pierwszego kwartału na rynku surowców z powodu słabości gospodarek USA i Chin w tym okresie, ale potem ceny ruszą w górę z powodu niskiej podaży m.in. ropy, gazu i metali.

Goldman Sachs, który pod koniec 2020 r. prognozował supercykl na rynku surowców, zakłada, że subindeks S&P GSCI Total Return wzrośnie w przyszłym roku o 43 proc., po tym jak jego wartość poszła w górę o 24 proc. w tym roku.

Nawet mimo tak zachęcających zwrotów i wysokich zysków firm wydatki inwestycyjne rozczarowały i w związku z tym nie należy się spodziewać adekwatnego zwiększenia podaży, co rozwią-

załoby problem długoterminowych niedoborów, uważają eksperci.

Bank spodziewa się wzrostu ceny ropy Brent do 105 USD w ostatnim kwartale przyszłego roku. Obecnie jest notowana po 82,65 USD. Miedź ma zdrożeć do 10 500 USD za tonę wobec ok. 8400 USD obecnie. LNG z azjatyckiego, benchmarkowego kontraktu zdrożeje według banku Goldman Sachs do 53,10 USD za 1 mln BTU. Teraz kosztuje 33 USD. [MD, BLOOMBERG] © P

OGŁOSZENIE

4 5 7 1 5



AGENCJA MIENIA WOJSKOWEGO

DYREKTOR ODDZIAŁU REGIONALNEGO AGENCJI MIENIA WOJSKOWEGO W GDYNI informuje, że ogłasza I ustny przetarg nieograniczony

na sprzedaż niewyodrębnionego lokalu mieszkalnego nr 33, Ustka, ul. Kościuszki 2 o pow. 27,51 m², IV piętro, 1 pokój, kuchnia, łazienka z wc, przedpokój, piwnica - brak.
Lokal nie posiada świadectwa charakterystyki energetycznej.

KW dla nieruchomości 5115/00065485/5. Udział 180/10000 części we współwłasności budynku oraz we współwłasności działki gruntu oznaczonej w ewidencji nr 302/2, obręb 221201_1.001 Ustka, o obszarze 0,1192 ha.

Cena wywoławcza: 204 000,00 zł Wadium: 20 400,00 zł

Przetarg odbędzie się dnia 20.01.2023 o godz. 10:00 w siedzibie OReg AMW w Gdyni, ul. Marii Curie-Skłodowskiej 19, sala konferencyjna (III piętro).

Warunkiem dopuszczenia do uczestnictwa w przetargu jest wpłacenie wadium w formie pieniężnej, w terminie do 16.01.2023 r. na rachunek bankowy OReg AMW w Gdyni w BGK 54 1130 1121 0006 5589 8520 0008. Za ostateczny termin wniesienia wadium uważa się dzień uznania rachunku bankowego OReg AMW w Gdyni.

Pełna treść ogłoszenia znajduje się na tablicy ogłoszeń OReg AMW w Gdyni (I piętro) i na stronie www.amw.com.pl.

Ogłanianie lokalu w godzinach pracy, po wcześniejszym umówieniu się: tel. 500 870 345

Oddział Regionalny AMW w Gdyni
ul. M. Curie-Skłodowskiej 19 • 81-231 Gdynia
tel. (58) 501 88 14 • fax (58) 690 87 01
www.amw.com.pl • gdynia@amw.com.pl

OGŁOSZENIE

4 5 7 0 7

MIEJSKIE PRZEDSIĘBIORSTWO WODOCIĄGÓW I KANALIZACJI W M.ST. WARSZAWIE SPÓŁKA AKCYJNA

Plac Starynkiewicza 5, 02-015 Warszawa
www.mpwik.com.pl



Informacja
o przetargu publicznym nieograniczonym na sprzedaż odpadu o kodzie 17 04 09* Odpady metali zanieczyszczone substancjami niebezpiecznymi - Rurociąg stalowy DN 1400, pokryty izolacją bitumiczną składającą się z trzech składników: lakieru asfaltowego, asfaltu przemysłowego i welonu szklanego (postępowanie nr 9/DLO/2022)

Postępowanie przetargowe zostanie przeprowadzone na Platformie zakupowej eB2B. Tam też dostępne są szczegółowe informacje dotyczące tego postępowania.

Platforma zakupowa jest dostępna na stronie internetowej <https://mpwik-waw.eb2b.com.pl>

W celu wzięcia udziału w postępowaniu należy zarejestrować się na Platformie zakupowej eB2B (jeśli nie jest się zarejestrowanym użytkownikiem).

Stopy zwrotu — krótki dystans (1T, 1M, 3M)

AKCJI POLSKICH	Data	Zmiana tydzień [%]	Zmiana miesiąc [%]	Zmiana 3 mies. [%]
1. QUERCUS Iev (Parasolowy SFIO)	12-07	0.2	16.8	40.3
2. Beta ETF WIG20le Portfelowy FIZ	12-07	-0.1	16.0	40.3
3. AGIO Akcji Małych i Średnich Spółek (USD)	12-07	3.9	12.3	12.6
4. Rockbridge Akcji Małych i Średnich Spółek (USD)	12-07	-0.1	10.1	11.0
5. ALIOR Akcji (ALIOR SFIO)	12-07	0.3	9.3	16.1
Beta ETF WIG20TR Portfelowy FIZ	12-07	-0.0	8.3	20.2
Pekao Megatrendy (Pekao FIO)	12-07	-0.2	8.3	2.4
VIG / C-QUADRAT Akcji (VIG / C-QUADRAT FIO)	12-07	0.6	7.6	15.5
VIG / C-QUADRAT Akcji A (VIG / C-QUADRAT FIO)	12-07	0.1	7.5	13.6
Santander Prestiż Akcji Polskich	12-07	0.3	7.3	14.5
Credit Agricole Akcyjny (Credit Agricole FIO)	12-07	0.0	7.3	14.1
NN Indeks Odpowiedzialnego Inwestowania A2	12-07	-0.2	7.0	17.9
Santander Akcji Polskich (Santander FIO)	12-07	0.1	7.0	14.0
NN Indeks Odpowiedzialnego Inwestowania (NN FIO)	12-07	-0.2	7.0	17.8
PKO Akcji Plus A1 (Parasolowy FIO)	12-07	0.0	7.0	14.6
PKO Akcji Plus A3 (Parasolowy FIO)	12-07	0.0	7.0	14.6
PKO Akcji Plus (Parasolowy FIO)	12-07	0.0	7.0	14.6
Millennium Akcji (Millennium FIO)	12-07	0.3	7.0	13.0
PKO Akcji Plus A2 (Parasolowy FIO)	12-07	0.0	7.0	14.6
PKO Akcji Rynku Polskiego A1 (Parasolowy FIO)	12-07	-0.1	6.9	16.7
PKO Akcji Rynku Polskiego A2 (Parasolowy FIO)	12-07	-0.1	6.9	16.7
PKO Akcji Rynku Polskiego A3 (Parasolowy FIO)	12-07	-0.1	6.9	16.7
PKO Akcji Rynku Polskiego (Parasolowy FIO)	12-07	-0.1	6.9	16.7
Generali Korona Akcje (Generali Fundusze FIO)	12-07	0.2	6.9	14.1
Generali Akcje Wzrostu (Generali Fundusze FIO)	12-07	0.0	6.8	11.3
inPZU Akcje Polskie O (inPZU SFIO)	12-07	-0.2	6.7	16.0
inPZU Akcje Polskie (inPZU SFIO)	12-07	-0.2	6.7	16.0
PZU Akcji Polskich A1 (PZU FIO Parasolowy)	12-07	-0.5	6.7	10.9
PZU Akcji Polskich (PZU FIO Parasolowy)	12-07	-0.5	6.7	10.9
Nationale-Nederlanden Akcji A1	12-07	0.3	6.7	16.8
BNP Paribas Małych i Średnich Spółek	12-07	1.5	6.6	9.2
Nationale-Nederlanden Akcji	12-07	0.3	6.6	16.8
PZU Akcji Polskich (EUR) (PZU FIO Parasolowy)	12-07	-0.0	6.6	11.4
QUERCUS Agresywny (Parasolowy SFIO)	12-07	-0.0	6.6	11.6
NN Polski Odpowiedzialnego Inwestowania (NN FIO)	12-07	0.0	6.6	14.0

Stopy zwrotu — krótki dystans (1T, 1M, 3M)

OBŁIGACJI	Data	Zmiana tydzień [%]	Zmiana miesiąc [%]	Zmiana 3 mies. [%]
1. Rockbridge Obligacji 2 (Rockbridge FIO Parasolowy)	12-07	2.0	19.4	5.5
2. Rockbridge Obligacji Korporacyjnych (USD)	12-07	1.1	14.6	8.1
3. Rockbridge Lokata Plus (Rockbridge FIO Parasolowy)	12-07	2.7	11.4	-12.6
4. Millennium Obligacji Globalnych (USD)	12-07	1.5	10.4	7.8
5. Allianz Obligacji Dynamicznych (Allianz Duo FIO)	12-07	1.3	10.3	2.3
QUERCUS Obligacji Skarbowych (Parasolowy SFIO)	12-07	1.2	9.5	1.0
ALIOR Obligacji (ALIOR SFIO)	12-07	1.5	9.5	3.0
Santander Obligacji Skarbowych (Santander FIO)	12-07	1.8	9.4	3.1
Optimum Obligacji (Optimum FIO)	12-07	1.1	9.3	-0.1
Santander Prestiż Obligacji Skarbowych	12-07	1.6	9.0	3.1
Superfund Spokojna Inwestycja Plus (USD)	12-07	1.2	8.8	7.0
AGIO Kapitał (USD) (AGIO SFIO)	12-07	2.6	8.6	8.4
Generali Obligacje Aktywne (Generali Fundusze SFIO)	12-07	1.0	8.5	0.5
Investor Obligacji (Investor FIO)	12-07	1.5	8.2	0.8
PKO Obligacji Długoterminowych A1 (Parasolowy FIO)	12-07	1.3	7.8	1.8
PKO Obligacji Długoterminowych A2 (Parasolowy FIO)	12-07	1.3	7.8	1.8
PKO Obligacji Długoterminowych A3 (Parasolowy FIO)	12-07	1.3	7.8	1.8
PKO Obligacji Długoterminowych (Parasolowy FIO)	12-07	1.3	7.8	1.8
Opera Avista.pl (Opera FIO)	12-08	1.0	7.6	0.2
mBank Obligacji (mBank FIO)	12-07	1.3	7.4	1.6
Rockbridge Obligacji Korporacyjnych	12-07	0.6	7.3	2.4
Allianz Polskich Obligacji Skarbowych A2 (Allianz FIO)	12-07	1.0	7.1	1.8
Generali Korona Obligacje (Generali Fundusze FIO)	12-07	1.0	7.0	0.3
Allianz Polskich Obligacji Skarbowych (Allianz FIO)	12-07	1.0	6.9	1.5
Pekao Dłużny Aktywny	12-07	1.5	6.9	1.8
NN Obligacji A2 (NN FIO)	12-07	1.1	6.9	0.7
NN Obligacji 2 (NN FIO)	12-07	1.1	6.9	0.7
Skarbiec Dłużny Uniwersalny (Skarbiec FIO)	12-07	1.3	6.8	1.2

Stopy zwrotu — krótki dystans (1T, 1M, 3M)

STABILNEGO WZROSTU	Data	Zmiana tydzień [%]	Zmiana miesiąc [%]	Zmiana 3 mies. [%]
1. Novo Stabilnego Wzrostu (Novo FIO)	12-08	-0.4	8.8	4.7
2. Generali Stabilny Wzrost (Generali Fundusze FIO)	12-07	0.7	7.5	4.2
3. Credit Agricole Stabilnego Wzrostu	12-07	0.9	7.4	5.1
4. Skarbiec III Pilar (Skarbiec FIO)	12-07	1.0	7.2	6.4
5. PZU Stabilnego Wzrostu Mazurek	12-07	0.5	6.7	4.2
PKO Stabilnego Wzrostu (Parasolowy FIO)	12-07	0.6	6.7	5.4
Santander Stabilnego Wzrostu (Santander FIO)	12-07	0.8	6.6	3.1
Rockbridge Stabilnego Wzrostu	12-07	0.4	6.4	4.5
Noble Fund Stabilny (Noble Funds FIO)	12-07	0.4	6.3	0.2
Investor Zabezpieczenia Emerytalnego (Investor FIO)	12-07	0.6	6.3	2.1
Allianz Stabilnego Wzrostu (Allianz FIO)	12-07	0.6	6.1	3.3
NN Stabilnego Wzrostu (NN FIO)	12-07	0.6	6.1	5.2

Stopy zwrotu — długi dystans (6M, 12M, 3Y)

AKCJI POLSKICH	Data	Zmiana 6 mies. [%]	Zmiana 12 mies. [%]	Zmiana 3 lata [%]
1. QUERCUS short (Parasolowy SFIO)	12-07	2.5	20.2	-7.7
2. Beta ETF WIG20short Portfelowy FIZ	12-07	2.0	17.3	-9.5
3. Ipopema Short Equity (Ipopema SFIO)	12-07	1.6	16.4	-14.3
4. PKO Akcji Długoterminowych Globalny (Parasolowy FIO)	12-07	0.0	-1.6	9.3
5. BNP Paribas Małych i Średnich Spółek	12-07	5.0	-3.5	92.5
AGIO Akcji Małych i Średnich Spółek (AGIO SFIO)	12-07	4.9	-6.8	51.7
BPS Akcji (BPS FIO)	12-07	-1.4	-7.6	17.8
AGIO Akcji Małych i Średnich Spółek (EUR)	12-07	2.4	-7.8	38.2
mBank Innowacji PL (mBank FIO)	12-07	10.6	-9.0	4.4
Beta ETF SWIG80TR Portfelowy FIZ	12-07	0.8	-10.2	-
Allianz Spółek Długoterminowych	12-07	-1.5	-10.4	16.7
Nationale-Nederlanden Akcji Małych Spółek	12-07	-2.6	-12.1	46.3
Franklin Zdysferyfikowany Akcji (FT FIO)	12-07	1.0	-13.4	-
PKO Akcji Małych i Średnich Spółek A1	12-07	-0.1	-13.5	14.2
PKO Akcji Małych i Średnich Spółek A2	12-07	-0.2	-13.5	13.2
PKO Akcji Małych i Średnich Spółek A3	12-07	-0.2	-13.6	13.2
PKO Akcji Małych i Średnich Spółek (Parasolowy FIO)	12-07	-0.2	-13.6	13.2
Superfund Akcyjny (Superfund FIO Portfelowy)	12-07	-2.5	-13.8	16.0
ALIOR Akcji (ALIOR SFIO)	12-07	-3.6	-13.8	-
mFundusz dla odważnych	12-07	-2.2	-13.9	2.7
BNPP Akcji (BNPP FIO)	12-07	-0.5	-14.1	16.1
Rockbridge Akcji (Rockbridge FIO Parasolowy)	12-07	-3.4	-14.2	14.5
Franklin Zdysferyfikowany Akcji B (FT FIO)	12-07	0.5	-14.3	6.7
AGIO Akcji Małych i Średnich Spółek (USD)	12-07	0.1	-14.7	30.8
Noble Fund Akcji Polskich (Noble Funds FIO)	12-07	3.7	-14.9	13.7
NN Średnich i Małych Spółek (NN FIO)	12-07	-3.5	-15.4	35.9
VIG / C-QUADRAT Akcji (VIG / C-QUADRAT FIO)	12-07	1.8	-16.2	-
Santander Akcji Małych i Średnich Spółek	12-07	-2.6	-16.3	38.9
BNP Paribas Dynamicznego Inwestowania	12-07	-1.6	-16.5	3.8
AGIO AKCJI PLUS (AGIO PLUS FIO)	12-07	-1.0	-16.7	26.0
Nationale-Nederlanden Akcji Średnich Spółek	12-07	0.5	-16.7	36.9
NN Akcji (NN FIO)	12-07	-1.6	-16.8	10.9
Credit Agricole Akcyjny (Credit Agricole FIO)	12-07	-2.8	-17.0	17.5
Millennium Akcji (Millennium FIO)	12-07	-0.5	-17.0	16.6
Santander Prestiż Akcji Polskich	12-07	-2.9	-17.2	10.8
Nationale-Nederlanden Akcji Polskich	12-07	-1.2	-17.3	32.2

Stopy zwrotu — długi dystans (6M, 12M, 3Y)

OBŁIGACJI	Data	Zmiana 6 mies. [%]	Zmiana 12 mies. [%]	Zmiana 3 lata [%]
1. Rockbridge Obligacji 2 (Rockbridge FIO Parasolowy)	12-07	16.7	7.5	8.8
2. AGRO Obligacji (AGRO FIO)	12-07	4.4	6.1	6.2
3. Superfund Obligacyjny (Superfund FIO Portfelowy)	12-07	3.8	5.9	7.9
4. ALFA SFIO	12-07	4.2	5.5	9.2
5. AGIO Kapitał (AGIO SFIO)	12-07	4.3	5.3	9.4
Pekao Obligacji Samorządowych	12-07	2.8	5.2	6.9
PKO Obligacji Samorządowych A1 (Parasolowy FIO)	12-07	3.1	4.6	-
PKO Obligacji Samorządowych II A1 (Parasolowy FIO)	12-07	3.2	4.6	-
PKO Obligacji Samorządowych A2 (Parasolowy FIO)	12-07	3.0	4.5	-
PKO Obligacji Samorządowych A3 (Parasolowy FIO)	12-07	3.0	4.5	-
PKO Obligacji Samorządowych (Parasolowy FIO)	12-07	3.0	4.5	-
PKO Obligacji Samorządowych II A2 (Parasolowy FIO)	12-07	3.1	4.5	-
PKO Obligacji Samorządowych II A3 (Parasolowy FIO)	12-07	3.1	4.5	-
PKO Obligacji Samorządowych II (Parasolowy FIO)	12-07	3.1	4.5	-
Pekao Spokojna Inwestycja	12-07	2.4	4.4	4.8
Pekao Konserwatywny (Pekao FIO)	12-07	1.7	4.3	4.6
AGIO Kapitał (EUR) (AGIO SFIO)	12-07	2.0	4.2	-0.2
inPZU Inwestycji Ostrożnych (inPZU SFIO)	12-07	2.7	3.9	-
inPZU Inwestycji Ostrożnych O (inPZU SFIO)	12-07	2.7	3.9	3.9
Energia Konserwatywny (Energia Emerytura SFIO)	12-07	3.5	3.8	7.3
Allianz Obligacji Inflacyjnych (Allianz SFIO)	12-07	1.4	3.8	-
IRFU-PDP UN	12-08	1.7	3.7	14.4
Pekao Konserwatywny Plus (Pekao FIO)	12-07	0.9	3.6	4.1
Superfund Spokojna Inwestycja	12-07	2.2	3.4	5.9
Superfund Spokojna Inwestycja Plus (Superfund SFIO)	12-07	2.4	2.9	5.5
Allianz Trezor (Allianz SFIO)	12-07	3.1	2.8	2.3
Srednia FI PDP UN	12-07	1.6	2.6	10.4
Allianz SFIO Stabilnego Dochodu	12-07	3.4	2.2	2.6

Stopy zwrotu — długi dystans (6M, 12M, 3Y)

STABILNEGO WZROSTU	Data	Zmiana 6 mies. [%]	Zmiana 12 mies. [%]	Zmiana 3 lata [%]
1. Pekao Stabilnego Wzrostu (Pekao FIO)	12-07	3.3	-7.7	1.0
2. Credit Agricole Stabilnego Wzrostu	12-07	2.6	-8.8	0.2
3. NN Stabilnego Wzrostu (NN FIO)	12-07	1.9	-9.0	-0.0
4. Nationale-Nederlanden Stabilnego Wzrostu	12-07	0.4	-10.0	-0.3
5. Millennium Stabilnego Wzrostu (Millennium FIO)	12-07	1.5	-10.2	0.6
Esaliens Senior FIO	12-07	0.6	-10.7	-4.9
Allianz Kapitał Plus (Allianz Duo FIO)	12-07	-0.3	-11.0	-2.9
BNPP Stabilnego Wzrostu (BNPP FIO)	12-07	1.4	-11.2	-3.1
Allianz Stabilnego Inwestowania (Allianz Duo FIO)	12-07	-0.3	-11.3	-3.0
Santander Stabilnego Wzrostu (Santander FIO)	12-07	0.4	-11.3	-4.4
Allianz Stabilnego Wzrostu (Allianz FIO)	12-07	1.8	-12.1	5.0
Rockbridge Stabilnego Wzrostu	12-07	4.0	-12.3	-1.2

REKLAMA

Subfundusz/Fundusz	Data	Wycena (PLN)	Zmiana [%]	Zmiana w br. [%]
QUERCUS Short	2022-12-15	63.54	+2.22	+21.51
QUERCUS Długoterminowy	2022-12-15	78.29	+0.09	+2.80
QUERCUS Ochrony Kapitału	2022-12-15	159.57	+0.07	+2.31
QUERCUS Silver	2022-12-15	89.05	-3.36	+0.01
QUERCUS Gold	2022-12-15	61.35	-1.67	-1.45
QUERCUS Stabilny	2022-12-15	115.07	-0.23	-7.28
QUERCUS MultiStrategy FIZ	2022-11-30	1462.16	+3.20	-7.51
QUERCUS Obligacji Skarbowych	2022-12-15	66.03	-0.15	-11.70
QUERCUS Agresywny	2022-12-15	228.34	-1.39	-17.72
QUERCUS Global Balanced	2022-12-15	124.62	-0.57	-19.86
QUERCUS Global Growth	2022-12-15	112.30	-3.01	-26.74
QUERCUS Iev	2022-12-15	31.54	-4.22	-46.04

REKLAMA

Subfundusz/Fundusz	Data	Wycena (PLN)	Zmiana [%]	Zmiana YTD [%]
AGIO Akcji Globalnych	2022-12-07	1,464.29	-3.99	-24.26
AGIO Akcji Małych i Średnich Spółek	2022-12-07	1,332.46	-0.21	-8.78
AGIO Akcji PLUS	2022-12-07	154.39	-0.39	-18.07
AGIO Stabilny PLUS	2022-12-07	110.39	+0.01	-6.45
AGIO Kapitał PLUS	2022-12-07	134.04	+0.24	+1.76
AGIO Dochodowy PLUS	2022-12-07	105.96	+0.25	+1.10
AGIO Kapitał	2022-12-07	1,615.94	+0.50	+4.98



Śłuchaj na
pb.pl/dosluchania
lub w swojej aplikacji podcastowej

Na podcast zaprasza **BNP PARIBAS**

REKLAMA

Weź udział w

Poznaj aktualne wyzwania i trendy
w zakresie compliance

Sprawdź wpływ sankcji gospodarczych
na bieżące procesy compliance

Dowiedz się, jak przekonać pracowników
do sygnalizowania nieprawidłowości

Compliance Officer

VIII FORUM

27-28 lutego 2023 r.
Warszawa

Najważniejsze doroczne spotkanie
Działów Compliance!

Dwa dni solidnej dawki
inspiracji i rzetelnej
wiedzy

Kilkanaście prelekcji
w formie praktycznych
case studies

Kilkunastu znakomitych
ekspertów – praktyków
z różnych branż

Kilka paneli dyskusyjnych
– okazja do interakcji
prelegentów
z uczestnikami

konferencje.pb.pl
#wiedzaklasbiznes

Organizator:



Partner merytoryczny:



GIEŁDA

Spółki TMT dadzą zarobić inwestorom

Mimo że koniunktura gospodarcza siada, to polskie spółki z sektora TMT poprawią wyniki – przekonuje Konrad Księżopolski, szef działu analiz Haitong Banku

Mikołaj Śmilowski

m.smilowski@pb.pl • 22-333-99-99

W sytuacji wysokiej inflacji, w obliczu zdeterminowanych w walce z nią banków centralnych i przy trwającej wojnie w Ukrainie większość zarządzających skłania się ku bardziej defensywnej strategii inwestycyjnej. Poleceniami składnikami portfela są przede wszystkim walory spółek typu value, których wartość opiera się na fundamentach. Zdaniem Konrada Księżopolskiego, szefa działu analiz Haitong Banku, warto jednak pamiętać o dywersyfikacji i rozważyć inwestycję w polskie spółki wzrostowe. Wiele z nich jest obecnie atrakcyjnie wycenionych, z potencjałem do znaczącej poprawy wyników.

Okazji będzie sporo

Pozytywnie nastawienie szefa działu analiz Haitong Banku do polskich spółek z branży technologicznej, mediowej i telekomunikacyjnej (TMT) widoczne jest w jego rekomendacjach – większość z nich brzmi „kupuj” przy cenie docelowej znacznie powyżej aktualnej. Pierwszym polecianym podmiotem jest Wirtualna Polska. Firma dzięki dużej bazie stałych użytkowników może liczyć na wzrost przychodów z dotychczasowej działalności. Ponadto dzięki przejęciu Mediapopu czy

Szallasu otwiera się na nowe rynki

– Posiadając jedną z największych baz realnych użytkowników wśród grup internetowych i efektywne aktywa mediowe, Wirtualna Polska powinna być preferowanym miejscem dla reklamodawców kosztem mniejszych i mniej efektywnych graczy rynkowych. Ponadto akwizycje silnie przecenionych po bańce covidowej spółek dotcomowych i e-commerce'owych mogą umocnić jej pozycję na rynku – mówi Konrad Księżopolski.

Równie duży potencjał ma jego zdaniem R22, stosunkowo mała spółka zajmująca się sprzedażą usług hostingowych, domen internetowych oraz usług dodatkowych, takich jak certyfikaty SSL.

– Wycena aktywów spółki jest nieefektywna, tylko sześciokrotnie większa od mnożnika EV/EBITDA na 2023 r. Jej biznes przez ostatnie cztery lata się podwoił i przewiduję, że do końca 2024 r. urośnie o kolejne 15-20 proc. – dodaje Konrad Księżopolski.

Znaczenie większym podmiotem, za którego atrakcyjnością inwestycyjną również stoi przede wszystkim atrakcyjna wycena, jest Orange Polska. Mimo że nie ma tak dużego potencjału wzrostu jak poprzednicy, to do poprawy notowań wystarczy utrzymanie zysku w ujęciu r/r.

– Mimo że w przyszłym roku spodziewamy się zysku EBITDA porównywalnego do tegorocznego, to relatywnie



► **KLIENT MUSI PŁAĆ:** Zdaniem Konrada Księżopolskiego, szefa działu analiz Haitong Banku, przewagę w najbliższych miesiącach będą miały te spółki, które poprzez subskrypcyjny model biznesowy przerzucą wysoką inflację na klientów. [FOT. ARC]

niskie zadłużenie powinno pozwolić Orange'owi na lekki wzrost dywidendy. Spółka jest wyceniana tylko pięciokrotnie powyżej prognozowanego EV/EBITDA – mówi analityk.

Dywidenda jest również atutem LiveChata, który jednak inwestorom ma do zaoferowania znacznie więcej, uważa Konrad Księżopolski. Przede wszystkim daje ekspozycję na mocnego dolara, szczególnie w obliczu podwyżek cen narzędzia internetowego do obsługi klientów, udostępnianego w Polsce i za granicą.

– Miesięczny przychód na jednego użytkownika usług spółki wzrośnie dzięki wyższemu cenom. Nie wszyscy klienci będą w stanie zaakceptować zmiany i zrezygnują z produktów LiveChata, ale nie powinno to zniwelować pozytywnych skutków podwyżek – mówi Konrad Księżopolski.

Otoczenie jest trudne

Jeśli chodzi o bólączki sektora TMT, to przez najbliższe kwartały pozostaną one takie same jak w 2022 r.

– Myślę, że koszty pracy pozostaną kluczowym problemem, ale należy oczekiwać wyhamowania tempa wzrostu, biorąc pod uwagę dynamikę z ostatnich kwartałów. W branży mediowej kluczowym tematem będzie

skłonność reklamodawców do wydatków reklamowych, ponieważ często są one redukowane w pierwszej kolejności. W przypadku telekomów gorącym tematem będzie aukcja 5G, która ruszy 20 grudnia – mówi Konrad Księżopolski.

Zagrożeniem jest możliwa recesja, która osłabi nastroje konsumentów. Nie powinna mieć jednak znaczącego wpływu na spółki technologiczne, uważa szef działu analiz Haitong Banku.

– Otoczenie makro pozostaje nieprzewidywalne i mamy dużo sygnałów świadczących o nadchodzącym spowolnieniu gospodarczym. Cały czas dużą niewiadomą jest zachowanie i siła konsumenta, który zmagają się z wieloma wzywaniem, takimi jak koszt pieniądza czy ceny energii. Spółki TMT są w dobrej sytuacji, gdyż ich biznes związany są z szeroko rozumianą cyfrową gospodarką i cyfryzacją procesów gospodarczych, na które popyt stale rośnie – dodaje Konrad Księżopolski. ©

Najnowsze rekomendacje

Spółka	Rekomendacja	Cena na GPW (w zł)	Cena docelowa (w zł)
Wirtualna Polska	kupuj	100,0	117,0
R22	kupuj	44,5	62,0
Vercor	kupuj	42,7	48,2
LiveChat	kupuj	110,0	133,0
Orange Polska	kupuj	6,28	7,2
Asseco Poland	neutralnie	72,7	79,0
Comarch	neutralnie	172,0	176,0
Cyfrowy Polsat	neutralnie	17,6	18,9

Źródło: Haitong Bank, stan na 15.12.2022 r.

PROGNOZY

PKO BP: ceny mieszkań spadną o 5-10 proc.

Analitycy największego polskiego banku prognozują spadek cen mieszkań w perspektywie roku o 5-10 proc.

Zapaść popytu kredytowego na mieszkania, realny spadek dochodów ludności, duże ryzyko nadpodaży w sytuacji dużej liczby projektów rozpoczętych w okresie boomu, a finalizowanych obecnie i w I półroczu 2023, spadek inflacji i wyhamowanie wzrostu kosztów budowy oraz wzrost oczekiwanych stóp zwrotu przez kupujących na ce-

lach inwestycyjnych – to filary prognozy ekspertów PKO BP, mówiącej o spadku o 5-10 proc. średnich cen transakcyjnych w perspektywie 12 miesięcy.

Prognoza ta jest nieco niższa niż przedstawiona we wrześniu – wówczas zakładano, że ceny spadną o najwyżej o 5 proc.

„Otoczenie makroekonomiczne rynku mieszkaniowego charakteryzuje się ostatnio dużą zmiennością i trudną przewidywalnością – dotyczy to m.in. czynników makroekonomicznych mogących istotnie zmienić oczekiwania inflacyjne czy politykę monetarną. Rynek miesz-

kaniowy cechuje w dalszym ciągu niższa transakcyjność, w związku z czym inwestorzy oczekują dodatkowej premii za ryzyko niskiej płynności, co generuje negatywną presję na poziom cen. Niska transakcyjność utrudnia też analizę zmian cen w poszczególnych segmentach rynku. Przy analizie trendów cenowych należy uwzględnić zjawienie średniego poziomu cen przez transakcje dotyczące mieszkań o małym metrażu, których udział w ogóle transakcji wzrasta w sytuacji gorszej koniunktury” – napisano w raporcie z 16 grudnia.

Zdaniem analityków z PKO BP spadek cen mieszkań będzie hamowany przez doświadczenie deweloperów i ich umiejętność zarządzania projektami i ofertą. Ponadto utrzymują się wysokie stawki wynajmu przy krótkookresowej ograniczonej podaży mieszkań na wynajem, a oczekiwania inflacyjne części społeczeństwa sprzyjają popytowi na nieruchomości, tradycyjnie postrzegane jako dobra ochrona na kapitału.

Na większy spadek cen mieszkań nie pozwoli też wprowadzanie do oferty lokali budowanych w okresie relatywnie

wysokich kosztów budowy, cen energii i paliw. Możliwe też, że dla koniunktury na rynku coraz większe znaczenie będzie mieć stopniowe ujawnianie się popytu uchodźców z Ukrainy. [KZ] ©

53

proc. ► O tyle w pierwszych trzech kwartałach 2022 r. spadła dynamika liczby transakcji na rynku pierwotnym w Warszawie.

„Puls Biznesu”

Tel. 22-333-99-99, fax 22-333-99-98
ul. Kijowska 1, 03-738 Warszawa,
e-mail: puls@pb.pl

redaktor naczelny:

Grzegorz Nawacki

g.nawacki@pb.pl

zastępcy redaktora naczelnego:

Marcin Goralewski

m.goralewski@pb.pl

Łukasz Korycki

l.korycki@pb.pl

Puls Firmy:

Sylwester Sacharczuk

s.sacharczuk@pb.pl

Puls Inwestora:

Kamil Zatorski

k.zatorski@pb.pl

dyrektor artystyczny:

Tomasz Młynarski

t.mlynarski@pb.pl

fotoodbyca:

Grzegorz Kawecki

g.kawecki@pb.pl

Bonnier Business (Polska)
Sp. z o.o.

prezes:

Patricia Deyna

Subscription Strategy Director:

Joanna Urbanak

j.urbanak@pb.pl

Chief Revenue Officer:

Jan Rójewski

j.rojewski@pb.pl

tel. 22-333-99-74

zastępca dyrektora biura reklamy:

Małgorzata Jedral

m.jedral@pb.pl

tel. 22-333-98-71

dyrektor marketingu i eventów:

Karolina Kowalska

k.kowalska@pb.pl

tel. 22-333-98-01

Obługa prenumerat:

0-800-801-771, 812 812 971 (pn-pt, w godz. 8-16)

prenumerata@pb.pl, fax 812 812 999

Zamówienia na prenumeratę przyjmują też jednostki

kolportażowe: Ruch, prywatne kolportery

(kolporter, Garmond Press, GLM, AS Press)

oraz urzędy pocztowe: ISSN 1427-6852.

Na treść ogłoszeń nie odpowiadamy.

Drukarnia: 298 Media S.A.

ul. Julejska 10, 04-190 Warszawa

Copyright: Bonnier Business (Polska) sp. z o.o.

Ostrzeżenie: kopiowanie, powielanie, przedruk

lub reprodukcja gazety w całości lub w części

jest niedozwolona, wyłączenie po uzyskaniu

pisemnej zgody wydawcy.

— znak zastrzeżenia praw autorskich

— znak wydawnictwa

— dwa znaki przy artykule oznaczają możliwość

jego dalszego wykorzystania tylko i wyłącznie

po uzyskaniu zgody z wydawcą

(prenumerata.pb.pl) w zgodzie z Regulaminem

korzystania z artykułów prasowych

(www.pb.pl/prawa).

Regulamin znajduje się na stronie

pb.pl/subskrypcja/licencja

#PBDOSŁUCHANIA

JEST CENA SUKCESU

O aktywności zawodowej Polek, wspieraniu ich przedsiębiorczości, wadze regulacji i feminatywów oraz... piekle kobiet opowiada **Kinga Piecuch**, prezes HPE Polska**PB:** Na początku ustalmy: jest pani prezesem czy prezeską?**Kinga Piecuch:** Jedne panie wolą być prezeskami, a inne prezesami. Nie mam żadnego problemu z feminatywami. Myślę, że kobiety za bardzo się przejmują tym, jak są tytułowane, a za mało się tym, jak jedna drugą wspiera.**Dlaczego tak mało kobiet jest na stanowiskach prezesów, szefów firm? A może wcale nie ma?**

W perspektywie międzynarodowej jest ich coraz więcej, ale ze statystyk wynika, że balansu nie ma. W polskim biznesie również jest ich bardzo mało. Mamy zarządy bądź rady nadzorcze, gdzie kobiet nie ma w ogóle. Nie sądzę, żeby wynikało to tylko z tego, że nie ma chętnych czy braku wystarczających zdolności kobiet.

To z czego wynika?

Na pewno jest wiele powodów. Zaczę od samorefleksji. Przede wszystkim same bardzo się ograniczamy. Uważamy, że to już jest nasz szklany sufit, że nie podolamy, że nie jesteśmy wystarczająco dobre. Zaczęłabym przede wszystkim od zmiany tego nastawienia – większej odwagi, jeżeli chodzi o nasze możliwości. Powód drugi to wciąż niewystarczające wzajemne wsparcie. Ja naprawdę mogę poszczycić się tym, że wiele kobiet, które ze mną współpracowały, wspierałam w rozwoju kariery, sama natomiast byłam niestety ofiarą bardzo nieeleganckich zachowań ze strony pań. To nie jest tak, że tylko panowie są temu winni. Powód trzeci jest równie ważny – zbyt późno zaczęliśmy rozmawiać o parytetach, co nie ułatwia nam zadania. Oczywiście będę odrobinną może złośliwa, ale z wielką sympatią do panów – doświadczamy też takich męskich klubów i braku otwartości na dywersyfikację.

Ciężko kobietom łączyć życie rodzinne z pracą? Jest pani przykładem, że da się to połączyć...

Oczywiście, że ciężko. Czujemy się bardzo odpowiedzialne za rodzinę, za dzieci, za bliskich, za przyjaciół, za dodatkowe obowiązki, które na siebie bierzemy. Nie ma co się oszukiwać – połączenie obowiązków domowych z pracą zawodową pięknie wygląda w kolorowej prasie. Płacimy za to cenę. Zarówno emocjonalną, jak zdrowotną. Mam sporo dzieci – mają z ojcem cudowną relację, są jednak obszary, w których mama jest pierwszym adresatem problemów czy prośb o pomoc,



więc jak trzeba coś załatwić, to lepiej mamę poprosić i np. wysłać do szkoły. Nie przeczę, że są panowie, którzy też taką rolę pełnią, i to w sposób cudowny. Przykładem jest choćby mój mąż, bez którego nie byłabym w stanie realizować się zawodowo. Mogę więc śmiało podpisać się pod stwierdzeniem: jest cena sukcesu i aktywności zawodowej, w wielu przypadkach wysoka.

Jakimi menedżerkami są panie, a jakimi menedżerami panowie? Z pani doświadczenia wynikają jakieś różnice?

Pomijając literaturę, która definiuje różnice półkul, to moje doświadczenie je potwierdza – kobiety mają np. o wiele większą empatię niż mężczyźni. Ta empatia wynika również z tego, co bardzo często nam się zarzuca, że jesteśmy emocjonalne, ale obszary emocji, wrażliwości na te emocje i samej empatii są bardzo mocno ze sobą powiązane. Druga sprawa – jesteśmy wielozadaniowe. To bierze się choćby z roli kobiety – bardzo często jesteśmy jednocześnie matkami. Gdy dziecko coś napisze, muszę bardzo szybko zareagować. Potrafię być na callu albo z kimś rozmawiać, zarządzając różnymi tematami. Myślę

też, że statystycznie jesteśmy bardziej wyrozumiałe wobec okoliczności, które towarzyszą realizacji celów biznesowych, zarówno porażek, jak sukcesów. Dbamy bardziej o drugiego człowieka. Jako żony, matki, przyjaciółki dbamy też o całe otoczenie, w którym żyjemy. Tak samo jest w pracy. Jesteśmy też perfekcjonistkami, a każde zadanie chcemy wykonać ponad normę – żeby mieć dużą satysfakcję, to musimy wykonać nie 100 proc., lecz 120.

Od lat pracuje pani w globalnych korporacjach, często w strukturach regionalnych, więc ma przegląd także innych rynków. Czy sytuacja Polek różni się jakoś na tle Europy czy świata? Jak jest z ich biznesową aktywnością?

Jeżeli spojrzymy na to z perspektywy kobiet, które zajmują stanowiska liderów, to tak, są kraje, które uważam za dużo bardziej dojrzałe. Pracując nie tylko w regionie CEE, ale odpowiadając także za współpracę w Grecji, na Cyprze czy w innych regionach, taką różnicę zdecydowanie widzę. W środowisku międzynarodowym na stanowiskach jest o wiele więcej kobiet. Na stanowiskach w organizacjach międzynarodowych jest jednak niedużo

Polek, co mnie bardzo martwi. Skąd się to bierze? Czy nie mamy zdolności przemieszczania się? Chciałabym, żeby Polek na stanowiskach międzynarodowych było wiele więcej, ale pod warunkiem, że będzie to zgodne ich z ambicjami. Myślę, że o tyle jest nam trudniej, że w Polsce bardzo istotny temat dywersyfikacji środowiska pracy, ale także aktywizacji kobiet i dyskusje na ten temat zaczęły się zdecydowanie później niż w Europie Zachodniej czy Skandynawii. Chcę jednak podkreślić, że każda z nas powinna żyć w zgodzie ze sobą i przede wszystkim działać tak, żeby jej definicja kariery i sukcesu była zgodna z jej, naszym, moim sumieniem, aspiracjami i chęciami do działania.

Czy takie rozwiązania regulacyjne, jak obowiązkowe parytety czy też procent w zarządach i radach nadzorczych, a także akcja z feminatywami, żeby tytułować panie prezeskami, a nie prezesami, są potrzebne czy powinno się je zostawić rynkowi?

Jest nam trudniej, więc uważam, że wszelkie regulacje powinny nam pomagać, także w podejściu do różnic kulturowych. Przecież organizacje międzynarodowe, polskie firmy pracują nad kulturą, więc dlaczego my mamy nie pracować nad kulturą społeczeństw? To jest także bardzo ważny element, szczególnie jeżeli się pochodzi z kultury, gdzie rola kobiet była w jakiś sposób narzucona. Popieram parytety. Uważam, że są ważne, mogą być pomocne, a gospodarka dzięki temu bardzo zyska. Z badań wynika, że zdysferyfikowane środowiska, nie tylko z perspektywy płci, o wiele szybciej odnoszą sukces. Moje stanowisko jest tu bardzo jasne.

Natomiast jeżeli chodzi o feminatywy, to mój stosunek – i teraz proszę, żeby moje koleżanki, zarówno nieaktywne zawodowo, ale aktywne w domu, bądź zaangażowane biznesowo mnie tutaj nie zaatakowały – ja nie przywiązuję do tego wagi. O wiele większą wagę przykładam do rozwoju kobiet, wsparcia ich na co dzień, pracy z kobietami i niekonkurowania w niezdrowy sposób. Zakończę zdaniem, które każda kobieta powinna mieć wryte w swoim sercu. To zdanie Madeleine Albright, byłej sekretarz stanu USA: „W piekle jest specjalne miejsce dla kobiet, które nie pomagają innym kobietom”. I to jest dla mnie po stokroć ważniejsze. [FOT. MARCIN ZAWADZKI] ©

Rozmawiał Grzegorz Nawacki



Szukaj Pulsu Biznesu do słuchania w Spotify, Apple Podcasts, Podcast Addict lub Twojej ulubionej aplikacji
w tym tygodniu: „Blaski, cienie i mity kobiecego biznesu”
goście: Ignacy Morawski – Puls Biznesu, Małgorzata Bieniaszewska – MB Pneumatyka, Kinga Piecuch – HPE, Agnieszka Konarzewska – BNP Paribas

Na podcast zaprasza



BNP PARIBAS

**Puls
Biznesu**

GAZELE BIZNESU 2022

DODATEK SPECJALNY



RYS. PIOTR CHATKOWSKI

Organizator



Autor rankingu



Partner



Patronat honorowy



Ministerstwo
Rozwoju i Technologii



GAZELE BIZNESU 2022 — WOKÓŁ RANKINGU

coface
FOR TRADE

Pozytywne skutki negatywnych zdarzeń



PATRICIA DEYNA
prezes Bonnier Business Polska,
wydawcy „Pulsu Biznesu” i portalu pb.pl

Kiedy przed rokiem publikowaliśmy 22. edycję rankingu „Gazele Biznesu”, wydawało się mało prawdopodobne, że warunki prowadzenia działalności gospodarczej mogą się skomplikować jeszcze bardziej. Przypomnijmy, był to pierwszy ranking uwzględniający wyniki firm osiągnięte w czasie pandemii – ranking, do którego zakwalifikowało się o ponad 200 firm mniej niż w poprzednim „przedcovidowym” wydaniu. I kiedy wydawało się, że może być już tylko lepiej, nadszedł 24 lutego 2022 r., a następnie jego polityczne, humanitarne i gospodarcze konsekwencje. Co prawda nie znajdują one jeszcze przełożenia na wyniki publikowane dziś 23. edycji „Gazel Biznesu”, gdyż uwzględnia ona wyniki firm z lat 2019-21, jednak wpływają znacząco na bieżące warunki działania przedsiębiorstw. Rzut oka na publikowaną dziś listę wskazuje, że polski sektor małych i średnich przedsiębiorstw szybko odnalazł się w pandemicznej rzeczywistości, znajdując sposoby na działanie bezpieczne dla pracowników i klientów, a także odkrywając nowe możliwości biznesowe, które pojawiły się wraz z covid-19. Liczba laureatów tegorocznego zestawienia jest znowu o ponad 100 pozycji dłuższa, co pozwala postawić tezę, że małe i średnie firmy szybko adaptują się do zmian otoczenia biznesowego – nawet tych niekorzystnych. Po dokładniejszym przyjrzeniu się rankingowi można ponadto zauważyć, że tendencje branżowe, które w sektorze małych i średnich firm zarysowały się już kilka lat

temu, nadal się utrzymują, a nawet nasilają. Jedną z nich jest aktywny udział Gazel Biznesu w transformacji energetycznej, który przejawia się niezwykle liczną reprezentacją firm wyspecjalizowanych w produkcji i dystrybucji odnawialnych źródeł energii, szczególnie fotowoltaiki. W ostatnich miesiącach ta tendencja została dodatkowo wzmocniona przez kryzys energetyczny spowodowany wojną w Ukrainie. Innym niesłabnącym trendem jest zwiększanie innowacyjności podmiotów z sektora MŚP, które coraz bardziej przekładają się na ich sukcesy eksportowe. Jeśli spojrzymy na tegoroczne podium, przekonamy się także, że firmy z grona Gazel Biznesu bardzo aktywnie uczestniczą w cyfryzacji polskich przedsiębiorstw. Zwycięzca tegorocznego rankingu – Lantre Premium Reseller – to internetowy sprzedawca urządzeń Apple, zaś laureat trzeciego miejsca – Integrale IT – jest wyspecjalizowanym integratorem systemów informatycznych. Jednak tym, co od 2020 r. stanowi nową i prawdopodobnie najważniejszą cechę polskich firm, jest inne podejście do człowieka. Przeszło on być już tylko „zasobem ludzkim” w kalkulowanym w model biznesowy przedsiębiorstwa, a zaczął się liczyć jako jednostka. Olbrzymi wpływ na to mają rozwijane w firmach, przynajmniej od kilku lat, programy promujące otwartość, tolerancję, różnorodność i inkluzywność. Ponadto zagrożenie, jakim dla życia i zdrowia ludzi okazała się pandemia, sprawiło, że w wielu przedsiębiorstwach troska

o człowieka została przeniesiona z obszaru działań PR do codziennej praktyki. Stała się równie istotna jak zapewnienie firmie zaopatrzenia w niezbędną technologię, energię i materiały do bieżącego działania. O ile jednak troskę o własne kadry można zaliczyć do działań HR, o tyle kolejny kataklizm, jakim po pandemii okazał się wybuch wojny w Ukrainie, pokazał, że dla polskiego małego i średniego biznesu człowiek jest wartością niezależnie od tego, czy jest pracownikiem, kooperantem, klientem, czy też nie ma z firmą nic wspólnego. Doskonale dowodzi tego skala pomocy оказywanej przez przedsiębiorstwa ofiarom ataku na Ukrainę. Zarówno w pierwszych dniach wojny, jak i teraz. Zarówno w Polsce, jak i w objętych wojenną pożogą kraju naszych sąsiadów. O ile więc pandemia nauczyła nas – w tym również przedsiębiorców – troszczyć się o swoich, o tyle wojna uczy nas troszczyć się także o obcych. Tym bardziej że ci „obcy” bardzo szybko stają się „swoimi”, czego dowodzą liczne przykłady firm, o których piszemy w tym dodatku do „Pulsu Biznesu”. Dlatego gratulując sukcesów laureatom Gazel Biznesu 2022, dziękuję im za to, czym potrafili się wykazać również w sferze pozabiznesowej. Dziękuję, że tak trudne doświadczenia jak pandemia i wojna za najbliższą granicą potrafili przekuć w najszlachetniejsze działania. Jednocześnie pragnę życzyć, aby kolejny rok przyniósł im więcej spokoju i aby ich przedsiębiorstwa, z jeszcze lepszymi wynikami finansowymi, zagościły w przyszłorocznej edycji naszego rankingu. ©

Wyniki firm na rynkowym rollercoasterze



ŁUKASZ KILIŃSKI
prezes Coface Poland,
autora rankingu „Gazele Biznesu”

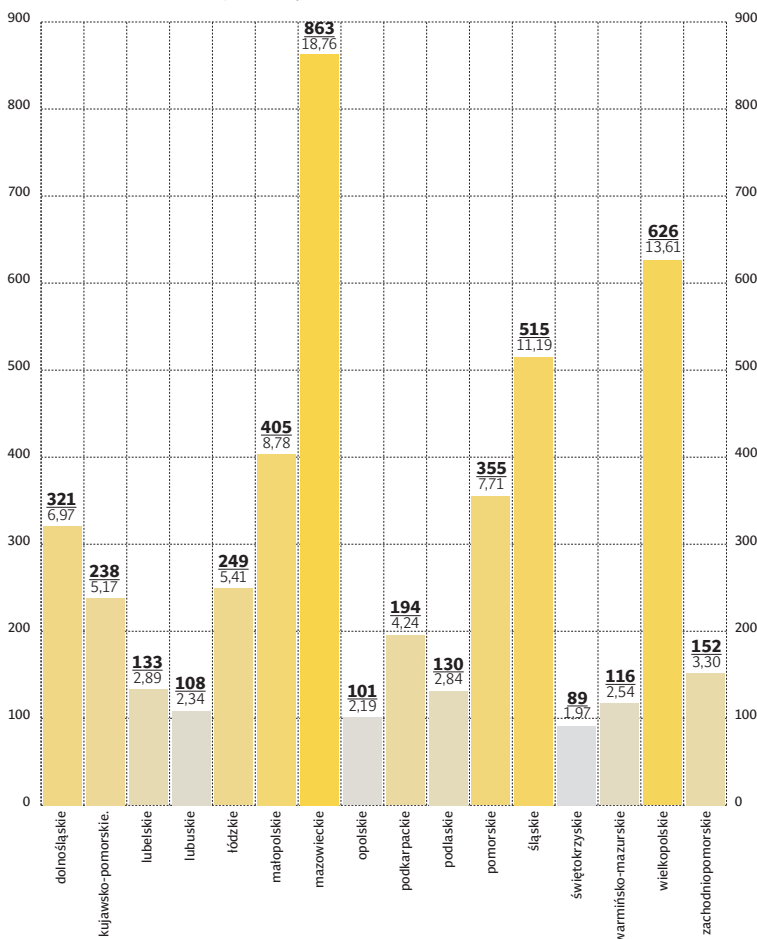
Ponad 20 lat przygotowywania rankingu „Gazele Biznesu” pozwala nam na żywym organizmie zaobserwować, jak zmieniają się warunki ekonomiczne wpływają na funkcjonowanie firm. Co roku Coface weryfikuje blisko 30 tys. potencjalnych Gazel, aby znaleźć te przedsiębiorstwa, które spełniają wszystkie wymagające kryteria rankingu. I to właśnie te zasady sprawiają, że obserwacja cykli koniunkturalnych, wpływu kryzysów, a ostatnio także czynników takich jak pandemia, staje się niezwykle ciekawa zarówno na etapie przygotowywania zestawienia, jak i jego komentowania. Należy pamiętać, że w tym rankingu bierzemy pod uwagę wyniki firm uzyskane w ciągu 3 ostatnich lat, co przesuwą punkt odniesienia z jednego roku (najczęściej stosowanego w różnego rodzaju listach) do dłuższego okresu w gospodarce, kiedy możemy zaobserwować przebieg i załamania trendów. Z tak ciekawym okresem mamy do czynienia w ostatnich latach. Jeszcze w 2019 r. cieszyliśmy się ze wzrostu gospodarczego na poziomie 4,7 proc., w kolejnym roku nieoczekiwanie nadeszła jednak pandemia, która wyrzuciła do góry nogami wcześniejsze prognozy, a także plany rozwojowe wielu firm. W wyniku nieoczekiwanego wstrząsu, wstrząsania produkcji, kolejnych lockdownów, zmian w handlu międzynarodowym, a także zmian w zachowaniach konsumentów produkt krajowy brutto spadł o 2,7 proc., a wiele firm zanotowało spadki obrotów, straty lub wręcz zakończyło działalność. Wyniki z 2020 r., które kończyły badane trzydziecie w ubiegłorocznym rankingu, sprawiły, że wiele firm, które wcześniej rozwijały się świetnie i regularnie gościły w zestawieniu, musiało się z nim pożegnać

- i to na minimum dwa lata. Takie są twarde kryteria, kandydat musi w całym trzyleciu notować wzrosty obrotów i zyski, zatem potknięcie w jednym roku eliminuje firmę także z kolejnej edycji. Przygotowując się w Coface do pracy nad tegorocznym rankiem „Gazel Biznesu”, byliśmy jednak pełni nadziei, bo rok 2021 pokazał wyraźne odbicie w wynikach firm po poprzedzającym pandemicznym okresie, a cała gospodarka zanotowała wyraźny wzrost o 6,8 proc. I rzeczywiście nie mieliśmy wielkich problemów, aby do obecnego zestawienia zakwalifikować większą liczbę firm, nawet pomimo braku tych, które pandemia wyeliminowała stąd na dłużej. Należy jednak dodać, że pomimo poprawy rok 2021 zakończył się największą liczbą niewypłacalności przedsiębiorstw od ponad 20 lat. W porównaniu z poprzednim rokiem wzrost postępowań sięgnął aż 71 proc., co odzwierciedlało negatywny wpływ pandemii i jej konsekwencji gospodarczych na sytuację przedsiębiorstw w Polsce. Szeroka skala wprowadzonych działań pomocowych zahamowała jednak jeszcze wyższy wzrost liczby bankructw, jakiego można było oczekiwać po rozległym kryzysie wywołanym pandemią covid-19. Chociaż piszemy ten komentarz w grudniu 2022 r. i mamy zupełnie inną perspektywę, trzeba pamiętać, że już w roku 2021, pomimo odbicia, firmy musiały się mierzyć z rosnącą inflacją, ograniczeniami popytu konsumenckiego, rosnącymi cenami energii i surowców do produkcji (metale, drewno, produkty rolnicze, plastik, papier – wszystkie te surowce podrożały nawet kilkukrotnie) oraz wysokimi kosztami pracy i logistyki. Wszystko to sprawiło, że utrzymanie dotychczasowej rentowności i płynności stało się dla firm produkcyjnych nie lada wyzwaniem. Dlatego w tegorocznym rankingu cieszy

nas liczba nagrodzonych Gazel, ich zróżnicowanie branżowe i obecność przedstawicieli sektorów, które wyszły obronną ręką z pandemii, oraz tych, które wręcz rozwinęły skrzydła. Mam na myśli takie obszary jak ICT, elektronika, IT, farmacja czy materiały budowlane. Kolejny rok z rzędu mamy także w zestawieniu przedsiębiorstwa zajmujące się instalacją technologii fotowoltaicznych, które dzięki rosnącej popularności odnawialnych źródeł energii notują bardzo wysokie wzrosty obrotów. Choć bieżący ranking nie obejmuje jeszcze skutków wojny w Ukrainie rozpoczynającej w lutym 2022 r., trudno nie wybiec w przyszłość, prognozując skutki tego konfliktu dla gospodarki i bezpośrednio dla naszych Gazel. W przyszłym roku spodziewamy się ponownego pogorszenia wyników w sektorze MŚP, a co za tym idzie - wzrostu przypadków niewypłacalności. Sprzyjać temu będzie nie tylko dostępność różnych form przewidzianych prawem środków, po które mogą sięgać firmy w trudnej sytuacji płynnościowej, ale przede wszystkim pogorszenie koniunktury gospodarczej. Wysokie ceny surowców oraz żywności już obecnie spowodowały wzrost inflacji do poziomu najwyższego od 25 lat. Przedsiębiorstwa są zmuszone przenosić część wzrostu kosztów na finalnych odbiorców w związku ze znacznym zwiększeniem cen energii, surowców i komponentów używanych w produkcji. Naszą analizę chciałbym jednak zakończyć serdecznymi gratulacjami dla wszystkich firm, które znalazły się w tegorocznym zestawieniu, wiedząc, jak ciężką pracą, wytrwałością i umiejętnością przystosowania się do zmian musiały się wykazać. Życzymy dalszego dynamicznego rozwoju i mamy nadzieję na spotkanie w kolejnych edycjach „Gazel Biznesu”. ©

GAZELE BIZNESU 2022 — WOKÓŁ RANKINGU

Gazele 2022

► Struktura regionalna – liczba firm
udział procentowy

4594

► Tyle firm zakwalifikowało się do rankingu „Gazele Biznesu 2022” to o 105 przedsiębiorstw więcej niż przed rokiem. Rok temu był spadek o 243.

2837

► Tyle Gazele Biznesu notowanych w ubiegłorocznym rankingu zakwalifikowało się do tegorocznego zestawienia.

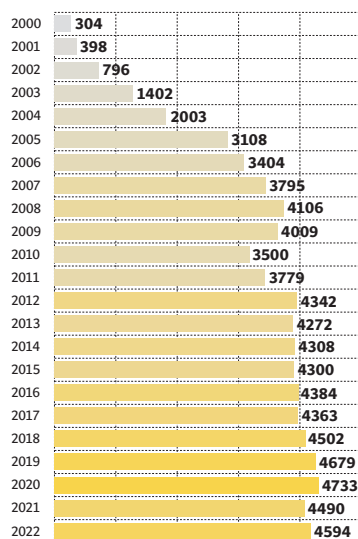
1209

► Tyle z nich poprawiło zajmowaną pozycję...

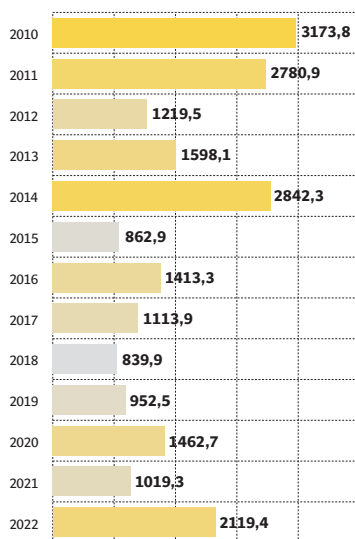
1628

...a tyle spadło na niższe miejsce do zajmowanego przed rokiem.

► Liczba firm w poszczególnych latach



► Przyrost obrotów zwycięskiej firmy (proc.)



Sesja egzaminacyjna w toku

WOJCIECH KOWALCZUK
redaktor rankingu Gazele Biznesu

Do rankingu Gazele Biznesu 2022 zakwalifikowało się 4594 firm, czyli o ponad 100 więcej niż przed rokiem. To pewnie zaskoczenie, jeśli wziąć pod uwagę, że nasza lista dotychczas wydłużała się w czasach koniunktury, a skracająca, gdy krajowa gospodarka dostawała zadyszki. Tymczasem to wydanie rankingu zostało opracowane na podstawie wyników firm z lat 2019, 2020 i 2021 – czyli okresu naznaczonego ograniczeniami związanymi z pandemią.

Pandemia i koniunktura

Okazuje się, że nie wszystkie przedsiębiorstwa były narażone na pandemiczne załamanie koniunktury. Przeciwnie, z kontaktów z tegorocznymi laureatami wynika, że warunki, które stawiały pod znakiem zapytania szanse na dalsze działanie części małych i średnich firm, dla innych były źródłem niedostępnych wcześniej możliwości. Do tej pierwszej grupy należą choćby hotele czy firmy z branży rozrywkowej, do drugiej zaś np. spółki wyspecjalizowane w e-handlu czy małe firmy produkcyjne, które wytrzymały, spowodowane kwarantannami, czasowe wstrzymanie działalności przez większych graczy.

Kolejnym czynnikiem sprzyjającym zwiększeniu liczby wyjątkowo dynamicznie rozwijających się przedsiębiorstw jest swoista eksplozja rynkowej koniunktury w niektórych branżach. Można do nich zaliczyć chociażby dostawców sprzętu i usług związanych z cyfryzacją, która już przed pandemią z roku na rok postępowała coraz szybciej, a wraz z koniecznością powszechnego przejścia na pracę zdalną przyspieszyła jeszcze bardziej.

Atrakcyjne branże

Dziedziną przeżywającą rozkwit od kilku lat jest także szeroko pojmowany rynek odnawialnych źródeł energii, a zwłaszcza fotowoltaiki. Firm z tej branży przybywa z każdą kolejną edycją rankingu Gazele Biznesu. Szczęśliwie trendu transformacji energetycznej kryzys energetyczny prawdopodobnie będzie go wzmacniał także w następnych latach. W efekcie nasza lista znów „zaśniła” dziesiątkami firm projektujących, dostarczających i instalujących panele fotowoltaiczne oraz towarzyszące im urządzenia. Wśród Gazele Biznesu coraz więcej jest także przedsiębiorstw będących operatorami własnych farm słonecznych.

Dodatковым plusem transformacji energetycznej jest także podnoszenie poziomu innowacyjności małych i średnich przedsiębiorstw. Dziś nie należą już bowiem do rzadkości firmy związane z OZE, które we własnych działach badawczo-rozwojowych

opracowują zaawansowane technologie służące m.in. magazynowaniu energii czy jej pozyskiwaniu z takich źródeł, jak choćby wodor.

Obraz sektora MŚP, którego kondycji w coraz mniejszym stopniu zagraża pandemia, a który z powodzeniem wykorzystuje nadarzające się okazje do rozwoju, z pewnością napawałby optymizmem, gdyby nie kolejne ciemne chmury zbierające się nad naszą gospodarką.

Mowa oczywiście o wojnie w Ukrainie, związanym z nią kryzysie energetycznym czy inflacji, która – gdyby nie ten konflikt – prawdopodobnie nie przybrałaby aż tak niebezpiecznych rozmiarów jak obecnie.

Czynniki nie tylko ekonomiczne

Niektóre Gazele Biznesu odczuły skutki napadów Rosji na Ukrainę w sposób wyjątkowo dojmujący. Przykładem może być laureat poprzedniej edycji rankingu – firma Clovin, której ukraiński zakład produkcyjny musiał przerwać działalność i tylko cudem ocalał z pożogi, a załoga włączyła się czynnie w obronę ojczyzny. Polska spółka matka zaangażowała zaś olbrzymie siły i środki w pomoc rodzinom ukraińskich pracowników. To nie jedyny taki przykład. Wiele Gazele Biznesu reprezentujących różne branże zaangażowało i nadal angażuje się w pomoc – począwszy od transportu uchodźców, przez pomoc materialną dla walczącej Ukrainy, a skończywszy na zapewnieniu dachu nad głową i źródeł utrzymania tym jej obywatelom, którzy szukali schronienia w Polsce.

Dziś już wiadomo, że polskie małe i średnie firmy bardzo dobrze zdają egzaminy z zarządzania kryzysowego w czasach pandemii i z solidarności wobec potrzebujących pomocy sąsiadów. Wygląda jednak na to, że na tym nie koniec sprawdzianów, z którymi będą musiały się zmierzyć.

Kolejny, już rozpoczęty, egzamin sprawdzi umiejętności działania w warunkach rekordowej inflacji, szybkiego wzrostu kosztów oraz spadku popytu na towary i usługi. Laureaci rankingu Gazele Biznesu już prawie przez ćwierć wieku potwierdzają, że trudne warunki to ich naturalne środowisko, więc i w tym przypadku można się spodziewać pozytywnych ocen końcowych. Tym bardziej jest przejęciem – laureatów tegorocznego 23. wydania Gazele Biznesu – potwierdza także, że z roku na rok podnoszą one jakość zarządzania i unowocześniają swoją działalność.

O ile więc po zdaniu na piątkę „egzaminie z języka ukraińskiego” nie przyjdzie nam się mierzyć ze sprawdzianami z innych języków Europy Wschodniej, przyszłoroczna lista rankingowa nie powinna być krótsza, zaś uwzględnione w niej przedsiębiorstwa będą z pewnością reprezentowały jeszcze wyższe standardy zarządzania, a w wielu przypadkach także zaawansowanie technologiczne i innowacyjność prowadzonej działalności. 📊🔗

Kryteria rankingu

Gazetą Biznesu 2022 jest firma która:

- rozpoczęła działalność przed rokiem 2019 i prowadzi ją nieprzerwanie do dziś
 - w roku bazowym 2019 osiągnęła przychody ze sprzedaży w przedziale pomiędzy 3 mln a 200 mln złotych
 - w latach 2019-21 z roku na rok notowała wzrost przychodów ze sprzedaży
 - w latach 2019-21 ani razu nie odnotowała straty
 - umożliwiła analizę swoich wyników finansowych przynajmniej z trzech badanych lat (składając sprawozdania finansowe do sądów albo przekazując dane do Coface albo udostępniając je poprzez wypełnienie formularza zgłoszeniowego).
- O miejscu firmy w rankingu decydował osiągnięty przez nią w latach 2019-2021 procentowy wzrost przychodów, przy czym przychody z roku 2019 stanowiły 100 proc. Cała lista rankingowa oraz opisy firm zajmujących czołowe miejsca w poszczególnych województwach dostępne są na stronie: www.pb.pl/gazele



WOJEWÓDZTWO DOLNOŚLĄSKIE — GEA INVEST

Konkurencja nigdy nie śpi

Transport, spedycja i logistyka to obszary, które są nieodłącznym elementem innych branż – uczestniczą w wielu procesach łańcucha dostaw

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	14	GEA Invest Śleza	686
2	21	Botanika Farm Olawa	593
3	23	Pysense Wrocław	580
4	34	Smoliński Głogów	525
5	44	T&R Bioeko Wrocław	455
6	47	Polska Ceramika Ogniotrwała Serwis Żarów	449
7	55	Probudowa Wrocław	429
8	64	Opes Group Długoleka	407
9	79	LK Inwest Wrocław	379
10	103	The Hut.com (Poland) Magnice	351
11	113	Fly On The Cloud Wrocław	342
12	121	GM Roads Polska Oleśnica	336
13	127	Nordes Wrocław	331
14	135	Bin 2 Wrocław	321
15	138	Globa4net Wrocław	319

Pełen ranking Gazele Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazete>

► **PLANY ROZWOJU:** Mamy wielu klientów z zagranicy, aby sprostać ich oczekiwaniom, zamierzamy powiększyć i urozmaicić flotę pojazdów oraz rozpocząć budowę magazynu – mówi Tomasz Karwasz, prezes Gea Invest – na zdjęciu stoi w towarzystwie Tomasza Lenartowicza, wiceprezesa spółki. [FOT. ARC]

Firma Gea Invest zatrudnia około 70 pracowników w pięciu lokalizacjach w całej Polsce oraz osoby na kontraktach B2B pracujące zdalnie.

– Pomyśl na stworzenie firmy powstał spontanicznie podczas jednej z rozmów telefonicznych w 2018 r. pomiędzy obecnymi współwłaścicielami. W tym czasie każdy z nas pracował już w branży spedycyjno-transportowej w różnych regionach kraju. Współpraca między nami układała się bardzo dobrze – od samego początku była pełna energii, zaangażowania i ciekawych rozwiązań, z czasem nawiązaliśmy świetną relację. Pewnego razu rozmawialiśmy o przyszłej współpracy i uznaliśmy, że dobrze byłoby połączyć siły i stworzyć coś wspólnie. Parę dni później spotkaliśmy się i zaczęliśmy działać – tak powstała Gea Invest – opowiada prezes spółki Tomasz Karwasz.

Ważne okazało się także połączenie wieloletniego doświadczenia w branży z młodzieńczym zapałem do pracy, co zaowocowało silną motywacją

do stworzenia jednej z najlepiej prosperujących firm w Polsce. Każdy z członków zarządu wnosi do firmy coś innego – różne osobowości i odmienne spojrzenie na różne sytuacje okazują się ogromną przewagą i zaletą w prowadzeniu biznesu.

– Wbrew pozorom niesamowicie się uzupełniamy, pozwala to na spojrzenie z różnej perspektywy na budowanie i rozwijanie firmy – akcentuje Tomasz Karwasz.

Bazując na 52 własnych pojazdach oraz flocie kontraktowych podwykonawców, realizują przewozy towarów wszystkich rodzajów samochodów oraz naczept. Przewożą towary spożywcze, neutralne, niebezpieczne, masowe, ponadgabarytowe oraz wymagające kontrolowanej temperatury podczas transportu. Realizują również trudne, indywidualne zlecenia, odpowiadając na specyficzne potrzeby klientów.

– Dzięki współpracy z krajowymi i zagranicznymi operatorami kolejowymi możliwa jest pełna obsługa wszystkich relacji transportowych. Zasięg geograficzny

usług transportu kolejowego obejmuje Polskę, wszystkie kraje europejskie oraz wybrane kraje Azji. Firma posiada wszystkie rodzaje wymaganych ubezpieczeń oraz certyfikowany Wewnętrzny System Kontroli (WSK), który umożliwia realizację zleceń dotyczących obrotu zagranicznego towarem podwójnego zastosowania.

Prezes Tomasz Karwasz uważa, że szybki rozwój zawdzięcza ciężkiej pracy zespołowej i determinacji w dążeniu do postawionych sobie celów.

– Kluczowe jest planowanie i trzymanie się ustalonej strategii. Wiemy, że dzięki temu jesteśmy w stanie funkcjonować w przemyśle i dobrze ukierunkowany sposób, jednak równie ważni są dla nas pracownicy i zapewnienie im jak najlepszych warunków – podkreśla.

Prowadzenie firmy w dzisiejszych czasach stanowi ogromne wyzwanie dla wielu przedsiębiorców. Najważniejszym zadaniem jest skupienie się na strategii dalszego działania i długofalowe planowanie. ©

WOJEWÓDZTWO KUJAWSKO-POMORSKIE — ONLYBIO.LIFE

Technologie bio i IT w służbie urody

Biotechnologiczna firma badawczo-wdrożeniowa Onlybio.life oferuje wegańskie kosmetyki oraz ekologiczne środki czystości. Producent wyznający filozofię eko, naturalności, zrównoważonego rozwoju zwraca się głównie do energicznych i świadomych kobiet

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	5	OnlyBio.life Bydgoszcz	1019
2	22	Virtus Sun Polska Toruń	586
3	57	Budren Świecie	418
4	66	Husar Włocławek	403
5	101	Electra Polska Bydgoszcz	352
6	169	Czajkowski Maszyny Gólab-Dobrzyń	295
7	194	Vitalabo Bydgoszcz	284
8	195	Polcoat Bydgoszcz	283
9	196	Oil-Gaz Group Łabiszyn	282
10	212	DPV Logistic Bydgoszcz	272
11	219	Maszyny-Polskie.pl Toruń	268
12	253	Doko Brodnica	258
13	256	Serwis Pojazdów Szynowych Łochowo	257
14	278	W.A.S. Wietmarscher-Polska Łysomice	250
15	290	Polmais Lubień Kujawski	247

Pełen ranking Gazele Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazete>

– Nasza strategia rozwoju przynosi zaplanowane efekty. Przeprowadzamy kampanie marketingowe głównie na naszych profilach w mediach społecznościowych, przy współpracy z najbardziej znanymi polskimi gwiazdami i influencerkami: Cleo, Katarzyną Cichopek czy Marceliną Zawadzką. Podejmowane przez nas działania i inicjatywy sprawiły, że profil Onlybio.life w bardzo krótkim czasie stał się numerem 1 wśród polskich marek beauty na TikToku – komentuje Marcin Pawlikowski, dyrektor ds. strategii i rozwoju w Onlybio.life.

Onlybio.life stawia na innowacyjne narzędzia marketingowe, by zainteresować swoimi produktami. Stosuje do tego m.in. system integracji kamer typu eyetracking w połączeniu z goglami VR, które na bieżąco śledzą, jakie informacje przyciągają uwagę klienta. Spółka stworzyła też wysoko zaawansowany technicznie punkt zero waste, w którym klienci mogą uzupełniać pojemniki z kosmetykami i środkami czystości, dzięki czemu nie trzeba produkować kolejnych opakowań.

– Jesteśmy liderem ekologicznych kosmetyków na polskim rynku. Dbanie o środowisko i zrównoważony rozwój jest jedną z kluczowych idei przyświecających naszej firmie. Z tego powodu stworzyliśmy w Łodzi stację refill, w której klienci mogą napełniać butelki wielorazowego użytku. Wspomaga to zmniejszenie ilości zużytego plastiku, nadając opakowaniom drugie życie – dodaje Marcin Pawlikowski.

Niedawno spółka uruchomiła pierwszą darmową aplikację do indywidualnej pielęgnacji włosów. Edukuje i doradza klientom w wyborze najbardziej odpowiednich kosmetyków z linii produktowej Onlybio.life.

Jednym z celów strategicznych Onlybio.life jest zbudowanie pozycji globalnej marki pielęgnacji włosów. Spółka znajduje się na dobrej drodze – już teraz jest liderem na krajowym rynku ekologicznych kosmetyków. Firma sprzedaje swoje produkty również na rynkach zagranicznych, przede wszystkim w Europie.

Laboratoria Onlybio korzystają z dorobku i potencjału HubTech,

który w 2019 r. nabył 100 proc. udziałów w spółce Laboratorium Naturella zajmującej się tworzeniem kosmetyków oraz środków czystości złożonych przynajmniej w 99 proc. z surowców pochodzenia naturalnego. Dostęp do nowoczesnej, innowacyjnej technologii, którą dysponuje HubTech, pozwolił na bardzo dynamiczny rozwój spółki, która zmieniła nazwę na Onlybio.life.

Firma sprzedaje swoje produkty w kanale e-commerce. Ma sklep internetowy łączący sprzedaż z edukacją dotyczącą zrównoważonego podejścia i troski o siebie. Tam też wykorzystuje technologiczne rozwiązania ułatwiające poznanie oczekiwań klienta i optymalizację sprzedaży.

– Rozwijamy możliwości obsługi i poznawania potrzeb oraz zainteresowań klientów, wdrożyliśmy projekty, które umożliwiają optymalizację procesów i narzędzi, m.in. innowacyjną usługę badania zachowań konsumenckich w internecie, opracowaną na podstawie własnych algorytmów oraz analiz behawioralnych – informuje prezes Pawlikowski. ©

► **TECHNOLOGICZNIE:**

Stworzyliśmy system do rozpoznawania i analizy reakcji konsumentów i tworzenia statystyk, by lepiej dostosować kanały, treści i systemy obsługi do potrzeb i oczekiwań klientów – mówi Marcin Pawlikowski, dyrektor ds. strategii i rozwoju w Onlybio.life. [FOT. ARC]

Pure Ice - z pasji rodzi się kreatywność

W 2021 roku Pure Ice, największy w Polsce producent paczkowanego lodu w kostkach do celów spożywczych, rozpoczął realizację projektu polegającego na budowie nowego, znacznie większego i nowocześniejszego zakładu.

Decyzja o budowie zakładu zbiegła się w czasie ze skomplikowaną sytuacją polityczną oraz ekonomiczną w Europie. Jednak to, że w swej poprzedniej lokalizacji firma osiągnęła maksimum możliwości produkcyjnych, zadecydowało o realizacji planu mimo niesprzyjających okoliczności. W 2022 roku, zaledwie po kilku miesiącach wytężonej pracy, w podwarszawskim Brwinowie został uruchomiony nowy zakład produkcyjny, który wyróżnia się na tle konkurencji samodzielnie zaprojektowanym i wykonanym, w pełni zautomatyzowanym procesem wytwarzania kostek lodu. Od chwili pobrania wody z ujęcia, poprzez jej filtrację, zamrażanie, kalibrację gotowych kostek, po paletyzację i etykietowanie palet z gotowymi wyrobami, wszystko

odbywa się w pełni automatycznie. Zadaniem biorących udział w procesie produkcji operatorów jest jedynie nadzór nad odpowiednią pracą urządzeń i kontrola jakości produktów. Transport do mroźni posiadającej 3 tys. miejsc składowych oraz magazynowanie w niej palet także odbywa się automatycznie. Tu również niezbędna jest praca operatorów nadzorujących procesy magazynowe.

Taka organizacja produkcji jest najlepszym rozwiązaniem nie tylko z punktu widzenia kwestii ekonomicznych, lecz przede wszystkim utrzymania najwyższych standardów i bezpieczeństwa zdrowotnego w procesie produkcji spożywczej. Opisane powyżej podejście do procesów technologicznych zaowocowało wieloma nagrodami i wyróżnieniami za doskonałą jakość produktów oraz ich innowacyjność. To nie przypadek, a konsekwentne dążenie do perfekcji i stałego rozwoju przedsiębiorstwa – od zaplecza technicznego, poprzez technologię, kończąc na procedurach postępowania.

Od kilku lat Pure Ice posiada wdrożone i certyfikowane przez akredytowane jednostki certyfikujące standardy zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności należące do organizacji GFSI (Global Food Safety Initiative). Certyfikaty IPS Food są w posiadaniu Pure Ice już od kilku lat, natomiast prace nad certyfikacją BRC Food osiągnęły swój pozytywny finał w listopadzie tego roku.

Mimo niedawnego uruchomienia spółka Pure Ice rozpoczęła następne przedsięwzięcie – budowę kolejnej linii produkcyjnej, która znacząco zwiększy moce produkcyjne i zostanie przygotowana do pakowania worków z lodem o zawartości powyżej 1 kilograma.

Pure Ice nie zwalnia tempa rozwoju. Dotyczy to wszystkich obszarów firmy – technologii, zaplecza technicznego, systemów logistycznych czy kształcenia kadry.

Z pasji rodzi się kreatywność i systematyczne dążenie do celu. Na takim fundamencie Pure Ice buduje swoją pozycję.



Zakład z lotu ptaka. Otwarty w 2022 r., zakład w Brwinowie to największa w Polsce wytwórnia paczkowanego lodu w kostkach.



Magazyn -mroźnia. Wytwarzanie kostek lodu, od chwili pobrania wody z ujęcia, aż po paletyzację i etykietowanie gotowych wyrobów odbywa się w pełni automatycznie.



Waga dynamiczna. Jakość i bezpieczeństwo na poszczególnych etapach produkcji są w zakładach Pure Ice nadzorowane przez certyfikowane systemy zarządzania jakością i bezpieczeństwem żywności.

Więcej, szybciej, lepiej!

Z APLIKACJĄ ORLEN VITAY ZAWSZE ZYSKUJESZ!



Ekstrapunkty i dodatkowe rabaty dzięki atrakcyjnym kuponom w aplikacji.



Mobilne płatności bez podchodzenia do kasy.



Wirtualna karta VITAY zawsze w zasięgu ręki.



Zeskanuj QR kod i pobierz aplikację **ORLEN VITAY**





WOJEWÓDZTWO LUBELSKIE — POLCARBOTRANS

Dobre relacje z klientami dają siłę

Węgiel. Temat, który wzbudza silne emocje. Brak towaru. Dostawcy pod lupą, klienci czekają i domagają się rozsądnych cen...

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	Polcarbotrans	Małaszewicze	746
2	Najlepszy Ekogroszek	Piszczac	357
3	Freeeco	Lublin	338
4	KPRB	Jastków	231
5	Slawex	Tomaszów Lubelski	229
6	Wojtal	Siennica Nadolna	212
7	GTD Tank	Chelm	210
8	B & S Cargo	Terespol	202
9	Wemax Polska	Krasnystaw	201
10	Eko-Azbest	Kraśnik	201
11	Anodo	Ryki	200
12	Zyskaj Zdrowie	Lublin	200
13	Chemnovatic	Lublin	199
14	Annva	Lublin	194
15	Slawex	Włodawa	193

Pełen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazete>

A co z firmami, które od lat żyją ze sprowadzania węgla? Jak działają w tych warunkach? Z czym się zderzają?

– Dotychczas walczyliśmy o jakość towaru, teraz walczymy o ilość, o każdą dostawę... Ale nie tracimy optymizmu. Poszukujemy nowych możliwości w postaci dostawców i rozwiązań logistycznych, które mogą zwiększyć naszą konkurencyjność. Perspektywicznych eksporterów widzimy w Kazachstanie i Kolumbii. Ale gwarancji nie ma żadnej – streszcza Mikhail Lyschchyk, prezes firmy Polcarbotrans.

Podkreśla, że rozwój sytuacji trudno przewidzieć...

– Jest tyle ryzyk, że trudno ogarnąć. Nieprzewidywalność rynku. Zwiększone ryzyko i brak gwarancji realizacji zawartych umów zakupowych i logistycznych, co nie pozwala tak jak wcześniej planować biznesu i skupiać się na obniżaniu cen. Brak gwarancji ceny przy realizacji kontraktów zawieranych teraz. Wykonanie kontraktów długoterminowych to dzisiaj loteria – wymienia Mikhail Lyschchyk.



► **KOMPLEKSOWA OBSŁUGA:** Polcarbotrans sprzedaje towar i dostarcza go do klienta. Korzysta z usług podwykonawców transportowych, z którymi współpracuje od lat. To głównie przewoźnicy kolejowi, ponad 95 proc. sprzedaży dostarcza po torach. [FOT. ADOBE STOCK]

– Poza tym węgiel z nowych kierunków jest nie do końca znany. Nie znają go nasi klienci i ostrożnie podchodzą do zakupów. Jest ryzyko, że w momencie dostarczenia towaru, ktoś może zrezygnować – mówi.

Jak tłumaczy, przez kilkanaście poprzednich lat klienci otrzymywali dobry towar. Firma konkurowała tym, że starała się dostarczyć węgiel jak najwyższej klasy. Teraz nikt nie jest w stanie przewidzieć, czy zamówiony to-

war spełnia wymogi jakości, czy będzie się dobrze palił w piecach i wreszcie za ile będzie można go sprzedać.

Polcarbotrans zajmuje się sprowadzaniem dużych ilości węgla.

– Sprzedajemy dużym hurtownikom, oni mają swoich odbiorców, jak zakłady produkcyjne, składy opałowe, gospodarstwa domowe itd. Jako istotny krok w rozwoju firmy wymieniamy wprowadzenie wysyłek całopo-

ciagowych do miejsca docelowego. To pomogło zyskać nowych klientów hurtowych i zwiększyć dostawy – podkreśla.

Dziś firma sprowadza towar z Kazachstanu. Część kontraktu jest już w porcie w Polsce, a część jeszcze nie ruszyła w drogę.

– Ze względu na niepewność dostaw, trzeba było zweryfikować zasady przedpłat i położyć maksymalny nacisk na terminowość, a ponieważ zmieniali się kierunki i sposób dostawy, wiele rzeczy trzeba było zorganizować od nowa. Teraz większość węgla przybywa do Polski drogą morską. Dostawa przedłuża się o dwa-trzy tygodnie, czasem do miesiąca. Wcześniej, kiedy dostarczaliśmy węgiel z Kazachstanu wagonami, do dostarczenia do Polski, wystarczyło około dwóch tygodni – wyjaśnia Mikhail Lyschchyk.

Firma w Polsce istnieje od 2016 r. Jest dwóch jej założycieli, Białorusinów z polskimi korzeniami, Dmityry Klypuk, główny udziałowiec i Mikhail Lyschchyk. ☺ ☺

WOJEWÓDZTWO LUBSKIE — IRYDIUM EUROPE

Nie śrubujemy celów finansowych

Spółka Irydium Europe to niezależny broker samochodów osobowych. Sprzedaje auta flotowe w Polsce i Europie Środkowej: w Słowacji, Czechach, Rumunii, na Węgrzech przez własne firmy oraz na rynkach zachodnich: w Niemczech, we Francji i Holandii

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	Irydium Europe	Zielona Góra	436
2	Telemond	Kostrzyn nad Odrą	426
3	Day & Night Logistics	Ślubice	413
4	DTP	Zielona Góra	365
5	Ele-Vis	Zielona Góra	342
6	Sagaris Constructions	Zielona Góra	334
7	Auto Galeria	Gorzów Wielkopolski	259
8	Axxor Industry Poland	Zbąszynek	244
9	Ekoenergetyka Polska	Zielona Góra	235
10	Budnex	Gorzów Wielkopolski	216
11	Marba	Zielona Góra	208
12	NBTA	Zielona Góra	207
13	Agri Gem	Wschowa	207
14	PB	Rzepin	201
15	Savicki 1976	Zielona Góra	200

Pełen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazete>

– Od początku założyliśmy sobie, że będziemy firmą międzynarodową. Jesteśmy obecni na kilku rynkach, zatrudniamy tam lokalnych menedżerów, którzy sprawnie się na nich poruszają. Ponadto jesteśmy członkiem międzynarodowych organizacji branżowych skupiających firmy podobne do naszej – informuje Artur Migalski, prezes i udziałowiec spółki.

Firma współpracuje z autoryzowanymi dealerami marek w całej Europie. Zajmuje się szybką sprzedażą nowych samochodów dla firm.

– Jednak sytuacja związana z pandemią, a teraz pogłębiająca przez wojnę w Ukrainie, sprawia, że ze względu na braki w dostawach nowych aut klienci zaczęli interesować się również młodszymi samochodami używanymi. Działamy w sektorze B2B, a tu nie widać spowolnienia w podejmowaniu decyzji zakupowych – wyjaśnia prezes.

Irydium skupia się na takich markach jak Volkswagen, Skoda, Toyota, Subaru, Hyundai, Kia.

– Nie idziemy w kierunku mark premium. Chodzi nam o szyb-



► **OTWARTCI NA ŚWIAT:** Udziałowcy Irydium Europe mieszkają w różnych miastach. To nie przeszkadza im w prowadzeniu firmy, a nieco oddaje jej międzynarodowy charakter: Grzegorz Iwiński, Łukasz Łoboda, Artur Migalski. Czwarto, Mateusz Baron, jeszcze nie wysiadł z samochodu.... [FOT. ARC]

ką sprzedaż, więc średnia półka cenowa jest dla nas podstawą – podkreśla Artur Migalski.

Firmę założyli w 2012 r. ekonomistka i lingwista. Potrzebny był jeszcze doświadczony menedżer z branży i wkrótce został współwłaścicielem. Zapowiadały się zyski i satysfakcja. Niestety negatywna decyzja urzędu celno-skarbowego w 2017 r. przekreśliła możliwość dalszego działania firmy.

– Na szczęście decyzja została cofnięta po kilku latach, i to bez udziału właścicieli administracyjnych. Ale nasz biznes się zawałił i musieliśmy zacząć od nowa. Startowaliśmy więc dwa razy od zera, drugi raz z bardzo dużym obciążeniem psychicznym, do tego w naszej branży bardzo ważną sprawą są zdolności finansowe – samochody są drogie i bardzo wiele zależy od źródeł finansowania... Wszystko trzeba

było odbudować, odzyskać zaufanie banków, kontrahentów. Dziś nie ma to już znaczenia, ale ważne są wnioski: nawet kiedy znajdujemy się w bardzo ciężkiej sytuacji, to wszystko można odbudować. I jeśli nawet nie uda się za pierwszym razem, to nie znaczy, że nie uda się wcale. Trzeba tylko być konsekwentnym i nie dać się pokonać przeciwnościom – wspomina prezes Irydium.

Spółka postawiła na digitalizację procesów i obsługi klienta.

– To element, na który stawiamy od chwili założenia firmy, co zresztą pozwoliło nam przejść suchą stopą przez najgorszy okres pandemii, gdyż systemy zdalnej pracy mieliśmy w pełni przygotowane i mogliśmy swobodnie pracować – podkreśla prezes Migalski.

Irydium to nieduża firma z czterema udziałowcami. Działła konsekwentnie krok po kroku, bez parcia na sukces finansowy. Wchodzi na kolejne rynki, ale rozwija się organicznie, bez wielkich przejęć, inwestycji w inne podmioty itp. ☺ ☺

Dach w zasięgu każdej ręki

Rozmowa z **Tomaszem Flisem**, prezesem zarządu firmy Onduline Polska

Onduline Polska to polska marka doskonale rozpoznawalna za granicą, wasze płyty pokrywają dachy budynków połowy Europy.

To prawda. Jesteśmy dumni z tego, że choć fabryka Onduline zlokalizowana jest w Mieleskiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej i cała produkcja odbywa się w Polsce, nasza działalność jest doskonale widoczna poza granicami kraju. Eksportujemy na kilkanaście rynków Unii Europejskiej m.in. do Niemiec, Francji, Włoch, Skandynawii, krajów Europy Środkowo-Wschodniej i na Wyspy Brytyjskie. Są to rynki bardzo wymagające, oczekujące najwyższej jakości produktu i najlepszego serwisu. My jesteśmy w stanie to dostarczyć, dlatego jesteśmy wiarygodnym partnerem dla wszystkich podmiotów, zarówno w Polsce jak i za granicą. Współpracujemy z największymi sieciami handlowymi specjalizującymi się w sprzedaży materiałów budowlanych na naszym rynku, takimi jak Castorama, Leroy Merlin, Bricomarche, PSB – Polskie Składy Budowlane, Sieć Budowlani oraz poza granicami kraju m.in. OBI, Hornbach i Bauhaus. Od 1991 r. firma rokrocznie zwiększa sprzedaż, aby dziś zajmować pozycję światowego lidera na rynku lekkich pokryć bitumicznych.

Co pozwala Onduline utrzymać dominującą pozycję w branży?

Celem Onduline jest dostarczenie towaru w najlepszej jakości, w najlepszy możliwy pod względem logistycznym sposób. Priorytetem jest dla nas doskonała obsługa klienta, terminowość dostaw oraz wspólnie z naszymi partnerami promowanie produktów dla użytkownika końcowego. Wydaje mi się, że jesteśmy w tym naprawdę dobrzy – to co obiecujemy, to dostarczamy.

Produkujemy pokrycia dachowe różnego przeznaczenia, w kilkunastu kolorach, w zależności od preferencji rynku docelowego, wyróżniające się estetycznym wyglądem. Chociaż są to wyroby do zastosowań specjalistycznych, to każda osoba o smykalce do majsterkowania jest w stanie je samodzielnie zamontować, wykorzystując narzędzia, które posiada na co dzień w domu. To właśnie łatwość użycia jest największą przewagą konkurencyjną naszych produktów. Nasze płyty są lekkie, proste w montażu i wygodne do transportu.

Fabryka w Mieściu może pochwalić się najnowocześniejszym parkiem maszynowym w Europie. Mocno inwestujemy w rozwój technologiczny firmy, zarówno w rozbudowę



► DLA LUDZI I PLANETY: Dążymy do robotyzacji i automatyzacji produkcji, aby ulepszyć działanie zakładu i odciążać pracowników, a jednocześnie ogromną wagę przykładamy do wpływu naszych procesów na środowisko naturalne – mówi Tomasz Flis, prezes zarządu Onduline Polska. [FOT. ARC]

istniejących zdolności produkcyjnych, jak i w nowe maszyny. Jednocześnie szukamy innowacji od strony usprawnienia procesu produkcyjnego. Dążymy do robotyzacji i automatyzacji tych obszarów produkcji, w których jest ona możliwa, aby ulepszyć działanie zakładu i odciążać pracowników w wykonywaniu ciężkich i monotonnych czynności. Ogromną wagę przykładamy też do wpływu naszych procesów na środowisko naturalne.

To chyba nietatwe? Z jednej strony duży zakład produkcyjny, który chce się rozwijać, z drugiej coraz bardziej postępujące zmiany klimatu, jak to pogodzić?

Troska o przyszłość naszej planety to dla nas priorytet. Aktywnie podejmujemy działania mające na celu zmniejszenie oddziaływania zakładu oraz produktów Onduline na środowisko. W naszym procesie produkcyjnym wykorzystujemy bardzo dużo materiałów pochodzących z recyklingu. Staramy się w miarę możliwości wykorzystywać surowce ponownie i unikać wyrzucania ich

na śmietnik. Nasze produkty charakteryzują się bardzo niskim śladem węglowym. Dokładnie monitorujemy pod tym kątem proces zarówno po naszej stronie, jak i po stronie dostawców komponentów i surowców. Wspieramy także rozwój naszych pracowników w zakresie świadomości ekologicznej i dbania o klimat, poprzez organizowanie szkoleń i warsztatów w tym zakresie.

Jesteśmy w trakcie planowania w jaki sposób firma może zacząć wykorzystywać odnawialne źródła energii.

Kryzys klimatyczny to jedno z czym mierzą się przedsiębiorstwa, ale większy wpływ na ich dzisiejsze funkcjonowanie ma obecna sytuacja geopolityczna. W jaki sposób wpływa ona na działalność Onduline?

Tak jak każda firma odczuwamy trudności związane z wojną w Ukrainie i aktualną sytuacją gospodarczą. Ponieważ w procesie produkcyjnym wykorzystujemy zarówno energię elektryczną jak i gaz, a także komponenty produkowane poza granicami Polski, borykamy się przede wszystkim z dużymi kosztami energii, materiałów i utrzymaniem ciągłości łańcuchów dostaw. Przez ostatnie pół roku podejmowaliśmy wiele działań, które mają ułatwić nam pracę w tym zmieniającym się środowisku. Wprowadziliśmy szereg strategii pozwalających nam błyskawicznie reagować na szybkie zmiany rynkowe, podpisujemy umowy długoterminowe, korzystamy z usług lokalnych dostawców i stawiamy na elastyczne rozwiązania. Widzimy osłabienie na rynku, jednak sytuacja Onduline Polska jest na razie stabilna i nie przewidujemy redukcji w żadnym zakresie.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST ONDULINE POLSKA

W czasie burzy nie zbaczamy z obranego kursu

Trade Milk jest globalnym dostawcą produktów pochodzenia mlecznego dla branży spożywczej, farmaceutycznej, a także paszowej. Podstawowym obszarem działalności spółki jest handel mleczarskimi surowcami sproszkowanymi, których odbiorcami są największe światowe korporacje. O wyzwaniach, które stawia przed firmą i całą branżą mleczarską obecna sytuacja geopolityczna, opowiada **Maryla Czarnowicz-Mularczyk**, dyrektor ds. handlu Trade Milk.

Kiedy rozmawialiśmy rok temu, cieszyliśmy się, że wirus covid-19 jest już pod kontrolą i świat w końcu wróci na sprawdzony tor normalności. Nie mogliśmy się bardziej pomylić. Chińskie przysłowie mówi

„Obyś żył w ciekawych czasach”, aczkolwiek przyglądając się światu na przestrzeni mijającego roku, właściwie można powiedzieć, że to nie tyle przysłowie, co klątwa. Wraz z początkiem 2022 roku wchodziliśmy w postpandemiczną rzeczywistość z nadzieją na życie bez obstrzeżeń, na powrót do stabilnej pracy i rozwój, jaki zazwyczaj następuje po trudniejszych okresach. Niestety świat, a zwłaszcza Europa, po latach pokoju znowu stał się nie tylko świadkiem, ale też w jakimś sensie uczestnikiem wojny. Od 24 lutego 2022 r., czyli od dnia inwazji Rosji na Ukrainę, codziennie mierzymy się z problemami, jakie wywołała rosyjska agresja, która w straszliwy i okrutny sposób wpływa nie tylko na Ukrainę, jej ludność i infrastrukturę, ale też pośrednio na gospodarkę całego świata. Rosja, wprowadzając szantaż energetyczny, spowodowała perturbacje w przeróżnych gałęziach przemysłu, włączając w to również produkcję rolno-spożywczą, która leży w centrum zainteresowań naszej spółki.

Jak obecna sytuacja wpływa na funkcjonowanie branży mleczarskiej?



► POWIEW OPTYZMU: Sektor, który głównie obsługujemy, czyli szeroki pojęty rynek cukierniczy, w tym roku ma się dość dobrze. Można wręcz powiedzieć o wzrostach zamówień – mówi Maryla Czarnowicz-Mularczyk, dyrektor ds. handlu Trade Milk. [FOT. PIOTR PIWOWARSKI]

Głównym przedmiotem naszej działalności jest sprzedaż produktów sproszkowanych, zwłaszcza odtłuszczonego i pełnego mleka w proszku. Te dwie kategorie surowców osiągały w tym roku historyczne poziomy cen. Był to wynik zwiększonego popytu na mleko przy dostępie do mniejszej ilości surowca, który można przetworzyć, a także wysokich kosztów produkcji oraz presji inflacyjnej. Dążenie rynku do poziomu równowagi spowodowało, że ostatni kwartał roku – dla niektórych z branż – dość nieoczekiwanie, dla innych wręcz odwrotnie – kończy się znaczącymi spadkami cen surowców mlecznych. W ramach naszej organizacji tłumaczymy to zwiększeniem produkcji mleka na poziomie gospodarstw rolnych, nie tylko w Europie, ale i na świecie. Z drugiej zaś strony ciągnące się lockdowny w Chinach, wysokie kursy euro i dolara powodują brak możliwości zakupu

wych po stronie tradycyjnych odbiorców.

Zaskakujący był fakt, że sektor, który głównie obsługujemy, czyli szeroko pojęty rynek cukierniczy, w tym roku ma się dość dobrze. Nie zauważyliśmy wśród naszych odbiorców zmniejszenia wolumenów dostarczanych surowców mlecznych, a wręcz można powiedzieć o wzrostach zamówień.

Jaki był mijający rok dla firmy Trade Milk?

Z obawy przed perturbacjami związanymi z niepokojami na świecie nasze działania w 2022 r. w głównej mierze skupiły się na utrzymaniu poziomu sprzedaży z lat ubiegłych.

Rok ten, dzięki liberalizacji przepisów unijnych dotyczących importu i zniesieniu cła na niektóre rodzaje surowców rolno-spożywczych, przyniósł większe otwarcie na rynek ukraiński. Dzięki tym ułatwieniom przez ostatnie dwa kwartały importowaliśmy z tego regionu mleko w proszku oraz tłuszcz mleczny. Niestety wraz z postępującymi zniszczeniami kraju, zwłaszcza infrastruktury energetycznej, ten kierunek za chwilę może zmienić wektor i pojawi się potrzeba dostarczania produktów

spożywczych, przede wszystkim wysoko przetworzonych, na Ukrainę.

Jeśli miałabym wspomnieć o zadaniach, które zrealizowaliśmy w niezadowalającej mierze, byłoby to próby zaistnienia na rynkach eksportowych Afryki i Dalekiego Wschodu. Tam upatrujemy szansę do dalszego rozwoju i wraz z nowym rokiem opracowujemy strategię, które pozwolą nam na większą obecność w tych częściach świata. W planach mamy udział w imprezach targowych, a także wykorzystanie narzędzi e-marketingu do kreowania swojej pozycji na rynku.

Patrzy pani w przyszłość z optymizmem?

Staram się. Dziś nie da się odpowiedzieć na pytanie: co przyniesie nadchodzący rok? Dalszą deprecjację cen, spadek popytu, wzrost kosztów czy też mimo wszystko będziemy umieli przełamać ogólny marazm i nastąpi nowe otwarcie wraz z możliwościami rozwoju. Myślę, że tego nikt nie wie, nie mniej życzę sobie i nam wszystkim tej ostatniej opcji.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST TRADE MILK



WOJEWÓDZTWO ŁÓDZKIE — NAPRZÓD HOSPITAL

W trosce o higienę i wyżywienie w ZOZ-ach

Łódzka spółka Naprzód Hospital świadcząca usługi sanitarno-higieniczne i obowiązki pomocnicze dla szpitali została to nagradzana wielokrotnie zakład pracy chronionej

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	37	Naprzód Hospital Łódź	512
2	100	C&S Construction Łódź	354
3	173	Krzak Transport Lututów	294
4	214	Przetwórstwo Stali BT Rawa Mazowiecka	271
5	215	CDF Rawa Mazowiecka	270
6	2157	Renova Brzeziny	268
7	222	Solis Polska Rawa Mazowiecka	267
8	238	Ergomat Sieradz	261
9	241	Recovet Konstancinów Łódzki	260
10	262	ECO-ABC Belchatów	255
11	285	Mosaiccon Łódź	248
12	297	Natipol Energy Łódź	244
13	332	Future Adventure Construction Skierniewice	236
14	337	Agat Koluński	235
15	343	Daruma Łódź	233

Pełen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazeta>

To jedna z dziesięciu wyspecjalizowanych spółek, która należy do Grupy kapitałowej Rekeep Polska, która jest dostawcą rozwiązań z branży Facility Management, opieki zdrowotnej, cateringu oraz transportu medycznego.

Od 1999 r. firma działa jako ogólnopolskie przedsiębiorstwo z sektora usług porządkowych. To właśnie wtedy zarząd stworzył specjalny zespół, zatrudniając specjalistów z doświadczeniem w branży usług czystościowych.

Okresem intensywnego rozwoju przedsiębiorstwa były lata 2001-03. Firma działająca jako spółdzielnia inwalidów realizowała strategię rozwoju. Powstały dwa nowe oddziały, w Łodzi i Gliwicach oraz przedstawicielstwa w całej Polsce. Naprzód Hospital awansował z poziomu małych firm sprzątających do sektora średnich przedsiębiorstw w branży usług porządkowych. W 2003 r. do klientów strategicznych spółki, dołączyły państwowe zakłady opieki zdrowotnej.



► **ZOZ-Y POD OPIEKĄ:** Utrzymanie czystości w zakładach opieki zdrowotnej i szpitalny catering to jedno z głównych specjalności spółki Naprzód Hospital. [FOT. ADOBE STOCK]

W latach 2004-05 w firmie wprowadzono nowe technologie pozwalające sprawnie zarządzać dużym przedsiębiorstwem. Spółdzielnia uzyskała certyfikat ISO 9001:2000 na potwierdzenie jakości oferowanych usług i rozpoczęła świadczenie usług outsourcingu w polskich szpitalach.

Kolejne lata były okresem pozyskiwania klientów z segmentu służby zdrowia oraz sukcesywnego wzmacniania pozycji wśród największych firm ogólnopolskich działających w branży sprzątania.

Spółdzielnia pozyskała nowych klientów i odnotowywała coraz większe przychody ze świadczonych usług.

W roku 2012 Naprzód stał się właścicielem pierwszej spółki cateringowej i poszerzył działalność o usługi żywienia w szpitalach i innych jednostkach publicznych oraz komercyjnych.

Cztery lata później spółka nabyła pakiet większościowy kolejnej spółki cateringowej i rozpoczęła działalność w sektorze zamówień publicznych. Jej klientami stały się szkoły,

domy pomocy społecznej. Firma zaczęła współpracę z podmiotami zlokalizowanymi w południowej części Polski.

Rok 2017 przyniósł nabycie firmy Postęp i rozszerzenie działalności o świadczenie usług na bankietach, konferencjach oraz szkoleniach. Firma rozszerzyła ponadto usługi o standy z jedzeniem, takie jak stołówki pracownicze, bufety w szkołach. Kupiła także kolejne dwie firmy. Grupa Naprzód zaczęła też świadczyć usługi związane ze specjalistycznym transportem medycznym. Posiada nowoczesne, w pełni wyposażone karetki oraz wykwalifikowaną kadrę medyczną. Świadczy również outsourcing usług medycznych.

W 2018 r. Grupa Kapitałowa Naprzód stała się właścicielem kolejnej spółki cateringowej. Ponadto zawarła pierwszy kontrakt na usługi sprzątania dla przemysłu spożywczego.

W połowie roku 2019 spółka pozyskała wsparcie nowego włoskiego inwestora Rekeep Inc. © ®

WOJEWÓDZTWO MAŁOPOLSKIE — CP TRADE ENERGIA I GAZ

Specjaliści od obsługi rynku energii

Firma stanowi mieszankę młodości i doświadczenia, to grupa ludzi pełnych pasji i zaangażowania, którzy znają się na rynku energii i gazu

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	7	CP Trade Energia i Gaz Kraków	931
2	17	Anwen Kraków	654
3	41	B3 Kraków	483
4	48	Elektro-Remontek Krzeszkowice	445
5	49	Centrum Informacji Technicznej i Prawnej Iwanowice	445
6	52	Termo-Fol Kraków	439
7	67	Ecofence Kraków	403
8	68	MT Pharma Kraków	397
9	70	Nowbud Kraków	396
10	72	Medapp Kraków	394
11	80	Solgen Kraków	377
12	81	Auroks Niepołomice	377
13	85	Personal Electronics Kraków	373
14	130	Mobiliki GSM Gdów	328
15	142	Trzy Ziarna Libiąż	317

Pełen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazeta>

Ludzie to klucz do rozwoju spółki. Ich różnorodne predyspozycje, chęć działania i podejmowania wyzwań stanowią fundament działalności. Doświadczenie zdobyte w ramach CP Trade dało podwaliny do intensywnego działania firmy.

— Idea wydzielenia spółki CP Trade Energia i Gaz kiełkowała wiele lat, bo całość załogi ma wieloletnie doświadczenie zdobyte podczas pracy w spółce matce — CP Trade. Chęć działania na własną rękę i wzięcia na siebie odpowiedzialności stanowiły motywację do wydzielenia nowego podmiotu — mówi Paweł Wierzbę, prezes CP Trade.

CP Trade Energia i Gaz dostarcza rozwiązania dla przemysłu energetycznego, a także wydobycia, przesyłu i magazynowania ropy naftowej oraz gazu ziemnego. Pracuje na obszarze całego kraju. Zespół serwisowy firmy ma wszystkie wymagane uprawnienia do tego, aby pracować na tzw. obiektach o podwyższonym ryzyku, takich jak: tłocznie i magazyny gazu, kopalnie gazu i ropy naftowej,



► **CENNE DOŚWIADCZENIE:** Każdy klient działa według określonej formuły, poznanie tych schematów oznacza odpowiednie rozpoznanie rynku — mówi Paweł Wierzbę, prezes CP Trade (na zdjęciu z prawej w towarzystwie Wacława Habbasa, członka zarządu spółki). [FOT. ARC]

gazociąg przesyłowe oraz elektrownie.

— Konkurencja jest liczna, choć branża, w której działamy, charakteryzuje się dość wysoką barierą wejścia. Normy, obostrzenia, wymagane uprawnienia i zawile kwestie formalne potrafią zniechęcić do wejścia na ten rynek niejedną firmę. To z jednej strony ogranicza, ale z drugiej skłania do tworzenia długofalowej wizji i działań, aby dotrzeć do miejsca,

w którym bieżąca działalność przynosi oczekiwane rezultaty. Współpracujemy z dostawcami z Polski i zagranicą, będąc ich dystrybutorami i przedstawicielami. Wiele z nich to duże korporacje — a z nimi nie zawsze jest łatwo — mówi prezes.

Na co jeszcze zwraca uwagę? Na niepewną sytuację na światowym, a w szczególności europejskim rynku energii. Niestabilny kurs polskiej waluty powoduje nieprzewidywalność przy reali-

zacji kontraktów długoterminowych. W ostatnich latach ceny dostarczanych produktów są trudne do przewidzenia, co ma szczególne znaczenie w przypadku wielu umów.

Dodatkowo w tym biznesie ważne są długoterminowa strategia i dobra znajomość obszaru działania.

— Każdy klient działa według określonej formuły, poznanie tych schematów oznacza odpowiednie rozpoznanie rynku. Istotne jest także określenie potrzeb rynku i dopasowanie do nich odpowiedniego portfolio produktów i usług. Bywa i tak, że daną usługę czy produkt należy dopiero wprowadzić na rynek — mówi Paweł Wierzbę.

Plany na przyszłość? — Oprócz dalszego zwiększania udziału w rynku gazu i energii celem jest skuteczność, zachowanie wysokich standardów w relacjach z klientami i odwaga w umacnianiu pozycji na rynku rozwiązań z zakresu armatury, napędów, kompresorów i turbin — deklaruje prezes CP Trade. © ®

GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Grupa Romgos inwestuje w bezpieczeństwo energetyczne Polski

Spółka Romgos w ciągu zaledwie kilku lat z sukcesem pokonała drogę od małej firmy rodzinnej do lidera na rynku budownictwa energetycznego. W swoim portfolio ma zrealizowanych wiele kilometrów rurociągów o strategicznym znaczeniu dla Polski. Nie chce jednak osiadać na laurach i dziś, jako Grupa Romgos, wkracza na nowe obszary rynku, które w dalszym ciągu będą wspierać bezpieczeństwo energetyczne naszego kraju. O wyzwaniach, które niesie ze sobą prowadzenie biznesu w zdeintegrowanym świecie, i planach dalszego rozwoju firmy opowiedział **Miszel Gwiazdowski**, prezes zarządu Grupy Romgos

Rok 2022 był dla wielu firm bardzo trudny. Wojna w Ukrainie, kryzys energetyczny niepokoi nas na rynkach finansowych – te wszystkie czynniki sprawiły przedsiębiorcom mnóstwo problemów. Jak Romgos sobie radzi w tak wymagających czasach?

Sytuacje kryzysowe mobilizują nas do szybszych i bardziej efektywnych działań. Przyspieszyliśmy rozwój przedsiębiorstwa. Dziś Romgos – z czołowej firmy branży gazowniczej – przekształcił się w potężną grupę, którą tworzy kilka spółek. Każda z nich docelowo ma stać się liderem w różnych sektorach związanych z branżą budownictwa energetycznego i przemysłowego.

Naszym celem jest aktywny udział w nadchodzącej i niezbędnej w Polsce transformacji energetycznej. W obliczu kryzysu, przed którym stanął nie tylko nasz kraj, lecz również cała Europa, musimy zjednoczyć siły i wspólnie zadbać o bezpieczeństwo energetyczne. Dlatego rozwinięliśmy w tym roku m.in. pion odnawialnych źródeł energii i pion budowy sieci elektroenergetycznych.

Tak naprawdę byliśmy do tego przygotowani od dawna. Mamy wykwalifikowaną kadrę i zmotywowany do działania, bardzo kompetentny zespół. Dysponujemy bogatym parkiem maszynowym, który składa się z nowoczesnego i zaawansowanego technologicznie sprzętu. Bez wątpienia naszym atutem jest ogromne doświadczenie i zasób wiedzy. Potrafimy działać pod presją czasu, realizujemy terminowo kontrakty. Te kompetencje chcemy wykorzystywać w innych pokrewnych dziedzinach, w których dotąd nie byliśmy aktywni.

Dotychczas naszym głównym obszarem działalności była budowa rurociągów. Zrealizowaliśmy i realizujemy inwestycje w większe posiadające znaczenie strategiczne dla kraju.

Planowane wielkie inwestycje w zakresie energetyki jądrowej i odnawialnych źródeł energii wymagają potężnych zmian w infrastrukturze energetycznej

– przede wszystkim dotyczy to sieci przesyłowych.

Grupa Romgos będzie teraz budować linie elektroenergetyczne?

Między innymi. Właśnie podpisaliśmy kontrakt z Polskimi Sieciami Elektroenergetycznymi i będziemy modernizować linię przesyłową 220 kV na odcinku Świebodzice–Ząbkowice. Rozpoczynamy też budowę farm fotowoltaicznych na zlecenie Polskiej Grupy Energetycznej.

Chcemy być aktywnym graczem również w sektorze energetyki odnawialnej – jako firma wykonawcza, która będzie świadczyła usługi dla innych podmiotów, ale także jako samodzielny inwestor budujący własne farmy fotowoltaiczne i wiatrowe. Stawiamy też na technologię wykorzystywania wodoru. To wkrótce będzie jeden z kluczowych nośników energii, dlatego bardzo intensywnie przygotowujemy się również do inwestycji w tym obszarze.

Zrównoważony rozwój, dbałość o środowisko i inwestycje w rozwój zielonej energii zawsze były bliskimi misjami naszej firmy. Widzimy przyszłość w tym sektorze, chcemy pomagać w zielonej transformacji Polski i Europy. To dla nas ważne – nie tylko z biznesowego punktu widzenia, ale również ze względu na filozofię działania naszej grupy.

Tak jak powiedziałem wcześniej, stworzyliśmy i rozwinięliśmy w tym roku dwa działy związane z OZE i sieciami elektroenergetycznymi. Do naszej kadry dołączyli kolejni specjaliści właśnie z tych branż. Tylko w tym roku zatrudniliśmy blisko 200 osób. Załogę Grupy Romgos tworzy dziś około 700 pracowników.

Dobry zespół to fundament naszej działalności. To on stanowi o sile firmy i daje nam przewagę nad konkurencją, która często nie ma własnej kadry. My inwestujemy w pracowników. Bardzo dbamy o bezpieczeństwo i higienę pracy. Poza tym każdemu dajemy szansę rozwoju, zdobywania nowych kompetencji i umiejętności. Dlatego nieustannie szkolimy personel na wszystkich szczeblach.



„Wojna, galopująca inflacja, kryzys nie sprzyjają oczywiście gospodarce ani rozwojowi, ale zamykamy rok 2022 na plusie. Przyszły też zapowiada się całkiem dobrze. Dlatego patrzymy optymistycznie w przyszłość.

► **Miszel Gwiazdowski**, prezes zarządu Grupy Romgos



Gdy inni zwalniają, wy zatrudniamy. Czy w czasach kryzysu uda wam się utrzymać zatrudnienie?

Robimy wszystko, by zapewnić naszej załozce pracę. Oczywiście nie mogę zagwarantować, że nie będzie żadnych zmian. W tych niepewnych czasach żaden odpowiedzialny pracodawca nie może tego zrobić. Zapewniam jednak, że wszystko, co robimy w Grupie Romgos, ma na celu utrzymanie bezpieczeństwa finansowego i stabilności zatrudnienia.

To także z tego powodu rozwinięliśmy nowe spółki i zaczęliśmy działać w innych pokrewnych sektorach. Pomagamy pracownikom przebrnąć przez nie i zdobyć nowe kompetencje. Wszystkie

po to, by utrzymać miejsca pracy.

Mamy zamknięty portfel zamówień na cały przyszły rok. Z kontraktów, które już podpisaliśmy, wywiemy się w terminie, a w niektórych przypadkach być może uda nam się zakończyć inwestycje wcześniej. Tak będzie np. z budową 254-kilometrowego gazociągu na odcinku Gustorzyn–Wronów. Mamy już zabezpieczone w naszych magazynach wszystkie materiały potrzebne do tego, by inwestycja była zrealizowana w 100 procentach. Było to możliwe dzięki kilku czynnikom, ale przede wszystkim nasi specjaliści dobrze rozpoznali rynek i materiały udało się zakupić w odpowiednim momencie.

Teraz czekamy na ogłoszenie nowych przetargów. Jesteśmy gotowi, by podjąć się każdego, najtrudniejszego nawet zadania we wszystkich sektorach związanych z budownictwem energetycznym i przemysłowym.

Bardzo optymistycznie patrzy pan w przyszłość, choć wszystko wskazuje na to, że nadchodzą trudne czasy.

Jestem optymistą, choć mocno stąpającym po ziemi. Wojna, galopująca inflacja, kryzys nie sprzyjają oczywiście gospodarce ani rozwojowi, ale zamykamy rok 2022 na plusie. Przyszły też zapowiada się całkiem dobrze. Dlatego patrzymy optymistycznie w przyszłość. Rozpoczęliśmy rozmowy z zagranicznymi part-

nerami. Wygląda na to, że również w innych krajach będziemy pracować nad poprawą bezpieczeństwa energetycznego. Mamy nadzieję, że wkrótce ruszą zamówienia w Polsce.

W przyszłym roku firma będzie obchodziła 20-lecie działalności?

Tak. Przez ten czas udało nam się wspólnie z bratem Tobiaszem, który jest wiceprezesem zarządu, oraz ze świetnym zespołem pracowniczym stworzyć wielką Grupę Romgos. To motywuje do działania. Właśnie kończymy budowę naszej nowej siedziby i w roku jubileuszowym przeniesiemy się do nowego biurowca, który zresztą zbudowaliśmy samodzielnie, bo rozwijamy również działalność realizacji obiektów kubaturowych.

W tym roku razem z bratem spełniliśmy jeszcze jedno marzenie. W naszej rodzinnej miejscowości Kotlin stworzyliśmy Akademię Unihokja „Romgos”. W dzieciństwie i młodości czynnie uprawialiśmy ten sport, a dziś chcemy zarażać tą pasją innych. Stworzyliśmy miejsce, gdzie każde dziecko bezpłatnie może rozwijać swoje umiejętności, uczestniczyć w rywalizacji z rówieśnikami i zdobywać pewność siebie.

Sport ukształtował nasze podejście do życia, pokazał, że tylko systematyczność daje efekty, a marzenia trzeba zamieniać w cele i realizować je samemu. Sport nauczył nas osiągać sukcesy. To bardzo pomaga nam dziś w prowadzeniu biznesu. Dlatego chcemy dać taką możliwość dzieciom z małej miejscowości, jaką jest Kotlin. Bardzo chcemy wspierać wiele różnorodnych inicjatyw lokalnych. Idea społecznej odpowiedzialności biznesu jest nam bardzo bliska i staramy się ją uwzględnić w strategii zarządzania.

To również z tego względu postanowiliśmy rozwijać w naszej firmie dział OZE i postawiliśmy mocno na zieloną czystą energię. Myślimy o rozwoju naszej firmy w szerszym kontekście. Chcemy, by nasza siła dawała innym szansę na lepsze życie.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST GRUPA ROMGOS



WOJEWÓDZTWO MAZOWIECKIE — LANTRE

Stawiamy na wiedzę i doświadczenie

Dynamicznie rozwijający się internetowy sprzedawca urządzeń Apple, spółka Lantre, kieruje ofertę głównie do klientów biznesowych. Sprzedaje pełną gamę sprzętów producenta z Cupertino i zapowiada więcej

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	1	Lantre Premium Reseller	Warszawa
2	3	The Media Insight Polska	Warszawa
3	4	Miodziarze	Biała
4	6	Energynat	Marki
5	10	Majumi Chemicals	Radom
6	11	Tech Route	Grodzisk Mazowiecki
7	12	Estropol	Warszawa
8	20	KTI Poland	Płock
9	24	BLM Polska	Warszawa
10	26	Link Group	Warszawa
11	27	Dekarmat	Płock
12	29	Tezi Vet	Nasielsk
13	30	Ziemia Inwestycyjne	Warszawa
14	32	Matpol	Nadarzyn
15	50	GL Steel	Warszawa

Pełen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazeta>

Sukces rynkowy, i miejsce tegorocznego lidera w rankingu Gazet Biznesu, firmie Lantre przyniósł m.in. gwałtowny rozwój e-handlu.

– Nastąpił on w 2020 r. i z jednej strony wynikał z dynamicznego rozwoju rynku e-commerce spowodowanego pandemią, z drugiej był efektem decyzji właściciela, Artura Drzewieckiego, który aby ten trend wykorzystać, zaprosił do współpracy menedżerów z doświadczeniem w skalowaniu biznesów online. Zmiany w organizacji przełożyły się na znaczny wzrost przychodów oraz rentowności biznesu, co w 2021 r. umożliwiło nam za-inwestowanie w dalszy rozwój kompetencji i rozbudowę zespołu o kolejnych ekspertów – opowiada Mateusz Pelka, dyrektor finansowy i udziałowiec Lantre.

Jak informuje, do firmy dołączyli czterej wspólnicy, którzy przejmując odpowiedzialność za poszczególne strategiczne działy całego biznesu, wsparli prezesa w realizacji planów rozwojowych. – Oczywiście o sukcesie nie byłoby mowy, gdyby nie prze-



► **ZWINNOŚĆ:** Płaska struktura umożliwia Lantre sprawne podejmowanie decyzji. Na zdjęciu od lewej: Przemysław Stawiarz, dyrektor handlowy, Paweł Orendorz dyrektor działu usług finansowych, Artur Drzewiecki, prezes zarządu, Łukasz Piech, dyrektor operacyjny i Mateusz Pelka, dyrektor finansowy. [FOT. ARC]

łożenie wiedzy na ciężką pracę w dynamicznie zmieniających się realiach rynkowych. Nieustannie poszerzamy wiedzę na temat wszelkich nowinek technologicznych i chętnie dzielimy się nią przy wyborze sprzętu, uwzględniając indywidualne oczekiwania klientów – dodaje. Właśnie wiedzę ekspercką i wieloletnią praktykę wymienia jako siłę firmy.

– Naszą przewagą jest niewątpliwie dbanie o bazę produktową. Sprzedaż uzupełniają usługi finansowe zarówno produktowe, takie jak rozszerzone gwarancje czy ubezpieczenia, jak i cała paleta form finansowania. Lantre oferuje leasing sprzętu, planuje też wprowadzenie jego wynajmu dla firm.

Spółka Lantre dynamicznie się rozwija. Uzyskała status

Autoryzowanego Sprzedawcy Apple, wdrożyła nową platformę e-commerce. Ponadto weszła ze sprzedażą do Słowacji i planuje ekspansję na rynek niemiecki. W warszawskiej Fabryce Norblina otworzyła zaś flagowy salon sprzedaży.

Bieżąca sytuacja geopolityczna i gospodarcza stwarza jednak wyzwania.

– Bardzo ważnym zagadnieniem jest to, jak polski rynek jest dziś postrzegany przez producentów. To, że jesteśmy uważani za kraj podwyższonego ryzyka, ma wpływ na podaż produktów. W przypadku Apple, mimo popytu utrzymującego się na wysokim poziomie i zwiększaniu udziału tego producenta w sprzedaży w danym segmencie, dostawy sprzętu najnowszych linii produktowych zostały mocno zmniejszone. To ograniczenie, z którym się mierzymy i rozważamy dalsze kierunki rozwoju, obejmujące m.in. rozszerzenie oferty produktowej o kolejnych producentów, posiadających asortyment dla odbiorców profesjonalnych – zapowiada Mateusz Pelka. ©

WOJEWÓDZTWO OPOLSKIE — SIEĆ BUDOWLANA EXPORT

Buduj i remontuj z głową

Sieć Budowlana.pl to ogólnopolska firma zrzeszającą hurtownie oraz dostawców z branży budowlanej. Umożliwia ona współpracę wiodącym podmiotom na rynku budowlanym w Polsce

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	15	Sieć Budowlana Export	Ozimek
2	40	Hengst Filtration Poland	Gogolin
3	158	GPI Poland	Skarbimierz
4	204	Tarco	Turawa
5	319	I-Vita	Brzeg
6	351	Spółdzielnia Grup Polski Rzepak i Zboża	Opole
7	362	Metro-Plast	Nysa
8	467	Struxi	Opole
9	485	Rockworld	Kietrz
10	493	HSI	Opole
11	498	Aspock Systems Polska	Praha
12	616	Profilpol System	Olesno
13	663	Czora	Opole
14	669	Skamol Polska	Opole
15	732	Best Materiały Budowlane	Opole

Pełen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazeta>

Sieć Budowlana.pl powstała w grudniu 2017 r. Celem firmy jest pozyskiwanie na potrzeby klientów produktów i innowacyjnych systemów przeznaczonych dla budownictwa z Unii Europejskiej jak i spoza jej granic. Systematyczne wprowadzanie nowego asortymentu ma pozwolić jej odbiorcom na zwiększenie atrakcyjności i na poszerzenie oferty dla kontrahentów.

Opolska Gazeta Biznesu Sieć Budowlana Export – w latach 2019-21, na podstawie wyników z których opracowano tegoroczny ranking, należała i nadal należy właśnie do grupy Sieć Budowlana.pl – również wielokrotnego laureata rankingu Gazet Biznesu.

Dzięki udziałowi w grupie Sieć Budowlana Export ma dostęp do ponad 1300 dostawców. Poprzez własną platformę internetową umożliwia zapoznanie się z ofertą handlową w każdym czasie. Oferuje szeroki asortyment materiałów budowlanych różnych producentów. W jej ofercie znajdują się bramy, wel-

ny mineralne, chemia, piece i elementy systemów ogrzewania, drzwi oraz rozwiązania do termomodernizacji budynków.

Właśnie termomodernizacja i służące jej materiały cieszą się ostatnio szczególnym zainteresowaniem klientów opolskiej Gazet Biznesu. Okna trzyszybowe, materiały do wznoszenia ścian zapewniających oszczędność energii i nowoczesne systemy ogrzewania to rynkowe hity.

Odpowiedni dobór materiałów i wyposażenia oraz najwyższą jakość usług zapewniają wysoko wykwalifikowani reprezentanci oraz doradcy techniczni partnerów Sieci, gotowi zaspokajać indywidualne oczekiwania inwestorów. Podnoszą kwalifikacje, nieustannie uzupełniając swoje umiejętności i pogłębiają wiedzę. Cykliczne spotkania i szkolenia pozwalają na doskonalenie wiedzy o produktach oraz o nowościach.

Sieć Budowlana Export z Krzyżowej Doliny ma około 20 pracowników i wciąż szuka osób do pracy. ©



► **NA POTRZEBY INWESTORÓW:** Sieć Budowlana Export z Krzyżowej Doliny to dostawca nowoczesnych materiałów i rozwiązań technicznych dla budownictwa. [FOT. ADOBE STOCK]

GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Więcej niż narzędzia

Spółka Adamus SA od ponad 40 lat dostarcza producentom tabletek najwyższej jakości rozwiązania technologiczne. Jednak zgodnie z hasłem przewodnim „More than tooling” firma stara się być dla klientów i partnerów biznesowych kimś więcej niż tylko dostawcą narzędzi do tabletek.

Firma Adamus SA została założona w 1981 r. przez Henryka Adamusa jako przedsiębiorstwo produkujące formy wtryskowe. Po roku działalności profil biznesowy spółki został uzupełniony o drugą gałąź – wytwarzanie narzędzi do tabletek – i to właśnie ten kierunek stał się trzonem działalności firmy.

– Dziś Adamus sprzedaje narzędzia stemplowe używane do produkcji tabletek, części zamienne do tabletek, kapsułkarek i maszyn blistrujących stosowanych w farmacji i innych sektorach przemysłu w 60 krajach świata. Jesteśmy jednym z czterech największych światowych producentów dostarczających swoje produkty globalnie. Wśród rynków, na których mamy silną pozycję, znajdują się nie tylko kierunki bliskie i oczywiste jak Niemcy, gdzie generujemy 30 proc. swoich obrotów, ale także destynacje bardziej egzotyczne, jak Meksyk i Brazylia – mówi Artur Jakubiak, dyrektor ds. rozwoju Adamus SA.

Nowoczesna produkcja

Głównym odbiorcą oferty Adamus SA jest przemysł farmaceutyczny, dla którego najważniejszym kryterium użyteczności narzędzia jest jego wysoka precyzja zapewniająca ścisłą kontrolę dawki. Aby zapewnić utrzymanie precyzyjnej wagi tabletki, firma nieustannie inwestuje w nowoczesne parki maszynowe oraz innowacyjne technologie.

– Robotyzujemy wszystkie procesy, które możemy, a dla robotów tworzymy własne systemy podawania czy wymiany detali. Pewne maszyny konstruujemy sami, np. prasy hydrauliczne. Samowystarczalność w prostych operacjach technologicznych pozwala nam usprawnić pracę zakładu. Poszukujemy nowych technologii – w przyszłości planujemy zastąpienie klasycznego polerowania elektropolerowaniem – wymienia Artur Jakubiak.

Bardzo precyzyjna jest także kontrola jakości wytwarzanych narzędzi stemplowych używanych do produkcji tabletek. Każde z nich jest znakowane i identyfikowalne, każdy zestaw stempli i matrycy ma protokół pomiarowy, który podaje wymiary w wymaganych tolerancjach.

Sztandarowa innowacja

Opracowywaniem nowych pomysłów i usprawnień odpowiadających na nieustannie rosnące potrzeby rynku farmaceutycznego zajmuje się Centrum Innowacji im. Henryka Adamusa.

To właśnie tu, we współpracy z Politechniką Szczecińską, powstała innowacyjna na skalę światową precyzyjna maszyna do monitorowania zużycia narzędzi stemplowych używanych do produkcji tabletek.

– Narzędzia do produkcji tabletek ulegają zużyciu na skutek procesów

mechanicznych, firmy farmaceutyczne muszą bardzo dokładnie monitorować ich stan. My oferujemy im w pełni zautomatyzowane urządzenie, które potrafi bezdokładnie, w bardzo krótkim czasie zmierzyć parametry geometryczne narzędzia. Zastosowana w tym celu metoda optyczna gwarantująca rozdzielczość pomiarową do 1 mikrometra jest kamieniem milowym w kontroli jakości narzędzi – wyjaśnia Artur Jakubiak.

– Ten produkt to nasz „eye catcher” – przyciąga klientów i daje bazę do budowania dalszej relacji. Maszyna, ze względu na swoją wyjątkowość, znalazła nabywców wśród światowych koncernów farmaceutycznych – dodaje.

Sprzedaż to nie wszystko

Najważniejszym celem Adamus SA jest zbudowanie w oczach klientów wizerunku firmy nie tylko jako niezawodnego dostawcy narzędzi, lecz zaufanego partnera, mogącego zawsze służyć wiedzą, doświadczeniem i wsparciem.

– Proponujemy klientom wsparcie w ich procesie produkcji, bo interesujemy się tym, jak pracują nasze narzędzia i co mogą zrobić, aby usprawnić ten proces, ale również bardzo dokładnie nasłuchujemy tego, co klient ma nam do powiedzenia. Klienci są bardzo dobrym źródłem pomysłów, są praktykami, wiedzą, czego im potrzeba. Oni mają wizję, my możemy ją wdrożyć – przekonuje Adam Łyskanowski, dyrektor produkcji Adamus SA.

Poza bezpłatnymi usługami doradczymi klienci mogą uczestniczyć w szkoleniach organizowanych zarówno o siebie, jak i w szczytności siedziby spółki.

Ambicją firmy jest także aktywne wspieranie kobiet i społeczności lokalnej.

Choć branża, w której działa Adamus, jest zdominowana przez mężczyzn, to w kadrze zarządzającej spółką są wybitne ekspertki w swoich dziedzinach. Wieleletnia prezes, dyrektor do spraw kluczowych klientów, kierownik marketingu i główna księgowa to kobiety. Polityka odpowiedzialności społecznej spółki wzmacnia potencjał kobiet, pomaga rozwijać ich talenty i umożliwia awans na wszystkich szczeblach kariery zawodowej.

Poprzez współpracę z lokalnymi szkołami średnimi i uczelniami technicznymi w zakresie praktyk zawodowych i staży Adamus SA wspiera młodych ludzi stawiających pierwsze kroki na rynku pracy. Firma chętnie angażuje się także w przedsięwzięcia sportowe, wspomagając jeździeckich mistrzów Polski i sekcję piłki nożnej w Klubie Sportowym Adamus.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST ADAMUS SA



► **KOBIETY U STERU:** Choć branża, w której działa Adamus jest zdominowana przez mężczyzn, to w kadrze zarządzającej spółką są wybitne ekspertki. Wieleletnia prezes, dyrektor do spraw kluczowych klientów, kierownik marketingu i główna księgowa to kobiety. [FOT. ARC]



► **BADANIA I ROZWÓJ:** Opracowywaniem nowych pomysłów i usprawnień zajmuje się Centrum Innowacji im. Henryka Adamusa. To właśnie tu powstała innowacyjna, precyzyjna maszyna do monitorowania zużycia narzędzi stemplowych używanych do produkcji tabletek. [FOT. ARC]



GAZELE BIZNESU 2022 — LIDERZY WOJEWÓDZTW

coface
FOR TRADE

WOJEWÓDZTWO PODKARPACKIE — ENERVIGO

Transformacja energetyczna na 100 sposobów

Grupa Enervigo poprzez miks technologii chce mieć realny wpływ na transformację energetyczną polskiego przemysłu. Oddziaływać na jego dekarbonizację, a w długofalowej perspektywie na neutralność klimatyczną

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1 25	Enervigo	Mielec	574
2 31	BK Glass	Tarnobrzeg	533
3 58	PV System	Rzeszów	418
4 69	Motores	Rzeszów	397
5 139	AL-Mar	Krosno	319
6 164	Aserto	Kolbuszowa	299
7 179	Ekotech	Jaroslów	289
8 202	Max-Stone	Odrzykoń	276
9 300	IT -Shop24.pl	Rzeszów	244
10 329	Eurostyr	Łańcut	237
11 330	Rofa Polska	Rzeszów	236
12 377	Hansen Polska	Głogów Małopolski	227
13 396	Stal Impex	Krosno	224
14 430	Extrego	Świlcza	220
15 441	Papielsan	Płowce	218

Pełen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazete>

Historia Enervigo sięga 1998 r., kiedy na bazie aktywów Wytwórni Silników PZL-Mielec powstała spółka Mielec Diesel Gaz. Początkowo firma skupiała się na produkcji i serwisie agregatów prądotwórczych. Dynamiczny rozwój spółki nastąpił po 2013 r., wraz z nabyciem 100 proc. udziałów przez prywatnych inwestorów.

Lata 2013 do 2018 to okres intensywnej pracy nad rozwojem technologii kogeneracji, czyli skojarzonego wytwarzania energii elektrycznej i ciepła. Wytrwałość i zaangażowanie zostały docenione licznymi nagrodami, m.in. przez kapitułę prestiżowego konkursu GreenEvo – Akcelerator Zielonych Technologii, organizowanego przez Ministerstwo Środowiska oraz przez Międzynarodowe Targi Poznańskie przyznaniem Złotego Medalu Targów Poleko 2014 i Poleko 2015.

Kolejnym kamieniem milowym okazał się rok 2018, w którym spółka zmieniła model biznesowy, stając się integratorem technologii energetycznych



► **ENERGIA W OFERCIE:** W portfolio technologii Enervigo ma m.in. kogenerację, fotowoltaikę, magazyny energii, agregaty absorpcyjne czy moduły ORC. [FOT. ARC]

(kogeneracji, trigeneracji, poligeneracji). Z uwagi na obrany kierunek rozwoju i znaczne poszerzenie zakresu działalności podjęto decyzję o zmianie nazwy na Enervigo.

Dziś Enervigo jest partnerem dla przedsiębiorców w obszarze transformacji energetycznej ich biznesów, przeprowadzanych w procesie end-to-end.

Co to oznacza dla klientów?

– Jesteśmy z nimi na każdym etapie procesu. Pomagamy zdiagnozować obszary, które należy poddać analizie w kontekście gospodarki energetycznej.

W portfolio technologii mamy kogenerację, fotowoltaikę, magazyny energii, agregaty absorpcyjne czy moduły ORC – mówi Krzysztof Kapinos, wiceprezes zarządu Enervigo.

Ostatnie lata to też dynamiczny rozwój w obszarze R&D. W latach 2020-21 spółka zrealizowała projekt badawczo-rozwojowy, którego rezultatem jest technologia pod nazwą „Inteligentny system zarządzania energią z wykorzystaniem własnej generacji i układu akumulacji energii elektrycznej i ciepła”. Przedsięwzięcie to pozwoli

Enervigo zbudować istotne technologiczne przewagi konkurencyjne w skali światowej.

Wraz z rozwojem i potrzebą rozbudowy mocy produkcyjnych w IV kwartale 2020 r. firma zakończyła budowę nowej siedziby, z większą przestrzenią produkcyjną, nowoczesną laboratorią i stanowiskiem testowym modułów CHP.

Jednak Enervigo to nie tylko firma w Mielcu – to grupa firm. W portfolio spółek zależnych znajdują się m.in. takie krakowskie firmy, jak Termster Absorpcja, spółka dedykowana na technologii wykorzystującej bromolitowe agregaty absorpcyjne, czy ZRBI Instalacje, podmiot ściśle zajmujący się częścią wykonawczą, odpowiedzialny za realizację prac instalacyjnych.

– Należy wspomnieć także o naszej ostatniej inwestycji. Z końcem listopada nabyliśmy 100 proc. udziałów w warszawskiej spółce Ellipsis Energy, będącej liderem na rynku doradztwa energetycznego – dodaje Krzysztof Kapinos. ☺ ☺

WOJEWÓDZTWO PODLASKIE — SYNTIS

IT to bezpieczny rynek

Firma wypracowała sobie markę w Podlaskiem, ma swoich klientów, bardziej polega na kontaktach oraz rekomendacjach niż na promocji i marketingu

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1 137	Syntis	Grabówka	321
2 183	Va-Varuste Poland	Suwałki	288
3 209	KIK	Białystok	273
4 259	Glozel	Białystok	256
5 322	Trade House Forsage Instrument Pol	Białystok	237
6 427	Tooles	Białystok	220
7 431	Pianpol Tex	Łomża	220
8 489	SP ZOZ WSPR W Białymstoku	Białystok	212
9 515	Podlaskie Zakłady Zbożowe	Białystok	208
10 553	Torel	Augustów	204
11 607	Inter-Rol	Bielsk Podlaski	200
12 614	Alcar	Białystok	199
13 627	Skłodowscy	Tykocin	199
14 646	Nibe-Biawar	Białystok	197
15 699	Ferma Sikory	Łomża	193

Pełen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazete>

– Stawiamy na dobrą i stałą współpracę z klientami. Nie staramy się konkurować na każdym polu z innymi firmami branży informatycznej. Wiemy, że dobrze wykonana praca owocuje powrotem klienta i rekomendacją. Spośród klientów zyskałoby właśnie z polecenia – mówi Marcin Wiensko, prezes i współwłaściciel Syntis.

Firma zajmuje się szeroko rozumianym IT, czyli obsługą firm, urzędów, uczelni w zakresie doboru oprogramowania i technologii informatycznych, zaopatrzeniem w sprzęt komputerowy oraz budową sieci radiowych i światłowodowych.

Ale technologie informatyczne rozwijają się bardzo dynamicznie. Znaleźliśmy własny niszy pozwalają na bezpieczne patrzenie w przyszłość.

– Firma oczywiście musiała się zmieniać, nadążać za tym, co się dzieje w informatyce. To bardzo dynamiczny sektor – komentuje Marcin Wiensko.

Jak to najczęściej bywa, młodzi ludzie pasję informatyczną wpłynęli na ścieżkę kariery.

Firmą zarządzają dwaj wspólnicy: Marcin Wiensko i Wojciech Wiatrowski.

– Ja i mój wspólnik wychowaliśmy się na IT. Od początku kariery zawodowej pracowaliśmy w firmach komputerowych. Trwało to kilkanaście lat, aż wreszcie uznaliśmy, że pora iść na swoje. W 2014 r. założyliśmy własną firmę. Rozwijamy się organicznie, zwiększając obroty, stan osobowy, podążając za potrzebami rynku i naszych klientów. Poważniejszym krokiem rozwojowym w historii naszej firmy było rozpoczęcie budowy sieci szkieletowych. To oznaczało zaangażowanie większych środków, zatrudnienie większej liczby pracowników – mówi Marcin Wiensko.

W firmie Syntis zatrudnionych jest 20 osób. Ponadto stale współpracuje z grupą ok. 40-50 podwykonawców. Trzon zespołu, również informatyczny, stanowią pracownicy woleolęni. – Pandemia COVID-19 i zerwanie łańcucha dostaw mogły mieć spory wpływ na realizację naszych zleceń. Na szczęście,

dzięki dobrej współpracy z naszym podstawowym dostawcą w branży IT, firmą Dell, byliśmy w stanie zabezpieczyć klientom sprzęt bez znaczących opóźnień. Wcześniej wyselekcjonowana grupa zaufanych dostawców w branży telekomunikacyjnej pozwoliła na uniknięcie przestoju oraz opóźnień na prowadzonych budowach. Tym samym byliśmy w stanie zapewnić terminową realizację zawartych umów – mówi Marcin Wiensko.

Jednak jeszcze nie koniec z problemem dostaw. Głównie chodzi o dostępność sprzętu sieciowego.

– Są produkty, np. switchy, chipy, na które się czeka po pół roku, a więc problemy z dostępnością wciąż występują. Jeśli zaś chodzi o sprzęt typu macierze, serwery, to jest już dobrze – wymienia Marcin Wiensko.

Zapytany o ważne czynniki sukcesu, o podstawę do rozwoju, mówi bez zastanowienia: – Ludzie, bez nich niczego nie ma tak naprawdę. To jest podstawa. Nasza kadra jest naszym największym atutem. ☺ ☺



► **BEZ OBAW:** Potrzeby rynku są duże, firmy informatyzują się, a te zinfomatyzowane potrzebują aktualizacji, wsparcia. Trzeba tylko nadążać za nowościami – komentuje Marcin Wiensko, prezes i współwłaściciel Syntis. [FOT. ARC]

GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Wiadomości SMS stały się podstawą komunikacji z klientem

Włączenie SMSAPI do międzynarodowej grupy LINK Mobility pozwoliło gliwickiej spółce konkurować z najlepszymi. Osiągnęła gigantyczny wzrost liczby klientów i wartości przychodów. Dziś chce już być w top5 globalnych dostawców CPaaS

Ostatnie pięć lat dla SMSAPI to okres wyjątkowej pracy i przyspieszonego rozwoju. Efekty odzwierciedla kondycja spółki, która w 2017 r. zdecydowała się dołączyć do międzynarodowej grupy LINK Mobility. Jeszcze w 2016 r. przychody SMSAPI wynosiły 38 mln zł, w roku 2021 wskaźnik ten sięgnął już poziomu 114 mln zł. W tym okresie liczba aktywnych klientów spółki na całym świecie zwiększyła się z 5,8 tys. do 8,5 tys. Proporcjonalnie rosła także liczba wysyłanych za pośrednictwem platformy SMSAPI wiadomości SMS – w ubiegłym roku klienci wysłali ich łącznie aż 1,3 mld (w 2016 r. – 0,5 mld). Firma dostrzegając ogromne zainteresowanie jej usługami rozpoczęła ambitną strategię rozwoju. W kolejnych latach postawiła na kontynuację szeroko zakrojonej ekspansji zagranicznej. Planowane rozszerzenie skali działania pozwoli SMSAPI aspirować do top5 globalnych dostawców CPaaS.

Nasza strategia rozwoju jest ambitna, ale właśnie do takiego działania inspirowane nas funkcjonowanie w grupie LINK Mobility, wywodzącego się z Norwegii największego globalnego dostawcy usług z obszaru marketingu SMS, wiadomości, powiadomień i autoryzacji danych. Ścisłe współpracujemy z zagranicznymi oddziałami LINK Mobility, aby zmaksymalizować efekty naszych działań i rozwijać biznes w szybkim tempie. Od dwóch lat realizujemy strategię LINK 2025, której celem jest zostanie graczem top5 wśród globalnych dostawców CPaaS do końca 2025 r. Jesteśmy na najlepszej drodze do wypełnienia tych założeń – mówi Wojciech Kaczmarek, dyrektor zarządzający LINK Mobility Poland.

Dodaje, że obecnie głównym kanałem dla usług spółki są SMS-y, jednak przyszłość biznesu stanowią będą już komunikatory OTT i RCS, które dają użytkownikom o wiele większe możliwości niż wiadomości tekstowe.

– Wierzę, że wspólnie z klientami z sukcesem adaptujemy nowe standardy, które wprowadzają procesy, zakupy i komunikację między firmami a klientami na jeszcze wyższy poziom – podkreśla Wojciech Kaczmarek.



► **KIERUNEK ROZWOJU:** Wiele inwestujemy w rozwój naszej platformy na zagranicznych rynkach. W tym roku uruchomiliśmy usługi w Bułgarii, a w grudniu tego roku wystartowaliśmy z projektem w Rumunii. Dostrzegamy szanse na rynkach mniej rozwiniętych niż polski – mówi Wojciech Kaczmarek, dyrektor zarządzający LINK Mobility Poland. [FOT. ARC]



Lokalna firma, globalny sukces

Historia SMSAPI toczy się równoległe z rozwojem branży e-commerce w Polsce. Spółka była jednym z pierwszych podmiotów oferujących na krajowym rynku zautomatyzowane SMS-y dla sklepów internetowych. A jak to w biznesie bywa, największe szanse na osiągnięcie sukcesu mają pionierzy, którzy wcześniej niż inni dostrzegają rynkowe nisze i wypełniają je własnymi produktami lub usługami.

Szybko okazało się, że biznesowe zapotrzebowanie jest na tyle duże, że wymaga oddzielenia systemu sprzedażowego od bramki SMS. W 2007 r. na bazie modułu wysyłki SMS-ów w oprogramowaniu e-commerce utworzyliśmy więc niezależną platformę SMSAPI. Dla nas kolejnym kamieniem milowym było uruchomienie platformy zagranicznej w 2014 r., która oferuje masowe wysyłki SMS-ów na cały świat. Szybko zauważyli nas zagraniczni liderzy. W 2017 r. w ramach akwizycji o wartości 16 mln EUR spółka SMSAPI została włączona do międzynarodowej grupy LINK Mobility. Dla nas było to trampoliną do globalnego sukcesu – opowiada Wojciech Kaczmarek.

Przyznaje, że ostatnie lata dla firmy i zespołu były niezwykle wymagającym testem elastyczności w podejściu do biznesu. – Dołączenie do grupy LINK Mobility było dla nas ogromną szansą, ale i wy-

zwaniem. Zagraniczne przejęcia wiązały się często z dużymi zmianami organizacyjnymi, przetasowaniami kadrowymi, a czasem nawet zamknięciem firmy. W przypadku SMSAPI nic takiego się nie wydarzyło, wręcz przeciwnie, dzięki LINK kwitniemy. Możemy się rozwijać już nie tylko w Polsce, ale znacznie szerzej – na arenie międzynarodowej – mówi Wojciech Kaczmarek.

Tak intensywny rozwój to w dużej mierze zasługa kompetentnego, obecnie 75-osobowego zespołu, który stanowi fundament SMSAPI. Część założeń jest związana z firmą od samego początku.

Sukces goni więc sukces. Firma rok do roku notuje wzrost sprzedaży, przychodów i zysku. Bije rekordy wysyłek SMS-ów. Dzięki temu coraz odważniej patrzy na kolejne rynki zagraniczne.

Wysoka rekomendacja usług

SMSAPI, w dużej mierze za sprawą przynależności do grupy LINK Mobility, już teraz dociera z usługami do 194 państw, platforma posiada siedem wersji językowych. Firma ma bezpośrednie umowy z operatorami GSM na całym świecie. Przykładowo ogromną wagę do jakości obsługi klienta – prowadzi monitoring 24/7, dba o onboarding i edukację klientów. W przypadku SMSAPI współczynnik NPS (ang. net promoter score – wskaźnik rekomendacji netto), czyli ocena lojalności

klientów względem firmy, wynosi 82 pkt. W praktyce oznacza to, że 82 proc. klientów jest skłonnych do polecenia usług firmy. Taki poziom jest trudny do osiągnięcia nawet przez największych globalnych gigantów – np. Netflix ma 64 pkt, PayPal – 63, a Amazon – 54.

Spółka w ubiegłym roku uzyskała certyfikat ISO 27001, poświadczający zgodność usług z międzynarodową normą dotyczącą Systemu Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji. Firma tym samym otworzyła sobie furtkę do współpracy z bankami i instytucjami finansowymi, którym szczególnie zależy na bezpieczeństwie informacji.

– Wiele inwestujemy w rozwój naszej platformy na zagranicznych rynkach. W tym roku uruchomiliśmy usługi w Bułgarii, a w grudniu tego roku wystartowaliśmy z projektem w Rumunii. Dostrzegamy szanse na rynkach mniej rozwiniętych niż polski. Koszty IT wzrosły na całym świecie, w związku z czym stworzenie takiego systemu jak nasz, nad którym pracowaliśmy przez ostatnie 15 lat, jest nieosiągalne dla wielu konkurentów. To nasza wielka przewaga rynkowa, którą chcemy wykorzystać i zmonetyzować również poza Polską – zaznacza Wojciech Kaczmarek.

Długoterminowe prognozy dla rynku

Rynkowe zapotrzebowanie na świadczone przez SMSAPI



usługi i właściwie nakreślona strategia działania umożliwiają firmie kontynuowanie intensywnego rozwoju także w trudnych pod względem gospodarczym i geopolitycznym czasach.

– Ostatnie trzy lata były dość zaskakujące. W 2020 r. wybuchła pandemia COVID-19, która w związku z lockdownami wywołała problemy z płynnością finansową klientów i wymusiła na nas wprowadzenie pewnych zmian w modelu działania. Kolejny rok natomiast przyniósł nam największe w ostatnich latach wzrosty obrotów – przypomina Wojciech Kaczmarek.

Wszystko wyglądało bardzo optymistycznie, wtem przyszedł rok 2022, który rozpoczął się konfliktem zbrojnym za wschodnią granicą.

– Wiele naszych klientów było aktywnych w Ukrainie czy Rosji. Część z nich z dnia na dzień straciła sporą część swojego biznesu. Dodatkowo uwidoczniła się wszechobecna inflacja. Kryzys energetyczny i tzw. Nowy Ład jeszcze

mocniej podkreśliły inflację. Jej skutki odczuwać zaczęli zarówno nasi partnerzy, jak i pracownicy. Wszystkie duże firmy zmuszone zostały do poszukiwania oszczędności, dlatego i my staramy się dopasować do nowej rzeczywistości, dywersyfikujemy rynki oraz kanały dystrybucji. Łatwiej optymalizować biznes, gdy wzrost gospodarczy jest niższy, aby chronić nasz najważniejszy zasób w firmie: ludzi – podkreśla Wojciech Kaczmarek.

Dziś optymizmu dodają długoterminowe prognozy rynkowe. Technologia SMS ma już około 30 lat. I chociaż sama w sobie przestrzeni tych lat niewiele się zmieniła, to jednocześnie z czatu dla użytkowników indywidualnych stała się kanałem komunikacji dla biznesu. Według prognoz globalna wartość rynku SMS-ów A2P zwiększy się z obecnych 71 mld do 101 mld USD w 2028 r.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST LINK MOBILITY



GAZELE BIZNESU 2022 — LIDERZY WOJEWÓDZTW

coface
FOR TRADE

WOJEWÓDZTWO POMORSKIE — VGL SOLID GROUP — LIGENTIA GROUP

Droga do osiągnięcia globalnej skali

Rozumienie zmieniających się potrzeb klientów oraz planowanie optymalnych i dopasowanych rozwiązań logistycznych nigdy nie było tak istotne jak dzisiaj

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	28	VGL Solid Group – Ligentia Group	Gdynia 539
2	46	Ocean Professional Logistics	Gdynia 453
3	98	Tricargo	Gdynia 355
4	105	Alfa Forwarding Ltd	Gdynia 348
5	109	Sendom Domy Drewniane	Stara Kiszewa 348
6	136	Medyczne Laboratoria Diagnostyczne Invicta	Sopot 321
7	146	Savino Del Bene Poland	Gdynia 312
8	156	Agro Horse	Nowy Dwór Gdański 305
9	175	Langowski Logistics	Gdynia 293
10	180	Peko	Gdańsk 289
11	185	Mirko	Ślupsk 286
12	189	Kabarpol7	Gdańsk 285
13	190	FPT	Gdańsk 285
14	211	Exxo	Gdańsk 272
15	228	Maxbud	Reda 265

Pełen ranking Gazele Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazele>

Historia firmy sięga początku lat dwutysięcznych. Jej rozwój wytyczał kamienie milowe oznaczające wejście w kolejne segmenty rynku, podjęcie nowych obszarów działalności – od spedycji morskiej i lotniczej, po drogową i kolejową. Od agencji celnej przez kolejne centra dystrybucyjne, po kompleksowe zarządzanie łańcuchem dostaw. VGL Solid Group jako część Grupy Ligentia obsługuje czołowych klientów w takich branżach, jak fashion & retail, home & furniture, food & beverage, paper & packaging, electronics czy automotive i realizuje dla nich zadania z zakresu zarówno spedycji krajowej i międzynarodowej, jak i organizacji łańcuchów dostaw.

W tegorocznej edycji programu „Operator logistyczny roku” firmę wyróżniono tytułem Lidera Logistyki w kategorii konkurencyjności w spedycji lotniczej i morskiej. Przy tej okazji Paweł Todorow, COO sea-air-rail VGL Solid Group, odniósł się do problemów, wobec których stanęły



podmioty z branży, w tym VGL. – Nowe wyzwania wymagają od nas nowych rozwiązań, a w tym obszarze stworzyliśmy się m.in. na współpracę z nowymi grupami ładunkowymi, realizując czy też organizując czartery morskie i lotnicze. Rozumienie zmieniających się potrzeb klientów oraz planowanie optymalnych i dopasowanych rozwiązań nie było jeszcze nigdy tak istotne jak dzisiaj – podsumował.

VGL Solid Group od września 2022 r. jest częścią brytyjskiej firmy Ligentia Group. Droga do osiągnięcia globalnej skali na

► WPŁYW GOSPODARKI: Na rynku panuje spora niepewność wywołana inflacją, kryzysem energetycznym oraz wojną w Ukrainie. W najbliższych miesiącach logistyka kontraktowa będzie obciążona ogromnym wzrostem kosztów gazu oraz prądu. Dopóki te czynniki się nie ustabilizują, należy liczyć się ze spadkami wolumenów – zapowiada Bolesław Chełkowski, CEO contract logistics VGL Solid Group. [FOT. ARC]

rynku logistycznym prowadziła przez strategiczne działania M&A: w 2021 r. nastąpiło połączenie VGL Group z Solid Logistics (VGL Solid Group), a w 2022 r. organizacja ta stała się częścią Grupy Ligentia – globalnego dostawcy technologii i rozwiązań do zarządzania łańcuchem dostaw.

Powstała organizacja składająca się z 1,3 tys. ekspertów logistyki w 30 lokalizacjach na całym świecie.

– Ta integracja tworzy nową, silniejszą pozycję rynkową, dzięki której połączone przedsiębiorstwo może negocjować lepsze

warunki z podwykonawcami. Zwiększy też innowacyjność oferowanych rozwiązań, a także zapewni dostęp do najlepszych technologii usprawniających procesy logistyczne. Połączenie ma wzmocnić działalność na szlakach handlowych pomiędzy Azją i Europą oraz trasach transpacyficznych – komentował Bolesław Chełkowski, CEO contract logistics VGL Solid Group.

Według Pawła Todorowa w nadchodzącym czasie będzie miał świadkami intensyfikacji procesów mergers & acquisitions prowadzących do dalszej konsolidacji rynku i umacniania się dużych operatorów logistycznych.

– Liczne fuzje i przejęcia będą pogłębiały rozwarstwienie na rynku między największymi graczami a średnimi, którzy będą mierzyli się z ograniczonymi możliwościami operacyjnymi ze względu na mniejsze zaplecze finansowe i operacyjne. Nie bez znaczenia dla sytuacji rynkowej pozostanie rosnąca aktywność armatorów, którzy wchodzą w działalność spedycyjną – komentuje Paweł Todorow. ☺ ☹

WOJEWÓDZTWO ŚLĄSKIE — JM STALE

Wykorzystana zmiana warunków

Przejechali się na turbinach wiatrowych. Covid pomógł się im wybić. Teraz czeka ich budowa własnej hali produkcyjnej i wejście na zagraniczne rynki

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	13	JM Stale	Dąbrowa Górnicza 692
2	16	4B-Finanse	Sosnowiec 656
3	19	Emiter	Katowice 633
4	36	ZMUW Engineering	Sosnowiec 521
5	43	Stanieczko	Tychy 457
6	51	Complex Dąbrowa Górnicza	Dąbrowa Górnicza 442
7	65	Dermatrade	Bielsko-Biała 404
8	92	Wojmar	Żory 360
9	97	Empire Nord Groupe	Bielsko-Biała 355
10	115	Miami Mobile	Mysłowice 341
11	116	Innpro	Rybnik 341
12	118	JFK Group	Mikołów 341
13	126	Ferrum-Profil System	Częstochowa 332
14	145	ID Logistics Polska	Katowice 314
15	153	Nsteel	Myszków 309

Pełen ranking Gazele Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazele>

– Na pomysł utworzenia firmy wpadli w końcu 2015 r. kierownik budowy i menedżer firmy dostarczającej zbrojenie. Na początku kolejnego roku podpisano umowę założenia spółki, a jej pierwszymi zleceniami były zbrojenia pod budowę farm wiatrowych. Długo się nie nacieszyli, weszła ustawa o ograniczeniach OZE – słynna 10H-1 i zaprzestano budowy silowni wiatrowych – opowiada Katarzyna Rejzerowicz, współzałożycielka spółki.

Firma rozpoczęła więc realizację innych zleceń, działając jako pośrednik między klientem a zbrojarnią. Przy takim rozwiązaniu napotykała jednak problemy z dotrzymywaniem zadeklarowanych terminów dostaw. W końcu 2018 r. nastąpiła zmiana w zarządzie i JM Stale stała się firmą rodzinną.

– Wtedy pojawił się projekt wybudowania hali i otwarcia zakładu produkcyjnego. Już w grudniu 2019 r. na wynajęty teren przyjechała prosto z Włoch pierwsza specjalistyczna maszyna do cięcia i gięcia prętów żelaznych – mówi Katarzyna Rejzerowicz.



Szukano pracowników, przy maszynie stał sam prezes, a tu jeszcze w marcu 2020 r. wybuchła pandemia. To właśnie ona pozwoliła się wybić małemu zakładowi produkcyjnemu. Kiedy duże firmy borykały się z kwarantannami, zleceniodawcy szukali innych możliwości realizacji swoich projektów, aby minimalizować powstające opóźnienia.

Jeszcze w 2020 r. kupiono kolejne nowe maszyny włoskich producentów. Wzrosło też zatrudnienie wykwalifikowanych pracowników. JM Stale stanęła przed nowym wyzwaniem – brakiem miejsca dla wyprodukowanych



► ATUTY: Jesteśmy firmą rodzinną, elastyczną, przyjazną klientowi – podkreśla Jacek Rejzerowicz, prezes JM Stale. [FOT. ARC]

prefabrykatów oraz dla kolejnych maszyn w wynajmowanej hali.

Wtedy zdecydowano o poszukiwaniu własnego kawałka gruntu, na którym miał powstać zakład produkcyjny zwiększający moce przerobowe. W tym samym roku w przetargu w Katowicach firma kupiła grunt pod własną halę. – Konkurencja jest dla nas wyzwaniem. Na Śląsku jest sporo małych i dużych zbrojarni. Nasza skupia się głównie na zleceniach krótkoterminowych, nie bniemy w duże, ryzykowne kontrakty. Stawiamy na wysoką jakość produkowanego zbrojenia i szybki termin realizacji z do-

stawą na budowę – podkreśla Katarzyna Rejzerowicz.

Z uwagi na prężny rozwój firma ma problemy ze znalezieniem wykwalifikowanych pracowników. Załoga składa się z 15 osób, w tym 4 z Ukrainy.

– Przed nami nie lada wyzwanie – budowa 2,8 tys. m kw. hali produkcyjnej oraz budynku biurowo-socjalnego. We Włoszech czeka na nas kolejna maszyna do cięcia i gięcia prętów żelaznych, która jako pierwsza wejdzie do nowego zakładu – mówi współzałożycielka spółki.

Wykonano również kolejny krok w rozwoju produkcji konstrukcji stalowych i rozszerzeniu działalności na rynki zagraniczne. W tym celu JM Stale przeszła certyfikację zgodną z normą PN-EN ISO 3834-2 oraz PN-EN 1090.

– Najważniejsze dla nas jest umożliwienie jak największej liczbie klientów szybkiej i dokładnej realizacji ich projektów. Choć czas nie są łatwe chcemy zapewnić lepsze warunki naszym pracownikom. To dzięki nim jesteśmy tu, gdzie jesteśmy – deklaruje Katarzyna Rejzerowicz. ☺ ☹



Rozwiązania Parkera przyczyniają się do wzrostu wydajności i rentowności



Firma Techmak jest certyfikowanym dystrybutorem innowacyjnych produktów Parker. Oferujemy bardzo szeroki zakres komponentów i systemów oraz doradztwo techniczne i serwis. Zapraszamy do naszych sklepów ParkerStore.



TECHMAK

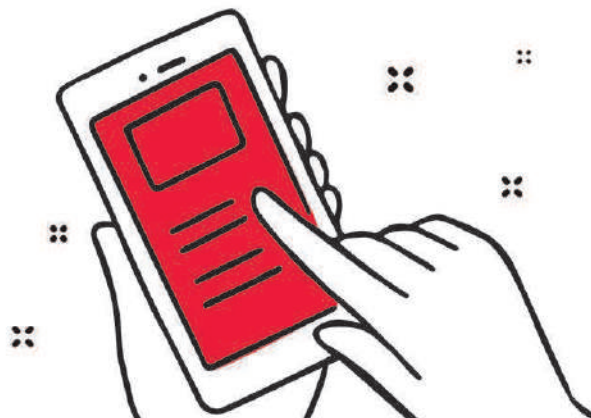
TECHMAK Sp. z o.o.
64-100 Leszno, ul. Spółdzielcza 4a | tel. 65 529 62 21 | fax 65 529 93 62
e-mail: techmak@techmak.com.pl | www.techmak.com.pl

Od 25 lat pomagamy Ci zarabiać

Pamiętaj

o przedłużeniu prenumeraty
„Pulsu Biznesu” na 2023 rok

Napisz na prenumerata@pb.pl lub zadzwoń 22 333 98 32



Szwedzka precyzja, polska przedsiębiorczość

Rok 2022 zapisał się w historii TLC jako przełomowy. W maju Gazela z Gorlic uruchomiła drugi zakład produkcyjny – Ocynkownię ogniową & Packing Center. Nowoczesny obiekt przystosowany jest do konstrukcji wielkogabarytowych

To niejedyny projekt, na który w ostatnim czasie porwała się firma z województwa małopolskiego. W ramach Polskiej Strefy Inwestycji prowadzi rozbudowę zakładu produkcyjnego. Powiększenie hali ma wpłynąć na wzrost konkurencyjności przedsiębiorstwa i znaczne zwiększenie mocy produkcyjnych.

Międzynarodowe partnerstwo

Polsko-szwedzki koncern zatrudnia ponad 400 wysoko wykwalifikowanych specjalistów. – Oferujemy kompleksowe rozwiązania w dziedzinie projektowania, produkcji i montażu swoich wyrobów, które cieszą się dużym zainteresowaniem w Europie i na świecie. Działamy poprzez sieć dystrybucji, która została rozlokowana w największych miastach Polski, ale także w Szwecji, Niemczech i Wielkiej Brytanii – mówi Jacek Czech, który wraz z Thomasem Lingefeltem założył TLC i odpowiada za development całej Grupy.

TLC Rental – wynajem i sprzedaż

Na początku TLC wytwarzało ogrodzenia tymczasowe do



► **Z GORLIC W ŚWIAT:** Na realizację spółki można się natknąć w najdalszych zakątkach globu. Przykładem jest 11 zbiorników na celulozę, które stoją w jednym z największych portów na świecie, w Urugwaju. Wykonała je będąca częścią Grupy TLC spółka Nordweld. Każdy zasobnik zaopatrzone w schody i platformy, które do Montevideo przybyły prosto z Gorlic. Wraz z 250 tonami sprzętu pojechało tam 16 spawaczy. [FOT. ARC]

zabezpieczenia wielkich obiektów, takich jak stadiony na Euro 2012. Dzisiaj TLC Rental (Spółka z Grupy TLC) to wyspecjalizowana wypożyczalnia mobilnych systemów zabezpieczeń budowlanych. Oferuje kompleksową obsługę w zakresie wynajmu: ogrodzeń, schodów mobilnych, zabezpieczeń krawędzi,

podestów rozładunkowych oraz toalet tymczasowych. Sieć dystrybucji spółki rozlokowana została w największych miastach Polski: Warszawie, Krakowie, Katowicach, Szczecinie, Rzeszowie, Wrocławiu, Toruniu, Poznaniu i Gdańsku. Kadra spółki zrzesza specjalistów z wieloletnim doświadczeniem, dlatego TLC



Rental obsługuje blisko 3 tys. największych inwestycji w kraju i współpracuje z czołowymi firmami sektora budowlanego.

Schody modułowe Asta

Jednym z dynamicznie rozwijających się produktów Grupy są schody Asta - przeznaczone do samodzielnego montażu.

Schody cechuje krótki czas realizacji, łatwa dostępność, szeroki wybór konfiguracji oraz prosty montaż. Sprzedaż schodów Asta odbywa się poprzez intensywnie rozbudowującą się sieć punktów dystrybucyjnych zlokalizowanych w kraju i za granicą w największych sklepach i marketach budowlanych.

Na podbój świata

W ciągu 16 lat działalności TLC zbudowało wokół siebie grupę podmiotów zależnych, odpowiedzialnych za promocję i dystrybucję produkowanego asortymentu:

- **Inter TLC AB Szwecja, Inter TLC GmbH Niemcy, Inter TLC LTD Wielka Brytania** – dystrybucja mobilnych systemów zabezpieczeń budowlanych oraz dystrybucja i montaż schodów i platform przemysłowych
- **TLC Rental** – wynajem i sprzedaż ogrodzeń, schodów mobilnych, zabezpieczeń krawędzi, podestów rozładunkowych oraz toalet tymczasowych
- **Nordweld Tank Building System** – innowacyjny system do budowy zbiorników wielkogabarytowych
- **MebloRent** – wynajem mebli biurowych i socjalnych

**PARTNEREM PUBLIKACJI JEST
TLC**



GAZELE BIZNESU 2022 — LIDERZY WOJEWÓDZTW

coface
FOR TRADE

WOJEWÓDZTWO ŚWIĘTOKRZYSKIE — EKOENERGIA POLSKA

Dopasować OZE do potrzeb

Początkowo zajmowali niewielkie biuro w jednym z inkubatorów Kieleckiego Parku Technologicznego. Dziś to nowoczesna firma kompleksowo rozwiązująca

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	125	Ekoenergia Polska Kielce	333
2	239	Uniestal Kielce	260
3	243	Palko Sędziszów	260
4	264	Global Pharma CM Suchedniów	254
5	276	Recevent Skarżysko-Kamienna	251
6	423	KT Inox Kielce	221
7	455	Tutlo Kielce	216
8	503	G.M.B.T. Magnus Fałków	210
9	520	Danpol Meat Food Kluczewsko	208
10	600	Megastyro Piekoszów	201
11	811	Agrima Włoszczowa	185
12	861	Petrobos Kielce	182
13	950	PBI Logistyka Sandomierz	177
14	977	Betoniarńia Radoszyce Radoszyce	176
15	1077	Faserbeton Fałków	172

Pełen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazete>



► **WIZJA ROZWOJU:** Wraz z dużymi firmami i jednostkami samorządu terytorialnego idziemy w kierunku rozwijania innowacji, budowania klastrów i spółdzielni energetycznych, by wspólnie tworzyć lokalne obszary bilansowania energii – podkreśla, Łukasz Dziedzic, prezes Ekoenergii Polska. [FOT. ARC]

Łukasz Dziedzic, prezes spółki Ekoenergia Polska mówi: Odkąd pamiętam chodził za mną pomysł na stworzenie centrum OZE, w którym moglibyśmy prowadzić badania i prezentować klientom nasze rozwiązania. Przez dziewięć lat nasz biznes rósł wraz z dynamicznym rozwojem rynku OZE. W pewnym momencie budowa własnego obiektu stała się więc koniecznością. Szansą dla nas okazał się rok 2015, kiedy ruszyły pierwsze projekty dla gmin. To spowodowało potrzebę wynajęcia większej przestrzeni magazynowej i biurowej w Centrum Technologicznym KPT. Dzięki funduszom z Unii Europejskiej firma wybudowała własne Centrum Badawczo-Rozwojowe. Ośrodek zajmuje 1,5 tys. mkw. i ma 49 stanowisk badawczych, gdzie prowadzone są badania pod kątem maksymalnej wydajności w różnych warunkach pracy modułów PV, pomp ciepła, a także kolektorów słonecznych. To pozwala odpowiedzieć na pytanie, jakie

rozwiązania stosowane w sektorze OZE są najbardziej efektywne, i które będą najlepsze dla poszczególnych użytkowników – przedsiębiorców, jednostek samorządu terytorialnego, osób fizycznych.

Konkurencja jest duża, bo rozwój odnawialnych źródeł energii jest szczególnie istotny w ochronie środowiska, w sytuacji gdy stajemy przed wyzwaniem zredukowania emisji dwutlenku węgla i innych zanieczyszczeń z procesów spalania paliw kopalnych.

Według Łukasza Dziedzica zagrożenie stanowią brak urządzeń na rynku, zwłaszcza pomp ciepła i szybkie nieprzemysłowe zmiany prawne związane z rynkiem energii. Dlatego ważne jest reagowanie na bieżąco na to, co dzieje się na rynku oraz aktywne uczestniczenie w zmianach legislacyjnych.

Inne niebezpieczeństwa to ogólna sytuacja gospodarcza w kraju i na świecie a w szczególności inflacja, wysokie stopy procentowe, niepewność

gospodarcza i sytuacja geopolityczna związana z wojną.

Ekoenergia zatrudnia 65 pracowników, w tym projektantów, kierowników budów, menedżerów, serwisantów, handlowców, instalatorów z uprawnieniami, audytorów.

– Do tej pory z uwagi na bardzo dużą popularność fotowoltaiki najczęściej zajmowaliśmy się projektowaniem, budową i utrzymywaniem instalacji fotowoltaicznych. Dziś z uwagi na rewolucję na rynku energetycznym oraz wyzwania z tym związane, klient jest coraz bardziej świadomy konieczności wdrażania OZE. Dlatego podstawą współpracy i równocześnie siłą naszego biznesu jest dogłębne rozpoznanie potrzeb energetycznych naszego klienta, analiza dostępnych technologii i dobre dopasowanie ich do naszego klienta oraz ścieżkę realizacji w efektywny system zarządzania energią – podkreśla Łukasz Dziedzic.

Przyszłość firma widzi w magazynowaniu i zarządzaniu energią. ☺ ☐

WOJEWÓDZTWO WARMIŃSKO-MAZURSKIE — GOOSE LOGISTICS SOLUTIONS

Sprawdzony partner w transporcie

Firma konsekwentnie stawia sobie za cel obsługiwanie klientów w sposób kompleksowy i profesjonalny, tak aby być dla nich partnerem pierwszego wyboru

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Wzrost przychodów
	Miejscowość	2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	87	Goose Logistics Solutions
2	122	Olsztyn
3	314	Gospodarstwo Rybackie Olsztyn II
4	342	Olsztyn
5	397	4IQ Group
6	398	Ilawa
7	419	Mirtrans Płoskinia
8	528	Płoskinia
9	601	Konstal
10	643	Ilawa
11	729	ABO Bołoszko
12	816	Gronowo Górne
13	825	Bene Trucks
14	869	Olsztyn
15	895	Eden
		Nowe Miasto Lubawskie
		Esystem
		Dywidły
		Remondis Warmia-Mazury
		Olsztyn
		Model-Art
		Ostróda
		Artis Agro
		Barczewo
		Fricke
		Mrągowo
		Radex Poland
		Ilawa
		Salmo
		Gietrzwałd

Pełen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazete>

Spółka Goose Logistics Solutions powstała w 2018 r. w Olsztynie jako firma rodzinna. Głównym obszarem jej działalności są profesjonalne i efektywne usługi w zakresie spedycji drogowej na terenie Europy Zachodniej. Od momentu powstania ambicją firmy jest dostarczanie kompleksowych rozwiązań spedycyjnych dopasowanych do indywidualnych potrzeb każdego klienta.

– Zamyślem się dojdzie do poziomu współpracy, przy którym żaden z naszych partnerów nie musi myśleć o szukaniu lepszych metod, bo wie, że Goose spełni jego oczekiwania i zrobi wszystko, by transport został zrealizowany z zachowaniem najwyższych standardów – mówi Kamil Aleksandrowicz, założyciel i prezes Goose Logistics Solutions.

Utrzymanie klientów jest szczególnie ważne w czasie kryzysu, który w ostatnich latach przetacza się przez świat. Rosnące koszty energii, paliw i plac przekładają się bezpośrednio na ceny towarów

– E-commerce – to tu odkryliśmy duży potencjał i zdecydowanie mniejszą podatność tego segmentu na zawirowania związane z kryzysem geopolitycznym czy pandemicznym. Obsługujemy jednego z liderów rynku e-commerce, uzyskując 40 proc. naszego obrotu – opowiada Kamil Aleksandrowicz.

Tym, czym Goose zaskarbia sobie zaufanie i przywiązanie klientów, jest elastyczne podejście w zakresie oferowanych usług. Spółka nie sprzedaje gotowego produktu, lecz tworzy go pod indywidualne i niekiedy szybko zmieniające się potrzeby zleceniodawcy. Klienci to doceniają i pozostają z firmą na lata.

Specyfika spółki opiera się na jednolitych wartościach – Goose jest firmą rodzinną, dla której najważniejsi są ludzie.

– Podstawą naszej silnej pozycji na rynku są profesjonalni i energiczni pracownicy. To dzięki nim staliśmy się cennym operatorem o międzynarodowym zasięgu. Każdy z naszych pracowników ma realny wpływ na kształt i funkcjonowanie firmy, to dla nas bardzo ważne. Naszą ideą było stworzenie przyjaznego i inspirującego miejsca pracy i to się udało – zapewnia założyciel spółki.

Goose stawia na budowanie dobrych relacji. Dla pracowników spółki potrzeby i oczekiwania klientów oraz partnerów biznesowych są tak samo ważne.

To podejście pozwala firmie osiągać coraz lepsze wyniki finansowe i umacniać pozycję na rynku. Dzięki temu Goose Logistics Solutions znalazła się w gronie najlepszych firm w kraju świadczących usługi w obszarach transportu, spedycji i logistyki. ☺ ☐



► **CENNE RELACJE:** Szacuje się, że pozyskanie nowego klienta jest 5–25 razy droższe niż utrzymanie istniejącego. Dlatego w Goose budujemy długotrwale i uczciwe relacje z naszymi partnerami biznesowymi – mówi Kamil Aleksandrowicz, prezes zarządu Goose Logistics. [FOT. ARC]

Koniunktura sprzyja firmie PROTEKTEL

Zapowiadane są ogromne inwestycje w branży energetycznej, która stoi też przed wielkimi wyzwaniami. Sytuacja w energetyce oznacza dla PROTEKTEL, spółki z Przasnysza szansę na dalszy rozwój.

Ponad 20 lat obecności na rynku to dla PROTEKTEL czas stopniowego wzrostu. Spółka startowała w roku 2002 jako mikrofirma dysponująca skromnym biurem i infrastrukturą. Nawiązanie współpracy z hiszpańską firmą Artech w 2002 r. i stanie się jej przedstawicielem w Polsce sprawiło, że zaczęła konsekwentnie pięć się po drabinie coraz większych przychodów. PROTEKTEL zaczął, tworząc nowe miejsca pracy, rozwijać polską myśl techniczną i własną produkcję.

W 2010 r. osiągnęliśmy przychody przekraczające 5 mln zł, ale zatrudniliśmy zaledwie kilku pracowników. Obecnie nasze przychody przekraczają sięgając 12 mln zł, a załoga liczy 30 osób – mówi Dariusz Stępiński, prezes zarządu spółki PROTEKTEL.

Stopniowy wzrost wartości firmy przekłada się na działania o coraz większej skali i rosnącym rozmachu. Dzięki temu firma zrealizowała wiele inwestycji w dział produkcji, marketing

i sprzedaży oraz systemy zarządzania. Dziś może się pochwalić np. certyfikatami norm jakości ISO 9001 i środowiska 14001, linią pomiarową do 150kV oraz unikalnymi patentami.

Produkty i usługi

PROTEKTEL działa w Przasnyszu, mieście z tradycjami, gdzie od wielu lat produkuje się urządzenia elektryczne. Oferuje szeroki zakres urządzeń dla elektroenergetyki i firm działających na tym rynku.

Nasza całkowicie prywatna firma specjalizuje się nie tylko w dostawach aparatów elektrycznych, ale także w doradztwie, obsłudze posprzedażnej i doborze proponowanych rozwiązań do istniejących warunków sieciowych. Dostarczamy zatem nie tylko towar, ale także bezpłatną usługę. Powiększając się gromadząc klientów świadczymy o tym, że wybraliśmy właściwą drogę rozwoju, ale także motywujemy nas do obsługi na najwyższym poziomie. Nobilituje nas fakt, że produkty te znajdują nabywców nie tylko w Polsce, ale także zagranicą – podkreśla prezes Stępiński.

Spółka z Przasnysza należy do grona producentów urządzeń dla elektroenergetyki, którzy ze sobą twardo konkurują. Wśród jej konkurentów dominują firmy duże i koncerny. Wszystkie one działają na rynku dojrzałym, ale rozwijają-



cym się, w którym dochodzi do dużych inwestycji i przetargów. Są również nisze. Przykładem dużej inwestycji może być modernizacja i budowa stacji energetycznych spółek dystrybucyjnych, a przykładem niszy rynkowej specjalne wykonanie aparatury dla niektórych klientów OEM. Istotnym czynnikiem rozwoju rynku są też odnawialne źródła energii. Dynamicznie rozwój notują linie kablowe (tzw. skablowania), które poprawiają niezawodność systemów przesyłu i dystrybucji energii.

Regularnie bierzemy udział w projektach budowy farm wiatrowych i fotowoltaicznych, produkując i dostarczając aparaty średniego i wysokiego napięcia. Dostosowujemy produkowane przez nas urządzenia do zmieniających się warunków pracy, parametrów oraz sposobu instalacji. Staramy się nadążać za najnowszymi trendami – dodaje szef PROTEKTEL.

WIDOKI NA KONTRAKTY:

Modernizacja sieci niskiego i średniego napięcia to fundament efektywnego wykorzystania energii z instalacji OZE.

W konsekwencji pojawi się zatem większe zapotrzebowanie na produkty wymagane do realizacji tych zadań. Dla naszej firmy zapowiada się więc dobra koniunktura – mówi Dariusz Stępiński, prezes zarządu spółki PROTEKTEL. [FOT. ARC]

Kwitujący biznes

Przasnyska spółka zatrudnia wykwalifikowaną kadrę techników i inżynierów. Z ich pomocą poddaje każdy produkt szczegółowej obróbce końcowej. Jakość jej produktów jest też pochodną stosowania wspieranych komputerowo metod ich projektowania, a następnie wytwarzania ich za pomocą dedykowanych maszyn.

W trakcie produkcji obowiązują bezwzględne przestrzeganie norm i reżimu technologicznego, co jest stale kontrolowane aparaturą pomiarową do 150 kV we własnym laboratorium firmy. Linia produkcyjna umożliwia nadawanie urządzeniom parametrów odpowiednich do potrzeb i wymagań nabywców.

Opatentowana konstrukcja urządzeń PROTEKTEL dodatkowo wyróżnia je na rynkach krajowym i zagranicznym. W ciągu ponad 20 lat działalności firma z Przasnysza otrzymała sporo nagród za jakość produktów

i osiągnięte wyniki biznesowe. Co sprawia, że biznes tej firmy kwitnie?

Mają na to wpływ czynniki zewnętrzne, czyli możliwości pozyskania dobrze wykształconej kadry, wciąż dobre możliwości inwestowania, duży potencjał eksportu i powiększania sprzedaży, a także zapowiadane, duże inwestycje w infrastrukturę energetyczną kraju. Ni mniej ważne są czynniki wewnętrzne, czyli zaangażowanie załogi, jej wiedza i kompetencje, unikalna technologia jaką dysponujemy, którą można dalej rozwijać oraz narzędzia cyfrowe, w coraz szerszym zakresie wykorzystywane przez nas – ocenia Dariusz Stępiński.

Perspektywy

Zapowiadane, duże inwestycje w energetyce – budowa elektrowni jądrowych, offshore na Bałtyku, rozbudowa OZE na lądzie – będą wymagały budowy nowych i modernizacji istniejących stacji energetycznych, linii przesyłowych i dystrybucyjnych. Modernizacja sieci niskiego i średniego napięcia to fundament efektywnego wykorzystania energii z instalacji OZE. W konsekwencji pojawi się zatem większe zapotrzebowanie na produkty wymagane do realizacji tych zadań.

Dla PROTEKTEL zapowiada się dobra koniunktura, oczywiście z zachowaniem odpowiedniej skali. Przy tak dużych inwestycjach należy spodziewać

się zaostrezenia konkurencji o udział w nich. Wszyscy liczący się producenci będą chcieli partycypować w tych przedsięwzięciach – zauważa prezes Stępiński.

W przypadku energetyki jądrowej ważny będzie dobór technologii, bo on zdeteminuje także dostawców aparatury wykorzystywanej do transferowania energii. Nie bez znaczenia będzie też kraj pochodzenia technologii jądrowej, gdyż należy się spodziewać napływu stamtąd producentów z ofertą rozmaitych urządzeń, już przetestowanych w obsłudze danych instalacji atomowych.

Przed naszą firmą rysują się pozytywne perspektywy rozwoju w warunkach tzw. nowej normalności. Natomiast nie wolno zapominać o zagrożeniach, jakimi są wciąż trwająca wojna na naszą wschodnią granicą, wysoka inflacja, rosnące koszty, brak uruchomienia KPO oraz nasza wewnętrzna, krajowa hamulce takie jak najbliższe lata z wyborami parlamentarnymi i samorządowymi w 2023 i 2024 r. – potencjalnie mogą one doprowadzić do czasowego paraliżu inwestycyjnego – ocenia prezes PROTEKTEL.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST



Rynek docenia produkty OSM Olecko

Pomimo pandemii, galopującej inflacji i skoku cen energii Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Olecku radzi sobie dobrze. Stawia na produkty o wysokiej jakości, co nie tylko stabilizuje, lecz również wzmacnia jej pozycję na rynku.

Okręgowa Spółdzielnia Mleczarska w Olecku powstała w 1927 r. Od początku jej produkty składały się na bogactwo kulinarne wielokulturowej, wielonarodowej i wielowyznaniowej społeczności zamieszkującej region Warmii, Mazur i Powiśla. Nawiązywały do smaków kuchni staropolskiej, warmińskiej, mazurskiej, ukraińskiej, litewskiej, rosyjskiej, również pruskiej. Obecnie spółdzielnia kontynuuje te tradycje i dzięki temu jest członkiem Europejskiej Sieci Dziedzictwa Kulinarного oraz członkiem Sieci Dziedzictwa Kulinarного Warmia, Mazury i Powiśle.

Głównym produktem spółdzielni są sery dojrzewające typu holenderskiego. Produkujemy też masło, twaróg naturalny, mleko spożywcze, śmietanę, masłankę i cukierki krówki. Masło ekstra Mazury Smak Natury oraz twaróg naturalny Mazury Smak

Natury uzyskały prawo używania wspólnego znaku towarowego. Mało tego – są oznaczane gwarancją „Jakość i tradycja”, dzięki czemu należą do cenionej przez rynek krajowego systemu wyróżniania żywności charakteryzującej się wysoką jakością – mówi nam Jerzy Skorupski, prezes zarządu OSM Olecko.

Gouda rządzi

Rynek zna OSM Olecko przede wszystkim z serów typu holenderskiego – goudy, edamskiego, morskiego i podlaskiego. W dobie pandemii zamknięci w domowych biurach pracownicy chętnie sięgali po ser typu szwajcarskiego złota gouda z dziurami z Olecka. Odpowiedzialne za oczka w tym produkcie bakterie kwasu propionowego przerabiają w trakcie dojrzewania sera kwas mlekowy (wytworzony wcześniej przez inne bakterie) na kwas propionowy. To jemu ser zawdzięcza orzechowy smak i dwutlenek węgla, który tworzy bąbel, ale nie potrafi uwolnić się z twardego sera. Po zastąpieniu masy zostają więc puste miejsca – w markowym serze szwajcarskim mają one wielkość wiśni. Złota gouda z dziurami z Olecka szybko stała się prze-

bojem na rynku zarówno lokalnym, jak i hurtowym.

Wyroby spółdzielni poddawane są tylko procesowi pasteryzacji, dlatego też posiadają krótsze terminy przydatności do spożycia. Sery z serii Mazury Smak Natury dzięki tradycyjnemu sposobowi wytwarzania na bazie zakwasu robocznego i zastosowaniu surowca od lokalnych rolników charakteryzują się zaś wyjątkowym smakiem – podkreśla Jerzy Skorupski.

W jaki sposób OSM Olecko dystrybuje i sprzedaje swoje produkty?

Nasza spółdzielnia rozwija się samodzielnie i jak dotąd nie odnotowała większych zmian w modelu biznesowym. Dostarczamy nasze wytwory głównie do hurtowni, na rynek lokalny, do sklepów sprzedających detalicznie i podmiotów branży HoReCa (hotele, restauracje, catering). Regionalnie jesteśmy też

obecni w dwóch sieciach handlowych. Rynek lokalny jest dla nas bardzo ważny, bo właśnie tu sprzedajemy około połowy całej naszej produkcji. Mamy własny sklep przyzakładowy – odpowiada prezes Skorupski.

OSM Olecko produkuje również ser olecki długodojrzewający, który dojrzewa minimum pół roku, zanim trafi do sprzedaży. Jednak hitem spółdzielni jest ser gouda Mazury Smak Natury i właśnie jego produkcja ma stosunkowo największe rozmiany. Dużą pomocą w promocji tego produktu, cenionego jako wytwór regionalny i charakteryzujący się nadszycowymi parametrami smakowymi, jest certyfikat „Docen polskie”, którym oznaczono jest każde jego opakowanie.

Za wysoką jakość naszych

produktów byliśmy wielokrotnie wyróżniani i nagradzani – chwali się prezes Skorupski.

OSM Olecko produkuje dziennie około 9 ton serów, z czego 75 proc. to sery typu gouda.

Ekonomia na plus

Spółdzielnia zatrudnia mniej niż stu pracowników. W ogólnych jej kosztach ponad 80 proc. stanowią wydatki na zakup mleka, które OSM Olecko pozyskuje z 6 powiatów i 16 gmin położonych w promieniu 50 km od zakładu. Na tym terenie ma około 450 jednostkowych dostawców. Ponadto skupuje mleko w dwóch własnych punktach, do których mleko dostarcza kilkunastu rolników – u pozostałych prowadzi odbiór bezpośrednio z gospodarstwa. Obszar skupowy spółdzielni graniczy z terytoriami działania znaczących konkurentów: OSM Giżycko, SM Mlepol i Laktopol.

Skup mleka w 2021 r. wyniósł 51 mln litrów, a z przeciętnego gospodarstwa pochodziło rocznie 113 tys. litrów. Dziennie OSM Olecko skupuje ponad 175 tys. litrów mleka, ale jej moce przerobowej sięgają 115 tys. litrów surowca. Obrót nadwyżkami jest opłacalny, bo gdy niecałe zakupione mleko uda się przerobić, wówczas nadwyżki można sprzedać

innym podmiotom jako tzw. mleko przerzutowe. Poprawia to ekonomiczną sytuację OSM Olecko, gdyż w 2022 r. ceny mleka przerzutowego były wysokie – wzrosły o blisko 100 proc. rok do roku.

Miniony rok spółdzielnia zakończyła zyskiem sięgającym 1,5 mln zł. Część zysków przeznaczają na inwestycje, np. stację mycia cystern, stację wymiany powietrza w działach produkcyjnych, ułożenie kostki brukowej na parkingu przy firmowym sklepie i na placu spółdzielni, zakup dwóch tanków do mleka surowego, dwóch zestawów do zwózki mleka po 26 tys. litrów każdy. Przystąpiła też do modernizacji działów produkcji cukierków typu krówka, twarożkami, masłowni i aparatury. Wcześniej zakupiła maszyny do pakowania próżniowego i automatycznego ważenia produktów, korzystając przy tym z 50 proc. dofinansowania z funduszy unijnych.

– Dzięki wsparciu ze strony programów rządowych (dofinansowanie z PFR, tarcza antyinflacyjna) 2022 r. nie jest dla nas zły. Mamy jednak obawy, co będzie w 2023 r. Szykujemy się na stawienie czoła trudnościom – przyznaje Jerzy Skorupski.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST OKRĘGOWA SPÓŁDZIELNIA MLECZARSKA W OLECKU



► **LAURY ZA STANDARD:** Za wysoką jakość naszych produktów byliśmy wielokrotnie wyróżniani i nagradzani – mówi Jerzy Skorupski, prezes zarządu OSM Olecko. [FOT. ARC]



GAZELE BIZNESU 2022 — LIDERZY WOJEWÓDZTW

coface
FOR TRADE

WOJEWÓDZTWO WIELKOPOLSKIE — INTEGRALE IT

Nie boimy się wyzwań

Integrale IT to integrator systemów informatycznych z krwi i kości. Dostarcza kompleksowe i innowacyjne rozwiązania, ułatwiające firmom cyfryzację

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	2	Integrale IT	1802
2	8	Growing Eco	901
3	18	Meester Group	653
4	33	W.P.I.P. Mardom	527
5	35	Novo Logistics	522
6	42	Dimark IT	472
7	53	Plastic Solutions	437
8	71	Dom Pelen Energii	395
9	82	Grygier	377
10	84	Lebal	373
11	96	Mawo Trade	356
12	106	Alumen	348
13	107	Kobylnica	348
14	110	Netland Computers	348
15	117	Romgos	347
		Jarocin	341

Pelen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazeta>



► **SIŁA KOMPETENCJI:** Zależy nam aby nasze przychody były realizowane w oparciu o zespół o najwyższych kompetencjach w zakresie: security, data center, networkingu i usług – podkreśla Grzegorz Pindur, prezes zarządu Integrale IT. [FOT. ARC]

Proces transformacji cyfrowej biznesu gwałtownie przyspieszył podczas pandemii i nie zanosi się, aby miał zwolnić. Wiele przedsiębiorstw nie tworzy jednak własnych działów IT odpowiedzialnych za cyfryzację, tylko zleca to zadanie podmiotom zewnętrznym. Jedną z takich firm jest poznańska spółka Integrale IT.

– Dostarczamy najnowsze technologie z zakresu rozwiązań do komunikacji, bezpieczeństwa, sieci i archiwizowania danych, pochodzące od blisko 40 producentów. Nakładamy na to rozwiązania softwarowe, dokładnie dopasowane do potrzeb klienta – mówi Grzegorz Pindur, prezes Integrale IT.

Wielkopolska Gazeta Biznesu chce wyróżnić się poprzez jakość swojej pracy. Spółka podejmuje kolejne wyzwania w zakresie certyfikacji ISO. Jej zespół nieustannie się doskonali i zdobywa nowe kompetencje.

– Może zabrzmi stereotypowo – ale wszystko zawdzięczamy naszym pracownikom. Dlatego dbamy o dobrą komunikację i otwartość. Badamy opinie spe-

cialistów i co ważne, wprowadzamy działania korygujące, jeżeli jest taka potrzeba. Transparentność w komunikacji to nasz sposób na sukces co potwierdziły ostatnie wyniki badania. Zadowolone z pracy zostało wysoko ocenione, bo aż na 4,39 pkt w 5-punktowej skali – mówi Grzegorz Pindur.

Integrale IT chętnie podejmuje się wyzwań – najtrudniejsze zlecenia są zawsze najciekawsze.

Wyjątkowym projektem była dostawa wraz z instalacją i integracją superkomputerów oraz infrastruktury danych w ramach największego dotychczas krajowego projektu PRACE-LAB, którego konsorcjum składało się z 8 partnerów rozproszonych po całej Polsce. Dzięki realizacji zamówienia w Poznańskim Centrum Superkomputerowo-Sieciowym, uruchomiono największy system obliczeniowy w Polsce – superkomputer Altair, który udostępnił niemal 8 petaflopsów mocy obliczeniowej.

– Altair w listopadzie 2020 r. znalazł się na liście TOP500 najszybszych superkompute-

rów na świecie zajmując 85 miejsce oraz na liście Green500 najoszczędniejszych systemów HPC pod względem zużycia energii elektrycznej. Był to jeden z największych (jeżeli nie największy) projektów w branży IT realizowanych w 2020 r. Jego wartość przekroczyła 140 mln zł. Dostarczyliśmy i zintegrowaliśmy ponad 3,2 tys. serwerów w 8 lokalizacjach w Polsce – opowiada prezes Integrale IT.

Kolejnym, przełomowym projektem było dostarczenie, synchronizacja i optymalizacja rozwiązania SD-WAN w kilkuset oddziałach firmy Diagnostyka S.A. podczas pandemii. Realizacja w okresie całkowitego lockdownu była największym wdrożeniem SD-WAN w Polsce w tamtym czasie.

Jednak Integrale IT, to nie tylko IT, ale też rozwiązania z zakresu magazynowania energii dla dużych podmiotów. Rynek ten jest bardzo perspektywiczny, dlatego najbliższą przyszłość to rozwój działalności Vast Energy – spółki zależnej, której potencjał wzrostu wydaje się największy. ☺ ☺

WOJEWÓDZTWO ZACHODNIOPOMORSKIE — RAY TRANS

Jest trudniej, ale dla mądrych zawsze są dobre czasy

W lutym 2019 r. firma Ray Trans zrealizowała pierwsze zlecenie transportowe w swojej historii, a już w październiku 2022 było ich ponad trzy tysiące. Pokazuje to skalę i rozwój firmy na niespotykanym wręcz poziomie

Miejsce w woj./kraj	Nazwa firmy	Miejscowość	Wzrost przychodów 2021/2019, 2019 = 100 proc.
1	38	Ray Trans	500
2	39	Norvik Group	497
3	45	Elogic Polska	455
4	93	Silva LS	358
5	155	Vortex Energy Polska	305
6	286	Monolith Group	248
7	334	Magamar Polska	236
8	361	CS Kompozyty	229
9	375	Radiometer Solutions	227
10	448	Eurographic Group	217
11	463	BHK Polska	216
12	466	PAMA	216
13	475	Baltona Shiphandlers	214
14	492	Dom Deweloper	212
15	518	Lark Leisure Homes	208
		Darłowo	208

Pelen ranking Gazet Biznesu na: <https://www.pb.pl/gazeta>

Ray Trans to dynamicznie rozwijająca się spółka z sektora TSL, specjalizująca się w krajowym i międzynarodowym transporcie drogowym całopojazdowymi zestawami do 24 t oraz transportem drobnicowym pojazdami o DMC do 3,5 t. Oferuje również usługi autotransporterów, a także magazynowania i odpraw celnych.

– Najczęściej przewożymy ładunki neutralne, ale posiadamy również certyfikaty uprawniające nas do przewozu ładunków ADR czy organizacji transportu towarów militarnych i podwójnego zastosowania. Transporty ekspresowe, ponadgabarytowe, specjalne, chłodnicze, od oleju spożywczego, przez części samochodowe, do eksponatów sztuki – wymienia Daniel Podsiadło, prezes Ray Trans.

– Otrzymaliśmy certyfikat WSK, który uprawnia nas do organizowania przewozów towarów wojskowych i podwójnego zastosowania. Aby uzyskać ten certyfikat, przeszliśmy szczegółowy i wnikliwy audyt przeprowadzony przez Polskie Centrum Badań i Certyfikacji – dodaje



Bartłomiej Wujec, wiceprezes Ray Trans.

Dynamikę rozwoju spółki prowadzonej przez czterech wspólników (w.w. i Jakuba Świniarskiego oraz Tomasza Piankowskiego) pokazują liczby: w pierwszym roku osiągnęła 17 mln zł obrotu, w drugim 42 mln zł, w trzecim 84 mln zł, a w obecnym roku osiągnie około 140 mln zł obrotu. Jak przekonują w firmie, Ray Trans to odpowiedni plan biznesowy wdrożony w życie z odpowiednimi ludźmi.

– W lutym 2019 r. razem z Danielem urządzaliśmy pierwsze biuro w Warszawie, do któ-

► **MOCNE STRONY:** Naszą przewagą są ludzie pracujący w modelu opartym na jasnych zasadach, partnerstwie i nieograniczonych możliwościach rozwoju – przekonują Daniel Podsiadło, prezes (z prawej) i Bartłomiej Wujec, wiceprezes Ray Trans. [FOT. ARC]

rego mieli przyjąć pierwsi spedytory. Teraz mamy dziesięć biur w całej Polsce, a w planach kolejną lokalizację, nie tylko w kraju, lecz również za granicą – informuje Bartłomiej Wujec.

Jak przekonują członkowie zarządu Ray Trans, ten biznes jest wyjątkowy, bo w partnerskim modelu współpracy zyski trafiają głównie tam, gdzie są wypracowywane, czyli do spedytora.

– To powoduje, że motywacja naszych spedytatorów jest bardzo wysoka. Aby to było możliwe, struktura organizacyjna jest płaska i niskokosztowa, procesy biznesowe są efektywne i zinf-

matyzowane – tłumaczy Daniel Podsiadło.

Po znacznym spowolnieniu na rynku transportu drogowego spowodowanym pandemią COVID-19 perspektywa dla branży na ten rok była bardzo obiecująca. Niestety, wybuch wojny, inflacja i wzrost ceny paliw, a ponadto wprowadzenie postanowień kolejnego etapu Pakietu Mobilności, zaowocowały narastaniem problemów finansowych w firmach TSL. Oczywiście inflacja to również wzrost oprocentowania kredytów oraz rat leasingowych, co wpływa bezpośrednio na koszty prowadzenia firmy oraz utrzymanie płynności finansowej.

– Obecnie najbardziej widoczne w branży jest spowolnienie gospodarcze. Dlatego nieustannie poszukujemy nowych możliwości biznesowych na rynku europejskim – komentuje Daniel Podsiadło.

– Jest trudniej, ale dla mądrych zawsze są dobre czasy. Trzeba się dostosować, szukać nowych rozwiązań i być bardzo aktywnym – dodaje Bartłomiej Wujec. ☺ ☺

Światowy rynek chłonie jakościowe, proekologiczne tworzywa

Wysokie wymagania rynku są dla PROFPLAST czynnikiem rozwoju. Respektując je, spółka przyjęła za priorytet oferowanie wyrobów wysokiej jakości. Dodaje do tego terminowość dostaw oraz gwarancję utrzymania jakości produktów.

Spółka PROFPLAST jest obecna na polskim rynku od 1989 r. Została założona ponad 33 lata temu w Czeladzi przez pięciu udziałowców – profesjonalistów z wieloletnim doświadczeniem w zakresie przetwórstwa tworzyw sztucznych i projektowania branżowego oprzyrządowania. Doświadczenie założycieli zaowocowało szybkim wejściem spółki na rynek i błyskawicznym zdobyciem renomy jako dostawcy wielu wyrobów produkowanych metodą wytłaczania z twardego i spienionego PCV, a także współwytłaczania twardego PCV ze zmieszonymi oraz produktów z innych tworzyw sztucznych.

Główna siedziba spółki mieści się w Starym Węgrzynie (woj. świętokrzyskie), a zakład produkcyjny i oddział handlowy w Dąbrowie Górniczej (woj. śląskie).

Produkty niezastąpione

Obecnie spółka PROFPLAST kieruje trzech menedżerów, którzy wywodzą się z grona początkowych pięciu założycieli. Dzięki nim firma zdobyła ugruntowaną pozycję w branży tworzyw sztucznych. Oferuje bogaty asortyment wyrobów produkowanych metodą wytłaczania z PCV oraz innych tworzyw sztucznych. Znana jest ze zdolności zagwarantowania kontrahentom produkcji profilu o niemal każdym kształcie, ściśle dostosowanym do indywidualnych potrzeb.

Oferta PROFPLAST obejmuje dziś bogatą paletę kilkuset wyrobów, takich jak m.in. profile obudowy filtrów powietrza, izolatory, profile drzwiowe, okienne, podłogowe, schodowe, ogrodzeniowe i elewacyjne, listwy progowe, dekoracyjne do glazury, wycieraczki systemowe i różne inne profile budowlane, w tym montażowe do pustaków, kanały elektrotechniczne i inne.

– Tworzywa sztuczne są wszechobecne, potrzebne niemal wszędzie. Nie sposób się bez nich obyć, zwłaszcza z uwagi na ich wszechstronność i różnorodność zastosowań, niską wagę i jednocześnie dużą trwałość, a także ze względu na możliwość wstępnego wykorzystania. W niektórych dziedzinach gospodarki komponenty z tworzyw sztucz-



► WYTYCZONY KIERUNEK:

Rynek tworzyw sztucznych nieustannie się rozwija na całym świecie, także w Polsce. Nasza spółka wykorzystuje tę koniunkturę i dlatego w powiększaniu produkcji upatruje szansy na dalszy, intensywny rozwój – podkreśla Andrzej Malcherek, prezes zarządu PROFPLAST. [FOT. ARC]

nych są po prostu nie do zastąpienia. O ich atrakcyjności i konkurencyjności decyduje także cena – mówi Andrzej Malcherek, prezes zarządu PROFPLAST.

W zgodzie z naturą

W dobre troski o środowisko i wprowadzanie Zielonego Ładu tworzywa sztuczne budzą kontrowersje. Niektórzy twierdzą nawet, że ich stosowanie to powód jednego z największych ekologicznych konfliktów naszych czasów. Plastik otacza nas ze wszystkich stron. Problem polega na tym, że wiele wyrobów

z jego udziałem pozostaje dłużej, niż chcą tego użytkownicy. I to wywołuje spory o odpady ze sztucznych materiałów. Wina często obarcza się przetwórców tworzyw sztucznych.

– Obecnie wyeliminowanie tworzyw sztucznych z użytku jest po prostu niemożliwe. Pozostaje więc troska o jakość produktów, ochronę środowiska i takie przetwarzanie odpadów, by zneutralizować ich wpływ na środowisko – tłumaczy prezes Malcherek.

Mając na uwadze konieczność utrzymania nie pogorszonego stanu środowiska dla przyszłych pokoleń, a także ze względu na ogólny wzrost troski o środowisko naturalne, spółka PROFPLAST od lat podejmuje działania proekologiczne, np. wdrożyła i poddała się certyfikacji w zakresie systemu zarządzania środowiskiem, zgodnie z PN-EN ISO 14001.

W 2005 r. spółka przeszła również proces certyfikacji systemu zarządzania środowiskowego przez jednostkę zewnętrzną PRWTUV.

– Nasza dbałość o środowisko przejawia się w całkowitym zagospodarowaniu odpadów powstających przy produkcji. Wprowadziliśmy pełną kontrolę opakowań i ich ponownego wykorzystania, segregujemy odpady. Stosujemy pompy ciepła do ogrzewania pomieszczeń

biurowych i produkcyjnych. Wykorzystujemy przy tym ciepło z wody technologicznej, która krąży w obiegu zamkniętym. Zainstalowaliśmy ponad dwie instalacje fotowoltaiczne generujące 50 kWh, a dodatkowo, która będzie produkować 140 kWh energii, jest w trakcie realizacji – wylicza prezes PROFPLAST.

Jakość argumentem

PROFPLAST rozwija się i zwiększa rynkowy zasięg, co zawdzięcza nie tylko popytowi na swoje produkty i trosce o prowadzenie biznesu zgodnie z wymogami ochrony środowiska, lecz także dbałości o jakość oferowanych wyrobów.

– Wymagania klientów wymuszają na nas utrzymywanie wysokiej jakości wyrobów, terminowości dostaw i gwarancji ich utrzymania w długim przedziale czasowym. Już 20 lat działamy zgodnie z systemem zarządzania jakością, zgodnie z normą ISO 9001:2000 – tłumaczy prezes PROFPLAST.

Wieloletni system kontroli jakości umożliwił spółce ciągłe ograniczanie liczby reklamacji, która obecnie jest bliska zeru. Ukształtowana na wysokim poziomie jakość wyrobów umożliwiła też spółce produkcję na wymagające rynki skandynawskie, a także na rynek niemiecki,

włoski i inne rynki zagraniczne. Od kilkunastu lat przychody z eksportu stanowią coraz większą część w całkowitych przychodach spółki.

W 2014 r., gdy firma obchodziła 25-lecie funkcjonowania, eksport wzrósł do poziomu 40 proc. obrotów. W 2020 r. przekroczył on 50 proc. obrotów spółki, a w 2021 r. eksport do krajów unijnych stanowił ponad 60 proc. całości obrotów spółki.

Perspektywa rozwoju

Współpraca z kolejnymi kontrahentami z różnych branż, stopniowo poszerzana w ciągu minionych dekad, przełożyła się na rozwój technologiczny firmy i systematyczne powiększanie oferty produktowej. PROFPLAST dostarczał profile z PCV do największej w Europie konstrukcji krzywoliniowej ściany o powierzchni 6 tys. mkw. w Muzeum Żydów Polskich w Warszawie. Spółka jest także wiodącym producentem filamentu do drukarek 3D, czyli termoplastyczne, różnokolorowego materiału służącego do druku trójwymiarowego z kilkudziesięciu typów tworzyw sztucznych.

PARTNEREM PUBLIKACJI IEST



Rekordowy rok Alfaco Polska

Prawie 180 mln zł osiągnęła w roku finansowym 2022 sprzedaż wypracowana przez Alfaco Polska – czolowego dystrybutora zintegrowanych rozwiązań z zakresu urządzeń chłodniczych, klimatyzacyjnych oraz wentylacyjnych w Polsce i regionie Morza Bałtyckiego.

Od 30 lat spółka umacnia pozycję na rynku w branży chłodniczej, klimatyzacyjnej i wentylacyjnej, zarządzając portfelem zintegrowanych rozwiązań HVAC/R (heating, ventilation, air-conditioning, refrigeration). Alfaco dostarcza producentom urządzeń chłodniczych systemy sterowania i komponenty, obsługuje też projekt retail dla znanych sieci marketów i stacji paliw w Polsce. Ponadto kieruje do sektora HVAC ofertę w zakresie automatyki do central wentylacyjnych energii odnawialnej oraz systemów nawilżania CAREL dla obiektów komercyjnych i użyteczności publicznej. Rozlokowane na terenie całej Polski siedem oddziałów zapewnia możliwość obsługi tych inwestycji we wszystkich województwach.

Sprawdzone rynki

Bazując na długoterminowych umowach dystrybucyjnych, jak

również krótkoterminowych projektach, spółka osiąga przewagę konkurencyjną, realizując oczekiwany wzrost rezultatów. Dzięki tradycyjnemu skupieniu na rynkach Polski, Litwy i Łotwy jej zysk netto przekroczył 47 mln zł, czyli o 10 proc. więcej niż przed rokiem. Wszystkie regiony, makro- i mikrosegmenty, w których firma Alfaco jest aktywna, znacząco przyczyniły się do tego wyniku, po raz kolejny podkreślając solidność portfela biznesowego oraz sprawność w dostosowywaniu się do trudnych do przewidzenia i ciągle zmieniających się warunków.

– Złożona sytuacja makroekonomiczna, pod której wpływem się znajdujemy, charakteryzuje się przede wszystkim utrzymaniem się niedoborem układów scalonych i elementów elektronicznych, istnieje więc ryzyko zaburzeń globalnych dostaw, co nie pozwala nam w pełni wykorzystywać potencjału wzrostu. Mimo to widzimy się rynek, na których działamy. Staramy się zabezpieczyć dostępność urządzeń dla naszych ponad dwóch tysięcy kontrahentów, utrzymując przy tym wskaźniki finansowe na bardzo bezpiecznych poziomach – mówi Jarosław Baranczenko, prezes Alfaco Polska.

Poszerzamy ofertę

Wielowymiarowa dywersyfikacja i efektywność w branży umożliwiają realizację zakłada-

nych celów spółki oraz Grupy Carel, do której Alfaco Polska należy od ponad pięciu lat. Carel jest światowym liderem w zakresie rozwiązań sterowania dla klimatyzacji, chłodnictwa i ogrzewania oraz systemów nawilżania i chłodzenia wyparowego, ze skonsolidowanymi przychodami przekraczającymi 420 mln EUR, 29 oddziałami rozlokowanymi na całym świecie i 10 zakładami produkcyjnymi. Duże znaczenie ma siła całej Grupy Carel. Ostatnie sfinalizowane fuzje i przejęcia spółek Arion, Sauber, Senva i Klingenburg z oddziałem w Polsce oraz wysoki poziom kompatybilności wcześniej przejętych spółek Enginia i Recuperato w odniesieniu do właściwych technologii, w których się specjalizują oraz obszarów zastosowania, pozwoli Alfaco działać w coraz większym stopniu jako dostawca kompletnych rozwiązań sterowniczych o wysokiej wartości dodanej.

Tworzymy lepszą przyszłość

Od wielu lat Alfaco wspiera klientów, dostarczając energooszczędne rozwiązania. Zwłaszcza w ostatnim czasie rynek w Polsce przyspieszył pod względem zainteresowania ofertą produktów z zakresu optymalizacji i energooszczędności procesów oraz wspierających ekotransformację. Alfaco Polska wychodzi naprzeciw oczekiwaniom rynku, dostarcza-

jąc technologie mające na celu optymalizację wydajności urządzeń i systemów, a tym samym obniżenie zużycia energii i emisji CO₂. Przykładem rozwiązań mogą być sprężarki o zmiennej prędkości, elektroniczne zawory rozprężne i efektywne układy sterowania Carel, usługi cyfrowe jak również komponenty OZE dla producentów pomp ciepła oraz gotowe pompy ciepła marki Gree.

Grupa Carel, w tym Alfaco jako spółka zależna, prowadzi inicjatywy z obszaru ESG. Oprócz kwestii środowiskowych i korporacyjnych aktywnie włączyła się w popularyzację dostępu do wiedzy technologicznej poprzez bezpłatne szkolenia w Centrach Szkoleniowych Alfaco oraz kontynuację szkoleń dla inżynierów. Nawet niewielkie działania wpływają na budowanie świadomości odpowiedzialności biznesu, dlatego Alfaco postawiło na samochody hybrydowe oraz samochody elektryczne zero emission, który wspiera lokalnie działania logistyczne.

Działania i sukcesy Alfaco Polska potwierdzają nagrody branżowe, np. pierwsze miejsce w Delta, i ogólnopolskie, np. Diamenty Forbesa i Gazele Biznesu, Solidna Firma, Fair Play, Giepardy Solidności oraz Certyfikat Wiarygodności Biznesowej.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST ALFACO



► SKUTECZNOŚĆ: Mimo ryzyka zaburzeń globalnych dostaw dostrzegamy siłę rynków, na których działamy. Staramy się zabezpieczyć dostępność urządzeń dla naszych kontrahentów, utrzymując przy tym wskaźniki finansowe na bardzo bezpiecznych poziomach – mówi Jarosław Baranczenko, prezes Alfaco Polska. [FOT. ARC]



GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

30 lat nowoczesnych rozwiązań

Z początkiem lat 90. w Polsce zaczęła się rodzić nowoczesna gospodarka. Tworzono nowe gałęzie handlu, które w czasach PRL nie miały możliwości się rozwinąć. Powstawały nowe podmioty gospodarcze, które czuły swobodę prowadzenia działalności. W dużej mierze to właśnie one wprowadzały na rynek produkty, o których dotąd Polacy mogli jedynie pomarzyć. Towary z zachodnią metką lub takim rodowodem cieszyły się popytem, a nasi rodacy zanurzyli się w nowej rzeczywistości, w której wybór tego, co kupują, zależał od nich, a nie od tego, co było dostępne. Lata 90. były intensywnym czasem przemian oraz wielu przełomowych wydarzeń

W 1993 r. po raz pierwszy zagrała Wielka Orkiestra Świątecznej Pomocy, Bill Clinton został 42. prezydentem USA, Nelson Mandela otrzymał Pokojową Nagrodę Nobla, a pod koniec kwietnia tego roku została uruchomiona pierwsza strona internetowa.

Od tego czasu nasza rzeczywistość ewoluowała i zmieniała się pod każdym względem. Rozwój internetu, geometryczny postęp rozwoju nowych technologii, mobilność, robotyka to znak czasu trzech minionych dekad i historia wielu biznesów. W 2023 r. polska przedsiębiorczość wchodzi jako dojrzała część rynku globalnego, Polacy są bardziej świadomymi konsumentami, a mechanizmy rynkowe uwarunkowane są przez inne czynniki niż te z ostatniej dekady XX w.

Wyprowadzenie czasu

Blisko 30 lat temu ze swojej szansy biznesowej skorzystał Sławomir Radacki, który w 1993 r. założył firmę handlową. Właśnie to przedsiębiorstwo stało się fundamentem gdyńskiej firmy DLF Sp. z o.o. Kilka lat od powstania firma handlowa przekształciła się w poważną spółkę dystrybucyjną. Cel, jaki sobie postawiła, to dostarczanie klientom rozwiązań na lepsze życie. Firma DLF oferuje urządzenia, których koncepcja wyprzedza czas, oczekiwania i poprawia jakość życia. Ten moment zapoczątkował kształtowanie się obecnego charakteru firmy, która jest przedstawicielem na polskim rynku m.in. takich marek jak: iRobot, Stadler Form, Crockpot, FoodSaver, Breville, Laurastar.

W 2023 r. przypada 30-lecie działalności firmy, która obecnie jest autoryzowanym importem rozpoznawalnych światowych marek, posiada markę własną, zatrudnia 151 osób, jej roczne obroty wynoszą 250 mln zł, współpracuje z największymi w kraju sieciami handlowymi, a jej wiarygodność biznesowa, rzetelność i dbałość o jakość obsługi są nagradzane przez niezależne grono ekspertów oraz przez konsumentów.



► **U PROGU KOLEJNEGO ETAPU:** Pozycja rynkowa i zespół specjalistów zbudowane przez DLF w ciągu 30 lat działalności to bezcenny kapitał, z którym firma rozpoczyna swoją czwartą dekadę na rynku. Na zdjęciu od lewej: Jarosław Milewski, wiceprezes zarządu, dyrektor finansowo-administracyjny, Sławomir Radacki, Założyciel, prezes zarządu i dyrektor generalny DLF Sp. z o.o., i Arkadiusz Grochowski, wiceprezes zarządu, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu. [FOT. ARC]

Czystość i wygoda

Historia DLF nie byłaby taka sama, gdyby nie marka iRobot. Ich wspólna droga rozpoczęła się w 2004 r., kiedy spółka wprowadziła produkt amerykańskiego pioniera rynku robotów sprzątających do Polski. DLF Sp. z o.o. zbudowała rozpoznawalność marki iRobot w naszym kraju, stworzyła nową kategorię produktową i sprawiła, że w polskich domach sprząta ponad 800 tysięcy robotów tej marki. Firmy wspólnie zmieniły sposób myślenia Polaków o sprzątaniu, przyzwyczajenia, mentalność i pozwoliły posiadaczom robotów Roomba czy Braava zaoszczędzić cenny czas.

— 30-lecie działalności handlowej skłania do refleksji. Konsekwentna praca nad rozwojem firmy oraz odwaga i wizja przyszłości zachęciły zagraniczne brandy do zaufania nam, a iRobot jest tu doskonałym przykładem. To DLF

zbudował świadomość nowej kategorii i wartości tej marki. Sprawili, że klienci zweryfikowali podejście do nieulubianej czynności, jaką jest odkurzanie, i z entuzjazmem przyjęli nowe rewolucyjne rozwiązania w tym obszarze. To m.in. sukces iRobot w Polsce pozwolił nam otwierać kolejne drzwi do międzynarodowych producentów. Wszystkim naszym partnerom biznesowym obecnym i byłym za te 30 lat serdecznie dziękujemy — mówi Sławomir Radacki, założyciel, prezes zarządu i dyrektor generalny DLF Sp. z o.o.

Ponad 10 lat temu drugim ważnym partnerem stał się szwajcarski producent urządzeń poprawiających jakość powietrza — Stadler Form. To wspólnie z tą marką DLF rozpoczął poszerzanie istotnej kategorii produktowej urządzeń do szeroko pojętej higieny powietrza. Czyszczacze, nawilżacze, osuszacze, aromatyzery, wentylatory czy termowentylatory Stadler Form w liczbie 150 tysięcy goszczą w polskich domach.

Sukces związany z wprowadzeniem na polski rynek urządzeń iRobot czy Stadler Form był kolejnym ważnym etapem w historii firmy. W kolejnych latach do partnerów biznesowych spółki dołączyły m.in. trzy marki koncernu Newell: Crockpot — rozpoznawalne na całym świecie amerykańskie wolnowary, FoodSaver — urządzenia do próżniowego pakowania żywności w domu, czy Breville — małe AGD do kuchni.

DLF zawsze śledzi trendy rynkowe i stara się odpowiadać na potrzeby Polaków. Podejmuje wyzwanie odnalezienia produktów, które sprostają oczekiwaniom świadomych konsumentów. Wyprowadza czas i oferuje urządzenia, które dzięki postępowi technologicznemu ułatwiają życie. Jednak żadna firma nie może rozwijać się bez odpowiednich ludzi. To zgrany zespół tworzy trzon firmy DLF i stoi za jej osiągnięciami.

Kluczowe kadry i kooperanci

— Nadrzedną wartością są ludzie: zespół specjalistów, których doświadczenie, kompetencje i wiedza napędzają działalność DLF. Lojalna i partnerska współpraca pozwoliła nam zbudować team, w którym ludzie dobrze się ze sobą czują, wzajemnie wspierają i z satysfakcją wykonują swoje zadania. W DLF są osoby, które pamiętają początki firmy, takie, które realnie miały wpływ na kształtowanie się naszego biznesu. Mamy też młodą kadrę — wnoszącą energię i świeżą perspektywę. Ta synergia doświadczenia, kompetencji i młodości to recepta na sukces — mówi Jarosław Milewski, wiceprezes zarządu, dyrektor finansowo-administracyjny.

Partnerstwo biznesowe to kluczowy element DNA firmy. Odpowiedni dobór producentów, produktów oraz sieci sprzedaży ma wpływ na działanie biznesu i stanowi mocny filar działalności DLF. Firma szukając nowych rozwiązań, stawia także na rozwój marki własnej. Stworzyła brand Kohersen, związany z gamą produktów małego AGD do kuchni, w których skład obecnie wchodzi wysokiej klasy urządzenia oraz naczynia kuchenne.

— Doświadczenie i relacje wypracowane przez lata pozwalają nam na stabilne prowadzenie biznesu. Stawiamy jednak na ciągły rozwój w myśl zasady „kto się nie rozwija, ten stoi w miejscu”. Chcemy mieć realny wpływ na jakość produktów dostarczanych konsumentom. Dostarczać im rozwiązania, których jeszcze na rynku nie ma. Taką możliwość daje nam posiadanie marki własnej. Jednocześnie nadal chcemy rozwijać się w zakresie dystrybucji produktów światowych marek, które wpisują się w misję firmy DLF — mówi Arkadiusz Grochowski, wiceprezes zarządu, dyrektor ds. sprzedaży i marketingu.

Zapraszamy do odwiedzenia strony www.dlf.pl

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST DLF Sp. z o.o.

GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

E-commerce pomaga Primavera.pl przekuć czynniki kryzysu w sukcesy

Rok 2022 był kolejnym krokiem rozwoju biznesu Primavera.pl mimo wojny w Ukrainie, inflacji, narastającej niepewności. Od wielu lat przedsięwzięcie to notuje dynamiczne zmiany. Coraz bardziej wrasta przy tym w e-commerce, najbardziej rozwojowy sektor gospodarki

Obecnie Primavera.pl jest liderem sprzedaży na Allegro w kategorii karmy dla zwierząt i artykułów zoologicznych, ale w ostatnich latach dodaje do niej produkty dla akwarystów, dla domu i ochrony zdrowia. Obrót Grupy Primavera w 2021 r. przekroczył tam 70 mln zł, a na koniec 2022 r. ma – zgodnie z planami firmy – osiągnąć poziom 130 mln zł. Już ostatnie miesiące pandemii w 2021 r. były dla Primavera.pl okresem dużej dynamiki wzrostu.

Gdy inni cięli koszty, optymalizowali swój biznes i z ostrożnością planowali 2022 r., Primavera Group wchodziła w ten rok z optymizmem, który wkrótce został wystawiony na próbę – najazd Rosji na Ukrainę stał się powodem nieprzewidywanych perturbacji.

– W czasie wojny za wschodnią granicą naszego kraju jedną niewiadomą było zachowanie konsumentów, zwłaszcza w Polsce. Dlatego z myślą o rozwoju naszego biznesu podjęliśmy decyzję o wejściu na rynki Europy Zachodniej i dopasowanie produktów do tamtejszych konsumentów – komentuje Łukasz Paczewski, właściciel firmy.

Miejsce na rynku

Wojna w Ukrainie oznacza dla Grupy Primavera nie tylko perturbacje na rynku krajowym, ale również ogromne zamieszanie na rynkach zagranicznych. Wynikające wprost z rosyjskiej agresji ograniczenia prawne, związane z łańcuchami dostaw, powodują duże utrudnienia w planowaniu importu towarów.

Obecnie łańcuch dostaw został ograniczony do dwóch frachtów: morskiego i lotniczego. Fracht kolejowy pomiędzy Chinami a Europą został wstrzymany ze względu na sankcje polityczne, a firmy świadczące usługi frachtu kolejowego wstrzymały go ze względu na trasy kolejowe, które przebiegają przez Rosję i Białoruś. Dodatkowo importerzy nie mogą znaleźć ubezpieczycieli dla importowanego towaru, który miałby być przewożony przez kraje, w których prowadzone są działania wojenne.

Napaść Rosji na Ukrainę i następujący po niej wzrost

inflacji to czynniki odbierane przez biznes jako kolejna fala uderzająca w rynek, która powoduje, że biznes skupia się przede wszystkim na przetrwaniu.

– Konsekwencje wojny uderzyły we wszystkich importerów europejskich, nie tylko w polskich. Nas skłoniły do poszerzenia asortymentu i rozpoczęcia działalności w południowo-zachodniej Europie. Zmiana była efektem braku ciągłości dostaw. Braki lub opóźnienia w dostawach do największych graczy na rynku wykreowały nowe możliwości rozwoju sprzedaży przez mniejszych importerów, takich jak moja firma. Właśnie dzięki temu znaleźliśmy na wielkich platformach e-commerce dogodne dla siebie miejsce rynkowe (marketplace) – przyznaje Łukasz Paczewski.

– Oczywiście, sytuacja wojny miała też negatywny wpływ na rozpoczęcie przez nas obrotu nowymi produktami. Jak każdy gracz na rynku, również Primavera.pl miała problemy z dostawą towaru do Europy, co doprowadziło do zamrożenia kapitału – dodaje.

Kibicowanie kompromisowi

Firma zawdzięcza swój rozwój w Niemczech stopniu funduszy europejskich, o które aplikuje, z których korzysta i dzięki którym osiąga szybszy wzrost. Unijne środki umożliwiają pokrycie części kosztów inwestycyjnych, a – co za tym idzie – szybszą realizację prorozwojowych inwestycji. Co konkretnie zawdzięcza im Grupa Primavera?

– Pieniądze unijne dają olbrzymie możliwości rozwoju dla takich firm jak nasza. Wspierają m.in. inwestycje w technologie. Dzięki nim wypracowaliśmy własny innowacyjny system do zarządzania relacjami z klientem, który jest połączony z aplikacją do zarządzania magazynem klasy WMS (warehouse management system). Nowe narzędzia technologiczne umożliwiają nam prowadzenie innowacyjnych działań, zakup surowców po optymalnych cenach, wspierają nas w prezentowaniu naszej oferty za granicą i w internacjonalizacji, czyli w udziale w targach, wystawach – wylicza Michał Cyran, wspólnik.



► **EKSPANSJA:** Z myślą o rozwoju naszego biznesu podjęliśmy decyzję o wejściu na rynki Europy Zachodniej i dopasowanie produktów do tamtejszych konsumentów – mówi Łukasz Paczewski, właściciel firmy Primavera.pl (na zdjęciu w środku) w towarzystwie współpracowników. [FOT. ARC]

Obecnie Unia Europejska wstrzymała wypłacanie funduszy. Uzasadnia to uchybieniami Polski na obszarze praworządności. Potyczka Komisji Europejskiej z polskim państwem zaczyna mieć duży wpływ na realizację planowanych programów unijnych i wynikające stąd formy wspierania polskich przedsiębiorstw.

– Fundusze mają duży wpływ na rozwój Primavera.pl, co potwierdza nasza dotychczasowa historia. Dopóki więc trwają negocjacje, dopóty jest światło w tunelu, że środki unijne zostaną odblokowane. Liczymy, że dojdzie do kompromisu, bo dla mojej firmy oznaczałoby to możliwość dalszej rozbudowy, m.in. nowych magazynów – wyjawia Łukasz Paczewski.

Czynnik wzrostu

Gdy w minionych latach pandemii wiele firm skupiło się na przetrwaniu, Grupa Primavera notowała dynamiczny rozwój. Co było i jest sekretem tego procesu? Właściciele firmy zgodnie twierdzą, że jest nim handel internetowy – e-commerce. Liczba osób robiących zakupy przez internet rośnie w każdym roku. W części krajów Unii Europejskiej przekracza już 84 proc. Coraz szybsze doświadczenia klienta końcowego

przyspieszają rozwój handlu w sieci.

Internet stał się powszechnie dostępny. Staje się niezastąpionym w życiu codziennym. Praktycznie każdy telefon posiada już dostęp do sieci. Około 61 proc. zakupów online wykonywanych jest za pośrednictwem urządzeń mobilnych. Właściciele Primavera.pl odkryli w tym szansę biznesową, którą wykorzystali, co przełożyło się na rozwój firmy w niesprzyjających mu warunkach.

W latach pandemii COVID-19 liczba zakupów w internecie mocno wzrosła. Ze względu na zamknięte sklepy stacjonarne duża część klientów zaczęła robić zakupy online. Coraz więcej firm wprowadzało swoje produkty do sieci.

– Oczywiście dynamika wzrostu zdalnych transakcji różni się w każdym kraju, ale bez wątpienia kryzys pandemiczny przyspieszył rozwój e-commerce. Duża część konsumentów, która zaczęła robić zakupy w sieci, przekonała się, że to wygodna forma zakupów i już przy niej pozostała – wskazuje Łukasz Paczewski.

Nadchodzące wyzwania

Prognozy ekonomiczne zakładają na 2023 r. zwiększoną inflację w krajach unijnych, która będzie miała negatywny

wpływ na popyt, zmniejszenie siły nabywczej waluty. Nie tylko dla Primavera.pl oznacza to mniejsze możliwości sprzedażowe i konieczność blokady kapitału na import.

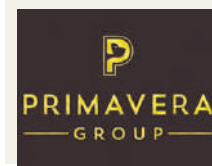
Ceny energii będą rosły, co jest jednym ze skutków inwazji Rosji na Ukrainę, ale i restrykcji związanych z realizacją unijnej polityki klimatycznej. Produkcja zostanie obłożona większymi wymaganiami, co podniesie jej koszt; również transport będzie drożał – już widać to na rynkach europejskich, np. we Francji i Niemczech, gdzie firmy kurierskie wprowadzają opłatę paliwową za każdą paczkę. Czynniki te przełożą się ostatecznie na wzrost cen produktów końcowych.

– Jak dotąd pandemia, agresja Rosji na Ukrainę, inflacja, rosnące ceny energii nie złamały naszego biznesu. Dlatego i nadchodzący rok 2023 nie może być gorszy. Umiarkowany optymizm wynika z własnej determinacji, ale i z zaangażowania naszej załogi, ze współpracy z kontrahentami i partnerami w biznesie. Bez ludzi Primavera.pl nie byłoby naszej organizacji ani sukcesów, które wspólnie wypracowaliśmy – wyznaje Łukasz Paczewski.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST PRIMavera.PL

Primavera.pl dziękuje

► Rozwój firmy, zwiększanie obrotów, poprawianie wyników, przekucie czynników kryzysu w rozwój – m.in. za to Łukasz Paczewski dziękuje na łamach „Pulsu Biznesu” swoim kolegom w branży. W szczególności Kazimierzowi Lasekiemu ze spółki Action za biznesowe i technologiczne doradztwo, Łukaszowi Traczewskiemu, Paulinie Maternie i Natalii Rosa za wsparcie przy wdrażaniu usługi One Fulfillment by Allegro, Karolinie Masek i Andrejowi Teterowi z Mars Polska i Emilowi Borkowskiemu z Cargill Poland za pomoc w wychodzeniu obronną ręką z kryzysu deficytu towarów, surowców. – Obecność takich ludzi w biznesie to dla nas szansa na dalszy rozwój w 2023 r. Współpracować i konkurować z ludźmi inteligentnymi, z firmami innowacyjnymi, które prowadzą, jest czystą przyjemnością i szansą dorównania najlepszym – podkreśla Łukasz Paczewski.





GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Nasz klient – nasz partner

Kluczem do sukcesu dla tej stosunkowo niewielkiej firmy rodzinnej ze Śląska jest spersonalizowana obsługa, elastyczność i budowanie długoterminowych relacji. Kiedy nie da się wygrać ceną ani wolumenem sprzedaży, tylko w ten sposób możemy konkurować na rynku, na którym działają duże korporacje – mówią **Fabian i Jarosław Kowalczykowie**, współzałożyciele JFK Group

Firma działa w branży hutniczej, jej główną dziedziną są zbrojenia budowlane. Czym dokładnie się zajmujecie?

Fabian Kowalczyk, właściciel JFK Group: Głównym przedmiotem działalności JFK Group jest produkcja prefabrykowanych zbrojeń budowlanych oraz wytwarzanie spawanych konstrukcji zbrojeniowych, w tym stalowych, na potrzeby odbiorców końcowych działających w różnych segmentach szeroko pojętej branży budowlanej.

Jarosław Kowalczyk, współzałożyciel JFK Group: Dodatkowym filarem działalności naszej firmy jest dystrybucja wyrobów hutniczych ze stali węglowej, nierdzewnej oraz aluminium do odbiorców działających w branżach: kooperantów i producentów taboru szynowego, energetycznej, producentów maszyn oraz ich komponentów, producentów urządzeń dla górnictwa i energetyki, producentów urządzeń do wydobycia ropy i gazu oraz producentów naczej samochodowych i pojazdów specjalnego przeznaczenia.

Co wyróżnia waszą firmę na tle konkurencji?

FK: Indywidualne podejście oraz spersonalizowana obsługa każdego klienta. Do dziś mamy trwałe relacje ze stałymi klientami, nie są dla nas anonimowi. **JK:** Rozumiemy poproszę to obsługę, która jest komunikatywna, szybka, w punkt, zawsze dostępna, elastyczna, dostosowana do indywidualnych potrzeb klienta, gotowa do ciągłego ulepszeń i dostosowywania produktów do jego preferencji.

FK: Wspólnymi siłami, przy wsparciu kierownika zbrojarni, proponujemy klientowi rozwiązania szyte na miarę. Zdecydowana większość kierowników budowy czy kierowników projektu docenia nas właśnie za szczególne zaangażowanie.

JK: Dzięki wykwalifikowanej i doświadczonej kadry obsługującej realizujemy w sposób proaktywny, czyli proponując rozwiązania poprzez dostosowanie produktu w taki sposób, aby zminimalizować możliwość pojawienia się potencjalnych problemów, co wpływa na minimalizację nie-



► **WBREW PRZECIWCIECZNOŚCIOM:** Jesienią 2022 r. po pandemii, w trakcie szalejącej inflacji oraz wojny przy polskiej granicy, pytanie, dokąd zmierzamy, należy do kategorii science fiction. Jedno jest pewne, polski przedsiębiorca poradzi sobie w każdych warunkach – uważa JFK Group. [FOT. DAWID MARKYSZ/EDITOR]

potrzebnych kosztów naszych klientów.

Początki firmy to?

FK: 100 mkw. podnajetej powierzchni użytkowej drobnej części hali produkcyjnej – w warunkach wszechobecnego pyłu, sadzy, jak w większości śląskich kopalni węgla kamiennego. Brak własnego biura. Stan zatrudnienia to dwóch pracowników fizycznych – monterów/spawaczy zbrojeń budowlanych z Ukrainy. Mieliliśmy kilku lokalnych klientów z jednego powiatu.

JK: Kilka lat później... dwa pełnoprawne zakłady produkcyjne z biurami, tj. Zakład Produkcji Zbrojeń Budowlanych w Mikołowie oraz Zakład Konstrukcji Spawanych w Tuszyńcu pod Łodzią o łącznej powierzchni kilku tysięcy m kw., dwa składy magazynowe, nowoczesna siedziba firmy oraz filie sprzedażowe w różnych częściach kraju.

JK: Klienci z Polski, Europy, Azji, Ameryki Północnej oraz Centralnej. Profesjonalne struktury organizacyjne firmy, zatrudnionych kilkudziesięciu pracowników, m.in. produkcyjnych, magazynierów, kierowników zakładów, brygadzystów, handlowców, inspektorów BHP, księgowych, doradców podatkowych i zespół prawników. **FK:** Wbieżymy trzecim roku produkujemy średniomiesięcz-

nie około 1000 ton prefabrykowanych i spawanych zbrojeń budowlanych w obu zakładach produkcyjnych JFK Group w Mikołowie oraz w Tuszyńcu pod Łodzią.

FK: Co warto podkreślić, jesteśmy z tego niezwykle dumni, wspomnieliśmy na początku pracownicy nadal współtworzą z nami firmę – jeden został kierownikiem jednego z naszych zakładów, drugi kluczowym brygadzystą.

FK: Reasumując, początki i budowanie firmy to trudna i wyniszczająca praca.

JK: Tylko czasami kończy się sukcesem.

Gdzie kryją się więc niebezpieczeństwa w tej branży?

FK: Jednym z problemów, z którymi borykają się mniejsze zakłady produkcyjne, jest wątpliwa etycznie praktyka dużych graczy na rynku, polegająca na celowym zaniżaniu cen, aby utrudnić mniejszym podmiotom zdobywanie zleceń. **JK:** Przy jednocześnie absurdalnej z naszego punktu widzenia praktyce polegającej na zamrażaniu cen na cały okres kontraktu, np. rok, zamiast posługiwania się indekacją cen na podstawie notowań, np. PUDS. Taka praktyka biznesowa z góry eliminuje mniejsze podmioty, jak np. my, ze startowania w takich dużych inwestycjach z uwagi na zbyt wysokie ryzyko niekorzystnej

zmiany ceny. Mniejszych firm na to ryzyko po prostu nie stać. **FK:** Ponadto dużym graczom często oplać się zerwać kontrakt ze względu na niekorzystną zmianę ceny i zapłacić kontraktową karę umowną odbiorcy. Kategorycznie sprzeciwiamy się takim praktykom, dlatego stawiamy na mniejszych odbiorców, którzy mogą liczyć na naszą rzetelność i uczciwe podejście do sprawy, które nie faworyzuje żadnej ze stron.

JFK Group to firma rodzinna. Co to znaczy w waszym przypadku, jak podzielone są obowiązki? Jakże są wady i zalety prowadzenia biznesu w takim układzie zawodowo-personalnym?

FK: Oznacza to, że pracujemy na wspólne dobro, przyswajając nam wspólne cele.

Wszelkie problemy interpersonalne, biurokratyczne znane z dużych korporacji nie mają racji bytu w firmie rodzinnej, a już z pewnością nie mogą rzucać na jej dobro. Rodzina jest wartościowa kilka rządów wielkości potężniejszą niż jakikolwiek ład korporacyjny.

JK: Jak twierdził założyciel najbardziej rodzinnej firmy na świecie Sam Walton: „Jest tylko jeden szef. Klient. On może zwolnić każdego w firmie, od prezesa w dół – po prostu wydając swoje pieniądze gdzie indziej”.

Obecna sytuacja na rynku budowlanym jest niepewna, wiele firm zawiesza inwestycje, czekając na rozwój sytuacji. Jak to wpływa na wasz biznes?

JK: Z naszego punktu widzenia oraz subiektywnego odczucia wydaje się, że już następuje pewien okres weryfikacji na rynku, swoistego oczyszczenia w branży budowlanej. Niewątpliwie potrzebne.

Nierzetelne firmy budowlane są również często inwestorami, których my nazywamy patoinwestorami, ze względu na brak własnego kapitału, przy bardzo częstej próbie nieuczciwego finansowania swojej działalności. Korzystają one głównie z dostaw rzetelnych podwykonawców, a potem nie poczuwają się do spłaty należności. To praktyka wolająca o pomoc do nieba lub o prokuratora. Przy obecnej sytuacji gospodarczej można oczekiwać ukrócenia tego procederu. Uważamy, że przyszedł rok wiele zweryfikuje...

FK: Niezależnie od wszystkiego zadaniem przedsiębiorcy jest szukanie rozwiązań, nie problemów. Należy odnaleźć się w każdej sytuacji gospodarczej. Zatem nieważne jak jest zła, obowiązkiem przedsiębiorcy jest koncentracja swoich wysiłków na wyznaczonych celach.

To wyzwania na dziś i najbliższa przyszłość. A jak

widzicie firmę w nieco dalszej perspektywie? Mówiąc inaczej – dokąd zmierzacie? **FK:** Jesteśmy stosunkowo nie-dużą firmą rodzinną. Nie jesteśmy finansowani przez wielkie zagraniczne korporacje, dysponujemy prywatnym kapitałem własnym, płacimy podatki wyłącznie w Polsce.

JK: W związku z tym główny punkt ciężkości oraz koncentracja naszego wysiłku muszą spoczywać na szukaniu asymetrii, czyli w miejscu, gdzie bezpośrednia konfrontacja cenowa oraz ilościowa z największą konkurencją na rynku jest pozbawiona sensu, należy poszukiwać alternatywy w postaci jakości, technologii, innowacji, obsługi klienta itd. **FK:** Sukces małych i średnich firm w Polsce jest zbudowany na poszukiwaniu i wykorzystaniu asymetrii we wszelkich przejawach rywalizacji. Nie jesteśmy w stanie konkurować w branży z dużymi korporacjami masą (tonażem) i siłą (kapitałem). Naszym zadaniem jest szukanie alternatywnych rozwiązań, gdzie indywidualne podejście do klienta, spersonalizowana obsługa, elastyczność, budowanie długoterminowych strategicznych relacji są kluczem do sukcesu.

► www.jfkgroup.pl

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST JFK GROUP

Wyjątkowość sposobem na sukces

Stal, pompy, armatura – dostawców tych produktów na rynku nie brakuje. Firma Rafstal z Piekar Śląskich jest jednym z nich, ale tylko ona oferuje te wszystkie trzy rodzaje wyrobów jednocześnie

– Nasz sukces w dużej mierze opiera się na dywersyfikacji oferty, co pozwala elastycznie reagować na sytuację na rynku – mówi prezes spółki Stanisław Wołoszyn.

Rafstal działa już od 27 lat. Z małej firmy rodzinnej wyrosło przedsiębiorstwo, które z sukcesem wciąż się rozwija, mimo przeróżnych zawirowań, jakie przez te ponad ćwierć wieku przetożyły się przez rynek.

– Jesteśmy spółką bardzo nietypową, która nie skupia się na dystrybucji pojedynczych produktów, ale oferujemy szerokie spektrum wyrobów stalowych, a do tego dodaliśmy jeszcze armaturę i pompy, co daje możliwość zaprojektowania, zbudowania i dostawy całego układu przemysłowego – wyjaśnia Stanisław Wołoszyn, prezes zarządu Rafstal sp. z o.o.

I to właśnie jest kluczową przewagą Rafstalu nad konkurencją, która jest w przypadku tej firmy pojmowana dość wyjątkowo. W każdym z trzech filarów działalności ta konkurencja oczywiście istnieje, ale patrząc na usługi firmy jako całość – jednocześnie oferowanie stali, armatury i pomp – sytuacja jest zgoła inna.

– Jeśli weźmiemy pod uwagę nasze know-how, to jesteśmy

bardzo specyficzni i nietypowi – mówi prezes firmy.

– Jeśli dla kogoś cenna jest współpraca z dostawcą, który zadba o to, aby połączyć ze sobą takie elementy, które wymagają wiedzy na temat różnych niuansów dostępnych norm, połączeń, ciśnień czy średnic, to my pod tym względem praktycznie nie mamy konkurencji – dodaje.

Dywersyfikacja uodparnia

Oparcie firmy na takich trzech filarach pozwala też na dużą elastyczność, bo żaden z nich nie jest bardziej istotny dla wyników spółki od innych.

– Tutaj raczej działa synergia. Mało jest takich dziedzin, które dają gwarancję sprawnego funkcjonowania na rynku przez cały czas. Współpracujemy z wieloma kontrahentami, mamy szerokie spektrum klientów. Niezależnie więc od tego, czy jest koniunktura czy dekoniunktura, to zawsze mamy możliwość szybszego dostosowania się do okoliczności – wyjaśnia Stanisław Wołoszyn.

Przez ponad ćwierć wieku działalności właściciel spółki widział niejedną kryzys i – jak podkreśla – każda z tych sytuacji była nieco inna, jednak to, co obecnie dzieje się na rynku, zdecydowanie wykra-



► **KOMPLEKSOWOŚĆ:** Nie skupiamy się na dystrybucji pojedynczych produktów, ale oferujemy szerokie spektrum wyrobów, co daje możliwość zaprojektowania, zbudowania i dostawy całego układu przemysłowego – wyjaśnia Stanisław Wołoszyn, prezes zarządu Rafstal sp. z o.o. (na zdjęciu z lewej) w towarzystwie współpracowników. [FOT. ARC]

cza poza dotychczasowe schematy.

– Branza stalowa po wybuchu wojny w Ukrainie przeżyła rodzaj paraliżu, jeśli chodzi o produkcję. Ceny poszybowały tak mocno, że zapasy, które mieliśmy zgromadzone, spowodowały znaczne polepszenie wyników, a nie ich pogorszenie. Zakupy były paniczne, specjalistyczne produkty drożały nawet dziesięciokrotnie – opisuje prezes Rafstal.

– W tym momencie mamy etap stabilizacji. Przed nami jednak kłopoty energetyczne, których się obawiamy, ceny nadal są dziś wyższe o 10-40

proc. niż rok temu, więc jako spółka wciąż nie odczuwamy tego, że koniunktura całkowicie wyhamowała, natomiast spodziewamy się, że najgorsze będą nadchodzące miesiące sezonu zimowego.

Rozwój w trudnych czasach

Rafstal zoptymalizował zasoby ludzkie, firma obecnie zatrudnia 22 osoby. Wciąż dynamicznie się rozwija, co nie jest tak oczywiste w przypadku tak dojrzalej spółki – zauważa jej prezes.

– Tak ustabilizowane podmioty nie rozwijają się tak szybko, jak start-upy, które łatwo osiągają imponujące wyniki, bo to począ-

tki działalności. Ustabilizowany podmiot to coś zupełnie innego. Jeśli nie zrobimy w nim jakiejś istotnej zmiany, nie dokonamy jakiejś inwestycji, która diametralnie zmieni spektrum spółki, to zwykle utrzymuje się status quo i sukcesem jest rokroczne powtarzanie wyników – zauważa Stanisław Wołoszyn.

Tymczasem Rafstal między 2019 a 2021 r. zanotował wzrost przychodów o 56 proc. Już dziś na podstawie zawartych kontraktów można powiedzieć, że pod koniec 2022 r. przychody spółki wzrosną w stosunku do 2021 r. o ok. 30 proc. Czyli – jeśli porównamy przychody z 2022 r.

z danymi na koniec 2019 r. – mamy imponujący, ponad 100-procentowy wzrost w ciągu trzech lat.

Dziesiąty tytuł Gazeli Biznesu

Rafstal ma na swoim koncie wiele narodów i wyróżnień, wśród których jest aż dziewięć statuetek rankingu Gazele Biznesu. W tym roku ta kolekcja powiększa się do okrągłej dziesiątki, co jest owocem pracy bardzo kompetentnego i rzetelnego zespołu, którego rdzeń stanowi kadra z blisko bądź ponad 20-letnim stażem.

– Cenię tę nagrodę szczególnie za transparentność regul. To jedno z niewielu wyróżnień, w których rzeczywiście sprawdza się, czy dana firma spełnia kryteria i nie ma pod tym względem żadnych wyjątków. Pamiętam, kiedy nie dostaliśmy Gazeli w 2004 r., która mogła być naszą pierwszą, bo zabrakło dosłownie kilku tysięcy złotych do wyznaczonego minimum przychodów, od których można było wziąć udział w rankingu. I to stanowi wartość tych na-grad, że są rzeczywiście autentyczne – podkreśla Stanisław Wołoszyn.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST RAFSTAL

Brand hero przepisem na sukces

Przykład firmy Vipack pokazuje, że do osiągnięcia sukcesu potrzebny jest przede wszystkim oryginalny pomysł.

Tylko w ten sposób można się wyróżnić spośród wielu innych firm oferujących ten sam rodzaj produktu.

Bo sam produkt, nawet najwyższej jakości, może dziś nie wystarczyć

Jeśli ktoś myśli, że produkcja i dystrybucja tak zwyczajnych produktów jak jajka nie jest skomplikowana, ten powinien zajrzeć do nowego zakładu firmy Vipack. Ma ona swoją siedzibę na Lubelszczyźnie, w miejscowości Nowy Bidaczów, w połowie drogi między Rzeszowem a Zamościem. I chociaż to miejsce jest nieco na uboczu – co akurat sprzyja produkcji zdrowej żywności – to wykorzystano tu najnowocześniejsze rozwiązania w dziedzinie produkcji, pakowania i dystrybucji kurzych jaj.

– To zaawansowany technologicznie zakład, gdzie oprócz wysokiego potencjału produkcyjnego uzyskujemy najwyższą jakość naszych produktów – mówi Roman Matyszczyk, prezes Vipacku.

– Zautomatyzowanie linii produkcyjnych pozwoliło również na odciążenie zatrudnionego personelu, co znalazło odzwierciedlenie w wysokiej jakości wykonywanych prac, a co za tym idzie, produktów opuszczających nasz zakład – dodaje.

Razem można więcej

Historia firmy Vipack zaczęła się w 2012 r., kiedy swoje siły

połączyli dwa dotychczas odrębne przedsiębiorstwa: Fermi Drobiu Dziado, istniejący od 1981 r. zakład zajmujący się produkcją jaj konsumpcyjnych, oraz P.F.H. Roman Matyszczyk, działająca od 1988 r. firma realizująca konfekcję produktów spożywczych.

Na początku działalności w Vipacku pracowało 8 osób, jednak już rok później liczba ta wzrosła do 14, a firma przeniosła się do nowo wynajętego budynku o powierzchni 800 mkw. Od tego czasu wiele się zmieniło – dzięki pozyskaniu nowych odbiorców wzrosła produkcja oraz zatrudnienie. Dzisiaj to 44 pracowników i otwarty w tym roku nowoczesny zakład, który daje podstawę do dalszego rozwoju firmy.

Sukces własnej marki

Hasło Vipacku brzmi „Produkty z pewnego źródła” i to już może się kojarzyć niektórym osobom kupującym produkty firmy z ich nienaganną jakością. Prawdziwym przełomem w historii firmy było jednak wprowadzenie Eggusia – postaci, której wizerunek spowodował, że jaja z wolnego wybiegu oraz z chowu ściółkowego przestały być anonimowe.



► **POD NADZOREM:** Jaja dostępne w naszej firmie pochodzą z ferm, które są pod stałym nadzorem weterynaryjnym i posiadają odpowiednie certyfikacje bezpieczeństwa – zapewnia Roman Matyszczyk, prezes Vipacku. [FOT. PIOTR KOWALCZYK]

– Jesteśmy marką, która jako jedna na rynku posiada spersonalizowany i opatentowany wizerunek jaja – Eggusia. Dzięki stworzeniu tej postaci firma Vipack wyróżniła się na rynku spośród innych zakładów. Z założenia linia ta przeznaczona jest dla grup wiekowych 4-12, 25-35 lat – wyjaśnia prezes firmy.

Idąc tym tropem, Vipack zdecydował się na stworzenie kolejnej postaci – Eggwarda, który powstał w 2021 r. i jest personalizacją jaj ekologicznych. Jego wizerunek symbolizuje strażnika, który kontroluje jakość produktów i ich zgodność z surowymi normami. Są to zdrowe, ekologiczne i najpyszniejsze jaja z okolicy.

– Promowanie Eggusia oraz Eggwarda pozwala zwiększyć sprzedaż produktów dzięki bardzo pozytywnym odczuciom konsumentów względem naszego brand hero i łatwości w zapamiętaniu jego wizerunku – dodaje Roman Matyszczyk.

Własna marka z Vipackiem

Niezależnie od rozwoju własnych marek firma Vipack oferuje również usługi private label. Jej kontrahenci mogą skorzystać z internetowego konfiguratora opakowań, który pozwala w szybki i łatwy sposób utworzyć swoją etykietę, z własnym logo, odpowiednim doborem kolorów i innymi informacjami. A przede wszystkim – mają pewność, że niezależnie od kolorów i logo w pudełku są zawsze jaja najwyższej jakości.

– Jaja dostępne w naszej firmie pochodzą z różnych metod chowu: ekologicznego, wolno wybiegowego, ściółkowego i klatkowego. Są dostępne we wszystkich gramaturach wagowych i szerokim wachlarzu opakowań. Wszystkie pochodzą z ferm, które są pod stałym nadzorem weterynaryjnym i posiadają odpowiednie certyfikacje bezpieczeństwa – zapewnia prezes Vipacku.

– Gospodarstwa, z którymi współpracujemy, są szczegółowo kontrolowane i audytowane, a ich konfekcjonowanie i dystrybucja odbywają się zgodnie ze standardami i procedurami systemu HACCP – dodaje.

Pierwsza dekada – i co dalej?

Jak wspomnieliśmy, Vipack powstał w 2012 r., chociaż obie tworzące go wówczas firmy współpracowały ze sobą od lat. Decyzja o połączeniu okazała się słuszną i przyniosła sukces. Właściciele nie zamierzają jednak spoczywać na laurach i planują dalszy rozwój.

– Dodatkową mobilizacją jest dla nas prestiżowa nagroda Gazele Biznesu, którą otrzymaliśmy w 2017 r. i która mobilizuje nas do działania. Mamą ogromną satysfakcję, że stworzone przez nas flagowe produkty mają coraz szerszą rzeszę odbiorców. Dążymy do tego, aby obecne były w każdym domu, bo to zdrowe, cenne i przede wszystkim smaczne produkty. Być może stworzymy kolejną postać, która na stałe gości w domach naszych klientów – zapowiada Roman Matyszczyk.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST VIPACK



GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Zatrzymanie specjalistów IT w firmie jest możliwe

W czasach dynamicznej cyfryzacji technologie informatyczne stały się niezbędne do funkcjonowania właściwie każdej gałęzi przemysłu. Zapotrzebowanie na pracowników z sektora IT jest olbrzymie, a zbudowanie stabilnego zespołu specjalistów IT to dla pracodawców trudne zadanie.

Wymagające, ale nie niemożliwe do zrealizowania. Firmy mają pomysły, jak sprostać temu wyzwaniu

Według statystyk portalu Pracuj.pl liczba ofert pracy dla przedstawicieli branży IT stale się powiększa. W pierwszym półroczu br. ogłoszenia dotyczące zatrudnienia specjalisty IT stanowiły aż 36 proc. wszystkich zamieszczonych w portalu, a w ciągu roku liczba tego typu ofert zwiększyła się o ponad połowę. W sumie co czwarta oferta dotyczyła sektora informatycznego.

Branża IT, nie tylko w Polsce, ale także w wielu innych krajach, zmaga się z potrzebą dostarczania na rynek coraz większej ilości technologii cyfrowych, przy jednoczesnym ciągłym niedoborze fachowców. Dane Eurostatu plasują Polskę dopiero na 24. miejscu wśród krajów Unii Europejskiej pod względem odsetka osób posiadających kompetencje cyfrowe. Znaleźnienia pracownika nie ułatwia zmiana sposobu wykonywania pracy. W czasie kiedy większość specjalistów deklaruje chęć pracy zdalnej, nie istnieje dla rekruterów bariera granic państwowych ani geograficznych. Idealnego kandydata mogą poszukiwać dosłownie w każdym miejscu

na świecie. Nie jest to dobra wiadomość dla rodzimych przedsiębiorstw z branży IT – trudno konkuruować z metodami standardowymi, takich jak wynagrodzenie, benefity czy możliwość pracy zdalnej, ale też coraz częściej poszukują rozwiązań bardziej kreatywnych. Bywają one najróżniejsze – od braku dress code'u i zapewnienia w biurze strefy relaksu, po oferowanie dodatków relokacyjnych dla całej rodziny czy rozliczanie pracy w systemie ROWE (results only work environment).

Dziś karty rozdaje pracownik Doświadczony pracownik, który wiąże swoją przyszłość z daną firmą, to skarb. Bez stabilnego zespołu trudno terminowo realizować projekty i angażować się w nowe. Tymczasem średni czas zatrudnienia fachowca u jednego pracodawcy to zaledwie 30 miesięcy, a według raportu NextTechnology aż 71 proc. zatrudnionych jest otwartych na zmianę pracy w najbliższym czasie. Specjaliści IT są świadomi swojej wartości.

– W branży IT zdecydowanie mierzymy się z rynkiem pracownika. Oznacza to, że specjaliści z sektora nowoczesnych technologii mają szersze pole do negocjacji swoich warunków pracy i większy wybór potencjalnego pracodawcy – zauważa Karol Kot, Head of Sales Academy

and Resource Management w ASTEK Polska.

Organizacje konkurują o pracowników, korzystając z metod standardowych, takich jak wynagrodzenie, benefity czy możliwość pracy zdalnej, ale też coraz częściej poszukują rozwiązań bardziej kreatywnych. Bywają one najróżniejsze – od braku dress code'u i zapewnienia w biurze strefy relaksu, po oferowanie dodatków relokacyjnych dla całej rodziny czy rozliczanie pracy w systemie ROWE (results only work environment).

Chociaż względy finansowe nadal są istotnym czynnikiem przy wyborze pracodawcy, a średnia pensja w branży

ciągle rośnie i w pierwszej połowie 2022 r. wynosiła 14,5-22 tys. zł brutto, to dla doświadczonych pracowników ważniejsze stają się aspekty pozapłacowe. Chcą się kształcić, rozwijać i uczestniczyć w ciekawych i wymagających przedsięwzięciach. Równie ważna jest dla nich możliwość wymiany spostrzeżeń i uwag z kadrą zarządzającą oraz pozostawienie pewnej autonomii w działaniach. Wsluchując się w te potrzeby, ASTEK Polska utworzył dział Resource Management, którego głównym zadaniem jest zatrzymanie doświadczonych pracowników w firmie.

Jesteśmy tu dla konsultantów Resource Management to zarządzanie zasobami. W ASTEK Polska są to głównie nasi konsultanci IT. Dział Resource Management odpowiada za zwiększenie ich satysfakcji z pracy, co przekłada się na przywiązanie do firmy i chęć kontynuowania kariery w jej strukturach.

– Pracownicy, którzy są zadowoleni ze swojego miejsca pracy, mają znacznie mniej powodów, by ją zmienić. Jako pracodawca zapewniamy stale podnoszenie kompetencji, oferujemy gamę

ciekawych projektów i dostosowujemy wysokość stawek do rynku. Eksperti pozostają w strukturze firmy, mając poczucie, że jest to atrakcyjne i stabilne miejsce pracy – przekonuje Karol Kot.

ASTEK Polska zdefiniował trzy podstawowe potrzeby, którymi ma się opiekować dział Resource Management: ▶ poczucie stabilności,

▶ możliwość rozwoju, ▶ poczucie bycia ważnym dla firmy.

Resource Managerowie spotykają się z konsultantami już pierwszego dnia pracy, kiedy udzielają im wsparcia i dostarczają wszystkich podstawowych informacji o firmie. Podczas kolejnych, odbywających się cyklicznie spotkań, RM drobniaczko zbierają feedback na temat zadowolenia z warunków pracy, projektu i przypisanego klienta, a ewentualne problemy rozwiązują z należytą starannością.

Pozytywne efekty podjętych działań widać już dzisiaj. Konsultanci czują się mocniej związani z marką i chętniej angażują się w inicjatywy zewnętrzne (spotkania integracyjne, akcje CSR, wydarzenia sportowe) i wewnętrzne (prowadzenie bootcampu, targi pracy, wydarzenia branżowe, konferencje itp.).

Każdy człowiek jest ważny W ASTEK Polska ogromną wagę przywiązuje się do tego, aby pracownicy czuli się usatysfakcjonowani i otoczeni opieką, dlatego potrzeby każdego członka zespołu traktowane są indywidualnie, a zaangażowanie jest doceniane i pozwala poczuć się ważną postacią w strukturze firmy.

– Nasi konsultanci to naprawdę niesamowici ludzie, kompetentni, ciekawi. Miałem okazję nieraz rozmawiać z wieloma z nich na temat ich sytuacji życiowej, zainteresowań, planów i celów. Mogłem obserwować ich progres, niekiedy przyczyniając się do niego. Odkryłem wiele talentów, którym starałem się pomóc w rozwoju ścieżki zawodowej, m.in. organizując dla nich szkolenia lub znajdując dla nich odpowiednie projekty – mówi dyrektor działu Resource Management.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST ASTEK POLSKA

”Poczucie przynależności do firmy i możliwość wpływania na jej kształt, warunki do nieustannego wzmacniania swoich kompetencji i nagradzanie pracy konsultantów za pomocą odpowiedniej gratyfikacji finansowej, ale też w sposób niematerialny, pomaga budować stabilny zespół, składający się ze świetnych specjalistów. W ten sposób, równolegle, odpowiadamy także na potrzeby naszych klientów – gwarantujemy im stałość projektów i najwyższą jakość usług.

▶ Karol Kot
Head of Sales Academy and Resource Management
w ASTEK Polska



Wykończenie na najwyższym poziomie UCHWYTY MEBLOWE | RAMKI ALUMINIOWE | SZKŁO DEKORACYJNE

ALUS


ALUS Sp. z o.o., Dylewo 50C, 87-500 Rypin, BOK: 798 711 692

www.alus.pl

Ochrona środowiska to biznes dla wytrwałych

Żadna z naszych umów w czasie pandemii nie została przerwana ani opóźniona. We wszystkich umowach gwarantowane parametry procesowe zostały przez nas dotrzymane. To wielkie osiągnięcie naszych klientów, podwykonawców oraz całego zespołu – wiele podobnych projektów w innych krajach unijnych zostało zatrzymanych – mówi **Marek Mikołajczyk**, prezes Wallstein Rothemühle.

Jaka jest historia Wallstein Rothemühle w Polsce?

W branży urządzeń ochrony środowiska jesteśmy znani w Polsce od ponad 20 lat. Pierwsze nasze elektrofiltry zostały tu zainstalowane na początku lat 90., dziś pracują w większości polskich elektrowni, elektrociepłowni oraz licznych zakładach przemysłowych. To biznes dla wytrwałych, wielu naszych konkurentów nie ma już na rynku.

Jak wasza działalność ma się do ochrony środowiska?

Dzięki naszym elektrofiltrów i filtrów tkaninowym rocznie usuwane są z różnych procesów dziesiątki tysięcy ton pyłu. Pozycja firm takich jak nasza wzrosła szczególnie szybko po przystąpieniu

Polski do Unii Europejskiej i przyjęciu przez nas obowiązujących w Unii restrykcyjnych przepisów w zakresie ochrony środowiska. Nasze urządzenia znajdują zastosowanie m.in. w elektrowniach, ciepłowniach, cementowniach, hutach, papierniach, spalarniach śmieci czy rafineriach.

Zatrudniamy inżynierów z wieloletnim doświadczeniem, którzy dziś posiadają unikatową wiedzę o technologiach odpylania stosowanych na całym świecie. Dzięki wypracowanym przez nas przez lata rozwiązaniom dostarczamy nie tylko nowe urządzenia, takie jak elektrofiltry Rothemühle, potrafimy również skutecznie modernizować i zwiększać efektywność urządzeń firm konkurencyjnych i znacząco poprawiać jakość powietrza w Polsce.

Jeszcze trzy lata temu byliście znani pod nazwą Balcke-Dürr Polska. Zmieniliście jednak głównego udziałowca.

Tak. Przez ponad 12 lat byliśmy częścią amerykańskiego konglomeratu SPX. Nastąpiła jednak zmiana większościowego udziałowca spółki i stąd nowa nazwa.

Czy wpłynęło to na waszą działalność?

Obecnie w grupie Wallstein kontynuujemy prowadzoną od lat działalność polegającą przede wszystkim na projektowaniu, dostawach, montażu i uruchamianiu elektrofiltrów, filtrów workowych i wymienników ciepła, których podzespoły są wykonywane przez na-



► **TECHNOLOGIA NAJWAŻNIEJSZA:** W bieżącym roku odkupiśmy od syndyka masy upadłościowej niemieckiej firmy HAMON technologię filtrów (elektrofiltrów i filtrów tkaninowych). To kolejny krok w kierunku rozwoju naszych usług serwisowych również dla użytkowników tych urządzeń – mówi Marek Mikołajczyk, prezes Wallstein Rothemühle, czołowego europejskiego dostawcy elektrofiltrów. [FOT. ARC]

szych partnerów, głównie w Polsce. Modernizujemy też skutecznie filtry innych dostawców.

Istotne zmiany nastąpiły jednak w wyniku podjętej przez nas decyzji o zakupie pod koniec 2019 r. od niemieckiej spółki matki kompletnej technologii filtrów Rothemühle. Chodzi o elektrofiltry, filtry tkaninowe oraz wszystkie związane z nimi patenty wraz z unikatową bazą danych dotyczącą ponad 2,5 tys. filtrów Rothemühle instalowanych od dziesięć lat na całym świecie.

Od tego czasu technologia ta została rozwinięta i uzupełniona o indywidualne rozwiązania polskich inżynierów, umożliwiając osiągnięcie rekordowo wysokiej, w skali światowej, skuteczności odpylania. W celu dalszego rozwoju naszych usług serwisowych w bieżącym roku odkupiśmy od syndyka masy upadłościowej niemieckiej firmy Hamon technolo-



gię filtrów (elektrofiltrów i filtrów tkaninowych) również tej firmy. Jesteśmy pewni, że zwiększenie naszej wiedzy o tych urządzeniach pozwoli nam zaoferować ich użytkownikom, również w Polsce, wiele atrakcyjnych usług.

Gdzie dokładnie stosowane są wasze urządzenia i proponowane przez was rozwiązania?

Tylko w ostatnich dwóch latach dostarczyliśmy lub zmodernizowaliśmy dla różnych gałęzi przemysłu ponad 40 elektrofiltrów w Polsce i za granicą. Ostatnie przykłady: modernizacja w Polsce czterech elektrofiltrów w Elektrowni Opole, 13 elektrofiltrów innych dostawców w elektrociepłowniach w Krakowie, we Wrocławiu, Gdyni i Gdańsku, modernizacja elektrofiltrów w elektrowni Pocerady w Republice Czeskiej i w rafinerii w Wiedniu. W tym roku pozyskaliśmy kolejne, istotne zamówienia na do-

stawy kilku filtrów tkaninowych dla Arcelor Mittal w Dąbrowie Górniczej oraz modernizację elektrofiltru i obrotowych podgrzewaczy powietrza na bloku 858 MW w PGE Elektrownia Bełchatów.

Jakie korzyści daje bycie właścicielem tych rozwiązań?

Wysoko wydajne elektrofiltry Rothemühle pozwalają na radykalne obniżenie poziomu stężenia zapylenia powstającego w różnych procesach przemysłowych, przy znacząco niższym poziomie zużycia energii w porównaniu do dotychczasowych urządzeń. Oznacza to podwójnie pozytywne oddziaływanie na środowisko naturalne: radykalną obniżkę emisji pyłu do atmosfery przy jednoczesnym obniżeniu poziomu emisji CO₂ związanym z redukcją zużycia energii.

Posiadanie tej technologii na własność nie tylko zwiększa wartość firmy – to przede wszystkim gwarancja samodzielnego wyzna-

czania kierunków jej rozwoju, konkurencyjności oraz możliwości wyboru rynków zbytu. Dziś potwierdza się słuszność decyzji o tym zakupie – uzyskany przez naszych inżynierów postęp tej technologii pozwolił na osiągnięcie redukcji zanieczyszczeń na niespotykane niskim, w skali światowej, poziomie i zastosowanie naszych urządzeń na dużym rynku, jakim jest Polska.

Za nami dwa lata pandemii. Jak ten czas wpłynął na Wallstein Rothemühle?

Ogromne znaczenie miała dobra organizacja i zdolność do szybkiego przystosowywania się do zmiennych warunków. Żadna z naszych umów w czasach pandemii nie została przerwana ani w niekontrolowany sposób opóźniona. We wszystkich umowach dotrzyaliśmy gwarantowanych parametrów technologicznych. To wielkie osiągnięcia naszych podwykonawców oraz całego naszego zespołu – wiele podobnych projektów w innych krajach unijnych zostało zatrzymanych lub znacząco opóźnionych.

Pandemia sprawiła, że musieliśmy się przeorganizować. Dzięki tym zmianom jesteśmy silniejsi. Nasze umowy są na bieżąco realizowane, a rok 2021 zakończyliśmy kolejnym dużym wzrostem obrotów spółki przy stabilnej rentowności i trzecim kolejnym tytułem Gazeli Biznesu.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST WALLSTEIN ROTHMÜHLE



GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Szukasz zysków, inwestuj w pracowników

Obsługujemy importerów, eksporterów, jak również najbardziej skomplikowane procedury specjalne. Mamy klientów nie tylko z Polski. Przewagą daje nam lojalność i zaufanie klientów oraz pracowników – mówi **Tomasz Rusak**, prezes agencji celnej Rusak Business Services

W 1996 r. „Gazeta Wyborcza” opublikowała „Słownik biznesmenów polskich”. O Andrzeju Rusaku, założycielu Rusak Business Services, pisała m.in. tak: „Absolwent Wydziału Ekonomii na Uniwersytecie Warszawskim, przez półtora roku był w Iraku. W 1995 r. obroty jego agencji celnej wyniosły około miliona dolarów”. Jest też o jego życiu rodzinnym: „Z żoną Anną mają dwoje dzieci, w tym dorosłego syna Tomasza, studenta SGH”. Czy ojciec od początku szczykował pana na sukcesora?

Tomasz Rusak: Podsumował pan prawie całą moją młodość (śmiech). A czy byłem przygotowany na przejęcie sterów firmy? Szczerze mówiąc, w wieku dwudziestu paru lat, ale także trochę później, miałem inne pomysły na to, jak będzie wyglądała moja kariera zawodowa.

Ojciec z pewnością miał wpływ na wybór uczelni, czyli Szkoły Głównej Handlowej, i kierunku studiów. SGH przygotowuje młodego człowieka do prowadzenia biznesu, uczy ekonomii i zarządzania. Zaraz po zdobyciu dyplomu zacząłem pracę w firmie audytorskiej z tzw. wielkiej czwórki. Deloitte dało mi mocne podstawy do dalszego rozwoju. Potem przenieśliem się do branży deweloperskiej, gdzie pracowałem jako dyrektor finansowy w trzech kolejnych funduszach nieruchomościowych. To było bardzo interesujące doświadczenie. Współpracowałem m.in. z Francuzami, Anglikami, Izraelczykami i Niemcami. Poznałem różne kultury pracy.

Jednak w 2015 r. mój ówczesny pracodawca zdecydował o zamknięciu oddziału w Polsce. I od tamtej pory szukałem zatrudnienia. Firma celna wciąż nie była moim priorytetem, choć był to trudny czas, aby znaleźć pracę. Realizowałem krótkie projekty, ale bez perspektywy na stałą współpracę.

W końcu na moją drogę zawodową pojawił się Andrzej Rusak, prezes Rusak Business Services (śmiech). Zaprosił mnie do siebie, mówiąc: „Mamy do waszego prosperującego, zainteresuj się nią, spróbuj swoich sił”. I tak oto poznałem nową branżę. Dość szybko zrozumiałem, jak działa nasza firma i co można zrobić, aby funkcjonowała jeszcze lepiej. Pomogło wcześniej zdobyte doświadczenie.

Bliskiemu trudno powiedzieć coś przykre, a jeszcze trudniej, kiedy pracuje się w tej samej firmie. Czy tak było w waszym przypadku? Tata byłby nieugięty. Miał sprawdzone metody prowadzenia biznesu. Jego podejście było raczej konserwatywne, zachowawcze. Ja byłem młodym śmiakiem gotowym do podejmowania nowych wyzwań i ryzyka.

Innymi słowy, doszło między wami do sporu pokoleniowego. Udało się znaleźć porozumienie?

Myszę, że ojciec przekonało moje zaangażowanie. Kiedy poznałem już dobrze firmę, znalazłem w sobie ogromne pokłady energii. Poczułem głód pracy. Pojawiała się we mnie chęć, aby zrobić dla naszej firmy coś więcej. Mam taki charakter, że wciąż chcę coś usprawniać, rozwijać. Choć oczywiście także parcie do przodu, a także perfekcjonizm czasami prowadzą na manowce.

Ojciec był zdania, że skoro w firmie jest dobrze, to należy trzymać się tego, co już mamy, pozostać w bezpiecznej strefie, utrzymując status quo. Wychodzę z założenia, że gdy stoisz w miejscu, to tak jakbyś się cofał, a to może doprowadzić do straty udziałów w rynku. Przekonywałem więc, że najpierw musimy zainwestować w ludzi, zwiększyć zatrudnienie, zbudować nowy zespół – składający się z dynamicznych osób. Głódny sukcesu. Dla ojca było to trudne do zaakceptowania, bo oznaczało wzrost kosztów bez natychmiastowego przełożenia na przychody.

Ten pomysł okazał się jednak strzałem w dziesiątkę. I w pewnym momencie lody puściły: nawiązaliśmy z tatą porozumienie. To nie jest tak, że ja przekreślałem jego dokonania czy też pogrzebałem przeszłość. Wręcz przeciwnie. Wielu pracowników jest z nami od ponad 15-20 lat, w tym roku dwie osoby obchodzą jubileusz 30-lecia pracy w naszej firmie. Bardzo je ceniemy, wnoszą do naszej firmy niezbędne doświadczenie, posiadają umiejętność radzenia sobie w sytuacjach, gdy zawodzą standardowe metody działania. Tyle że czasy się zmieniają, pewne procesy należy przebudować. Zmienić strategię. Wyjść na zewnątrz. Dzięki połączeniu tradycji z nowoczesnością wykreowała się nam interesująca kultura or-



► **ZREALIZOWANY PLAN:** Rusak Business Services w ciągu kilku lat urosł ponad trzykrotnie. To ogromny sukces całego naszego zespołu. Zwiększyła się liczba pracowników, wzrosły zyski, dzięki temu rozwijamy się i inwestujemy, otwierając m.in. kolejne biura – mówi Tomasz Rusak, prezes agencji celnej Rusak Business Services. [FOT. WFM]

ganizacyjna. Z przeprowadzonej ostatnio ankiety satysfakcji pracownika wynika, że nasi ludzie są zadowoleni z pracy w Rusak Business Services.

Lojalność to największa przewaga firm rodzinnych?

Myszę, że to bardzo ważny czynnik sukcesu, a w parze z lojalnością idzie zaufanie. Poza tym w firmie rodzinnej dużo łatwiej niż w wielkich korporacjach skrócić proces decyzyjny, łżej traktując hierarchiczność stanowisk i biurokratyczne procedury. Przykładowo akceptacja nowego klienta lub też zwiększenie wydatków inwestycyjnych zajmuje nam kilka chwil, podczas gdy w korporacjach konieczne bywa przejście specjalnej ścieżki autoryzującej dany temat – znacznie wydłużające proces.

Bardzo sobie cenię relacje między ludźmi w naszej firmie. Drzwi do mojego gabinetu są najczęściej otwarte. Nie mamy ustrukturyzowanych zasad funkcjonowania. Innymi słowy nie musimy działać w jeden konkretny sposób, dopasowujemy postępowanie do bieżących okoliczności, staramy się elastycznie podchodzić do naszych klientów i sytuacji biznesowych.

Jakie są obecnie główne obszary działalności firmy, co przyczyniło się do jej rozwoju i sukcesu?

Przedmiotem działalności Rusak Business Services jest wyspecjalizowana obsługa celna. Stoi za nami bardzo duża wiedza poparta ponad 30-letnim doświadczeniem. Musimy

być jednak elastyczni i otwarci na zmieniające się potrzeby, ponieważ zgłaszają się do nas klienci reprezentujący bardzo różne branże. Obsługujemy zarówno importerów, eksporterów, jak i najbardziej skomplikowane procedury specjalne. Z usług Rusak Business Services korzystają duże korporacje i małe przedsiębiorstwa. Wśród naszych klientów są firmy nie tylko z Polski. Wiemy, jak poruszać się w gąszczu przepisów, znamy doskonale wymogi legislacyjne poszczególnych krajów. Dostosowujemy się do potrzeb klienta. Jednocześnie doskonale orientujemy się w procesach magazynowych, logistycznych i transportowych. Dzięki naszemu działowi marketingu tę różnorodność, otwartość na klienta i zmiany rynkowe udało się pokazać na zewnątrz.

Nasz rozwój widać m.in. po strukturze zatrudnienia. Kiedy zaczynałem swoją działalność w Rusak Business Services, w firmie pracowało mniej więcej 60 osób, a obroty wynosiły ok. 7 mln zł. Dziś zatrudniamy blisko 200 pracowników, a obroty w tym roku przekroczyły 40 mln zł.

Właśnie. W październiku 2020 r. Rusak Business Services otworzyło swoje pierwsze biuro w Wielkiej Brytanii. Jaki był dla was czas brexitu?

Paradoksalnie to był dla nas bardzo dobry okres, a nowy oddział okazał się dużym sukcesem. Jesteśmy chyba jedną z nielicznych branż, które zyskały na wyjściu Wielkiej Brytanii z Unii Europejskiej. Wprowadzono zak-

tualizowane przepisy, pojawiły się nowe wzory dokumentów. Zgłaszali się do nas klienci, którzy nie mieli pojęcia, jak odnaleźć się w nowej rzeczywistości. W tym momencie my byliśmy już gotowi do działania, wiedziliśmy, że otwiera się nowy rynek i dobrze się do tej zmiany przygotowaliśmy. To, co nastąpiło później, było dla nas skokowym wzrostem biznesu.

Czy wobec tego planujecie dalszą ekspansję?

Mamy różne pomysły. Oddział w Wielkiej Brytanii to już dojrzały biznes i jego powodzenie zachęca do tego, aby pójść dalej. Proszę jednak pamiętać, że brexit to było raczej zdarzenie z gatunku tych dziejących się raz na kilkadziesiąt lat. Jednak bacznie obserwujemy inne rynki. Ekspansja może okazać się także koniecznością, ponieważ polska gałąź naszego biznesu jest już dość mocno poukładana i dojrzała, a rynek – nasycony.

Nowe szanse daje nam ogarnięta w tej chwili wojna w Ukrainie. Obserwujemy ogromny ruch przy granicy z Polską. I nie chodzi wyłącznie o pomoc humanitarną czy wojskową. Do naszych sąsiadów jeżdżą także inne towary wymagające obsługi celnej. I my w tym procesie uczestniczymy, wyłącznie o pomoc humanitarną granicznych mamy dwa działające preżnie biura, obsługujące przedsiębiorców zarówno polskich, jak i ukraińskich.

Zostaniemy na chwilę przy wojnie. Obecnie gorącym tematem jest kryzys ener-

tyczny i zwiększony import węgla do Polski. Czy tu też jesteśmy obecni?

Dostajemy jako agencja celna dużo zapytań w tej sprawie. Obsługa szeroko rozumianego obszaru energetycznego nie jest łatwa, wymaga dużej wiedzy, znajomości przepisów, ogromu formalności do załatwienia.

My się tego jednak podjęliśmy. Wiąże się to bezpośrednio ze strategią działania naszej firmy – nie boimy się trudnych tematów, a tym samym szukamy nowych szans. O pomoc w imporcie węgla do Polski proszą nas firmy, które dotychczas w ogóle nie zajmowały się takimi zagadnieniami, ale teraz w obliczu nowej sytuacji chciałyby wejść w ten biznes. Podobna sytuacja miała miejsce dwa lata temu, kiedy różni przedsiębiorcy postanowili sprowadzać z zagranicy kombinezony ochronne, płyny dezynfekujące, maseczki czy rękawiczki, czyli towary związane z pandemią koronawirusa.

Jak obecna działalność firmy Rusak ma się do pojawiających się na rynku nowych trendów? Chodzi mi m.in. o digitalizację oraz automatyzację wymiany danych i odpływ celnych.

Namawiamy naszych klientów, by porzucili przestarzałe rozwiązania. Obecnie nie trzeba już np. korzystać z papierowych dokumentów, wiele procesów można realizować zdalnie, dokumenty wypełniać i przysyłać elektronicznie. Nasi najbardziej zadowoleni klienci to ci, którzy zdecydowali się zautomatyzować swoje procesy celne, także korzystając z naszego autorskiego systemu workflow „Rusalka”. To sytuacja typu win-win. Klienci obniżyli swoje koszty, a my jako przedsiębiorstwo możemy realizować naszą marzę.

Niezmienne chcemy rozwijać się w kierunku technologicznym. Korzystamy, jak już wspominałem, z własnych systemów, które opracowaliśmy z firmami tworzącymi oprogramowanie, ale też cały czas je modyfikujemy. Pracujemy nad efektywnością i metodologią świadczenia usług, aby móc przepracować więcej transakcji na tej samej platformie usługowej. To kolejny dowód na rozwój, jaki przez ostatnie lata dokonał się w Rusak Business Services.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST RUSAK BUSINESS SERVICES

Skandynawska Jakość, Włoska Finezja, Hiszpański Temperament i Polskie Ceny



Firma istnieje od 1995 roku, także mamy dość dobrze ugruntowaną pozycję na rynku. Co nas wyróżnia? A to, że dążymy, aby każdy wymagający klient znalazł u nas to czego szuka. Nasza oferta jest nietuzinkowa.

Agas funkcjonuje w przestrzeni międzynarodowej, blisko 30% naszego asortymentu trafia na rynki zagraniczne, także na inne kontynenty.

Działalność międzynarodowa to nie tylko eksport towarów. Zaopatrujemy w okucia firmy, które dostarczają okna, drzwi, okiennice i meble na rynki globalne.

Od kilku lat intensywnie też rozwijamy dział sprzedaży detalicznej online. Jest to przestrzeń, w której istnieliśmy odgdy było to możliwe, ale nigdy z takim dobrym rezultatem jak obecnie.

Mając takie narzędzia w ręku w planach mamy dynamicznie wprowadzać artykuły z branż pokrewnych.



www.printbox.com.pl

Kompleksowy producent kontraktowy marki własnej

Dwa duże zakłady produkcyjne, kilkanaście różnych form farmaceutycznych, klienci z całego świata, własne projekty badawcze. Global Pharma CM SA to dynamicznie rozwijająca się firma farmaceutyczna, która od roku jest częścią grupy kapitałowej Neuca, lidera polskiego rynku hurtowej dystrybucji farmaceutyków.

– Nasza firma od siedmiu lat świadczy usługi produkcji kontraktowej suplementów diety oraz wyrobów medycznych dla sektora farmaceutycznego. Naszymi klientami są przede wszystkim firmy farmaceutyczne oraz sieci aptek. Ale może do nas przyjść każdy, kto ma pomysł i chce wprowadzić na rynek swój produkt – mówi Mariola Furman, prezes zarządu Global Pharma CM, ekonomistka z 20-letnim doświadczeniem w branży farmaceutycznej.

Wystarczy sam pomysł
Global Pharma CM w sposób absolutnie kompleksowy na zlecenie kontrahenta stworzy

koncept, opracuje recepturę, pomoże w oznakowaniu ulotki i kartonika, wyprodukuje i przeprowadzi testy jakościowe. Może też wprowadzić produkt do obrotu i zapewnić usługi logistyczne, tj. dostarczyć gotowe produkty do klienta. Ponieważ Global Pharma CM nie posiada własnych brandów, kontrahent ma pewność, że przygotowana dla niego receptura nie trafi na rynek jako konkurencyjny produkt.

Spółka ma bardzo szerokie możliwości produkcyjne: kapsułki twarde, tabletki powlekane i niepowlekane, pastylki do ssania karmelowe twarde i także miękkie na bazie gumy arabskiej, dropsy, lizaki, krople do oczu, formy płynne olejowe oraz wodne w postaci sprayów, aerozoli. Niedawno do tego portfolio dołączyły kapsułki miękkie oraz produkty BOV. Te ostatnie wykorzystują technologię ciągłego rozpylania produktu, zapewniając bardziej higieniczny i doskonalszy sposób aplikacji np. wody morskiej do nosa.

– Jeśli ktoś chce wprowadzić na rynek swój produkt, my podpowiemy, w jakiej formie najlepiej to zrobić. Mamy wykwalifikowany zespół R&D, prowadzimy także działalność badawczo-rozwojową – wyjaśnia Mariola Furman. W swoim portfolio Global Pharma CM posiada już ponad 1000 własnych receptur oraz gotowe rejestracje wyrobów



► RECEPTA NA SUKCES:

Mariola Furman, prezes zarządu Global Pharma CM, podkreśla, że o powodzeniu jej firmy jako producenta wyrobów medycznych i suplementów diety decydują jakość, szybkość w działaniu i elastyczność. [FOT. WM]

medycznych. Są wśród nich specjalistyczne wyroby: woda morską do nosa, spray do higieny ucha, spray do gardła, pastylki do ssania z gumą arabską.

– Wystarczy kupić od nas gotowy wyrób, a my umieścimy na nim logo i nazwę klienta. Z takiej oferty korzystają najczęściej sieci aptek, które chcą zaoferować pacjentom sprawdzone produkty pod własną marką – wyjaśnia Mariola Furman.

Jako jedyna w Polsce Global Pharma CM prowadzi w pełni automatyczny proces produkcji dropsów w rolce w formie suplementów diety.

Ukryci za brandem klienta

– Klienci aptek często kupują nasze produkty, nie wiedząc o tym, że to my je wyprodukowaliśmy. Są bowiem oferowane pod marką naszych klientów. I choć pozostajemy w cieniu, mamy autentyczną ogromną satysfakcję, że nasze wyroby cieszą się dobrą opinią – mówi prezes Furman.

Produkcja odbywa się w dwóch dużych zakładach o łącznej powierzchni ponad 3 tys. mkw.: w Suchedniowie w woj. świętokrzyskim oraz w Ostrowie Lubelskim (woj. lubelskie).

Firma dba o jakość, której strzeże Dział Jakości. Posiada też kilka ważnych w branży certyfikatów: ISO 13485 certyfikowane przez TÜV Rheinland oraz ISO 22000 certyfikowane przez Dekre.

Procesy produkcyjne poddają własnym audytom także sami kontrahenci. A są to m.in. duże koncerny farmaceutyczne, które mają wyśrubowane standardy.

Szybki i staranny

Takich firm farmaceutycznych jak Global Pharma CM jest na polskim rynku kilka.

Co wyróżnia firmę z Suchedniowa?

– Wyróżnia nas przede wszystkim szeroka gama oferowanych form farmaceutycznych, szybkość i kompleksowość usług. Jesteśmy też bardzo elastyczni. Możemy zrealizować zamówienie nawet na 5 tys. opakowań produktu. Dla innych firm tak krótkie serie bywają po prostu nieopłacalne. Dla nas ważny jest każdy klient, niezależnie od tego, czy chodzi o wielki koncern czy debiutanta w branży – twierdzi prezes Furman.

Jak mówi, zdarzały się nawet projekty, które stawiały firmę przed dylematem: kupić nową maszynę czy odesłać klienta z kwitkiem. Ostatecznie wygrała opcja pierwsza.

– Ile czeka się na gotowy, opakowany produkt? Według słów Marioli Furman, standard to dwa miesiące. Niestety, z powodu zerwanych łańcuchów dostaw czasami zmuszeni byliśmy wydłużać je do 90 dni, a nawet dłużej. Tak było w czasie epidemii COVID-19, gdy na rynkach był ogromny problem z kapsułkami i dostępnością surowców. W takich sytuacjach renegowujemy kontrakty – wyjaśnia pani prezes.

Ta elastyczność, otwarcie na potrzeby klientów i staranność powodują, że firma znajduje kontrahentów przede wszystkim przez tzw. marketing szeptany. Nie zaniedbuje też targów. Dzięki temu zdobywa nowych klientów.

Starszy brat

Od końca 2021 roku Global Pharma CM jest częścią notowanej na giełdzie Grupy Kapitałowej Neuca SA. Dzięki połączeniu producent z Suchedniowa może liczyć na szybszy rozwój firmy, dalsze inwestycje na prace badawczo-rozwojowe, automatyzację procesów oraz zakup nowoczesnych maszyn i urządzeń.

– Potrzebowaliśmy kogoś doświadczonego i poukładanego – takiego starszego brata. W tej roli Neuca jest dla nas ogromnym wsparciem, pracujemy w duchu dużego zaufania, co jest dla nas bardzo ważne i sprawia, że współpraca układa się świetnie – mówi prezes Furman.

Global Pharma CM ma już kontrahentów w ponad 50 krajach na czterech kontynentach. Co dalej?

– Naszym priorytetem jest eksport, który stanowi prawie 50 proc. naszych obrotów. Po agresji na Ukrainę przestaliśmy współpracować z klientami z Rosji i Białorusi, do słownie z dnia na dzień. Nadal jednak chcemy być jednym z liderów w produkcji kontraktowej w Europie Środkowo-Wschodniej. Jesteśmy już w branży widoczni, rozpoznawalni – mówi prezes Mariola Furman.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST GLOBAL PHARMA CM

Przemysł chemiczny

Kiedy papier przestanie drożeć

„Sektor celulozowo-papierniczy w roku 2022 odnotował dynamiczny wzrost przychodów pomimo wysokiej niepewności otoczenia. Trudno przewidzieć z czym przyjdzie się mierzyć branży w najbliższych miesiącach, bo sytuacja rynkowa i geopolityczna jest zmienna. Jako międzynarodowy lider usług chemicznych w branży papierniczej nauczyliśmy się działać na co dzień w takim środowisku.

▶ **Adriana Stempkowska**, prezes zarządu TSC

Początek 2022 r. przyniósł wojnę tuż za granicą Polski i Unii Europejskiej oraz bezprecedensowy kryzys energetyczny. Skutki odczuła również branża celulozowo-papiernicza. Problemem dla niemal wszystkich przedsiębiorstw są rosnące ceny energii elektrycznej. Rachunki wyższe o kilkaset procent są jednak wyjątkowo mocno odczuwane w zmechanizowanym przemyśle papierniczym. Do tego dochodzą podwyżki cen paliw i gazu, co przekłada się na rosnące ceny środków chemicznych niezbędnych do produkcji papieru.

Nie mniej istotnym skutkiem napaści Rosji na Ukrainę są przerwy w dostawach celulozy. Import tego surowca z Rosji oscylował wprawdzie wokół zaledwie 10 proc., ale przy zmniejszonych dostawach z Azji brak rosyjskiej celulozy szybko przełożył się na wzrost cen. A przecież bez celulozy branża nie może funkcjonować. To wszystko powoduje wzrost cen niemal wszystkich rodzajów papieru, także graficznych i opakowaniowych. Z drugiej strony utrzymuje się wysokie zapotrzebowanie na papier przy jego ograniczonej podaży.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST TSC

Transport i logistyka

Pewny partner w niepewnych czasach

Branża TSL to swoisty papier lakmusowy wszelkich zmian i tapnięć, które w ostatnich latach dotycząją gospodarkę. Kryzys ekonomiczny, który postępuje jako skutek najpierw wybuchu pandemii, a zaraz potem wojny w Ukrainie, wymusza na przedsiębiorcach zmianę podejścia do prowadzenia biznesu. Strategie długoterminowe, które wskazują główne cele rozwoju firmy, nadal są bardzo ważne, ale w niepewnych czasach ważniejsze stały się strategie krótkoterminowe, które umożliwiają szybką reakcję na zachodzące zmiany na rynku. Galan Logistics uważnie obserwuje sytuację na świecie, aby być gotowym na to, co przyniesie przyszłość. Receptą na rozwój działalności w niestabilnych warunkach są dywersyfikacja i elastyczność. Polityka biznesowa spółki Galan Logistics jest oparta na segmentacji rynku. Firma pozyskuje klientów operujących w różnych sektorach, m.in. e-commerce, motoryzacyjnym,

papierniczym, chemicznym. Dzięki temu w czasie, kiedy w jednej branży następuje przestój, większa część floty może zostać przesunięta do sektora, który akurat jest w okresie prosperity. Galan wyróżnia się również dużą elastycznością w zakresie realizowanych projektów. Stała współpraca z partnerami na rynku skandynawskim bardzo często owocuje rozszerzeniem oferty na nowe destynacje. Trudne czasy wiążą się także z odpowiedzialnością nie tylko za wyniki finansowe, lecz również zabezpieczenie wszystkich ogniw w łańcuchu powiązań firmy. Galan Logistics posiada świadomość współzależności biznesowej, dlatego dokłada wszelkich starań, aby pracownicy mieli zapewnioną ciągłość pracy, dostawcy płynność finansową, a klienci stały przepływ towarów w łańcuchu dostaw.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST GALAN LOGISTICS



▶ **Radosław Pospieszny**
dyrektor zarządzający Galan Logistics

„Do prowadzenia stabilnego biznesu w czasach gwałtownych zmian niezbędne są elastyczność, bezpieczeństwo i umiejętność szybkiego reagowania na nagłe zdarzenia, których nie jesteśmy w stanie przewidzieć. Przetwarzaj ci, którzy potrafią najszybciej dostosować się do sytuacji.

REKLAMA

45459



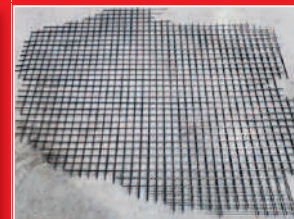
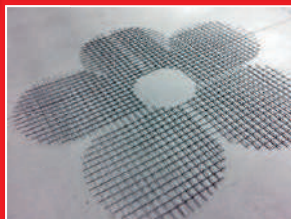
BT PRZETWÓRSTWO STALI

Siatki szyte na miarę

Producent:

- niestandardowe siatki zbrojeniowe
- pręty i druty żebrowane
- prefabrykaty zbrojeniowe
- inne wyroby stalowe

<https://www.btstal.pl>



REKLAMA

Nie wiesz, **w co inwestować** w niepewnych czasach?

Zainwestuj w wiedzę

Dołącz do tysięcy uczestników konferencji i warsztatów organizowanych przez Puls Biznesu

KONFERENCJE **PB.PL**

#WiedzaKlasyBiznes

Od 18 lat dbamy o Twój rozwój.





GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Domitech – naszym sukcesem jest doborowy zespół

Domitech jest przykładem na to, że sukces osiąga się dzięki współpracy. Firma, której najważniejszym zasobem są pracownicy – stale się rozwija i daje możliwości na jeszcze więcej... poznajcie ich historię!

Zaczęło się od marzeń

Bydgoska firma powstała w 2014 r. Jej właścicielami są Paweł Janiszewski i Tomasz Wąż. To marzyciele, którzy pragnęli stworzyć miejsce stabilne i przyjazne pracownikom, dające im możliwość rozwoju i satysfakcję z pracy. Dziś, patrząc na tę firmę, można powiedzieć „szok, udało im się”. Jeśli dodamy do tego szybkość w podejmowaniu decyzji, profesjonalizm połączony z elastycznością w działaniu i otwarcie na klienta, wychodzi na to, że nie bez powodu są nazywani najlepszym sklepem z elektronarzędziami w kraju.

Jak to u nich wygląda w praktyce? Udało im się zbudować dobrze funkcjonujące działy, które wspierają się nawzajem. Są to: dział logistyki – odpowiedzialny za poprawne funkcjonowanie magazynów i przepływ towarów poprzez nieustanne optymalizowanie procesów oraz wprowadzanie usprawnień za pomocą nowych dostępnych systemów ERP i WMS, dział zakupów – w skład którego wchodzi product managerowie oraz category managerowie, dział sprzedaży – w którym pracownicy zajmują się sprzedażą, obsługą telefoniczną, mailową oraz stacjonarną klientów, dział reklamacji – który jest odpowiedzialny za najwyższą jakość obsługi posprzedażową, w każdym przypadku który zgłosi klient, dział administracyjno-księgowy – odpowiedzialny za kadry, płace i księgowość, dział serwisu – który świadczy usługi przeglądów i napraw narzędzi i maszyn sprzedawanych przez Domitech, a także dział marketingu – nieustannie pracujący nad SEO/SEM, SM, copywritingiem oraz szeroko pojętą analizą i optymalizacją.

Każdy z tych działów ma jasno określoną strukturę na czele której stoi kierownik. Dobry kierownik wie, że sukces to współpraca, dlatego w tej firmie każdy pracownik ma szansę się zaangażować i wykażać. Co ciekawe, wśród pracowników znaleźć możemy osoby na studiach, po różnych kierunkach i te, które wykształcenia wyższego nie mają. Nie liczy się tu bowiem konkretne wykształcenie, a chęć do pracy, nastawienie na współpracę i wspólny rozwój. Pracownicy zapytani o to, jak pracuje się im w fir-



► **SPEŁNIANIE MARZEŃ:** Paweł Janiszewski i Tomasz Wąż to marzyciele, którzy chcieli stworzyć przedsiębiorstwo stabilne i przyjazne pracownikom, a także dające im możliwość rozwoju i satysfakcję z pracy. To marzenie zrealizowali powołując do życia Domitech – firmę doskonale wyspecjalizowaną w dystrybucji elektronarzędzi. [FOT. ARC]

mie Domitech, najczęściej odpowiadają, że do pracy przychodzą z przyjemnością. Tu nikt nie traktuje ich z góry, a każdy ich nowy pomysł jest brany pod rozwagę i wspólnie omawiany.

Klient jest tak samo ważny jak pracownik

Nieczęsto zdarza się tak, aby zarówno klient, jak i pracownicy byli dla firm priorytetem. Nastawione na zyski firmy często zapominają, że zadowolony pracownik to zadowolony klient i na odwrót. Dzięki takiemu podejściu firmy Domitech do zarządzania klientami otrzymują dokładnie to, po co przyszli. Czasem klient nie jest pewny, czego dokładnie oczekuje, dlatego wykwalifikowani pracownicy mają szansę się wykażać i dobrać ofertę nawet pod te potrzeby, które początkowo nie są ujawnione. Postawienie na najwyższą jakość produktów i renomowane marki, a także udostępnienie klientom różnych kanałów sprzedaży sprawia, że Domitech zbiera w internecie same pozytywne opinie, a zadowoleni klienci chętnie wracają. Doświadczenie, jakie firma zdobywa poprzez szkolenia i ciągły kontakt z producen-

tami, owocuje tym, że dobór odpowiednich narzędzi nie stanowi dla nich problemu.

Profesjonalizm w każdym calu

Aby utrzymać najwyższą jakość w obsłudze klienta, firma Domitech współpracuje tylko z liderami na rynku elektronarzędzi. Jednym z nich jest marka DeWalt oferująca charakterystyczne i bardzo dobrze znane użytkownikom

latkach szczególnie rozwinięła się linia narzędzi akumulatorowych DeWalt 18V oraz najnowsza technologia DeWalt FLEXVOLT, czyli 54V/18V przeznaczona do najcięższych zastosowań. Jak należy dobrać klientowi odpowiednie narzędzie? Powinno się przede wszystkim dobrze poznać potrzeby klienta, znać ofertę produktową, zaznaczyć się z technologią i przedstawiać nowe urządzenia.

” Nieczęsto zdarza się tak, aby zarówno klient, jak i pracownicy byli dla firm priorytetem. Nastawione na zyski firmy często zapominają, że zadowolony pracownik to zadowolony klient i na odwrót. Dzięki takiemu podejściu firmy Domitech do zarządzania klientami otrzymują dokładnie to, po co przyszli.

► **Paweł Janiszewski i Tomasz Wąż** założyciele i właściciele firmy Domitech

żółto-czarne elektronarzędzia. Ich innowacyjne podejście do tematu narzędzi idealnie współgra z tym, co chcą oferować klientom pracownicy Domitech. Produkty tej marki są mocne i niezawodne. Wykorzystuje się je w różnych branżach, dzięki czemu oferta kierowana może być do wielu odbiorców. W ostatnich

Ponieważ Domitech posiada tytuł sklepu wyspecjalizowanego i profesjonalnego w dziedzinie elektronarzędzi – każdy klient może być spokojny, będzie miał zapewnioną opiekę również poprzez oferowaną obsługę posprzedażową. W razie potrzeby klienci mogą zwrócić się o pomoc do serwisu, który

działa przy głównej siedzibie. Autoryzowany serwis wiodących marek jest jednym z wielu punktów tego typu na mapie Bydgoszczy i okolic.

Nowatorskie podejście do opieki nad pracownikami

Czy można wyobrazić sobie lepsze miejsce do pracy, niż to, w którym jest się docenianym? Odpowiedź oczywiście brzmi – nie. Nowatorskie podejście firmy do opieki nad pracownikami staje się widoczne poprzez np. program „100 dni w Domitech”. Co daje taki program? Otóż jego celem jest wsparcie nowego pracownika podczas pierwszych stu dni w firmie. Aby wspomóc efektywne działanie, zostały utworzone także specjalne „karty ocen” dla każdego stanowiska. Wspomniana karta to spis wymaganych kompetencji, celów do osiągnięcia oraz przydatnych cech charakteru pracownika. Dzięki temu każdy pracownik z góry dokładnie wie, za co będzie oceniany. Pierwsze 100 dni ma ogromne znaczenie, jeżeli chodzi o rozwój i poznanie siebie nawzajem. Do wykorzystania przez pracowników jest szereg benefitów, takich jak: karta multisport, ubezpieczenie grupowe, opieka

medyczna oraz pakiet szkoleń. Co ważne, kandydat na pracownika nie musi mieć wykształcenia kierunkowego, a nabyte w pracy umiejętności pozwolą mu w przyszłości awansować na wyższe szczeble. Jeśli któryś z pracowników chciałby spróbować po jakimś czasie swoich sił w innym dziale – nie ma problemu! Podstawą w firmie Domitech jest współpraca i komunikacja. Każdy pracownik może mieć swój wkład w rozwój, dzielić się pomysłami i brać czynny udział w życiu firmy. Kandydaci do pracy to często osoby młode, które chcą pogodzić studia z pracą zarobkową. Dzięki opiece i wsparciu firmy mogą zdobywać cenne doświadczenie – średnia wieku pracowników w firmie Domitech to 32 lata!

Kto stoi w miejscu ten się cofa

Czy osiągnięty rozwój satysfakcjonuje założycieli firmy Domitech? Od 8 lat zawierają poprzeczkę jeszcze wyżej! Co roku nieustannie rosną przychody o około 50-70 proc. Ten rozwój to motywacja, a dzielenie się sukcesem z pracownikami, klientami oraz dostawcami wzmacnia więzi i buduje pozytywne, długoterminowe relacje. Postawienie na pracownika oraz klienta zawsze procentuje, o czym dobrze wiedzą właściciele firmy. Uzyskanie ogromnych przychodów, prestiż i rozpoznawalność, a także wciąż powiększający się zespół pracowników oraz rosnąca oferta asortymentowa to najlepszy prezent, który wynagradza wszelkie trudy. Właściciele firmy Tomasz Wąż i Paweł Janiszewski deklarują, że rok 2022 firma Domitech zakończy kolejnym rekordowym wynikiem, który niewątpliwie zadziwi oraz jeszcze bardziej wzmacni pozycję lidera w branży. Dodatkowo warto wspomnieć o wyróżnieniu, jakim jest zdobycie już po raz 4. tytułu Gazeli Biznesu. Domitech od zawsze podkreśla, że jest to wyróżnienie, które należy do całej załogi i jest jej wspólnym sukcesem. To właśnie takie nagrody sprawiają, że firma jeszcze mocniej wierzy w swoje wartości i chce je realizować wspólnie z pracownikami.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST DOMITECH



GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Dobry producent, dobry pracodawca

O zgrzewaniu rur z polietyleny i polipropylenu wiedzą wszystko. Spółka Nowatech ma swój udział w budowie niejednego polskiego gazociągu czy wodociągu. Jest też znana jako ceniony pracodawca oraz lokalny mecenas sportu i kultury. A wszystko zaczęło się w przydomowym warsztacie

Jest rok 1993. W Polsce rodzi się kapitalizm, powstają pierwsze prywatne biznesy, przyspieszają inwestycje. Inżynier Mieczysław Nowak, znany w Wadowicach społecznie, działa w komitecie na rzecz gazyfikacji tego papieskiego miasta. To wtedy w niewielkim przydomowym warsztacie buduje pierwszą w pełni polską zgrzewarkę do rur z polietyleny PE – urządzenie, które pozwala zgrzewać szczelne rurociągi.

Świetna jakość made in Poland

Zgrzewarka z Wadowiec jest tak dobra, że inżynier Nowak decyduje się na seryjną produkcję. W 1997 r. powstaje firma Nowatech, która przy produkcji zgrzewarek własnej konstrukcji zatrudnia już sześć pracowników. Pierwsza hala produkcyjna powstaje w 1998 r. jako dobudówka do domu rodziny Nowaków. W 2002 r. firma wdraża system ISO-9001 nadzorowany przez Bureau Veritas. W 2005 r. do użytku oddany zostaje nowy budynek z nowoczesnym zapleczem maszynowym i biurowym, Zalogą powiększa się do 28 osób.

Rozwój firmy w tamtych czasach był napędzany przez nowe kontrakty zagraniczne. Wadowicka spółka rozpoczyna współpracę z kontrahentami z Hiszpanii i Ukrainy. Pieniądza na rozwój pozyskiwała z unijnych dotacji.

W 2012 r., na 15-lecie spółki, do użytku zostaje oddana kolejna hala z nowym parkiem maszynowym i częścią socjalną, a pracę w zakładzie znajduje 64 pracowników. Nowatech prezentuje swoje urządzenia na targach w kraju i zagranicą. To dobry krok, bo firma zdobywa kolejne kontrakty i rozpoczyna ekspansję na nowe rynki.

Kolejnym znaczącym wydarzeniem jest oddanie do użytku w 2019 r. części magazynowej wyposażonej w nowoczesne regały wysokiego składowania. Od 2020 r. produkty Nowatechu oferowane są we własnym sklepie internetowym, w którym klienci o każdej porze dnia i nocy mogą kupić potrzebne urządzenia, osprzęt czy części zamienne.

Klucz do sukcesu

Nowatech to dziś czołowy polski producent zgrzewarek do rur z poliolefin (PE-polietyleny i PP-polipropyleny i innych), używanych do dystrybucji wody, gazu, ścieków, urobku w kopalniach czy jako rur osłonowych dla telekomunikacji. Produkuje zgrzewarki polifazowe (mufowe) używane przez instalatorów w instalacjach do średnicy 125 mm. W portfolio ma także zgrzewarki elektrooporowe do zgrzewania rur za pomocą mufy czy siodeł do średnicy 1200 mm, a także doczołowe do średnicy 1400 mm. Urządzenia Nowatechu są sprzedawane bezpośrednio w sklepie oraz przez pośredników i hurtownie. Większość znajduje nabywców w Polsce, ale około 40 proc. sprzedaży stanowi eksport na różne rynki w Europie, Afryce czy Azji.

– Jesteśmy bardzo elastyczni, a dzięki wykwalifikowanej kadry inżynierskiej potrafimy zrobić nowy projekt urządzenia zgodny z wymaganiami klienta zarówno polskiego, jak i zagranicznego – zapewnia prezes zarządu Ewelina Młynarczyk.

Naprzeciw potrzebom klientów wyszedł także dział serwisowy, który zajmuje się obsługą gwarancyjną i pogwarancyjną zgrzewarek Nowatechu. Pracownicy tego działu umawiają



► **KWALIFIKACJE I ELASTYCZNOŚĆ:** Dzięki wykwalifikowanej kadry inżynierskiej potrafimy zrobić nowy projekt urządzenia zgodny z wymaganiami każdego klienta – mówi Ewelina Młynarczyk, prezes firmy Nowatech. Na zdjęciu druga od prawej, w towarzystwie właścicieli, członków zarządu i rady nadzorczej spółki. [FOT. ARC]

wiają serwisu jednodniowe w siedzibie firmy po wcześniejszym dostarczeniu urządzenia lub zamawiając kuriera (po konkurencyjnej cenie) i ściągając wymagający napraw sprzęt. Wszystko po to, by klienta nie obciążać kosztami dojazdów i stratą czasu.

– Przykładanie się do profesjonalnej obsługi klienta na każdym etapie współpracy zaowocowało w ciągu 25 lat bardzo dobrą opinią na rynku i polecaniem naszych urządzeń przez dotychczasowych użytkowników – chwali swoją firmę pani prezes.

Spółecznie odpowiedzialni

O rodzinną atmosferę w firmie, która była tak ważna dla niezającego założyciela Nowatechu Mieczysława Nowaka, dba już drugie pokolenie. W ramach integracji pracowników, od początku istnienia, organizowane są coroczne imprezy firmowe, a co pięć lat świętuje się z cały-

mi rodzinami na pikniku przy firmie. Najmłodsi mogą wówczas zobaczyć, gdzie pracują ich rodzice i wspólnie spędzić z nimi czas. Firma sponsoruje wspólne wyjazdy na wycieczki krajowe lub zagraniczne, przygotowuje również spotkania wigilijne i wielkanocne. Firma nie zapomina także o prezentach dla dzieci na Dzień Dziecka i mikołajki, a czasami zaprasza je na wycieczki do pobliskich Energylandii, Zatorlandu czy Inwałd Parku.

Nic dziwnego, że z Nowatechu raczej mało kto odchodzi na własną prośbę. Chyba że na emeryturę.

– Już dziesięciu pracowników osiągnęło u nas wiek emerytalny i przeszło na emeryturę, ale nadal utrzymują kontakt koleżeński przy wspólnych spotkaniach firmowych – mówi prezes spółki.

Firma Nowatech jest także dobrze znana na lokalnym rynku jako sponsor wielu im-

prez sportowych, szkolnych czy kulturalnych. Dotuje dwa kluby piłkarskie Skawę i Puks, domy pomocy społecznej, dom dziecka i ochotnicze straże pożarne z okolicy. Była sponsorem Biegu Dobroczynności czy Krzemionka Cross. Wspierała produkcję filmu „Z nurtem życia” i koncert „Święty z Wadowiec”. Co roku wspomaga inicjatywę opłatka maltańskiego.

Z optymizmem w przyszłość

Nowatech nie tylko produkuje i sprzedaje zgrzewarki. Spółka zajmuje się także szkoleniami dla zgrzewaczy – jest Certyfikowanym Ośrodkiem Szkoleniowym Urzędu Dozoru Technicznego. Odbicie takiego szkolenia zostaje potwierdzone wydaniem zaświadczenia kwalifikacyjnego dla branży wod-kan-gaz. W swojej działalności prowadzi również wypożyczalnię zgrzewarek różnego typu. Pełna oferta spółki dostępna jest na stronie www.nowatech.com.pl.

Dużą uwagę zarząd Nowatechu przykłada do ochrony środowiska. Firma od początku jest przez solary, a na dachach hal od 2019 r. zamontowane są panele fotowoltaiczne o mocy blisko 50 kW.

W 2021 r. wadowicka firma miała obroty na poziomie 22 mln zł. Jest szansa, że w 2022 r. ten wynik będzie lepszy. Dzięki strategicznemu myśleniu spółka nadal się rozwija i już myśli o budowie kolejnej hali. Plany mogą pokrzyżować przedłużająca się wojna w Ukrainie i kryzys na światowych rynkach.

– Pozytywne myślenie, elastyczność i doświadczenia z przeżytych już wcześniejszych kryzysów czy podczas pandemii koronawirusa pozwalają nam spokojnie patrzeć w przyszłość – mówi z uśmiechem prezes Młynarczyk.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST NOWATECH



► **TROSKA O ZESPÓŁ:** O rodzinną atmosferę w firmie dba już drugie pokolenie, organizując dla pracowników imprezy firmowe, wyjazdy integracyjne, wigilie czy inne inicjatywy spędzania wspólnie czasu. [FOT. ARC]

GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Zielona energia do działania

Łódzka spółka MCM Fotowoltaika ma przewagę nad rywalami, ponieważ zatrudnia własnych specjalistów z uprawnieniami konstruktorskimi i budowlanymi. Dzięki temu może zaoferować kompleksowe przygotowanie i realizację inwestycji w konkurencyjnych cenach

– Nasza spółka to najmłodsze dziecko w grupie, do której należą doświadczone spółki MCM Project i MCM Montaż. Od lat projektują one i wznoszą nowoczesne obiekty przemysłowe i hale stalowe dla największych firm z Polski i zagranicy. MCM Fotowoltaika jest odpowiedzią na potrzeby inwestorów w zakresie dostępu do zielonej energii. To klienci MCM Project niejako wymusili powstanie firmy, która pomoże im oszczędzać na kosztach energii elektrycznej i sprawi, że firmy będą bardziej przyjazne środowisku – mówi Piotr Herman, prezes zarządu MCM Fotowoltaika.

Teraz, w dobie inflacji i coraz wyższych kosztów działalności, te potrzeby stają się jeszcze bardziej widoczne. Poza tym inwestycja w produkcję prądu na własne potrzeby to po prostu świetny interes.

– Dobrze zaprojektowana instalacja może przynieść bardzo duże oszczędności w rozrachunku energetycznym. Okres zwrotu inwestycji w fotowoltaikę to dzisiaj około czterech-pięciu lat. Nie ma bardziej opłacalnej – twierdzi Piotr Herman.

Efekt synergii

Nie sposób zliczyć firm oferujących fotowoltaikę. Wiele z nich to efekt... pandemii. Przedsiębiorcy, którzy stracili klientów z powodu obrotów, często zmuszeni byli zmienić branżę i zaczęli oferować systemy fotowoltaiczne. Większość z nich proponuje jednak wyłącznie montaż paneli i instalację systemu. Tymczasem właściciele firm z najróżniejszych branż często potrzebują kogoś, kto rozpozna nie tylko ich potrzeby, lecz również możliwości. Bo nie każdy budynek czy budowla wzniesione 5-10 lat temu nadają się do utrzymania dużej instalacji fotowoltaicznej.

– Każdy dach analizujemy pod kątem zużycia i wytrzymałości, wysyłamy na wizję lokalną własnych konstruktorów z MCM Project. Na podstawie istniejącej dokumentacji, zdjęć z drona i wieloletniego doświadczenia konstruktorzy potwierdzają, czy można dociąć dach, i podpisują się pod ekspertyzą. Wiele firm musi za takie usługi słono płacić zewnętrznym specjalistom, co podnosi koszt całej inwestycji, my robimy to w cenie – wyjaśnia prezes Herman.

Synergie widać w zasadzie na każdym etapie inwestycji w fotowoltaikę realizowanych



► **DOBRE WYDANE PIENIĄDZE:** Dobrze zaprojektowana instalacja może przynieść bardzo duże oszczędności w rozrachunku energetycznym. Okres zwrotu inwestycji w fotowoltaikę to dzisiaj około czterech-pięciu lat. Nie ma bardziej opłacalnej – mówi Piotr Herman, prezes zarządu MCM Fotowoltaika. [FOT. ARC]

przez MCM: projektu, remontu dachu, jeśli taki jest potrzebny, montażu paneli, zgłoszenia w zakładzie energetycznym i uruchomienia instalacji.

– Jeśli to my wykonujemy remont dachu, zapewniamy kierownika budowy i dajemy gwarancję na szczelność dachu i jego bezpieczne użytkowanie w kolejnych trzech-pięciu latach. Zapewniamy też serwis gwarancyjny i pogwarancyjny, choć nieskromnie przyznam, że wykonujemy nasze instalacje tak, że klienci nie muszą z niego korzystać – twierdzi prezes.

Duże dachy idealne dla paneli

Warto podkreślić, że MCM Fotowoltaika specjalizuje się w instalacjach usytuowanych na obiektach wielkopowierzchniowych: dachach hal magazynowych, produkcyjnych, centrów logistycznych czy budynkach gospodarczych. O halach wiedzą wszystko, bo spółka MCM Project od kilku

dziesięciu lat zajmuje się budową tego typu obiektów na terenie całej Polski. Uczestniczyła w budowie ponad 0,5 mln mkw. powierzchni użytkowych dla ponad stu zadowolonych inwestorów.

– Jako jedna z nielicznych firm do montażu fotowoltaiki na dachach pokrytych membraną stosujemy bezinwazyjny system montażu instalacji. Nasze instalacje generują dwukrotnie mniejsze obciążenie dachu w porównaniu z popularnie stosowanymi systemami balastowymi – wyjaśnia Piotr Herman.

MCM Fotowoltaika realizuje także projekty dla klientów indywidualnych, czyli właścicieli domów jednorodzinnych. Ale – co ciekawe – są nimi najczęściej prezesi dużych firm.

– Inwestorzy wolą sprawdzić instalację najpierw na swoich domach, a dopiero potem wpuścić nas na dach swojej firmy. To tylko pokazuje różnicę w podejściu do życia i biznesu



między inwestorem indywidualnym a biznesmenem – uważa Piotr Herman.

Spółka korzysta obecnie z koniunktury na rynku fotowoltaiki. Zainteresowanie inwestycjami w OZE jest olbrzymie, lecz dla wielu inwestorów liczy się nie tylko jakość, ale i czas realizacji.

– W przypadku instalacji do 50 kWp [kilowatopik to jednostka określająca moc instalacji fotowoltaicznej], które można realizować bez pozwolenia na budowę, a jedynie na zgłoszenie, oferujemy wykonanie w ciągu 60 dni, ale w praktyce zajmujemy to około miesiąca. Duże inwestycje, jak farmy fotowoltaiczne, ze względu na konieczność opracowania projektu oraz uzyskania pozwolenia na budowę zajmują nam od pół roku do roku – zapewnia prezes.

Dodaje, że na 2023 r. MCM Fotowoltaika ma już zaplanowane inwestycje warte około 60 mln zł, głównie w farmy.

Plany na nowy rok

Ambicją zarządu spółki jest uniezależnienie działalności od firm pośredniczących w dostawie systemów fotowoltaicznych i skrócenie łańcucha dostaw, co pozwoliłoby uniknąć podwyższenia cen usług.

– W przyszłym roku chcielibyśmy postawić na samodzielny import materiałów, przede wszystkim falowników. Bo choć ich ceny galopują, popyt jest tak wysoki, że czas oczekiwania i dostępność stwarzają zagrożenie dla rentowności kontraktów. Mamy wydeptane ścieżki w Chinach, znamy producentów, którzy dostarczają elementy świetnej jakości. Wolimy zapłacić więcej i zarobić mniej, lecz zaoferować takie materiały, które zapewnią, że nasi klienci będą zadowoleni z realizacji i polecą nas swoim znajomym – mówi prezes Herman.

Takie podejście do biznesu sprawia, że MCM Fotowoltaika nie musi inwestować w reklama-

my w mediach społecznościowych. Klienci, a jest ich już około 150, znajdują się poprzez marketing szeptany.

– Nie wykonujemy oferty w ciemno, wkładając zaledwie stopę w drzwi, aby złapać okazję. Nasza oferta jest skrojona na potrzeby konkretnego inwestora w taki sposób, by nie musiał on dopłacać do nieprzewidzianych zmian w projekcie. Zawsze staramy się pomóc inwestorom w przeprowadzeniu konkursu ofert, żeby móc porównać jabłko do jabłka. To bardzo ważne, gdyż konkurencja często nie oferuje tego, o czym mówi na spotkaniach. Niejednokrotnie spotkaliśmy się z nieuczciwą konkurencją, która daje dumpingową cenę, a po podpisaniu kontraktu występuje o koszty dodatkowe, których nie dało się przewidzieć – zaznacza Piotr Herman.

**PARTNEREM PUBLIKACJI
JEST MCM FOTOWOLTAIKA**

Przerabiają odpady na bezpieczeństwo

Dron filmuje zielony las, w którym oko kamery dostrzeże porzucone stare opony. Czyjaś ręka przenosi je na stertę, z której trafiają do rozdrabniacza, a następnie zmieniają się w czarną, plastyczną masę. Kolejne tajemnicze maszyny robią z niej dobrze znane kształty: progi zwalniające, separatory parkingowe, podstawy do znaków tymczasowych.

Taki film nieprzypadkowo otwiera stronę internetową firmy Van Berde, która od 2005 r. wytwarza z materiałów przeznaczonych do recyklingu gotowe produkty do zabezpieczania robót drogowych i poprawy bezpieczeństwa na drogach.

– Na początku nie wiązaliśmy naszej działalności z ochroną środowiska. Ideą było zaopatrzenie europejskich firm w elementy bezpieczeństwa drogowego. Ale w pewnym momencie dotarło do nas, że w jakimś zakresie oczyszczamy Polskę z odpadów. Codziennie w naszych fabrykach przerabiamy 35 ton tworzyw sztucznych i gumy. Gdyby nie to, przez 100 lat rozkładałyby się w ziemi –

mówi Jarosław Zubiel, współwłaściciel Van Berde.

Podstawy, pacholki i lustra
Jest rok 2005. Dwóch Jarosławów – Zubiel i Pogoda – powołuje do życia spółkę, która prowadzi działalność w zakresie wytwarzania podstaw pod znaki drożowe. Zakład produkcyjny i główny magazyn stawiają w podkarpackiej gminie Tuszów Narodowy niedaleko Mielca. W pobliżu przecinają się główne korytarze transportowe, co ma ogromne znaczenie dla logistyki – dostarczania surowca i odbierania towarów z magazynu.

Dzięki własnym pomysłom, metodą prób i błędów oraz poprzez podpatrywanie zachodnich konkurentów, polscy biznesmeni rozwijają firmę, która obecnie dostarcza produkty zapewniające bezpieczeństwo na drogach na całym świecie. To m.in. pacholki, słupki, bariery drogowe, podstawy znaków drogowych, azyły, progi zwalniające, progi kablowe i najedźniowe elementy odblaskowe. W sumie ponad 500 pozycji.

Urządzenia bezpieczeństwa ruchu drogowego produkowane w 80 proc. z recyklatów granulatu gumowego i PCV nie odbiegają jakością i wartością użytkową od wyrobów z pełnowartościowych tworzyw. Posiadają też niezbędne certyfikaty.

W 2010 r. powstała nowa spółka handlowa VB Traffic sp. z o.o. uzupełniająca ofertę produkcyjną Van Berde. Dzięki niej



► **LIDER PRODUKCJI I SPRZEDAŻY:** Dzięki własnym pomysłom, a także podpatrywaniu zachodnich konkurentów Jarosław Zubiel oraz Jarosław Pogoda od 17 lat rozwijają firmę Van Berde, która dostarcza produkty zapewniające bezpieczeństwo drogowo na całym świecie. [FOT. ARC]

klienci mogą też kupić m.in. lustra drogowe, lampy, aktywne przejścia dla pieszych, bariery i sygnalizację tymczasową. Elementy elektryczne mają ognio- i fotowoltaiczne, co powoduje, że są neutralne ekologicznie.

Dobra nazwa to podstawa

Bez wyrobów Van Berde trudno sobie wyobrazić budowę dróg w Polsce, a także w Europie. Dzięki współpracy z największymi na kontynencie firmami z branży budownictwa drogowego 65 proc. sprzedaży Van Berde stanowi eksport.

W ekspansji na międzynarodowe rynki firmie pomaga dobrze dobrana nazwa.

– Wszyscy myślą, że jesteśmy firmą z zachodnim kapitałem. Ale nazwa to efekt naszej strategii – od początku zamierzaliśmy eksportować nasze wyroby, stworzyliśmy więc nazwę, która jest łatwa do wymówienia w różnych językach, a jednocześnie kojarzona z Zachodem. Wykorzystaliśmy pierwsze litery od słów „bezpieczeństwo ruchu drogowego” i dodaliśmy holenderski przedrostek Van. Obcojęzyczna nazwa otworzyła wiele możliwości i pozwoliła konkurować z bardziej rozpoznawalnymi firmami z branży – tłumaczy Jarosław Zubiel.

Sama nazwa to jednak za mało, by wygrać z wieloletnimi

szymi i dłuższymi na rynku firmami, choćby z Niemiec.

– Postawiliśmy na elastyczność. Możemy produkować dużą gamę elementów BRD w krótkich seriach, z logo kontrahenta. Innym firmom nie zawsze opłaca się uruchamiać produkcję dla 1000 sztuk. A my pod tym kątem ustawiliśmy produkcję i tym zdobywamy rynek – wyjaśnia prezes Zubiel.

Jego zakład produkuje też elementy pod brandem dużych niemieckich firm drogowych.

– Takie zlecenia stanowią bardzo duży procent naszych obrotów – informuje prezes.

Van Berde nie zamierza jednak odpuszczać wielkich kontraktów od dużych klientów – w przyszłym roku uruchomi nową linię produkcyjną, która umożliwi realizację zleceń wielkoseryjnych.

– Będziemy mogli wyprodukować nawet milion podstaw drogowych rocznie. To będzie jedyna taka linia na wschód od Odry i wtedy trochę zagrożymy konkurentom z Niemiec, Wielkiej Brytanii czy Włoch – zapowiada Jarosław Zubiel.

Przyszłość za Bugiem i Tatrami

Możliwości produkcyjne to jedno, ale trzeba też umieć sprzedać to, co się wyprodukowało. Van Berde w przemysłowy sposób buduje własną sieć dystrybucji w Europie.

– W 2010 r. powstał oddział na Łotwie, rok później na Litwie – gdzie produkowane są elementy z tworzywa sztucznego. W 2014 r. otworzyliśmy zakład w Chorwacji, a w 2019 r. powstał kolejny w Czechach, potem w Rumunii i wreszcie niedawno w stolicy Ukrainy – Kijowie. W przyszłym roku chcemy otworzyć oddział węgierski. Docelowo zamierzamy zrobić to samo w Bułgarii i Serbii – zapowiada prezes Zubiel.

Na Zachodzie Van Berde sprzedaje swoje produkty przez dystrybutorów – ma takich w każdym kraju Europy, a także w Izraelu.

Firma dobrze sobie radzi nawet w niepewnych czasach galopującej inflacji i drożejącej energii. Tam, gdzie było można, złożyła panele fotowoltaiczne i pompy ciepła, ceny gazu ma gwarantowane do końca 2023 r. Podwyższi cen prądu o 40 proc. nie przesadzi więc o ich być lub nie być.

– Wciąż będziemy konkurencyjni cenowo, choć podwyżki nie unikniemy. Zamierzamy jednak tylko raz podnieść ceny w 2023 r. – zapowiada prezes.

Marzenia? Jarosław Zubiel nie ma wątpliwości: – Chcemy być numerem jeden w Europie Wschodniej jako dostawca elementów zabezpieczających roboty drogowe – mówi.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST VAN BERDE

Blix ugruntował swoją pozycję na rynku

Technologiczna spółka przeszła drogę od start-upu do dojrzałej organizacji. Obecnie rozwija aplikacje z gazetkami promocyjnymi, z biznesem wychodzi za granicę i jest w trakcie rundy inwestycyjnej

Aplikacja mobilna Blix w jednym miejscu regularnie publikuje gazetki promocyjne blisko 150 największych sieci handlowych – hipermarketów, dyskontów, sklepów odzieżowych, placówek z wyposażeniem wnętrz itd. Prezentuje najlepsze oferty takich brandów, jak Lidl, Biedronka, Aldi, Netto, E.Leclerc, Pepco, Kaufland, Carrefour, Auchan, Dealz, Empik, Intermarche, Stokrotka, Lewiatan, Zabka, Rossmann, Polo Market, Jysk, Agata Meble. Z aplikacji Blix w Polsce regularnie korzysta ponad 2 mln unikatowych użytkowników miesięcznie. Cała grupa, w której skład wchodzi Qpony i Zdrowe Zakupy, to prawie 3 mln użytkowników generujących dziesiątki milionów sesji każdego miesiąca. To efekt dziesięciu lat pracy, w których trakcie spółka zyskała rozpoznawalność na rynku. Z roku na rok notowała także dwucyfrowy poziom wzrostu przychodów. Jest tym samym gotową intensywnie zwiększyć skalę działania w kraju. Powalczy również o klientów poza Polską.

Wsparcie inwestorów

Dalszy rozwój będzie realizowany we współpracy z inwestorami. EY prowadzi proces transakcyjny celem pozyskania nowego inwestora, z którym spółka będzie

mogła jeszcze bardziej przyspieszyć swój wzrost.

Jesteśmy liderem aplikacji multiretailowych w Polsce. Jako grupa mamy ponad 50 proc. udziału w rynku. Nie zamierzamy się jednak na tym zatrzymywać. Szukamy inwestora, który będzie aktywnie uczestniczył w warunkach szybkiego rozwoju biznesu i będzie zainteresowany wypracowaniem synergii między naszymi i jego usługami oraz współdzieleniem know-how – mówi Tomasz Jabłoński, prezes Grupy Blix.

Od Qponów do Grupy Blix

Grupa Blix (znana również pod marką Qpony) powstała 10 lat temu i początkowo oferowała kupony rabatowe dla studentów. Biznesowy koncept już na początku zyskał zainteresowanie inwestorów AIP Seed Capital, aby następnie zrealizować dwie rundy ze znanymi ze słych dokonały w polskim internecie fundusze private equity.

W 2015 r. oferta Qponów została poszerzona o dostęp do gazetek promocyjnych sieci handlowych. Spotkało się to z ogromnym zainteresowaniem użytkowników. Rok później firma zdecydowała się więc na przejęcie spółki Blix, dla której gazetki reklamowe stanowiły podstawę biznesu. Niemal w pełni skon-



► **CHCEMY WIĘCEJ:** Jako grupa mamy ponad 50 proc. udziału w rynku aplikacji multiretailowych. Nie zamierzamy się jednak na tym zatrzymywać – mówi Tomasz Jabłoński, prezes Grupy Blix – na zdjęciu drugi z lewej w towarzystwie pozostałych członków zarządu Grupy Blix – Krzysztofa Łuczaka, Jakuba Jeziornego i Marcina Lenkiewicza. [FOT. ARC]

centrowała się na rozwoju nowej oferty dla użytkowników i poszerzeniu rozwiązań konsumenckich np. lista zakupów, porównywarka cenowa, bilans wydatków.

W 2018 r. została przeprowadzona kolejna akwizycja. Do dotychczasowych biznesów dołączono aplikację Zdrowe Zakupy, która po zeskanowaniu kodu kreskowego na produkcie spożywczych lub kosmetycznym informuje, czy zawiera on szkodliwe dla zdrowia składniki.

Rozszerzenie grupy

Obecnie grupa rozważa kolejne przejęcie – narzędzia pozwalające zmierzyć realny wpływ działań marketingowych na sprzedaż danych o tym, czy osoby korzystające z gazetki dokonały pod ich wpływem zakupów w sklepie stacjonarnym i jak wyglądała ich aktywność zakupowa. Rozwiązanie może być udostępniane także zewnętrznym klientom z różnych branż,

np. automotive, ponadto planowana jest ekspansja i pozyskanie kontrahentów zagranicznych.

– Efektywność naszej pracy definiujemy poprzez współczynnik ROPO, czyli research online, purchase offline. Użytkownicy Blixa szukają informacji w aplikacji, ale kupują w sklepach stacjonarnych. Mechanizmy, które stosujemy, dodatkowo zwiększają poziom ich zainteresowania zakupami. Z retailerami rozliczamy się więc, uwzględniając efektywność naszych działań. Obsługujemy także przedstawicieli sektora FMCG, w aplikacji umieszczamy np. reklamy ich produktów z odesłaniem do konkretnych sklepów, w których można je nabyć – wyjaśnia Tomasz Jabłoński.

Nadmienia również, że nie konkurują z aplikacjami retailerów, ponieważ w Blixi klienci podejmują decyzje, gdzie pójść do sklepu, natomiast aplikacje retailerów wykorzystywane są do lojalizacji własnych klientów.

– Blix umożliwia dotarcie z ofertą do szerokiego grona komentatorów i gospodarstw domowych. Dzięki temu nie jesteśmy konkurencją, lecz uzupełnieniem komunikacji, częścią ekosystemu retail media – dodaje.

Cel: być liderem poza Polską
Strategia grupy zakłada zwiększenie skali działania w Polsce.

Obecnie wysoką rentowność wykazuje największe aktywne grupy, czyli właśnie Blix, a break even point pozostałych projektów planowany jest na przyszły rok. Szacuje się, że na koniec 2022 r. Grupa Blix przekroczy 31 mln zł przychodu przy 11 mln zł EBITDA. W strategii długoterminowej planowana jest ponadto ekspansja zagraniczna.

W 2017 r. Blix wszedł do Ukrainy. Rozwój na tym rynku przebiegał bardzo sprawnie. Wraz z wybuchem wojny firma wstrzymała jednak swoją działalność. Nadal utrzymuje lokalnych pracowników i czeka na rozwój wydarzeń. W ostatnich miesiącach aplikacja zmieniła nieco funkcję – z promocyjnej na informacyjną. Użytkowników powiadomiamy m.in. o porach działania sklepów w okolicy, dostępności asortymentu itp. Gdy sytuacja w kraju się ustabilizuje, Blix planuje powrót do podstawowego zakresu swojej działalności.

W ubiegłym roku Blix wszedł także do Rumunii, gdzie struktura sektorów retail i FMCG jest zbliżona do rynku polskiego. Obecnie koncentruje się na budowie bazy użytkowników aplikacji, kolejnym krokiem będzie już komercjalizacja.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST GRUPA BLIX



Roboty i coboty – niezawodni partnerzy w biznesie

Mogą spawać, zgrzewać i ciąć, montować, lakierować, pakować, etykietować, delikatnie podnosić 30-kilogramowe paczki i układać je na palecie, mogą nawet doić krowy. Swoje zadania wykonują szybko, precyzyjnie i z gracją. A do tego nigdy się nie nudzą, nie myślą ani nie męczą

Roboty to już nie jest żadna egzotyka w polskim biznesie. I to nie tylko w branżach takich jak motoryzacja czy przemysł metalurgiczny. Roboty Yaskawa wykonują pracę nawet w stosunkowo niedużych firmach, gdzie pakują produkty spożywcze czy zajmują się obróbką drewna.

Japońskie geny

Trochę historii. Yaskawa Electric Corporation powstała prawie 108 lat temu w Japonii z inicjatywy Daigorou Yasukawy, który wraz z braćmi produkował innowacyjne w tamtych czasach silniki dla przemysłu. W latach 70. XX w. korporacja wypuściła pierwszego w Japonii w pełni elektrycznego robota, a w roku 2005 – pierwszego 13-osiowego robota dwuramiennego i 7-osiowego robota z napędem zintegrowanym.

Obecnie Yaskawa jest w światowej czołówce producentów w branży technologii napędów, automatyki przemysłowej i robotyki. Od ponad 100 lat produkty i rozwiązania tej firmy pomagają w automatyzacji procesów przemysłowych w górnictwie, inżynierii mechanicznej i produkcji narzędzi, a także w branży motoryzacyjnej, opakowani, obróbki drewna, podnośników, tekstylnej i półprzewodników. Yaskawa ma 60 biur na całym świecie, zatrudnia 14,5 tys. pracowników i rocznie produkuje 48 tys. robotów. Dotychczas zainstalowała ich już ponad pół miliona.

W latach 70. Yaskawa otworzyła w Europie 23 oddziały i 8 fabryk. W Polsce roboty Yaskawy (znane pod marką Motoman) zaczęły działać w latach 90. Niektóre pracują do dziś. W 2016 r. powstał polski oddział firmy, który składa się z działu robotyki oraz działu techniki napędowej i sterowania. Całość mieści się we Wrocławskim Parku Technologicznym.

Po wejściu Polski do Unii mocno rozwinął się nasz przemysł, wzrosła liczba fabryk, a polscy przedsiębiorcy okazali się bardzo pomyslni. Firmy produkujące roboty dostrzegły tu więc nie tylko rynek zbytu, lecz również szansę na rozwój swoich biznesów. Tym bardziej że Polska zrobiła ogromny krok



► Z ROBOTYCZNYM WSPARCIEM: Yaskawa pomaga wygrywać w globalnym wyścigu o rynki zbytu – zapewnia Artur Wojewoda, prezes zarządu Yaskawa Polska. [FOT. ARC]

naprzód, jeśli chodzi o kadre potrzebną do wdrażania rozwiązań z dziedziny robotyzacji. Politechniki co roku wypuszczają dziesiątki absolwentów mechatroniki – kierunku, którego nazwa została wymyślona pod koniec lat 60. przez Tetsura Moriego, inżyniera z Yaskawy – opowiada Artur Wojewoda, prezes zarządu Yaskawa Polska.

Polska lubi roboty

Obecnie Yaskawa może pochwalić się liczbą około 2 tys. robotów i systemów zrobotyzowanych instalowanych co roku dla polskich przedsiębiorstw. Odbiorcami tej technologii są m.in. branża automotive, elektroniczna, przemysł meblarski, spożywczy, metalurgiczny i centra logistyczne.

Naszą specjalnością są m.in. systemy i roboty spawalnicze. Jesteśmy w stanie zaprojektować system i dostosować urządzenia tak, by odpowiadały ściśle wymagom odbiorcy. Nie poprzestajemy na tym. Klienci mogą liczyć na wsparcie serwisowe w całym cyklu życia produktów, a także na dostosowanie ich w przyszłości do nowych zadań. Poza tym wychodzimy naprzeciw zapotrzebowaniu na wiedzę. Przedsiębiorcy oczekują, że maszyny, które dostarcza Yaskawa, będą mogły programować ich pracownicy. W ramach Centrum Szkoleniowego Yaskawa przekazujemy więc

takie umiejętności – zaznacza prezes Artur Wojewoda.

Oprócz robotów do spawania łukowego, laserowego Yaskawa sprzedaje roboty do zgrzewania punktowego, cięcia, a także obsługi maszyn CNC, pras, wtryskarek, pakowania i paletyzacji czy lakierowania. W lipcu 2022 r. firma wprowadziła na rynek cobota (czyli robota współpracującego z człowiekiem) Motoman HC30PL o udźwigu 30 kg. Może wspomóc pracownika magazynu przy tak uciążliwych i monotonicznych pracach jak załadunek towaru na palety i jego rozładunek. Duży zasięg cobota umożliwia dotarcie do każdego punktu docelowego, co pozwala na ułożenie stosu wysokości 2 m na standardowej europalecie.

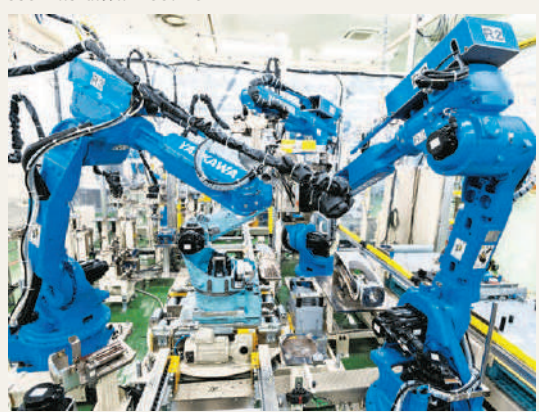
Ale branża robotyczna to nie tylko roboty. Mechatronika to połączenie mechaniki, elektroniki i oprogramowania, więc obejmuje zasięgiem także m.in. silniki serwo, przemienniki częstotliwości czy sterowniki. Wszystkie te produkty Yaskawa także ma w swojej ofercie. Jest także największym w świecie producentem przetwornic częstotliwości niskiego napięcia oraz sterowników PLC i sterowników moton.

Potrzebny impuls z góry

Przy rosnących kosztach zatrudnienia i jednoczesnych kłopotach ze znalezieniem odpowiednio wykwalifikowa-

Zakres działalności Yaskawa Electric

- sterowanie ruchem (napędy falownikowe, serwonałępy, silowniki, sterowniki maszyn)
- robotyka (roboty przemysłowe, roboty serwisowe, systemy robotów)
- inżynieria systemowa (falowniki średniego napięcia, generatory i przetworniki)
- technologia informacyjna (oprogramowanie, przetwarzanie informacji)



nych pracowników, przedsiębiorcy coraz częściej myślą o przynajmniej częściowej robotyzacji w swoich firmach. Z kolei pracownicy widzą w robotach niebezpieczną konkurencję. Czy jednak jest się czego obawiać? Czy roboty zastąpią ludzi?

– Na niektórych stanowiskach na pewno. To się już dzieje, zwłaszcza w Azji i USA. Rocznie na całym świecie sprzedaje się 400-500 tys. robotów. Co nie znaczy, że wyeliminują one ludzi z rynku pracy – uważa prezes Yaskawa Polska.

– Ktoś musi takie maszyny projektować, programować, współpracować z nimi. Warto też spojrzeć na robotyzację z takiego punktu: ludzie, którzy dotychczas wykonywali powtarzalne, monotoniczne, uciążliwe czy wręcz niebezpieczne czynności, będą mogli skupić się na rozwijaniu w innych, bardziej interesujących obszarach – dodaje.

Jak przewiduje Artur Wojewoda, w krótkim okresie konieczność przekwalifikowania się na pewno będzie bardzo stresująca i nie obejdzie się bez protestów, choćby kierowców ciężarówek, których zastąpią pojazdy autonomiczne. Ale w dłuższej perspektywie taka zmiana zaprezentuje, bo pozwoli ludziom rozwijać się w kierunkach niszowych lub wręcz jeszcze nieznanach. Powstaną nowe zawody, być

może ciekawsze i bezpieczniejsze.

– Musimy odpowiedzieć sobie na pytanie, w którym kierunku jako naród, jako gospodarka chcemy zmierzać. Nie mamy wielkich złóż surowców takich jak ropa naftowa czy metale szlachetne. Nie mamy też zbyt wielu rodzimych marek znanych na całym świecie. Czy pozostaniemy krajem rolników, drobnych przedsiębiorców i konsumentów dóbr importowanych z zagranicy? Czy może chcemy również produkować i eksportować wysokiej jakości towary, które będą cenione na całym świecie? – pyta Artur Wojewoda.

– Jeśli to drugie, to powinniśmy odpowiedzieć sobie na pytanie, w czym Polska jest dobra, co może dobrze wyprodukować i sprzedawać za granicą. Kolejny krok to zapewnienie jakości i powtarzalności tym naszym produktom tak, by były one konkurencyjne wobec produktów z innych krajów. To można osiągnąć dzięki robotyzacji procesu produkcji – uważa prezes.

Jego zdaniem zrozumieli to Chińczycy, którzy przez 10 lat dokonali olbrzymiego skoku technologicznego. Dziś są liderami robotyzacji, dzięki temu chińskie towary przestają kojarzyć się ze słabą jakością i z powodzeniem konkurują z największymi globalnymi markami smartfonów czy sprzętu komputerowego,

a ostatnio także samochodów osobowych.

Polska plasuje się obecnie na 15. miejscu na świecie pod względem liczby nowych robotów.

– Chcemy działać na rzecz zmiany myślenia o przyszłości gospodarki w Polsce na bardziej strategiczne. Próbujemy docierać z tematem robotyzacji i automatyzacji do decydentów. Jeśli mamy na nią stawiać, to już teraz trzeba przygotować nowe programy w szkołach, aby młodzi ludzie mogli powszechnie uczyć się programowania. I muszę przyznać, że są w rządzie osoby, które myślą prorozwojowo. Dzięki temu mamy ulgi podatkowe na innowacje, badania i rozwój. Ale jest też wciąż spora grupa polityków, którzy wolą nie narażać się na elektoratowi obawiającemu się utraty pracy. Oni komplikują przepisy wspierające nowe technologie. Te dwie frakcje ścierają się w rządzie i szkolnictwie – wyjaśnia Artur Wojewoda.

Na razie Yaskawa Polska coraz intensywniej współpracuje z polskimi uczelniami. Przekonuje je do rozwijania własnych laboratoriów, by przyszli inżynierowie byli w stanie sami zaprojektować zaawansowane rozwiązania robotyczne. Być może kiedyś uda im się stworzyć polskie marki robotów.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST YASKAWA POLSKA



GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

wyrósł na lidera nowoczesnego rolnictwa

Nowe technologie, współczesne metody zarządzania i bardzo dobre kontrakty – to składowe sukcesu firmy obecnej na rynku od blisko 30 lat. Top Farms wciąż ma apetyt na więcej



▶ POWRÓT DO KORZENI: Rolnictwo regeneratywne, na jakim się opieramy, stanowi niejako powrót do korzeni, czyli ekologicznego podejścia sprzed lat 60. XX w., kiedy chemia w rolnictwie zaczęła odgrywać dominującą rolę – mówi Paweł Kaczmarek, dyrektor zarządzający wielkopolskich spółek grupy Top Farms. [FOT. ARC]

Udział rolnictwa w strukturze zatrudnienia w Polsce jest spory – sięga powyżej 20 proc. Z tego powodu, zwłaszcza w obecnej sytuacji geopolitycznej, niezwykle istotne jest położenie dużego nacisku na wspieranie krajowych przedsiębiorstw rolno-spożywczych. W kraju mamy przykłady firm, które z roku na rok zwiększają przychody, produkcję i zatrudnienie. Jedną z nich jest Książ-Rol – tegoroczny laureat rankingu „Gazele Biznesu” organizowanego przez „Puls Biznesu”. To jedna z sześciu spółek działających w ramach grupy Top Farms, w której łączna wartość sprzedaży od stycznia do listopada 2022 r. wyniosła ponad 639,3 mln zł, z czego najwięcej, bo ponad 543,4 mln zł, pochodziło z działalności rolnej.

Firma z historią

Grupa Top Farms rozwija się w Polsce od 1995 r. Działalność rozpoczęła od przejęcia gospodarstwa rolnego o powierzchni około 2 tys. ha w okolicach Głogowa w województwie lubuskim. Obecnie firma dzierżawi aż 32 tys. ha gruntów rolnych i jest czołowym producentem wysokiej jakości żywności oraz surowców i produktów dla przetwórstwa rolno-spożywczego. Jest ponadto liderem produkcji materiału siewnego zbóż, a także hodowli bydła mlecznego. Dla porównania, średnia wielkość gospodarstwa rolnego w Polsce wynosi 11,5 ha.

Top Farms sukces zawdzięcza m.in. dobrze przemysłanej

strategii zarządzania gruntami i produkcją. Ziemię dzierżawioną przez spółkę np. w Książu Wielkopolskim mają klasę bonitacyjną o 0,3 ha przeliczeniową niższą od średniej krajowej. Uprawa gatunków wymagających, takich jak pszenica czy buraki, jest znacznie trudniejsza. Z powodu właściwości fizycznych gleby te mają mniejszą zdolność zatrzymywania wody oraz mniejszą pojemność magazynową, przez co przyswajają mniej nawozu. Te czynniki zmniejszają ich potencjał plonotwórczy.

– O ile trudno jest wpłynąć na właściwości fizyczne gleby, o tyle z powodzeniem można regulować jej właściwości chemiczne i biologiczne. 10 lat temu przeszliśmy więc z rolnictwa konwencjonalnego – uprawy płużnej, prowadzonej z wykorzystaniem dużej ilości nawozów syntetycznych i pestycydów, na rolnictwo regeneratywne, określone także mianem węglowego. Opiera się ono na zwiększaniu zawartości materii organicznej oraz optymalizacji właściwości chemicznych gleby poprzez wspieranie rozwoju życia biologicznego, zwłaszcza bakteryjnego i mikrobiologicznego – wyjaśnia Paweł Kaczmarek, dyrektor zarządzający wielkopolskich spółek grupy Top Farms.

Firma odchodzi ponadto od tradycyjnej orki, która jest dominującym sposobem uprawy w Polsce i coraz chętniej skłania się ku uprawie konserwującej. Stosuje także tzw. zmianowa-

nie, czyli następstwo gatunków uprawnych, które jest kluczowe w uprawie wysokiej jakości roślin. Jest to możliwe dzięki przyjętej w Top Farms zasadzie, że tylko 50 proc. arealu jest zasiewane zbożami. Średnia krajowa wynosi ok. 70 proc., co wymusza wysiew zboża na danym terenie rok po roku.

Dzięki takim zabiegom gleby stają się także bardziej odporne na susze. A wielkość opadów w województwach wielkopolskim i lubuskim, gdzie m.in. aktywnie działa Top Farms, jest niższa od średniej krajowej.

Nowe technologie

Od 2010 r. Top Farms zainwestował ok. 100 mln zł w nowoczesne rozwiązania technologiczne, co w przeliczeniu na gospodarowaną przez firmę powierzchnię upraw stanowi pokaźny wydatek.

– Rolnictwo regeneratywne, na jakim się opieramy, stanowi niejako powrót do korzeni, czyli ekologicznego podejścia sprzed lat 60. XX w., kiedy chemia w rolnictwie zaczęła odgrywać dominującą rolę. Dziś trendy się odwracają. Minimalizacja zużycia nawozów syntetycznych czy szkodliwych środków ochrony roślin jest możliwa właśnie dzięki innowacjom i nowym technologiom. Obniżamy ich wykorzystanie aż do 25 proc. w stosunku do poziomów rekomendowanych przez producentów – podkreśla Paweł Kaczmarek.

Top Farms korzysta m.in. z dronów i obrazowania satelitarnego w zakresie mapowania pól. Prowadzi regularne analizy chemiczne gleby, co pozwala optymalizować zużycie nawozów, a tym samym zmniejsza koszty produkcji rolnej. Korzysta z systemu satelitarnej nawigacji pojazdów – ciągników i maszyn rolniczych – na polach, co ogranicza zużycie oleju napędowego, a wydłuża żywotność maszyn. Chętnie sięga po nowoczesne urządzenia – była pierwszym w kraju użytkownikiem maszyny do powietrznej separacji kamieni w kombajnach ziemniaczanych. Zaangażowała się ponadto w tworzenie sprzętu wspomagającego tzw. uprawy pasowe.

Wykorzystanie nowych technologii umożliwia grupie kreowanie takiej struktury zasiewów i hodowli, która pozwala osiągnąć najwyższy możliwy zysk. Efekty są widoczne w jej wynikach finansowych.

Systemowe podejście

Grupa Top Farms w ostatnich latach realizowała ponadto strategię systematycznego przechodzenia z produkcji powszechnie dostępnych na rynku surowców rolnych do produktów przeznaczonych dla konkretnych odbiorców. Top Farms np. ok. 90 proc. ziemniaków, jakie uprawia, dostosowuje do potrzeb producentów chipsów i frytek. Specjalizuje się w produkcji orkiszu dla wytwórców mąki orkiszowej. W obydwu przypadkach jest czołowym w Polsce dostawcą. To samo dotyczy produkcji specjalistycznej pszenicy ciasteczkowej.

Pięć lat temu firma rozpoczęła ponadto proces zmiany genetycznej stada krów na takie, które będzie produkowało mleko A2A2 – nieuculujące. Proces krzyżowania krów potrwa jeszcze ok. dwóch lat.

Spółka sięga także po najnowsze metody zarządzania. Pracuje z wykorzystaniem techniki 5S (sortowanie, systematyka, sprzątnięcie, standaryzacja, samodyscyplina), czyli jednego z podstawowych narzędzi lean manufacturing i lean management. Ułatwia to uporządkowanie środowiska pracy i podnosi kulturę organizacyjną przedsiębiorstwa. Element dbałości o pracowników w organizacji widoczny jest chociażby we wskaźnikach związanych z bardzo niską rotacją. Kultura organizacyjna, ciągle wzmacniana, jest oparta na kodeksie wartości, bardzo ważnym w dzisiejszym biznesie. Polityka społecznej odpowiedzialności biznesu realizowana przez Top Farms jest ważnym i zauważalnym ogniwem rozwijającym lokalne społeczności.

W całej grupie zatrudnionych na podstawie umowy o pracę jest ok. 550 osób. Firma korzysta dodatkowo ze wsparcia ok. 500 pracowników sezonowych.

Ekologiczne podejście

Top Farms dużą wagę przykłada do zrównoważonej produkcji. Firma maksymalnie redukuje ilość stosowanych nawozów syntetycznych. Z jednej strony ich cena jest obecnie wysoka, z drugiej – uwalniają do atmosfery bardzo szkodliwe tlenki azotu, zostawiając ogromny ślad węglowy i odpowiadając za efekt cieplarniany.

– Jako rolnicy możemy w istotny sposób wpływać na sekwencję węgla, czyli trwa-

łe wiązanie dwutlenku węgla w glebie. Obecnie na świecie coraz więcej mówi się o śladzie węglowym, czyli sumie emisji gazów cieplarnianych wytwarzanych w produkcji, także rolno-spożywczej. Jest to dziś ważny czynnik, na który uwagę zwracają także sami konsumenci – minimalizacja śladu węglowego jest więc jednym z elementów budowania przewagi konkurencyjnej na rynku – podkreśla Paweł Kaczmarek.

Szybki rachunek: wielkopolskie gleby dzierżawione przez Top Farms miały przed zmianą systemu gospodarowania średnio 1 proc. materii organicznej. Jest to zawartość wynosi 1,6 proc., a optymalny poziom to 3 proc. Podniesienie poziomu materii organicznej tylko o 0,1 proc. na 1 ha daje 7-9 ton dwutlenku węgla trwale związanego w glebie. Zwiększenie o 1 proc. – od 70 do 90 ton. Co istotne, dwutlenek węgla wbudowany w materię organiczną zwiększa żyzność gleby.

Gazeta Biznesu

Sam Książ-Rol zatrudnia 45 pracowników do obsługi 1,5 tys. ha. Jest to najmłodsza spółka w rodzinie Top Farms. Została przejęta w 2017 r.

– Książ-Rol po włączeniu do grupy zyskał dostęp do wszystkich technologii, know-how w zakresie technologii upraw i hodowli, metod zarządzania organizacją itd. Dzięki temu stał się jedną z najdynamiczniej rosnących spółek w Polsce – „Gazeta Biznesu” – mówi Paweł Kaczmarek.

Dodaje, że Książ-Rol dysponuje gruntami o najlepszej klasie bonitacyjnej w całej grupie Top Farms. A na tego rodzaju glebach najlepiej widać skuteczność stosowanych przez firmę metod.

Głównymi filarami spółki są produkcja roślinna oraz zwierzęca. Firma wytwarza blisko 4 tys. ton zbóż rocznie, około 1 tys. ton rzepaku i prawie 10 tys. ton buraków cukrowych oraz 5 tys. ton ziemniaków. Produkcja roślin paszowych w Książ-Rolu skoncentrowana jest na kukurydzy, kiszonkowej, trawach, lucernie, a także słomie zbieranej na potrzeby fermy bydła. Produkcja zwierzęca jest oparta na chowie bydła mlecznego z pogłowiem 370 krów.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST TOP FARMS



▶ TECHNOLOGIA DLA PŁONÓW: Wykorzystanie nowych technologii umożliwia grupie kreowanie takiej struktury zasiewów i hodowli, która pozwala osiągnąć najwyższy możliwy zysk. [FOT. ARC]

Toner, papier i kawa

Od tuszu do drukarki, od oryginału do zamiennika... Rafcom zapewni ci wszystko, czego potrzebujesz w biurze

Zaczęli w 2005 r. od sprzedaży mebli biurowych. Ale jak często firmy wymieniają biurka, krzesła czy regały na dokumenty? Dlatego gdy główkowano nad planem B, od początku było jasne, że musi polegać na oferowaniu produktów, których przedsiębiorstwa potrzebują na okrągło. Wybór padł na tusze i tonery. To był strzał w dziesiątkę. Stopniowo Rafcom wchodził w kolejne kategorie produktów: drukarki, urządzenia wielofunkcyjne, akcesoria komputerowe, nośniki danych Verbatim, kalkulatory Citizen, niszczarki, materiały do czyszczenia sprzętu elektronicznego Cleverton i papier ksero. Niedawno w ofercie pojawiła się nawet kawa znanych marek.

– Różnicowanie asortymentu jest odpowiedzią na rynkowe trendy i oczekiwania klientów, którzy chcą kupić w jednym miejscu i najlepiej zдалnie wszystkie artykuły niezbędne w biurze – mówi Paweł Piórkowski, dyrektor zarządzający firmy Rafcom.

Zamiennik lepszy

Gazeta Biznesu z miejscowości Reguły pod Warszawą prowadzi sprzedaż B2B w Polsce i Unii Europejskiej. Zdobyła zaufanie ponad 2 tys. odbiorców, z któ-

rych 70 proc. stanowią firmy zajmujące się zaopatrzeniem biur. Jej klientami są również sieci salonów z elektroniką konsumencką. Aby sprostać rosnącej liczbie zamówień, spółka ma magazyny o powierzchni 2,3 tys. mkw. i oddziały w Krakowie, Katowicach, we Wrocławiu i Gdańsku. Zatrudnia prawie 70 osób, wśród których są handlowcy, logiści, magazynierzy i serwisanci.

– Najtrudniej pozyskać pracowników do magazynów. Jeśli chodzi o fachowców, mamy stały sprawdzony skład, który jest przez nas odpowiednio motywowany i nagradzany, a relacje w firmie opierają się na zaufaniu, szacunku i otwartości, dzięki czemu nie odnotowujemy dużej rotacji kadry. Kilku specjalistów jest z nami od początku działalności – wskazuje Paweł Piórkowski.

Choć oferta Gazeli Biznesu spod Warszawy obejmuje ponad 5 tys. produktów, jej główną specjalizacją pozostają materiały eksploatacyjne, zarówno oryginalne, czyli od czołowych producentów, jak i alternatywne.

– Popyt na zamienniki rośnie, bo często są równie dobre jak produkty ze znanym logo na opakowaniu, a kosztują



► **PLAN:** W przyszłym roku zamierzamy kontynuować inwestycje w pracowników, jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby klientów, umocnić się na polskim i europejskim rynku – zapowiada Paweł Piórkowski. [FOT. ARC]

o wiele mniej. Nic dziwnego, że zdecydowaliśmy się zaistnieć w tym segmencie rynku. Wprowadzona 11 lat temu nasza marka własna Prism jest obecnie jednym z najszybciej rozwijających się brandów kompatybilnych materiałów eksploatacyjnych – nie kryje satysfakcji Paweł Piórkowski.

Tusze i tonery Prism mają certyfikaty zgodności z odpowiednimi normami ISO. Co więcej, mimo niższej ceny są często bardziej wydajne od produktów niejednego producenta o światowej renomie.

– To nie moja ocena. Taką informację dostajemy od klien-



► TANIE, A DOBRE:

Produkty marki własnej Prism okazują się równie dobre jak materiały eksploatacyjne znanych międzynarodowych producentów. [FOT. ARC]

tów, którzy nieraz ze zdziwieniem stwierdzają, że produkty Prism pozwalają im na wydrukowanie większej liczby stron niż oryginały – wskazuje przedsiębiorca.

Papier trzyma się mocno

Czy wraz z modą na biura bez papieru właśnie nie kończą się dobre czasy dla biznesu związanych z drukiem? Paweł Piórkowski jest spokojny o przyszłość swojego przedsiębiorstwa. Koncepcja paperless wdrażana jest na tyle wolno – zaznacza – że nie wpływa na obroty i wyniki firmy.

– Elektroniczny obieg dokumentów wprowadzają przede wszystkim duże organizacje. W małych i średnich, nie mówiąc już o budżetowych, skala digitalizacji jest ciągle niewielka. W najbliższym czasie się to raczej nie zmieni – podkreśla menedżer.

Spokój to jedno, a brak czujności to coś zupełnie innego. W biznesie trzeba być gotowym na każdą ewentualność. Stąd wspomniane różnicowanie asortymentu. W tym kontekście warto napomknąć o drugiej marce własnej Rafcom – pod nazwą Cleverton przedsiębiorstwo z Reguły sprzedaje płynny,

pianki, nawilżone ściereczki do ekranów LCD i elementów plastikowych oraz sprężone powietrze.

– Nie myślimy wąskotorowo i nie uważamy, że to, co sprawdzało się przez lata, zda egzamin również za rok czy za dwa. Otwieranie się na nowe perspektywy i rozkładanie ryzyka to jedyna sensowna strategia w obecnym trudnym czasach stałej zmienności w gospodarce i technologiach – argumentuje Paweł Piórkowski.

Dodaje, że dywersyfikacji nie należy mylić z wykraczaniem poza strefę swoich kompetencji i rozpraszaniem energii na mnóstwo nieprzemyślnych działań. Jak tłumaczy, Rafcom próbuje różnych rzeczy, ale wszystkie kręcą się wokół biura i produkcji dokumentów.

Z pewnością rozmienianiem się na drobne nie jest uzupełnienie oferty produktowej usługami, takimi jak skup pojemników i kaset po tonerach i tuszach. Niektóre są ponownie napełniane, inne uтиlizowane. Tak Rafcom razem ze swoimi partnerami dba o środowisko, przyczynia się do redukcji śladu węglowego.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST RAFCOM

TOP odważnie wchodzi w nowy segment

Najlepszą receptą na wahania koniunktury jest ucieczka do przodu. Spółka Tektura Opakowania Papier przeznaczyła 100 mln zł na podwojenie produkcji. Będzie wytwarzać tekturę przeznaczoną do wyrobu płyt kantonowo-gipsowych, która dziś dostępna jest wyłącznie za granicą

Historia firmy Tektura Opakowania Papier (TOP), obecnie spółki akcyjnej, liczy ponad 135 lat. Rozpoczęła się w 1883 r., gdy właściciel apteki z Jeleniej Góry od księcia pszczyńskiego wziął w wieszystą dzierżawę ziemię we wsi Czułów i rozpoczął budowę fabryki celulozy. Były to lata pełne sukcesów i wyzwań. Przedsiębiorstwo przeszło wiele przekształceń i zmian właścicielskich. Dzięki nim na rynku utrzymało się jednak do dziś – specjalizuje się w produkcji papierów i tektur tulejowych z makulatury. Co więcej, kreśli już wizję bardzo dynamicznego rozwoju. Akcjonariusze przeznaczyli 100 mln zł na rozbudowę zakładu w Czułowie (obecnie dzielnica Tychów) i uruchomienie kolejnej linii papierniczej. Inwestycja jest realizowana w obrębie Katowickiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej.

Wypełnienie luki rynkowej

Nowa linia produkcyjna będzie skonstruowana na podstawie autorskich i opatentowanych już technologii wytwarzania tektury, która posłuży jako komponent do produkcji płyt kantonowo-gipsowych. Krajowi producenci obecnie sprowadza-

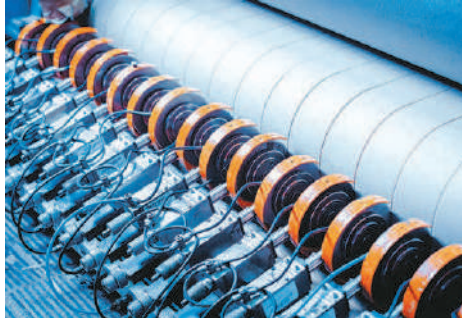
ją ją z zagranicy – w Polsce brakuje know-how w zakresie produkcji.

– Budowa nowej linii papierniczej wynika z naszej wnikliwej analizy potrzeb krajowego sektora budowlanego, ale także odbiorców tektur tulejowych. Dla nowej grupy produktów w przyszłości będziemy szukać klientów także poza Polską. Inwestycja została zaplanowana na trzy do pięciu lat – mówi Andrzej Kowalczyk, prezes zarządu TOP SA.

Nowa linia papiernicza oraz powiązana z nią rozbudowa i modernizacja obecnej infrastruktury pozwolą spółce na dwukrotne zwiększenie poziomu produkcji. Obecnie w zakładach TOP powstaje 200 ton produktów dziennie.

Dobry produkt eksportowy

W zakładzie w Tychach pracują obecnie dwie linie dostosowane do produkcji papierów opakowaniowych i tektury tulejowej (dostarczanej klientom w formie bobiny, czyli bardzo wąskich zwojów papieru). Odbiorcami są m.in. wytwórcy papierów higienicznych nawijanych na rolki (ręczniki, papery toaletowe), tulei tek-



► **W ZGODZIE Z NATURĄ:** W produkcji tektury TOP całkowicie bazuje na makulaturze pozyskiwanej z gospodarstw domowych i zakładów przemysłowych. Działa zgodnie z międzynarodową normą systemów zarządzania środowiskiem – ISO 14001:2015. [FOT. ARC]

turów, z których korzysta np. przemysł tekstylny, a także producenci opakowań z tektury falistej.

Drugi zakład, zlokalizowany w Katowicach, ma jedną linię produkcyjną. Placówka ta specjalizuje się w tekturach litych i sklepanych, z powodzeniem wykorzystywanych przez producentów mebli, głównie tapicerowanych.

Udział eksportu w strukturze sprzedaży wynosi około

15 proc. TOP dostarcza swoje produkty na rynki europejskie – do Niemiec, Czech, Rumunii, Węgier, na Słowację, Litwę. Do lutego 2022 r. realizował wysyłki także do Ukrainy.

– Jesteśmy istotnym dostawcą dla wielu krajowych i europejskich producentów tulei, kątowników, opakowań, papierów toaletowych oraz mebli. Doświadczenie i zaangażowanie naszych pracowników pozwalają na ciągły rozwój produktów,

a także podnoszenie jakości procesu realizacji zamówień i obsługi klientów – podkreśla Andrzej Kowalczyk.

Spółka TOP zatrudnia łącznie 235 pracowników.

Zmiany rodzą okazje

Spółka szybko adaptuje się do ciągle zmieniających się warunków rynkowych. Obecnie – podobnie jak inni w branży – mierzy się ze wzrostem kosztów działalności, w tym kosztów zakupu surowców i energii. A produkcja w sektorze papierniczym jest niezwykle energochłonna.

– Fundamentalna dla nas jest kondycja naszych klientów i dostosowanie się do ich możliwości i potrzeb zakupowych. Trudny okres pandemii wydaje się za nami, ale problemy wynikające z kryzysu energetycznego mogą znacząco zmienić funkcjonowanie firm z sektora papierniczego, jak również podmiotów korzystających z jego produktów – mówi Andrzej Kowalczyk.

Dodaje, że TOP jest jedną z niewielu papierni o tak długiej historii, które przez ostatnie lata bez większych problemów utrzymywały biznes w dobrej kondycji.

W dbałości o środowisko

TOP w produkcji całkowicie bazuje na makulaturze pozyskiwanej zarówno od gospodarstw domowych, jak i papierniczych zakładów przemysłowych (odpad produkcyjny).

– W politykę naszej firmy wpisana jest ochrona środowiska. Jako producent wyrobów papierowych posiadający instalację do recyklingu makulatury TOP ma świadomość, jak ważną rolę odgrywa segregacja i racjonalna gospodarka odpadami – podkreśla Andrzej Kowalczyk.

TOP posiada międzynarodowy certyfikat FSC® CU-COC-816877 potwierdzający, że używane w procesie produkcyjnym surowce pochodzą z odpowiedzialnie zarządzanej i nadzorowanej gospodarki leśnej. Spółka wdrożyła ponadto System Zarządzania Środowiskowego i w marcu 2022 r. otrzymała certyfikat stwierdzający zgodność z wymaganiami ISO 14001:2015 (międzynarodowa norma systemów zarządzania środowiskiem).

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST





NegoTrust trzyma w ryzach jakość produkcji

Usługi z zakresu selekcji i kontroli komponentów oraz wyrobów gotowych, a także outsourcing obsługi procesów produkcyjnych od lat zapewniają spółce wzrost przychodów.

NegoTrust nie zwalnia tempa. Firma jest gotowa podjąć współpracę z kolejnymi partnerami w Polsce, planuje też zwiększenie ekspansji w Niemczech

Firma NegoTrust jest aktywna od 2010 r. Mimo że gospodarka krajowa i globalna przechodziły w tym czasie wiele wahań koniunkturalnych, spółka utrzymywała się na ścieżce ciągłego wzrostu. Jej działalność idealnie wpisuje się w rynkowe zapotrzebowanie związane z jednej strony z koniecznością utrzymania wysokiej jakości produkcji w branżach motoryzacyjnej i AGD, z drugiej – z niedoborami pracowników w sektorze przemysłowym. Już dziś wiadomo, że na koniec 2022 r. poziom przychodów w znacznym stopniu będzie przekraczał ubiegłoroczny wynik. Upewnia to spółkę w przekonaniu, że obrona strategii sprawdza się w warunkach rynkowych i pozwala na kreślenie kolejnych planów rozwoju. W najbliższych dwóch latach firma chce jeszcze mocniej rozszerzyć grono partnerów biznesowych w Polsce i Niemczech.

Na ścieżce ciągłego wzrostu

NegoTrust w 2019 r. wypracował 25 mln zł przychodów netto, w kolejnych dwóch latach ich poziom wzrósł do 41 i 62 mln zł. Od stycznia do października 2022 r. spółka osiągnęła już przychody w wysokości 72 mln zł, co oznacza, że w tym roku będą niemal dwukrotnie wyższe w stosunku do 2021 r. Jednym z gwarantów nieustannego wzrostu biznesu jest dywersyfikacja działalności.

12 lat temu firma weszła na rynek z usługą kontroli jakości i selekcji komponentów oraz podzespołów używanych przez przedsiębiorstwa z sektorów motoryzacyjnego i AGD w procesie produkcyjnym. Korzystanie wyłącznie z wysokiej jakości wyrobów na etapie produkcji w tych branżach jest niezwykle istotne ze względu na bezpieczeństwo dalszego użytkowania produktów i olbrzymie koszty jakichkolwiek przestojów pracy w fabrykach.

– Nie jesteśmy jednostką certyfikującą. Zajmujemy się natomiast weryfikacją jakości komponentów, półproduktów i produktów gotowych. Nasza

usługa jest niezbędna wszędzie tam, gdzie producenci korzystają z części i podzespołów kupowanych od dostawców z całego świata. W sytuacji wykrycia np. wady konstrukcyjnej lub uszkodzenia pojedynczych komponentów w serii liczącej nawet kilkadziesiąt tysięcy sztuk producent nie może sobie pozwolić na wstrzymanie produkcji i odesłanie całej dostawy do krajów europejskich, Chin czy Stanów Zjednoczonych. Zresztą w rzeczywistości zwykle okazuje się, że odsetek elementów wadliwych wynosi zaledwie 1-2 proc. całej serii. Dzięki naszym kontrolerom jakości w ramach reklamacji odsyłane są wyłącznie uszkodzone komponenty, eliminowane są tym samym przestoje produkcyjne – wyjaśnia Mariusz Zaborowicz, prezes NegoTrust.

W takiej sytuacji selekcja i weryfikacja jakości realizowana jest na koszt dostawców, w tym zagranicznych. NegoTrust współpracuje również bezpośrednio z producentami – weryfikuje jakość półwyrobów i wyrobów końcowych. Tego rodzaju kontrole stosuje się, gdy np. na linię produkcyjną trafiają nowe maszyny lub zmieniają się parametry ich działania. Każdy taki ruch rodzi ryzyko obniżenia jakości wyrobów i naraża producentów na duże straty finansowe.

Luka na rynku pracy

Kolejną odnogą biznesu NegoTrust jest obsługa centrów logistycznych. Firma dostarcza pracowników wyszkolonych m.in. w obsłudze wózków widłowych, organizacji transportu wewnętrznego w magazynach, przepakowywaniu załadunków.

Kompetencje zdobyte w tym obszarze z czasem zaczęły otwierać przed firmą kolejne przestrzenie do działania.

– W ostatnich latach rynek pracy w Polsce uległ solidnemu przeobrażeniu. W kraju w wielu sektorach zaczęło bra-

kować pracowników. Zgłaszały się do nas przedsiębiorstwa potrzebujące wsparcia w tym obszarze. Z myślą o nich stworzyliśmy usługę kompleksowej obsługi całych linii produkcyjnych. Oferujemy outsourcing pracowniczy, ale nie działamy jak tradycyjna agencja pracy. Sami szkolimy ludzi w zakresie obsługi maszyn czy BHP, wyposażamy w ubiór roboczy itd. Wprowadzamy naszych pracowników do zakładów i fabryk partnerów. Nasi koordynatorzy nadzorują nawet prace

załogi – wyjaśnia Mariusz Zaborowicz.

Obecnie NegoTrust zatrudnia łącznie ok. 2,5 tys. pracowników. Wsparcie produkcji w zakładach partnerów stanowi ok. 70 proc. całej działalności firmy.

– Od 2019 r. w sektorze produkcyjnym mieliśmy do czynienia z rynkiem pracownika, a nie pracodawcy. Wynikało to głównie z braku chętnych np. do prostych prac montażowych na liniach produkcyjnych. Nastąpiło tym samym duże otwarcie na pracowników z rynków

wschodnioeuropejskich, w tym ukraińskiego. Z Ukrainy pochodzi również znaczna część naszej załogi – mówi Mariusz Zaborowicz.

Plan ekspansji zagranicznej

Firma NegoTrust przez wiele lat była zlokalizowana w Będzinie, gdzie korzystała z powierzchni biurowej i zaplecza infrastrukturalnego Będzińskiego Inkubatora Przedsiębiorczości – najpierw zgodnie z zasadami na preferencyjnych warunkach wynajmu, potem już według rynkowych zasad. Niedawno przeniosła się do Sosnowca, ale usługi świadczy na terenie całego kraju.

W Polsce współpracuje łącznie z ok. 90 przedsiębiorstwami. Dodatkowo usługi kontroli jakości komponentów świadczy pośrednio dla ok. 500 międzynarodowych dostawców z sektorów motoryzacyjnego i AGD.

Również obsługę pracy przy liniach produkcyjnych realizuje na zlecenie zagranicznych klientów – z Niemiec, Czech i ze Słowacji.

NegoTrust dostrzega duży potencjał w rozwoju na rynku niemieckim. Firma rozważa założenie tam spółki córki. W 2017 r. zarejestrowała natomiast działalność w Czechach – na rynek weszła poprzez dostawców, dla których realizowała kontrolę jakości komponentów. Swoją działalność szybko poszerzyła o outsourcing pracowniczy.

– Z punktu widzenia NegoTrust aktywność biznesowa na rynku niemieckim jest znacznie bardziej intratna niż w Czechach czy na Słowacji. Stawki godzinowe w Niemczech są wyższe, łatwiej tym samym znaleźć pracowników z Polski chętnych wyjechać do pracy za granicę. Na potrzeby czeskich i słowackich zakładów produkcyjnych zatrudniamy głównie Polaków z przygranicznych miejscowości – wyjaśnia Mariusz Zaborowicz.

Aktywność firmy w Czechach i na Słowacji została jednak wyhamowana tuż po wybuchu pandemii w 2020 r. Przyczyniły się do tego m.in. restrykcje sanitarne i związane z nimi obostrzenia w ruchu granicznym. Realizacja outsour-

cingu pracowniczego w tamtym okresie była po prostu nie możliwa. Problem z utrzymaniem ciągłości produkcji miały również same fabryki – świat borykał się z przerwanymi łańcuchami dostaw.

Kryzys gospodarczy, z jakimi świat miał do czynienia w ostatnich latach, nie odcisnął natomiast piętna na wynikach finansowych całej spółki, wręcz przeciwnie, przychody NegoTrust systematycznie rosły.

– Od początku działalności NegoTrust nigdy nie odnotował rocznego spadku przychodów. To efekt bardzo dobrze rozpisanej strategii biznesowej i dywersyfikacji działalności. Przez 12 lat rzetelnie wykonywanej pracy zwiększała się rozpoznawalność naszej marki na rynku. Już od dłuższego czasu nasze działania handlowe, związane z pozyskiwaniem nowych klientów, w dużej mierze ograniczają się do bieżącej obsługi zapytań ofertowych płynących od firm z rynku. Bardzo nas to cieszy i pozwala patrzeć w przyszłość z dużą dozą optymizmu – podkreśla Mariusz Zaborowicz.

Uwzględnia przy tym obecne realia gospodarcze – przed firmami produkcyjnymi stoją kolejne wyzwania związane z kryzysem energetycznym i inflacją. Trudno dziś wyrokować, jak w przyszłym roku będą sobie radzić przedsiębiorstwa i jakie zmiany na rynku pracy spowoduje zapowiadany dwukrotny wzrost płacy minimalnej – w styczniu i lipcu 2023 r. O ile wcześniej firmy rozpiszywały plany produkcyjne na cały rok z góry, o tyle teraz planują w perspektywie półrocznej.

90

► Z tyloma firmami w Polsce współpracuje NegoTrust.

500

► Dla tylu międzynarodowych dostawców z sektorów motoryzacyjnego i AGD NegoTrust świadczy usługi kontroli jakości komponentów.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST NEGOTRUST

” Naszym celem na 2023 r. jest utrzymanie dotychczasowego tempa rozwoju biznesu i zwiększanie skali działania.

► Mariusz Zaborowicz, prezes NegoTrust



GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Rzeczoznawcy motoryzacyjni wrzucają wyższy bieg

Autotesto od klienta indywidualnego przechodzi do biznesowego. Szuka nowych partnerów w Polsce, a niebawem także w Niemczech

Tam, gdzie pojawia się potrzeba rynkowa, rodzi się też biznes i szansa na duży sukces. Spółka Ok-Moto, właściciel portalu Autotesto.pl, w 2013 r. znalazła na rynku mało jeszcze wówczas zagospodarowaną przestrzeń i przystąpiła do rozwoju najbardziej nowoczesnej sieci rzeczoznawców w Europie. Jest na dobrej drodze do uzyskania pozycji lidera, o czym świadczy wysoka lokata w rankingu „Gazeta Biznesu”. Autotesto jest jedną z najszybciej rosnących firm w kraju, a spółka ma apetyt na więcej. W jej strategii rozwoju wpisane są: dalsza dywersyfikacja portfela zleceń i rozszerzenie współpracy m.in. z firmami ubezpieczeniowymi i leasingowymi, oraz ekspansja zagraniczna.

– Nagroda Gazeta Biznesu jest efektem konsekwentnego i stopniowego przenoszenia punktu ciężkości z obsługi klienta indywidualnego na klienta B2B. Już teraz współpracujemy z największymi ubezpieczycielami w zakresie likwidacji szkód. Obsługiwaliśmy także największych dilerów aut używanych w Polsce, takich jak grecki start-up Spotawheel czy jego konkurent z Niemiec Autohero – mówi Grzegorz Łoboda, założyciel i prezes Ok-Moto.

Rzeczoznawca pod ręką

Autotesto, gdy blisko 10 lat temu startowało na rynku, było skupione głównie na obsłudze klientów B2C. Firma stworzyła sieć rzeczoznawców, którzy na życzenie kupujących wykonywali przegląd wystawionych na sprzedaż samochodów używanych.

– W tamtym okresie zatajał przez sprzedawców używanych aut ich prawdziwą historię było plagą na rynku. Sprzedawano samochody przypadkowe, tuszowano ich przebieg. Pamiętam, że sam w tamtym czasie szukałem auta używanego i nie miałem wokół siebie nikogo, kto mógłby mi fachowo doradzić. W podobnej sytuacji było mnóstwo ludzi. Założyłem więc firmę. Koncept okazał się strzałem w dziesiątkę. Obecnie w segmencie rzeczoznawstwa samochodowego jesteśmy największym w Polsce – opowiada Grzegorz Łoboda.

Autotesto zatrudnia ponad 200 rzeczoznawców, którzy świadczą usługi na terenie całego kraju. Usługę można zamówić poprzez aplikację mobilną. Rzeczoznawca na wskazany ad-



► **SILA TECHNOLOGII:** Nasz model działania i obsługa online – z poziomu aplikacji w przypadku klientów indywidualnych i panelu zarządzania dla klientów biznesowych – idealnie wpisały się w rynkowe trendy. Ludzie szybko przyzwyczajają się do wygody i nie chcą powrotu do wcześniejszych formuł – mówi Grzegorz Łoboda, założyciel i prezes Ok-Moto. [FOT. TOMASZ WALKÓW]

res jest w stanie dotrzeć maksymalnie w 48 godzin i sprawdzić stan techniczny samochodu. Firma współpracuje ponadto z siecią partnerskich warsztatów samochodowych, co dodatkowo zwiększa zakres oferty i jakość usługi. Zamawiający otrzymuje szczegółowy raport. Zasadą jest, że raporty pokontrolne są sporządzane w taki sposób, aby były czytelne i zrozumiałe dla każdego, zwłaszcza osób nieinteresujących się motoryzacją i mających niewielką wiedzę w tym zakresie.

Rekomendacja uzyskana od rzeczoznawcy pozwala ocenić, czy stan techniczny auta jest zgodny z ofertą sprzedawcy, a przede wszystkim – czy samochód jest bezpieczny dla nowych właścicieli i ich rodzin. Kontrolowane są m.in.: dokumentacja auta, stan komory silnika, podwozie, koła i ogumienie, oświetlenie, karozeria, szyby, wyposażenie. Wykonywany jest ponadto przegląd podwozia w serwisie oraz diagnostyka komputerowa i sporządzana szczegółowa dokumentacja fotograficzna.

Opinia rzeczoznawcy samochodowego to dla nabywcy silny argument, który zwiększa skuteczność negocjacji dotyczących ceny. Jeśli klient so-

bie tego życzy, przedstawiciel Autotesto może osobiście reprezentować go w rozmowach ze sprzedawcą.

– Nasi zawodowi negocjatorzy na podstawie raportu rzeczoznawcy jak równy z równym stają do negocjacji cenowych ze sprzedawcami. W efekcie schodzą z ceny średnio o 3,3 tys. zł. Przy stosunkowo niskich kosztach naszych usług klientom to się bardzo opłaca – zapewnia Grzegorz Łoboda.

Łącznie z usługami świadczonymi na rzecz klientów B2B firma wykonuje ok. 10 tys. przeglądów rocznie. Pracą rzeczoznawców zlokalizowanych w całym kraju zarządza z Wrocławia.

Obsługa klientów B2B

Założyciel Autotesto przyznaje, że obsługa klienta indywidualnego wymaga bardzo szybko go reagowania na zamówienia, wysokiego tempa realizacji usług i najwyższej jakości – dla kupujących liczy się czas, bo oferta sprzedaży samochodu w każdej chwili może przestać być aktualna. Wypracowanie schematów działania w tym obszarze pozwoliło spółce płynnie przejść do realizacji zleceń i obsługi klientów B2B. Firma obsługuje ubezpieczycieli, le-

asingodawców, dilerów samochodowych itp.

– Kontrola np. po leasingu to narzędzie do oceny stanu technicznego auta i jego wartości, ale przede wszystkim do sprzedaży samochodu – podkreśla Grzegorz Łoboda.

Autotesto dla firm świadczy usługi w zakresie: wyceny wartości pojazdu, likwidacji szkód, audytu ponaprawczego, wyceny floty samochodowej, wyceny według przewoźnika zwrotu pojazdów PZWLP, udzielania certyfikatów na sprzedawany pojazd. Wykazuje w tym obszarze sporą elastyczność – w ofercie ma również pakiet usług dedykowanych, dopasowanych do potrzeb klienta B2B. I nadal jest otwarta na współpracę z nowymi zleceniodawcami.

– Jesteśmy firmą w 100 proc. z polskim kapitałem, ale kierujemy się najlepszymi, zachodnioeuropejskimi standardami. Pracujemy sześć dni w tygodniu, zlecenia realizujemy nawet w 48 godzin, a do tego mamy najbardziej konkurencyjne ceny w Polsce. Taka organizacja pracy jest możliwa dzięki nowym technologiom – jesteśmy nowoczesną firmą i staramy się być na bieżąco z nowinkami. Nasze systemy

IT umożliwiają błyskawiczną integrację z oprogramowaniem klientów. Partnerom dajemy dostęp do prostego w obsłudze panelu zarządzania itp. – wymienia Grzegorz Łoboda.

Prezes Ok-Moto informuje, że spółka w ramach usług Autotesto tworzy obecnie program certyfikacji dilerów i komisów – „Rekomendowany sprzedawca Autotesto”.

– Rekomendacja będzie wyraźnym sygnałem dla kupujących, że w danym punkcie dostępne są wyłącznie samochody, których jakość jest w pełni zgodna z deklaracjami. Cena certyfikacji będzie uzależniona od liczby aut, którymi dany sprzedawca obraca. Dla pewności, że diler faktycznie wywiązuje się z ustalonych zasad, do jego placówki będziemy wysyłać tzw. mistery customer – zapowiada Grzegorz Łoboda.

Ekspansja zagraniczna

Większy poziom koncentracji na obsłudze klientów biznesowych oznacza dla firmy z jednej strony wzrost sprzedaży usług, z drugiej zwiększoną stabilność i odporność na czynniki makroekonomiczne, geopolityczne i społeczne.

– Rozwój segmentu usług B2B pozwolił nam nawet na

podwojenie poziomu sprzedaży w kolejnych latach – szacuje Grzegorz Łoboda.

Dodatkowo w 2023 r. firma planuje ekspansję zagraniczną. W pierwszej kolejności skieruje się na rynek niemiecki. Decydujące znaczenie ma jego wielkość – to największy rynek aut używanych w Europie, dwukrotnie większy od polskiego. Zaletą jest także bliskość geograficzna, która ułatwi zarządzanie i nadzorowanie pracy rzeczoznawców. W przyszłości Niemcy mogą ponadto okazać się dla spółki trampoliną na kolejne rynki europejskie. Ok-Moto obecnie opracowuje strategię ekspansji i przyspiesza się do działania.

– Technologia, systemy informatyczne, model biznesowy, formuły współpracy z klientami, logistyka – wszystkie te elementy mamy ułożone w taki sposób, że łatwo można je skalować i niemal jeden do jednego przenosić na nowe rynki. Liczę, że będzie to dla nas ułatwienie w podboju rynków zagranicznych. W Polsce już dziś jesteśmy liderem w swojej kategorii – mówi Grzegorz Łoboda.

Na fali trendów

Firmie sprzyja trend sprzedaży aut używanych przez internet i zdalnej obsługi klientów. Taki model działania umocnił się na rynku zwłaszcza po wybuchu pandemii.

– Nasz model działania i obsługa online – z poziomu aplikacji w przypadku klientów indywidualnych i panelu zarządzania dla klientów biznesowych – idealnie wpisały się w rynkowe trendy. A ludzie szybko przyzwyczajają się do wygody i nie chcą powrotu do wcześniejszych formuł – zaznacza Grzegorz Łoboda.

Dodatkowo w czasie pandemii wzrosło zainteresowanie zakupem aut używanych. Wiele osób kupowało wówczas samochody, ponieważ obawiali się np. korzystać z transportu publicznego. Boom w sektorze sprzedaży używanych samochodów był widoczny aż do wybuchu wojny w Ukrainie. Ruch w branży nadal jest wysoki, choć klienci chętniej dziś kupują tańsze auta – do 30 tys. zł. Pamiętamy jednak, że w wyniku inflacji i podnoszenia stóp procentowych zdolność kredytowa Polaków się zmniejszyła, także banki mniej chętnie udzielają pożyczek.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST OK-MOTO

Czas na zmiany w systemie zagospodarowania elektroodpadów



Popyt na sprzęt elektryczny i elektroniczny rośnie w ostatnich latach bardzo dynamicznie. Zwiększyła się znacznie także liczba zużytych urządzeń, a wraz z nią konieczność ich odzysku i recyklingu. Problem w tym, że wymogi narzucone na producentów w obecnych warunkach rynkowych stają się nie do spełnienia

Gdy ponad 15 lat temu ElektroEko Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego rozpoczęła działalność na krajowym rynku, świadomość społeczna w zakresie zagospodarowywania zużytego sprzętu była znikoma. Obecne dane wskazują, że choćby niewielką wiedzę w tym zakresie ma już blisko połowa Polaków. W tej materii jest jednak jeszcze wiele do zrobienia. Pełnego sukcesu nie da się natomiast odnieść bez jednoczesnego uporządkowania regulacji prawnych. A branża elektorecyklingu od ponad dwóch lat czeka na nowe regulacje prawne, które racjonalizują i dostosują do obecnej sytuacji rynkowej i gospodarczej wytyczne dla producentów AGD/RTV/IT oraz paneli fotowoltaicznych.

W obecnym układzie mamy na rynku mniej urządzeń gotowych do recyklingu, niż wskazywałoby na to wymogi ustawowe. Paradozem jest, że za brak możliwości dopełnienia obowiązków na producentów mogą być nakładane kary, które później przełożą się na ceny urządzeń dla konsumentów.

W przededniu kryzysu

Z roku na rok zwiększa się liczba urządzeń elektrycznych i elektronicznych w gospodarstwach domowych. Na jedno przypada już średnio ok. 30 sztuk – od pralek, lodówek, telewizorów, komputerów, drobnego sprzętu AGD, elektronarzędzi, aż po panele słoneczne. Ponad 10 lat temu liczba ta była nawet o połowę mniejsza. Dziś popyt restytucyjny na urządzenia elektryczne i elektroniczne, związany z wymianą starego sprzętu, wynosi około 80 proc., popyt pierwotny, wynikający z potrzeby zakupu pierwszych w domostwie urządzeń z danej kategorii – 20 proc. Producenti tego rodzaju asortymentu, wprowadzający urządzenia na rynek, zgodnie z dyrektywą unijną WEEE są zobowiązani do zbiórki

zużytego sprzętu od końcowych posiadaczy i dystrybutorów oraz jego recyklingu. W Polsce obszar ten regulowany jest zapisami ustawy o zużytym sprzęcie elektrycznym i elektronicznym z 2015 r.

– Jesteśmy w przededniu kryzysu gospodarczego, szaleje inflacja, borykamy się z kryzysem energetycznym i olbrzymim wzrostem cen energii elektrycznej oraz gazu. A proces recyklingu jest niezwykle energochłonny. Jednocześnie nałożone na producentów urządzeń elektrycznych i elektronicznych obowiązki w tym zakresie są mocno wyśrubowane i coraz trudniejsze do wypełnienia. Jeśli nie zostaną zmienione, może to skutkować wzrostem cen nowych urządzeń i dalszym podbijaniem wysokości już poziomu inflacji. Obecnie koszt recyklingu zużytych urządzeń stanowi – w zależności od kategorii sprzętu – nawet 10 proc. ceny nowych produktów – wylicza Grzegorz Skrzypczak, prezes ElektroEko, największej organizacji odzysku sprzętu elektrycznego i elektronicznego w Polsce – i ciągle rosną. Przewaga popytu na zużyty sprzęt nad jego podażą potęguje to zjawisko. Bez zmian prawnych nie poradzimy sobie z lawinowym wzrostem kosztów.

Oczekiwane zmiany

Ustabilizować sytuację na rynku mogą zmiany w prawie postulowane przez branżę. Potrzebne jest przede wszystkim wprowadzenie przepisów, które odnosiłyby się nie do wszystkich produktów elektrycznych i elektronicznych łącznie – jak obecnie, ale do grup urządzeń o zbliżonym cyklu życia. Wyczerkiwanego rozporządzenia odnoszącego się do tej kwestii ciągle nie ma, a mamy już końcówkę roku. Jak biznes ma planować i funkcjonować w takich warunkach?

– Średni cykl życia sprzętu elektrycznego w Polsce wynosi



► **PRAWO DO POPRAWY:** Jeżeli przepisy nie zostaną zmienione, może to skutkować wzrostem cen nowych urządzeń. Obecnie koszt recyklingu zużytych urządzeń stanowi nawet 10 proc. ceny nowych produktów – wylicza Grzegorz Skrzypczak, prezes ElektroEko, największej organizacji odzysku sprzętu elektrycznego i elektronicznego w Polsce. [FOT. ARC]

około 12 lat, po tym czasie urządzenia są przez konsumentów wymieniane na nowe. 12 lat temu producenci wprowadzali na rynek trzykrotnie mniej sprzętu, niż sprzedają dzisiaj, w erze technologicznego boomu. A przepisy nakładają na producentów obowiązek odzyskiwania zużytych urządzeń i recyklingu w ilości korelującej z nowym, wprowadzanym do użytku sprzętem. Już teraz pojawia się więc niedobór urządzeń do recyklingu – mówi Grzegorz Skrzypczak.

Fotowoltaiczny problem

W międzyczasie na rynku popularyzują się kolejne grupy produktów, w tym panele fotowoltaiczne. Na ich producentów nałożone są te same wymogi związane z odzyskiem i recyklingiem, co na firmy wytwarzające sprzęt AGD/RTV/IT.

– Cykl życia paneli fotowoltaicznych jest dłuższy niż innego sprzętu elektrycznego i elektronicznego, wynosi około 25 lat. A producenci paneli, podobnie jak producenci innego sprzętu, obowiązki związane z recyklingiem muszą wypełniać na bieżąco. Aby im sprostać, już teraz

ralnie jest dla biznesu wielkim problemem. Nie czujemy wsparcia ani korzystnych warunków administracyjnych dla rozwoju tak bardzo perspektywicznej i mogącej przenieść się do innych branż. W dobie nadciągającego kryzysu gospodarczego, ale może przede wszystkim kryzysu surowcowego i ciągłego podkreślenia znaczenia gospodarki obiegu zamkniętego, zupełnie niezrozumiałe jest pozostawienie tak ważnego zagadnienia w sferze teoretycznych dyskusji i PR. Oczekujemy daleko idącej współpracy i realizacji usługodawczej roli państwa – wyjaśnia Grzegorz Skrzypczak.

Edukacja rynku

ElektroEko powstało w 2006 r., tuż po wejściu w życie unijnej dyrektywy WEEE. Akcjonariuszami spółki są: APPLIA Polska, ZIPSEE „Cyfrowa Polska”, Signify Poland, Tungsram Operations i Ledvance. Firma funkcjonuje na zasadach organizacji non profit, co oznacza, że założyciele nie czerpią zysków z jej działalności. Zadaniem ElektroEko jest wspieranie założycieli, producentów elektroniki i sprzętu elektrycznego w wypełnianiu obowiązków ustawowych. Spółka organizuje i zarządza całym procesem związanym ze zbieraniem, zagospodarowywaniem i recyklingiem zużytego sprzętu elektrycznego i elektronicznego.

– ElektroEko od założycieli pobiera opłatę za każdy kilogram sprzętu, jaki producenci wprowadzają do obrotu. Pieniądze te są przeznaczone na realizację procesu zbierania odzysku i recyklingu elektrośmieci. Współpracujemy z tym zakresie z gminami, firmami zajmującymi się zbiorą sprzętu, zakładami przetwarzania itp. – wyjaśnia Grzegorz Skrzypczak.

ElektroEko prowadzi dodatkowo szeroko zakrojoną działalność edukacyjną i promocyjną w za-

kresie zagospodarowania elektroodpadów i ekologii. Spółka jest inicjatorem m.in. największej tego typu akcji w Polsce „Moje miasto bez elektrośmieci”. Projekt realizowany był wieloletnio. Obejmował zarówno program edukacyjny dla szkół i przedszkoli, jak i zbiórki elektroodpadów w wyznaczonych punktach oraz odbiór wielkogabarytowego sprzętu AGD/RTV bezpośrednio z gospodarstw domowych.

– Szerzenie wiedzy wśród dzieci i młodzieży w zakresie zagospodarowania zużytego sprzętu jest istotne z punktu widzenia całego społeczeństwa. Obecnie najwięcej takich elektroodpadów jest do odbioru z domów starszych pokoleń. Myślę, że łatwiej dotrzeć do nich poprzez ich dzieci i wnuki, które zaczynają być coraz bardziej świadome w zakresie ekologii i ochrony środowiska naturalnego. A w przypadku sprzętu elektrycznego i elektronicznego prawie 100 proc. odzyskanych surowców nadaje się do powtórnego wykorzystania – zaznacza Grzegorz Skrzypczak.

Spółka w ubiegłym roku w Warszawie uruchomiła Centrum ElektroEkologii przeznaczone głównie dla młodzieży. W jego obrębie prowadzi działania edukacyjne związane z właściwym postępowaniem ze zużytym sprzętem elektrycznym i elektronicznym oraz realizuje projekty proekologiczne zgodnie z Celami Zrównoważonego Rozwoju ONZ.

ElektroEko posiada międzynarodowe certyfikaty ISO 9001:2015, 14001:2015 oraz jako jedyna polska organizacja odzysku jest członkiem prestiżowej WEEE Forum i EucoLight.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST

ElektroEko
Organizacja Odzysku Sprzętu Elektrycznego i Elektronicznego

GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Zamiast marzyć, stawiamy sobie cele

Branża systemów grzewczych jest segmentem chłonnym innowacje. Postanowili to wykorzystać założyciele firmy Termofol i kilka lat temu zaoferowali nowoczesne rozwiązanie wykorzystujące podczerwień do ogrzewania pomieszczeń. Mimo początkowych trudności firma stała się liderem w swojej dziedzinie i podbija rynki zagraniczne

Firma Termofol powstała w 2015 r. w odpowiedzi na rosnące zapotrzebowanie rynkowe na alternatywne systemy ogrzewania. W tamtym okresie wykorzystywane były głównie rozwiązania oparte na tradycyjnych systemach hydraulicznych. Założyciele firmy postanowili poszukać alternatywnego i innowacyjnego rozwiązania, którym okazało się ogrzewanie podłogowe w postaci folii grzewczych wykorzystujących podczerwień.

– Czynnikiem, który również wpłynął na to, że wystartowaliśmy z Termofolem, były różne programy środowiskowe, poszukiwanie odnawialnych źródeł energii, upowszechnianie się fotowoltaiki. Te kierunki pozyskiwania i oszczędzania energii skłoniły nas do poszukiwania elektrycznych urządzeń grzewczych, z których klient miałby większe korzyści eksploatacyjne niż z rozwiązań już dostępnych na rynku. Właściwie już od 2015 r. staliśmy się liderem w branży elektrycznego ogrzewania podłogowego opartego właśnie na podczerwieni – wspomina Krzysztof Sołtyś, dyrektor ds. sprzedaży w Termofolu.

Brak wiedzy wyzwaniem

Pierwotnie w ofercie Termofolu znalazły się przede wszystkim wysokiej jakości folie i maty grzewcze, które emitują strumienie fal podczerwonych w celu podgrzania konkretnej powierzchni. Jednak sama firma zdurzyła się z pierwszym dużym problemem rynkowym, a konkretniej z brakiem wiedzy potencjalnych klientów na temat takiego wykorzystania podczerwieni.

– Początki były trudne, ponieważ świadomość tego, czym jest podczerwień, nie była zbyt rozpowszechniona. Na wystawach i targach, na które jeździliśmy, często pytano nas o to, czym w ogóle jest podczerwień, jak działa i czy jest bezpieczna dla człowieka. Musieliśmy mocno postawić na działania edukacyjne – mówi Krzysztof Sołtyś.

Dlatego firma poświęciła dużo czasu na wyjście klientom naprzeciw i edukowanie ich podczas targów i wystaw branżowych. Stworzyła dopracowaną stronę internetową, z której pośrednictwem bar-



► **CIEPŁO I OSZCZĘDNI:** Siedem lat działalności pozwoliło firmie Termofol wypracować pozycję lidera w branży elektrycznego ogrzewania podłogowego opartego na podczerwieni. [FOT. ARC]

dzo dokładnie opisała sposób działania systemów opartych na podczerwieni. Duży nacisk postawiono na stacjonarny proces szkoleniowy dla firm wykonawczych.

Po nadejściu pandemii przedsiębiorstwo wykorzystало posiadane narzędzia oraz kanały digitalowe i przeniosła szkolenia do internetu, które organizowała w formie webinarów.

– Szkolenia online dały nam możliwość edukowania większej grupy osób. Na webinarach zaczęło pojawiać się coraz więcej uczestników. Zobaczyliśmy, że poprzez ten rodzaj szkolenia łatwiej nam dotrzeć do potencjalnych klientów i partnerów biznesowych niż w przypadku stacjonarnych spotkań – wspomina Krzysztof Sołtyś.

Dzięki działaniom online Termofol zaczął docierać do coraz większego grona firm zainteresowanych współpracą, jednocześnie mocno edukując w zakresie swoich rozwiązań.

– Miesięcznie szkoliliśmy od 50 do 60 osób, które następnie w swoich miejscowościach i okolicach sprzedażowych wychodzili z ofertą naszych produktów do klientów końcowych. To była główna droga do pokonania problemu braku edukacji – tłumaczy Krzysztof Sołtyś.

Równocześnie Termofol postawił na działania reklamowe, zarówno w mediach tradycyjnych, jak i w internecie, a także na cykliczne projekty CSR. Takie połączenie działań edukacyjnych i promocyjnych pozwoliło firmie rozwinąć skrzydła.

” **Wiedza i doświadczenie, które zdobyliśmy w branży elektrycznych systemów grzewczych, pozwoliły zaoferować klientom najwyższej jakości produkty spełniające surowe normy jakości oraz posiadające certyfikaty polskich i europejskich instytucji badawczych.**

► **Krzysztof Sołtyś**, dyrektor ds. sprzedaży w Termofol

Rynki międzynarodowe

Początkowo Termofol prowadził sprzedaż wyłącznie w województwie małopolskim w okolicach Krakowa. Jednak wraz ze wzrostem skali prowadzonych działań reklamowych i szkoleniowych wśród partnerskich firm wykonawczych rozpoczęto sprzedaż na terenie całego kraju. Niedługo po tym firma rozpoczęła ekspansję zagraniczną, za której rozwój odpowiedzialny jest jej dział eksportu.

Po siedmiu latach działalności Termofol rozprowadza swoje produkty do ponad 40 krajów, w których ma centra dystrybucyjne, a także prowadzi rozmowy z potencjal-

nymi partnerami w Europie Zachodniej oraz w USA. Dodatkowo produkty te dostępne są w ramach współpracy z dużymi sieciami sprzedaży na krajowych rynkach, w których ofercie znajdują się rozwiązania firmy. Z roku na

Innowacyjność i serwis

Tym, co wyróżnia Termofol na tle innych firm w branży alternatywnych systemów ogrzewania, jest przede wszystkim innowacyjność i stworzenie rozwiązania innego niż dotychczas wykorzystywane. Niezwykle ważną jest także wysoka jakość tworzonej przez firmę i oferowanych usług. Świadczyć o niej mogą choćby liczne nagrody oraz wyróżnienia branżowe i konsumenckie otrzymane przez firmę, w tym zdobyty w tym roku po raz kolejny Laur Klienta, a także po raz czwarty prestiżowy tytuł Dobrej Marki 2022. Firma przykłada także ogromną wagę do obsługi klienta, a także do edukacji swoich współpracowników i partnerów biznesowych.

Znaczącym wyróżnikiem jest również autorski system projektowy opracowany przez firmę – Termofol Designer, z którego obecnie korzysta wiele firm w Polsce. Dzięki niemu w prosty i łatwy sposób można planować i wykonywać projekty związane z systemami ogrzewania, a także przygotowywać oferty handlowe dla klientów.

Zapytany o to, co miało największy wpływ na sukces firmy, Krzysztof Sołtyś odpowiada, że przede wszystkim są to jasne zasady współpracy z firmą, a także obsługa klienta i ofero-

wane przez nią kompleksowe wsparcie na każdym etapie.

– Wizja, misja i wartości są dla nas inspiracją w codziennej pracy i definiują nasz sposób funkcjonowania. Naszą domeną jest najwyższy poziom obsługi klienta i tego się cały czas trzymamy – mówi Krzysztof Sołtyś.

Firma zapewnia dostęp do platform szkoleniowych oraz autorskiego programu Designer, pełne wsparcie wykwalifikowanego serwisu i działu technicznego, wsparcie marketingowe. Stale weryfikuje jakość, korzysta z doświadczonych specjalistów świadczących usługi w zakresie projektowania, przygotowywania i realizowania projektów z zakresu ogrzewania opartego na podczerwieni.

– Cały czas się kształcimy, podnosimy swoje kwalifikacje, doskonalimy umiejętności. Wiedza i doświadczenie, które zdobyliśmy w branży elektrycznych systemów, pozwoliły zaoferować klientom najwyższej jakości produkty spełniające surowe normy jakości oraz posiadające certyfikaty polskich i europejskich instytucji badawczych – mówi Krzysztof Sołtyś.

Plany na przyszłość

W 2023 r. Termofol planuje skupienie się przede wszystkim na poszerzeniu zespołu, dalszym rozwoju i wejściu w nowe zakresy działalności. Jednym z takich działań będzie wprowadzenie do sprzedaży nowych produktów wykorzystujących ledowe oświetlenie szynowe.

Termofol duży nacisk kładzie na ukończenie i otwarcie w przyszłym roku własnej fabryki folii grzewczej, co pozwoli mu stać się pierwszą firmą w Europie, która się na to zdecydowała.

– Budowana fabryka jest dla nas dużym przedsięwzięciem po stronie logistycznej i merytorycznej. Po zrealizowaniu tego projektu postawimy sobie nowe, ambitne cele – dodaje Krzysztof Sołtyś.

W nadchodzącym roku firma pojawi się na targach we Frankfurcie, w ramach których zaprezentuje swoje najnowsze rozwiązania celem ich promocji na rynkach zachodnich.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST TERMOFOL



GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Kładziemy nacisk na indywidualne podejście do klienta



Firma Czora wyrosła na jedną z czołowych polskich firm specjalizujących się w kompleksowej obróbce metali i usługach spawalniczych. O tym, jakie były jej początki, czym wygrywa z konkurencją, a także o obecnych planach rozmawiamy z jej założycielem i prezesem firmy – **Patrykiem Czorą**

Czym się zajmuje i co oferuje firma Czora? Jaki jest profil waszej działalności?

Firma Czora zajmuje się kompleksową obróbką metali, m.in. spawaniem, cięciem laserowym, toczeniem CNC, zaginaniem czy cynkowaniem. Nasz bogaty wyposażony park maszynowy pozwala na kompleksową realizację najbardziej wymagających projektów.

Specjalizujemy się w wieloseryjnym spawaniu elementów metalowych, posiadamy 17 spawalniczych stanowisk zrobotyzowanych. Wieloletnie doświadczenie w projektowaniu przyrządów oraz w programowaniu pozwala nam uzyskać lepszą wydajność przy zachowaniu najwyższej jakości złączy spawalniczych.

Ponadto firma Czora to 5000 m kw. hal produkcyjnych, w których znajdują się także przecinki laserowe oraz taśmowe, spawarki laserowe, prasy mimosładowe, prasy krawędziowe, zgrzewarki, tokarki CNC i wiele innych maszyn, co pozwala sprostać wszelakim wymaganiom naszych klientów.

Z jakimi firmami współpracujecie?

Obecnie współpracujemy z wieloma znaczącymi firmami na rynku. Naszymi zleceniodawcami są jedne z największych przedsiębiorstw działających m.in. w branży budowlanej, energetycznej, kolejowej oraz odnawialnych źródeł energii, a także w zakresie systemów instalacyjnych. Działamy w wielu segmentach. Nie koncentrujemy się na jednej branży, staramy się działać możliwie szeroko i dywersyfikować te obszary.

Mocno postawiliśmy także na działalność na rzecz zagranicznych klientów. Obecnie 70 proc. naszych wyrobów trafia na rynek zachodnioeuropejski.

Jakie były początki firmy?

Sięgają one warsztatu ślusarskiego prowadzonego przez mojego ojca, z którym pracowałem. Świadczył on także usługi spawalnicze. Wiedza o spawaniu zrobotyzowanym zdobyta przeze mnie za granicą pozwoliła nam w 2004 r. zacząć realizować mnóstwo zamówień na spawanie uchwytów pod kolektory słoneczne. Nastąpił wtedy bardzo mocny boom na tego typu usługi na rynku zagranicznym. Skłoniło mnie to do założenia własnej firmy zajmującej się spawaniem zrobotyzowanym i kompleksową obróbką metali. Wywodzimy się więc niejako z branży solarnej.

Co jest waszym wyróżnikiem na rynku? Jak są wasze atuty i czym przekonujecie do siebie klientów?

Przede wszystkim charakteryzuje nas najwyższa jakość świadczonych usług, powtarzalność wykonywanych detali, a także terminowe wykonanie, co gwarantujemy każdemu klientowi. Dodatkowo wyróżnia nas to, że jesteśmy samowystarczalni i posiadamy bogato wyposażony park maszynowy. Do tego faktu mocno przyczynił się nasz nowo otwarty dział – galwanizernia. Od grudnia 2022 r. mamy możliwość cynkowania alkaicznego. Nasza linia jest w pełni zautomatyzowana, co gwarantuje wspomnianą najwyższą jakość i terminowość.

Bardzo istotne dla naszych klientów, także w przypadku przeprowadzanych przez nich audytów przed podjęciem współpracy, jest spełnienie przez nas wszelkich norm dotyczących procesów spawania. Wdrożyliśmy system zarządzania jakością ISO 9001:2015, DIN EN ISO 3834-2, EN 1090-2:2018 i EN 15085-2. Duży nacisk kładziemy na szkolenia pracowników,



„Specjalizujemy się w wieloseryjnym spawaniu elementów metalowych, mamy 17 zrobotyzowanych stanowisk spawalniczych. Współpracujemy z wieloma znaczącymi firmami na rynku. Naszymi zleceniodawcami są jedne z największych przedsiębiorstw działających m.in. w branży budowlanej, energetycznej, kolejowej oraz odnawialnych źródeł energii, a także w zakresie systemów instalacyjnych.

► **Patryk Czora**, prezes spółki Czora

a także stałe przeprowadzanie testów wytrzymałościowych i jakościowych naszych produktów. Dbając o otaczający nas świat, stosujemy pasywację bezkobaltową, wprowadziliśmy także system zarządzania środowiskowego PN-EN ISO 14001:2015-09P. Wszystkie te aspekty są niezwykle ważne dla naszych klientów na rynkach zachodnich.

Na co kładziecie największy nacisk w relacjach z klientami? Jak ich wspieracie?

Duży nacisk kładziemy na indywidualne podejście do każdego z nich. Nasz wykwalifikowany zespół dba o każdy szczegół podczas procesu wdrożenia i realizacji poszczególnych zleceń,

150 ton metalowych elementów, które następnie były ocynkowane galwanicznie. Generowało to spory koszt, istotne były także kwestie związane z logistyką i transportem oraz dodatkowym czasem potrzebnym na realizację. Dzięki otwarciu własnej galwanizerni, którą zaopatrziliśmy w stworzony pod nas automat do galwanizacji, pozbyliśmy się tych problemów. Możemy sami wykonać wszystkie potrzebne usługi i w dodatku zagwarantować klientom szybkość realizacji i najwyższą jakość – co w przypadku korzystania z pośredników nie zawsze jest możliwe. Jeżeli mamy pilne zlecenie, obecnie możemy wykonać ocynkowanie w ciągu jednej zmiany.

Dodatkowym atutem w przypadku nowego działu jest to, że w okolicy 100 km od siedziby naszej firmy i naszego parku maszynowego nie znajduje się żadna inna galwanizernia. To dla nas ważne, ponieważ nasze zapotrzebowanie wewnętrzne stanowi od 20 do 30 proc. możliwości realizacyjnych nowego działu, a pozostałe moce przerobowe chcemy przeznaczyć na realizację zleceń dla innych firm i klientów zewnętrznych.

Jak wpłynął na waszą działalność tegoroczny kryzys związany z inflacją?

Niestety odczuwamy wpływ tego kryzysu. Firmy, które zamawiają u nas wykonywanie usług, stosują obecnie o wiele bardziej bezpieczne i asekuracyjne podejście niż jeszcze rok temu. Mamy więcej realizacji na mniejszą liczbę elementów. Nie ma już sytuacji, w której firmy zamawiają u nas pełne magazyny. Skończyły się duże zamówienia, nawet całoroczne, w ramach których wiedzieliśmy, że dla danego klienta zrobimy określone większe ilości i zaopa-

trywalizmy się zawczasu w materiałach itd.

Najbliższe dwa lata będą dla nas trudniejszym okresem. Związane jest to także z przestoje w branży budowlanej, ponieważ dla firm z tego segmentu wykonywaliśmy bardzo wiele zleceń i był on jednym z naszych głównych obszarów świadczenia usług.

Przygotowujecie się na możliwą przyszłoroczną recesję? Na razie nie. Będziemy na bieżąco reagować na pojawiające się zmiany rynkowe i nowe potrzeby oraz wyzwania. Obecnie mamy bardzo dużo zleceń do realizacji, w tym także sporo już zaplanowanych w dalszej perspektywie na przyszły rok. Ale co tak naprawdę on przyniesie, możemy jedynie przewidywać. Chociaż i to jest trudne, co potwierdziły chociażby pojawiające się wcześniej w tym roku prognozy cen stali, które zapowiadały znaczne wzrosty cen do końca roku, a ostatecznie mieliśmy całkowitą odwrótność i jednak nastąpił ich spadek. Rynek jest obecnie nieprzewidywalny i nie można dokładnie ocenić, co się tak naprawdę będzie działo, tym bardziej biorąc pod uwagę mnogość czynników, które na to wpływają.

Oprócz dalszego rozwoju galwanizerni co macie w planach na przyszły rok?

W przyszłym roku zamierzamy głównie skupić się na rozbudowie firmy o kolejne 1500 mkw. hali produkcyjnej. Da nam to istotną możliwość kolejnego wzrostu produkcji i realizacji oraz zatrudnienia nowych pracowników, co przyczyni się do znacznego dalszego wzrostu i rozwoju naszej firmy.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST CZORA

Jakość i terminowość podstawą sukcesu

Termik jest firmą rodzinną zajmującą się produkcją elementów grzejnych. Znajdują one zastosowanie w wielu segmentach gospodarki, m.in. w przemyśle piekarniczym, cukierniczym, stoczniowym, w sprężce AGD i klimatyzacji, bojlerach, a także fotowoltaice. Od początku firma stawia na najwyższą jakość i terminowość, co pozwoliło jej osiągnąć wysoką pozycję w Polsce i na rynkach międzynarodowych.

Początki przedsiębiorstwa sięgają 1992 r., kiedy po przeprowadzonych badaniach rynku Jan Łuński wraz z żoną postanowili rozpocząć działalność w segmencie elementów grzejnych, widząc na nim sporo niezaspokojonego miejsca.

Firma powstała całkowicie od podstaw. Nie odziedziczyliśmy niczego po rodzicach ani po którymś ze starszych pokoleń – mówi Jan Łuński, prezes i założyciel firmy.

Pierwszym krokiem, jaki wykonał, był zakup podsta-

wowych urządzeń i maszyn, a także nawiązanie współpracy z jedną z niemieckich firm, od której kupował półfabrykaty ze względu na brak własnych pełnych linii technologicznych.

– Od razu po założeniu firmy nieustannie badałem rynek, dużo jeździłem i odwiedzałem fabryki, pozyskując w ten sposób rysunki techniczne elementów grzejnych. Następnie musieliśmy wykonywać serie próbne, co było niezwykle ciężką i mozolną pracą – wspomina Jan Łuński.

– Pojawiły się nawet momenty załamania, ale przetrwałem je i krok po kroku stawaliśmy się jako firma coraz bardziej zauważalna na rynku – dodaje.

Niedługo później do zespołu dołączyli kolejni pracownicy, w tym córka i synowie państwa Łuńskich, a firma w szybkim tempie zaczęła się rozwijać. Na taki szybki wzrost niewątpliwie wpływały z jednej strony ciężka praca całego zespołu, a z drugiej ciągłe inwestycje, takie jak budowa hali czy zakup nowych maszyn.

Znaczącym momentem w historii firmy Termik było pozyskanie, przy wsparciu funduszy unijnych, trzech nowych linii technologicznych. Miało to ogromny wpływ na dalsze przyspieszenie jej rozwoju, a także na znaczne wzmocnienie pozycji na rynku zarówno krajowym, jak i za granicą.



► **OWOCNE DEKADY:** Jan Łuński wraz z żoną Elżbietą pracują na sukces firmy Termik od 1992 r. Z biegiem czasu w budowaniu rynkowej pozycji przedsiębiorstwa wsparły ich także dzieci i coraz liczniejszy zespół pracowników. [FOT. ARC]

Targi przepustką na zagraniczne rynki

Co ciekawe, wyjście ze sprzedaży do innych krajów rozpoczęło się od udziału w targach we Frankfurcie nad Menem.

– Wystawiliśmy się tam pierwszy raz i byliśmy zaskoczeni zainteresowaniem, jakie zyskaliśmy. Dzięki niemu nawiązaliśmy pierwsze kontakty z firmami zagranicznymi. Dzięki udziałowi w targach z roku na rok przybywało nam klientów zagranicznych i w tej chwili

mamy ich już kilkudziesięciu. Co dla nas istotne, jesteśmy przez nich chwaleni za to, że trzymamy bardzo wysoką jakość produktów – mówi Jan Łuński.

Termik regularnie wystawia się na targach w Poznaniu, Kielcach, we Frankfurcie nad Menem czy Hanowerze. Jak podkreśla Jan Łuński, właśnie dzięki targom firma pozyskuje znaczące kontakty w Polsce i za granicą. Dzięki temu obsługuje w kraju około 150 firm i eksportuje swoje towary do 23 państw.

Firma prowadzi także działania sponsoringowe i wspiera w swoim rodzinnym mieście wszelkie imprezy sportowe i kulturalne. Jest głównym sponsorem 4-ligowej drużyny MKS Mragowia Mragowo – Jan Łuński jest prezesem Klubu.

Przed wszystkim jakość

Od początku istnienia firmy jej kluczem do sukcesu i wyróżnienia się na tle konkurencji były bardzo wysoka jakość produkowanych elementów i terminowość dostaw, a także mocne zorientowanie na klienta, co doceniają kontrahenci. Termik ma liczne certyfikaty, m.in. CE oraz VDE, poświadczające zarówno jakość, jak i wiarygodność biznesową. Może pochwalić się także wieloma nagrodami, w tym zdobytymi w ostatnim czasie Gazetą Biznesu i dwukrotnym wyróżnieniem przez „Forbesa” w 2020 i 2022 r.

Ogromne znaczenie dla kondycji firmy ma także zespół jej pracowników i ogólnie przyjęte zasady.

– Ciągłe podkreślam, żeby w pracy mieć szacunek jeden do drugiego. Mamy być z niej zadowoleni i jak najczęściej usmiechnięci – mówi Jan Łuński.

Jak podkreśla, gdyby nie oddany zespół i sprzyjające środowisko, w którym pracują, firma nie osiągnęłaby tak wysokiego poziomu.

Co ważne, sytuacja na rynku w ostatnich latach nie wpłynęła

negatywnie na kondycję firmy. W okresie pandemii odnotowała ona nawet 25-procentowy wzrost produkcji. Z kolei tegoroczny kryzys inflacyjny i wojna w Ukrainie przyczyniły się do utrudnień z pozyskiwaniem niektórych materiałów, które firma musi kupować z półrocznym wyprzedzeniem. Mimo to spodziewa się ona w 2022 r. aż 30-procentowego wzrostu produkcji.

Stały wzrost produkcji i inwestycja w robotyzację

Termik nieustannie inwestuje i bada rynek pod kątem wprowadzania nowszych rozwiązań. W nadchodzącym 2023 r. firma planuje przede wszystkim zakup automatu do czyszczenia grzałek po spawaniu i prawdopodobnie zdecyduje się na rozwiązanie w pełni zrobotyzowane.

Ważnym celem jest również budowa własnej stacji transformatorowej, na którą uzyskano już wszelkie niezbędne pozwolenia. Będzie ona dopełnieniem posiadanego przez firmę rozwiązania zasilania z własnej fotowoltaiki.

Podobnie jak w latach przedpandemicznych Termik pozostaje również na mocną obecność podczas zagranicznych targów, w tym na pewno weźmie udział w przyszłorocznej edycji targów we Frankfurcie nad Menem.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST TERMIX

Zaufanie u zachodnich sąsiadów

Jeśli się informatyzować, to z pomocą zielonogórskiej Gazeli Biznesu. Przedsiębiorcy w Niemczech już to wiedzą

Co najmniej trzy czwarte przedsiębiorstw ma problem z realizacją celów cyfrowej transformacji. Jednocześnie tylko połowa menedżerów odpowiedzialnych za ten proces uważa, że pracownicy są gotowi na zmianę związaną z digitalizacją – wynika z badania KPMG. Poparcie dla innowacji IT w środowisku biznesowym byłoby zapewne większe, gdyby wprowadzono je ze wsparciem renomowanych partnerów technologicznych. Należy do nich firma Astec IT Services, która na rynku usług informatycznych działa od 2015 r. i jest częścią Astec Group, powstałej przed prawie 30 laty w Zielonej Górze. Swoją ofertę Gazeta adresuje do średnich i dużych przedsiębiorstw w niezwykle wymagającym regionie DACH obejmującym między innymi Niemcy.

– Możemy pochwalić się wynikami w takich branżach jak automotive i telekomunikacja. Rozwiązania webowe oraz mobilne naszego autorstwa wspierają klientów m.in. w realizacji procesów związanych z zarządzaniem przedsiębiorstwem, jak też z rozbudową sieci światłowodowych. Każde oprogramowanie jest indywidualnie dopasowane do wymagań klienta i w wielu przypadkach tworzone od podstaw – mówi

Michał Wendrowski, prezes Astec IT Services.

Na uczelnię po kadry

Wdrożenie to na ogół początek długofalowej współpracy. Integrator z województwa lubuskiego bierze na siebie utrzymanie systemu, świadcząc wsparcie dla użytkowników w języku angielskim i niemieckim, oraz pracuje nad dalszym jego rozwojem zgodnie ze zmieniającymi się wymaganiami klienta.

– Najbardziej dumni jesteśmy ze stworzenia kompleksowego rozwiązania dla niemieckiego producenta samochodów, które ułatwia umawianie spotkań, ich podsumowywanie oraz podejmowanie decyzji na wszystkich poziomach organizacji. Z aplikacji, którą opracowaliśmy, korzysta już dziesiątki tysięcy osób, w tym sam zarząd koncernu – podkreśla Michał Wendrowski.

Za takimi historiami sukcesu stoi zespół złożony z 20 specjalistów. Większe projekty są realizowane w ramach Astec Group zatrudniającej ponad 50 osób. Kooperacja, dzielenie się wiedzą i doświadczeniami umożliwiły przykładowo stworzenie usługi chmurowej z zakresu cyberbezpieczeństwa – wieloskładnikowe uwierzytelnianie



► **DAJMY SIĘ POZNAĆ:** Zaufanie zagranicznych kontrahentów Astec IT zdobywa m.in. biorąc udział w zagranicznych wydarzeniach branżowych. Na zdjęciu (od lewej) dr inż. Witold Wendrowski i Michał Wendrowski podczas konferencji Gartner CIO & IT Executive Summit w Monachium. [FOT. ARC]

Rublon – posiadającej klientów firmowych w 50 państwach.

Jak zielonogórska spółka radzi sobie z zapewnianiem wakatów, skoro w Polsce brakuje około 50 tysięcy programistów? Kluczem do sukcesu jest employer branding – reputacja przyznanego pracodawcy, który zapewnia atrakcyjną pracę i placę, a także kulturę organizacyjną wolną od biurokracji, zdrową atmosferę i partnerskie relacje.

– Na bieżąco rekrutujemy na stanowiska związane z wytwarzaniem oprogramowania. Poszukujemy głównie progra-

mistów full-stack, w szczególności znających technologie Java oraz JavaScript. Ponadto szukamy niemieckojęzycznych analityków, project managerów i specjalistów od wsparcia użytkowników. Chętnie przyjmujemy też nowe osoby do działu pozyskiwania talentów. Wszystkie aktualne oferty pracy można znaleźć na naszej stronie internetowej astec.net – informuje szef Astec IT Services.

Innym pomysłem na pozyskanie pracowników jest współpraca ze środowiskiem akademickim. Obecnie chodzi głównie o Uniwersytet

Zielonogórski, ale firma nosi się z zamiarem przedstawienia swojej oferty uczelniami w innych polskich miastach. Gazeta z Lubuskiego organizuje co roku praktyki i staże dla studentów kierunku informatyka, po których najlepiej rekrutującą ofertę współpracy. Gdy uda się zidentyfikować talent, HR buduje z nim zazwyczaj co najmniej kilkuletnią współpracę – tzw. młody, zdolny trafi pod skrzydła starszych specjalistów, którzy zapoznają go z realiami rynkowymi i pomagają łączyć opisaną na wykładach teorię z biznesową praktyką.

Ponadto Astec IT Services ma wewnętrzny zespół do przyciągania specjalistów IT, który dzięki rozbudowanej sieci kontaktów i aktywności na wydarzeniach branżowych pozyskuje atrakcyjne aplikacje z całej Polski.

– Zdobylismy nawet pierwsze doświadczenia w zatrudnianiu specjalistów z innych państw i jest to kierunek, który chcemy rozwijać w następnych latach – mówi prezes Wendrowski.

Kryzys? Jaki kryzys!

Czasy nie są łatwe i wiele przedsiębiorstw zamyka projekty rekrutacyjne oraz te dotyczące poszerzania oferty

i ekspansji rynkowej. Astec IT Services wybrał inną drogę – inwestuje w kapitał ludzki, innowacyjność, nowe kierunki działania. Dba też o swoją rozpoznawalność za zachodnią granicą – wystawia się na targach i konferencjach technologicznych w Niemczech.

– W najbliższych kwartałach chcemy przede wszystkim zwiększyć naszą widoczność w internecie. Ostatnie dwa lata przyzwyczaiły większość firm zlecających realizację projektów do pracy zdalnej, co wyraźnie ułatwiło międzynarodową sprzedaż profesjonalnych usług przez internet. To szansa, której nie można zamykać. Ponadto rozszerzymy kompetencje w dziedzinie kolejnych platform technologicznych umożliwiających tworzenie rozwiązań opartych na sprawdzonych standardach – zdradza plany na przyszłość Michał Wendrowski.

Klienci z regionu DACH przywiązują dużą wagę do cyfrowej transformacji prowadzonej przez tak profesjonalnych integratorów jak Astec IT Services. Wygląda więc na to, że zielonogórskiej Gazeli na długo nie zabraknie wyzwań.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST ASTEC IT SERVICES



GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Pewny partner na niepewny czas

Tysiące międzynarodowych firm oszczędza czas i pieniądze, kupując sprzęt i akcesoria IT za pomocą platformy Markit – mówi **Jon Kolasinski**, dyrektor zarządzający Markit Poland

Jak duży jest Markit w Polsce?

Jon Kolasinski: Polski zespół Markit liczy 21 osób, a jego trzon stanowią pracownicy, których zadaniem jest opieka nad klientami lub ich pozyskiwanie. Jest też kilku specjalistów od marketingu i obsługi klienta. W takim zespole aktywnie obsługujemy ponad 500 klientów korporacyjnych, którzy w tym roku wygenerowali u nas zamówienia na sumę 175 mln zł.

Co miesiąc realizujecie prawie 5 tys. transakcji, a z każdym rokiem wasze obroty są coraz wyższe. Jak przy tak małym zespole osiągniecie tak dobre rezultaty?

Wszyscy nasi pracownicy są doskonałymi fachowcami w swoich dziedzinach, to po pierwsze. Drugim czynnikiem sukcesu jest bardzo wysoki poziom automatyzacji. Platforma Markit jest zintegrowana z systemami sprzedażowymi kontrahentów i coraz częściej z systemami zakupowymi klientów. Operacje odbywają się z minimalnym udziałem czynnika ludzkiego, co dla klientów oznacza oszczędność pieniędzy i czasu.

Macie placówki w większych miastach Polski?

Nie, wystarcza nam biuro w Warszawie. Żyjemy w dobie internetu, urządzeń mobilnych i automatyzacji, dzięki czemu lokalizacja przestaje mieć znaczenie. Na ogół wielu z nas pracuje zdalnie, tym bardziej że jeden z kolegów mieszka w Łodzi, inny we Wrocławiu. Mimo to bez problemu naszymi działaniami obejmujemy całą Polskę, a nawet Europę i świat.

W czym tkwi siła sukcesu Markit?

Siła sukcesu to nasza platforma. Przede wszystkim działamy na zasadzie przejrzystości i otwartości. Na przykład w Polsce stworzyliśmy internetowy marketplace złożony z wiodących na rynku dystrybutorów sprzętu IT, takich jak m.in. AB, Also, TD Synnex czy Ingram Micro. Nasi klienci mogą szybko porównać oferty, wybierając produkty na podstawie czasu dostawy i ceny. Ponieważ działamy na otwartych, weryfikowalnych warunkach, zyskujemy zaufanie i budujemy długotrwałe relacje.

Co sprawiło, że estoński Markit zdecydował się rozszerzyć swoją działalność o Polskę?

W 2007 r. firma dostała kilka milionów euro na działalność w Europie Środkowo-Wschodniej. Zainwestował



► **INNA SKALA:**

Kiedys polski oddział obsługiwał tylko firmy na polskim rynku. Dziś naszymi klientami są także klienci z całej Europy i najdalszych zakątków świata – mówi Jon Kolasinski, dyrektor zarządzający Markit Poland. (FOT. ARC)

w nas fundusz należący do założycieli Skype'a, który – przypomnę – powstał na początku wieku w Estonii. Otrzymał pieniądze, pozwoliły na uruchomienie w krótkim czasie biur kolejno w Czechach, na Węgrzech, w Polsce, Słowenii, Austrii, a nawet w Hiszpanii. To był początek naszej globalnej ekspansji. Obecnie działamy w 40 krajach na 5 kontynentach.

Jak udało się wam odnieść sukces w Polsce?

Na początku zamiast walczyć o największy kawałek tortu, zadowalaliśmy się czymś mniejszym. To znaczy nie nastawialiśmy się na sprzedaż najdroższych produktów, np. komputerów i serwerów. Oferowaliśmy natomiast urządzenia peryferyjne, akcesoria, drobnicę. I to zadziałało. Klienci stopniowo zaczęli doceniać nasze produkty, obsługę, sposób działania, co przekładało się na coraz większe zakupy, obejmujące również drogi, zaawansowany technologicznie sprzęt. Ale najpierw trzeba było zbudować zaufanie, relacje.

Jak mówią wytrawni sprzedawcy, najpierw relacja, później transakcja.

Właśnie tak. Łatwo sobie wyobrazić szefa zakupów w dużej korporacji, którego telefon dzwoni cały czas i codziennie dostaje mnóstwo maili z ofertami. Każdy handlowiec próbuje do niego dotrzeć, więc

zrozumieliśmy jego naturalny odruch, by odmówić, zwłaszcza jeśli ma już sprawdzonych dostawców. Aby zdobyć zaufanie takiej osoby, należy pokazać, że możemy jeszcze lepiej zaspokoić jej potrzeby. Dokonuje się to zazwyczaj metodą małych kroków. Pierwsze transakcje nie opiewały więc na duże kwoty. Najpierw klient musiał nas poznać, a dopiero z czasem przychodził z większymi zamówieniami. Teraz widzimy, że i ta tendencja się zmienia, bo zakupowy dział się między sobą dobrzyli opiniami o Markit. Dzięki temu z wieloma klientami już podczas pierwszych spotkań rozmawiamy o dużych projektach. Na taką pozycję mocno pracowaliśmy przez wiele lat.

Na pewno równie trudno było przekonać do siebie największych producentów urządzeń IT...

Rzeczywiście, jeszcze 10 lat temu nasze rozmowy z towarzyszącymi graczami na tym rynku nie należały do łatwych. Uzyskanie od nich lepszych warunków i preferencyjnych cen wymagało ogromnego wysiłku. Od kiedy jednak Markit odnotowuje duże obroty w Polsce, nie mamy już z tym problemu. Zarówno wyniki finansowe jak i renoma organizacji z każdym kwartałem i rokiem zwiększają naszą siłę przekonywania.

Co jeszcze się zmieniło przez lata obecności Markit w Polsce?

Zmieniły się dwa czynniki, które miały znaczący wpływ na nasz wzrost. Po pierwsze, znacznie więcej klientów zainstalowało systemy typu „procure-to-pay” (P2P), takie jak SAP Ariba, Coupa lub inne. Jesteśmy liderem takich integracji w Polsce i one dobrze sprawdzają się wśród klientów korporacyjnych. Drugim czynnikiem jest zakres współpracy. Przed laty klienci koncentrowali się na współpracy lokalnej w każdym kraju. Obecnie większość naszej współpracy międzynarodowej ma charakter regionalny (CEE), europejski, a nawet globalny. Zdziwiło mnie również jak wielu naszych klientów w Polsce pełni europejskie lub globalne funkcje zakupowe.

Nigdy was nie kusilo, by wejść w segment komusienki?

Nie można być specjalistą od wszystkiego. Działamy tylko w segmencie B2B i priorytetem jest dla nas jakość. Dzięki temu każda firma, która nam zaufała, może mieć pewność, że całkowicie koncentrujemy się na zaspokajaniu jej indywidualnych potrzeb i oczekiwaniach.

Gdy pytamy Gazele Biznesu o to, co spędza im sen z powiek, wiele mówi o problemie z obsadzeniem stanowisk. Czy i wy macie niedobory kadrowe?

W żadnych czasach nie jest łatwo znaleźć odpowiednich ludzi, a jednak kiedyś było zde-

cydowanie łatwiej. Pamiętam, że gdy osiem lat temu robiliśmy nabór na specjalistę ds. obsługi klienta, napłynęło do nas 500 CV. Obecnie cieszymy się, jeśli na podobne ogłoszenie odpowie 20 czy 30 osób. Zwykle część nie ma wymaganych kwalifikacji, a po dalszej analizie zostaje kilku kandydatów, których zapraszamy na rozmowy kwalifikacyjne. Zawsze jednak udaje się nam pozyskać świetnych fachowców.

Nie obniżacie kandydatom poprzeczki, aby tylko zapłacić wakaty?

Przeciwnie. Prowadzimy rekrutację, dopóki nie będziemy całkowicie pewni, że kandydat jest tą osobą, na której nam zależy – musi mieć nie tylko odpowiednie kwalifikacje,

ale też pasować do naszego zespołu, kultury organizacyjnej, systemu wartości Markit. Dla aplikującego może być to uciążliwe, bo zapraszamy go na pierwszą rozmowę kwalifikacyjną, potem drugą, trzecią, czwartą i następną. Ale ta skrupulatność się sprawdza. W ciągu ostatnich 10 lat odeszła od nas tylko jedna osoba. Ktoś kto pracuje z nami długo, ma wiedzę i doświadczenia, które przekładają się na wyniki i zadowolenie klienta, jest cenny dla naszej organizacji. Taki fachowiec to skarb. Niska, prawie symboliczna rotacja charakteryzuje zresztą nie tylko polski oddział, ale i całą globalną strukturę Markit.

Nie obawia się pan, że nadchodzący rok będzie bardzo trudny dla gospodarki, branży i firmy?

Większość zamówień realizujemy automatycznie i o tę część naszej działalności jestem spokojny. Na tym polu może pójść nam nawet lepiej, bo automatyczne zakupy to sposób na oszczędzenie pieniędzy i czasu. Optymalizacja kosztów ma zawsze znaczenie, a szczególnie w okresie zawirowań gospodarczych. Kolejny rok będzie wyzwaniem, ponieważ część naszych klientów korporacyjnych może opóźnić realizację dużych projektów. Z drugiej jednak strony właśnie prowadzimy zaawansowane rozmowy w temacie współpracy z kilkoma takimi firmami i ich przebieg oceniamy bardzo pozytywnie. Kolejna kwestia: owszem, jest grupa klientów, która spodziewa się kryzysu, ale większość mówi, że będą działać tak jak dotychczas, czyli bez rezygnowania z inwestycji w IT, bo one są warunkiem przetrwania i rozwoju, także jestem ostrożnym optymistą.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST MARKIT POLAND

Zaufanie na świecie

► Firma Markit powstała w 2003 r. w Estonii. Zajmuje się sprzedażą serwerów, komputerów stacjonarnych, laptopów, monitorów, drukarek, telefonów komórkowych i innych urządzeń niezbędnych w każdym biurze. W kilka lat osiągnęła status lidera rynku w regionie bałtyckim. Dziś odnosi sukces na globalną skalę. Kluczem do sukcesu tkwi w Markit – platformie marketplace, z której korzystają setki międzynarodowych korporacji z ponad 40 państw na 5 kontynentach. Wybór, który mają klienci, jest imponujący – to ponad 4,5 mln unikatowych produktów IT, dostarczanych przez ponad 325 renomowanych dystrybutorów z Europy i USA. Wśród wiodących producentów branży teleinformatycznej, z którymi współpracuje Markit, są: Jabra, Lenovo, Dell, HP, Microsoft, Logitech, Apple i Samsung. W każdym kraju, w którym Markit prowadzi działalność, integruje 80 proc. czołowych lokalnych dystrybutorów, by zbudować najlepszy i najbardziej zrównoważony rynek produktów IT na świecie.

GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Krotrans Logistics – tak, oni potrafią

„Yes we can” – motto założycieli Krotrans Logistics – Pawła Sielewicza i Zbigniewa Królikowskiego – mówi wiele o tym, jak spółka rozwinęła skrzydła przez dziesięć lat swojej działalności

Paweł Sielewicz i Zbigniew Królikowski zapracowali na sukces mimo skromnych początków. Zaczynali z pięcioma cysternami spożywczymi, a pracownikami, choć z pewnością doświadczonych, można było policzyć na palcach jednej ręki. Do tego przewóz płynnych produktów spożywczych to jedna z najbardziej specjalistycznych i wymagających dziedzin w transporcie drogowym.

To jednak nie zrazilo założycieli Krotrans Logistics.

– Sam pomysł wejścia w tę branżę narodził się poprzez połączenie uprzednio nabytego doświadczenia udziałowców i wiedzy naszych pracowników, a także znajomości rynku – wspomina Paweł Sielewicz, prezes tyskiej spółki.

Rozwój dzięki innowacyjności
Dzisiaj flota firmy składa się z 250 cystern, 80 tzw. plandek i 30 chłodzi. Krotrans Logistics zatrudnia 85 osób, jej obroty w 2021 r. przekroczyły rekordowe 45 mln EUR, a w tym roku wzrosną o kolejne 10 mln EUR. Firma gościła też w rankingu brytyjskiego dziennika gospodarczego „Financial Times” obejmującym tysiąc najszybciej rozwijających się europejskich firm.

Wielki potencjał w spółce dostrzegł IT Loft Park w Tychach, który już w 2016 r., we współpracy z Funduszem Górnośląskim, wdrożył inicjatywę Improve. Było to audyt innowacyjności firmy, w trakcie którego sprawdzono każdy aspekt działalności spółki: planowanie, inwestycje, strategię rozwoju. Wyniki w firmie Krotrans Logistics wręcz zachwyciły.

– Ich rezultaty wskazują na to, że pod względem innowacyjności to firma wręcz topowa w skali europejskiej, oczywiście w swojej branży. Każdemu z nich tych efektów – tak wspominał Krotrans Logistics Rafał Kost, ówczesny menedżer ds. rozwoju w tym Parku Naukowo-Technologicznym.

Wartość relacji

Jak tłumaczy Paweł Sielewicz, klucz do sukcesu tkwi w budowaniu długofalowych, partnerskich relacji z kontrahentami i partnerami biznesowymi. Muszą one być oparte na wzajemnym szacunku i zaufaniu.

Nie można też zapomnieć o stawianiu na najwyższą jakość realizowanych usług oraz wykorzystaniu najnowocześniejszych rozwiązań IT.

– Oprócz tego istotne jest zaangażowanie i wkład wszystkich pracowników w rozwój firmy, gdyż bez nich nie byłoby możliwe osiągnięcie aktualnej pozycji lidera w branży transportowej ani tak wysoka rozpoznawalność marki na rynku europejskim. Ponadto nasi stali kontrahenci rekomendują nasze usługi swoim partnerom i w ten sposób udaje się nawiązywać nowe kontakty biznesowe – wyjaśnia prezes Krotrans Logistics.

Naszych klientów przyciąga to, że umiemy dostosować się do ich rosnących wymogów i oczekiwań, jesteśmy elastyczni i dostępni siedem dni w tygodniu przez całą dobę.

► **Paweł Sielewicz**
prezes Krotrans Logistics

Rzeczywiście, cysterny z logo Krotrans Logistics jeżdżą po drogach Unii Europejskiej, Szwajcarii, Norwegii, Wielkiej Brytanii i Bałkanów. Każdy transport jest całodobowo monitorowany przy użyciu nowoczesnego systemu telematycznego. Firma jest otwarta na nowe rynki oraz – w myśl swojego motto – nie boi się nowych wyzwań.

– To, co przyciąga naszych klientów, to przede wszystkim wysoka jakość świadczonych usług, która jest składową pracy wszystkich osób zaangażowanych w cały proces transportowy – tłumaczy Paweł Sielewicz. – Do tego umiemy dostosować się do rosnących wymogów i oczekiwań klientów, jesteśmy elastyczni i dostępni siedem dni w tygodniu przez całą dobę.

Tradycja i mała ojczyzna

Krotrans Logistics ma swoją główną siedzibę w dawnej słodowni Browaru Obywatelskiego w Tychach. To budynek z ciekawą historią – zbudowała go

w 1895 r. spółka piwowarska Brieger Brauerei AG. Co więcej, znajduje się na Szlaku Zabytków Techniki Województwa Śląskiego, który łączy miejsca związane z kulturą dziedzictwa przemysłowego regionu. To tutaj co roku odbywa się tu Industriada – największy festiwal dziedzictwa przemysłowego w Polsce. Połączenie bardzo silnych historycznych tradycji przemysłowych z najnowocześniejszymi technologiami to również jeden z czynników sukcesu naszej firmy.

Spółka ma też swoje biura w Zielonej Górze i we Wrocławiu.

Krotrans Logistics wyszedł obronną ręką z pandemii COVID-19. W 2020 r. osiągnął wyższe obroty niż rok wcześniej. Do tego utrzymał wszystkie miejsca pracy i dynamikę wzrostu przychodów.

– Duża ilość zasobów jakie posiadamy, nowoczesna i stale modernizowana flota pojazdów, a także najnowocześniejsze narzędzia IT usprawniające planowanie procesów transportowych pozwalają uzyskać efekt skali, a co za tym idzie, optymalizować i wciąż poprawiać efektywność biznesową w tak trudnym i niestabilnym dla branży transportowej czasie – wspomina prezes Krotrans Logistics.

Firma, choć na co dzień działa na rynkach całej Europy, nie zapomina o rodzinnych okolicach. Wspiera wiele inicjatyw na szczeblu regionalnym: obejmuje patronatem imprezy promujące sportowy i zdrowy tryb życia, zapewniając wsparcie finansowe dla akcji społecznych i charytatywnych. Nie zapominała też o wsparciu dla obywateli Ukrainy.

Wysoką jakość usług potwierdzają certyfikaty: ISO 9001:2015, IFS Logistics, GMP+ i Upoważnionego Przedsiębiorcy AEO – Authorized Economic Operator. Celem tej ostatniej instytucji jest podniesienie bezpieczeństwa wymiany handlowej z partnerami spoza Unii. Krotrans Logistics to wielokrotny laureat prestiżowych nagród, takich jak Diamenty Forbesa, Gazele Biznesu czy Brylant Polskiej Gospodarki.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST KROTRANS LOGISTICS



► **OWOCNA DEKADA:** Paweł Sielewicz i Zbigniew Królikowski w ciągu 10 lat zbudowali firmę będącą europejskim liderem przewozów płynnych produktów spożywczych i stabilnym pracodawcą, który aktywnie przyczynia się do rozwoju lokalnej społeczności, a wpływ Krotrans Logistics na gospodarkę wykracza daleko poza granice województwa śląskiego. [FOT. ARC]





GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Systemy z aluminium atrakcyjne i ekologiczne

Powstały w 1994 r. Copal jest jedną z pierwszych firm w Polsce, które zaproponowały aluminiowe osłony balkonów w miejsce klasycznych nieruchomych i stalowych konstrukcji. O charakterystyce firmy i jej przewagach rynkowych rozmawiamy z prezesem zarządu **Wojciechem Kurkusem**

W czym specjalizuje się firma Copal i do kogo kieruje swoją ofertę?

Główną część działalności stanowi nasz system nazywany systemem Copal. Są to m.in. zaciemnienia balkonów, zabudowy tarasów, balustrady balkonowe, kompletne płyty balkonowe.

Druga część firmy zajmuje się tworzeniem i dystrybucją elewacji wentylowanych – są to płyty fasadowe, do których wykonujemy podkonstrukcję aluminiową. Konfekcjonujemy je także na wymiar dla klienta w zależności od projektu budynku.

Trzecia część działalności to obróbka profili aluminiowych. Klienci dostarczają nam swoje profile i rysunki detali, które chcemy uzyskać, a my według tego obrabiamy materiał. Zdarzają się też realizacje, do których sami kupujemy profile i wykonujemy z nich detale według rysunku klienta. Znajdują one zastosowanie m.in. w branży energetycznej, budowlanej, motoryzacyjnej czy wyposażenia wnętrz.

Produkcję prowadzimy w Polsce, natomiast kierujemy nasze wyroby do różnych krajów Europy. Najbardziej rozwiniętą sprzedaż mamy na rynku skandynawskim, ale nasze wyroby sprzedajemy również do krajów bałtyckich i na południe Europy. Od niedawna dość intensywnie pracujemy na rynku niemieckim i rynkach niemieckojęzycznych.

Biorąc pod uwagę waszą branżę, jak bardzo konkurencyjne są zagraniczne rynki, na których prowadzicie działalność, w porównaniu do polskiego?

Rynki zagraniczne cały czas chłoną tego typu wyroby, ponieważ produkty wykonane na wymiar są na nich bardzo drogie, zwłaszcza na Zachodzie. W cenach porównywalnych dostępne są jedynie rozwiązania o wymiarach standardowych. To, że produkt jest zrobiony pod konkretną realizację i wymiar, sprawia, że jesteśmy bardziej atrakcyjni dla zagranicznych kontrahentów niż to, co mogą kupić u siebie.

Podkreślanie, że wasze produkty są ekologiczne. Jakich aspektów to dotyczy?

Nasze produkty są ekologiczne przede wszystkim ze

względów na to, że aluminium, z którego są wykonane, można poddać w prosty sposób pełnemu recyklingowi. W tej chwili szacuje się, że około 70 proc. całego aluminium, które powstało na świecie po pierwszej elektrolizie, cały czas jest w obiegu.

Po drugie, o wiele mniejsza ilość energii jest potrzebna do przetworzenia aluminium w porównaniu do innych metali i stopów, np. stali.

Po trzecie, stosowanie osłon balkonów oraz tarasów i stworzenie przestrzeni stanowiących bufor powietrzny dodatkowo izoluje budynek, zapobiegając utracie ciepła w zimie i nagrzewaniu się w lecie.

Na stronie piszecie, że „misją firmy Copal jest zbudowanie i wykreowanie silnej pozycji firmy jako producenta systemów aluminiowych oraz dostawcy innowacyjnych i ekologicznych rozwiązań dla budownictwa”. W jaki sposób dążycie do realizacji tej wizji bycia silną firmą?

Przede wszystkim stawiamy na to, żeby stworzyć jak największą sieć odbiorców w całym kraju. Zaczynamy są to firmy świadczące usługi budowlane i remontowe na danym obszarze. Docieramy do nich, a one z kolei do klienta końcowego – sami nie prowadzimy sprzedaży do klientów indywidualnych. W relacjach z takimi partnerami kładziemy mocny nacisk na propagowanie naszych rozwiązań i edukowanie poprzez dostarczanie wiedzy, modeli, materiałów drukowanych oraz organizowanie szkoleń.

To, co my postrzegamy jako istotne na rynku w tej chwili, to sumiennosc, rzetelność, dobra jakość i duża dostępność asortymentu – mamy duży magazyn akcesoriów i profili, z których możemy w krótkim terminie zrealizować zamówienie, co jest naszą przewagą konkurencyjną. Niezwykle ważna jest też realizacja projektu na czas oraz zapewnienie serwisu na najwyższym poziomie.

Nasze rozwiązania charakteryzują się estetyką, lekkością i mobilnością. Staramy się też, żeby były łatwe w użytkowaniu i przyjemne w montażu. Wszystko to sprawia, że klienci wybierają nasze rozwiązania, a nie konkurencji.



► **MOCNA OFERTA:** Nasze produkty są bardziej atrakcyjne dla zagranicznych kontrahentów niż to, co mogą kupić u siebie – mówi Wojciech Kurkusem, prezes Copal. [FOT. ARC]

A na co zwracają największą uwagę klienci przy wyborze firm z waszego segmentu?

Najistotniejsze są: estetyka wykonania, duża gama rozwiązań i kompleksowość realizacji. Nasze produkty są kompatybilne ze sobą i rozwiązują problem całego balkonu. Zapewniamy dostawę aluminiowej płyty balkonowej, balustrad, zabudów czy dachów, które do siebie pasują i są łatwe w montażu. Kompleksowość i to, że wszystko może trafić do klienta od jednego dostawcy, są obecnie bardzo istotne.

W jaki sposób wspieracie swoich klientów?

Przede wszystkim zapewniamy wymagane certyfikaty oraz zgodność naszych produktów z wymaganiami prawnymi, które mają wielkie znaczenie dla klientów. Świadczymy też usługę logistyczną, a nasze magazyny przeznaczamy częściej na potrzeby klientów. Dobrze ich znając i wiedząc, co najprawdopodobniej będzie im niedługo potrzebne, zaopatrujemy się w to wcześniej, aby uniknąć sytuacji zaskoczenia

spowodowanego brakiem jakichś elementów.

Wspieramy też klientów w projektowaniu rozwiązań, adaptowaniu ich na budynek czy we wprowadzaniu zmian technicznych, w czym pomaga nasz dział techniczny.

Jesteście innowacyjną firmą. Gdzie w waszej branży dostrzegacie miejsce na innowację i w którym kierunku będzie ona podążać?

Na pierwszy plan w mojej ocenie nie wychodzi kwestia oszczędzania energii, czyli dodatkowa izolacja budynku. Prowadzimy też prace nad wyposażeniem zadaszeń i balustrad w systemy fotowoltaiczne i w tej sferze intensywnie poszukujemy innowacji. Do tego pracujemy nad rozwiązaniami w zakresie carportów, budowanych z użyciem naszych profili aluminiowych. Tu również chcemy wykorzystać instalacje fotowoltaiczne, aby np. umożliwić ładowanie samochodów elektrycznych.

Jak na działanie spółki wpłynęła pandemia, a teraz kryzys inflacyjny?

Panika, która wybuchła w związku z pandemią, obustrzennie, blokadą pewnych łańcuchów dostaw, niepewnością o pracowników, przyspieszyła dokończanie rozpoczętych już inwestycji budowlanych. Tymczasem spora część naszych rozwiązań jest dostarczana na potrzeby takich inwestycji, w których montuje się je w ramach ostatniego etapu realizacji. Dlatego takie nagłe przyspieszenie prac wykończeniowych przyczyniło się do dużego wzrostu liczby klientów.

Mnóstwo osób zaczęło także spędzać więcej czasu w swoich domach i poszukiwać w nich dodatkowej strefy relaksu lub możliwości uatrakcyjnienia obecnej. Spowodowało to wzrost liczby prowadzonych remontów i poszukiwania rozwiązań z zakresu balkonów, zadaszeń balkonowych, tarasów i zabudowy przy domach. Dzięki temu wzrosła również liczba realizowanych przez nas zamówień.

Natomiast jeśli chodzi o obecną sytuację związaną z inflacją, to wpłynęła ona na ogranicze-

nie dostępności półproduktów i częste zmiany cen kupowanych przez nas elementów, np. aluminium, szkła czy uszczelek. W tej trudnej sytuacji nasz dział handlowy w dużej mierze skupia się na tym, żeby utrzymać poziom rentowności i przekładać te wyższe ceny i rosnące koszty na rynek.

Byliśmy zmuszeni również poszukać nowych dostawców ze względu na to, że tegoroczny kryzys energetyczny wpłynął na przerwanie niektórych łańcuchów dostaw. Natomiast w ogólnym rozrachunku ostatnie lata nie wpłynęły negatywnie na całokształt działania firmy.

A jak przygotowujecie się do możliwej recesji w przyszłym roku?

Spodziewamy się spadku zamówień, choćby w związku z sytuacją na rynku finansowym, która skłania inwestorów do wyczekiwanie, jeżeli chodzi o nowe inwestycje budowlane. Dużą część inwestycji, które powinny już dawno wystartować, jeszcze się nie zaczęły. A że jest to spora grupa naszych klientów, to spodziewamy się mniejszego zainteresowania naszymi produktami.

Przygotowujemy się na ten okres i prowadzimy sporo prac handlowych w związku z nowymi rozwiązaniami. Mamy spory park maszynowy, obrabiarki numeryczne, możemy giąć profile, spawamy, otwieramy, więc też sporą część produkcji możemy skierować w inne obszary. Skupiamy się na tym, żeby oszczędzać, co i gdzie możemy wyprodukować w zamian za produkty obecnie powszechne na rynku budowlanym, a których sprzedaż prawdopodobnie spadnie.

Oprócz przygotowania na recesję jakie jeszcze plany macie na przyszły rok?

Głównie skupimy się na tym, żeby stworzyć nowe produkty w ramach systemów Copal. Chcemy także odświeżyć, rozwinąć i unowocześnić gamę naszych obecnych produktów. Poszukujemy też partnerów, którzy działają w segmencie energetyki, bo widzimy tam dla siebie możliwość częściowego przebranżowienia się.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST COPAL



DLA-PRZEMYSŁU.PL Sikora Sp. z o.o. to producent stalowych zabezpieczeń oraz dostawca produktów stanowiących wyposażenie firm, parkingów, zakładów przemysłowych. W ofercie sklepu BHP znajdują się m.in.: odbojnice przemysłowe (odbojnice stalowe, drewniane, osłony gumowe), słupki z taśmą, z łańcuchem, profile elastyczne, piankowe, taśmy oznaczeniowe, znaczniki podłogowe 5s, farby i malowarki, pacholki drogowe, ograniczniki parkingowe i progi zwalniające. Biuro, magazyny oraz zakład produkcyjny mieszczą się we Wrocławiu, zamówienia wysyłane są do przedsiębiorstw na terenie całego kraju i poza jego granicami.

Zespół DLA-PRZEMYSŁU.PL Sikora Sp. z o.o. specjalizuje się również w doradztwie, opracowuje wyceny niestandardowych stalowych zabezpieczeń. Przed przystąpieniem do realizacji zlecenia Klientowi przesyłane są rysunki techniczne, po ich akceptacji dział produkcyjny rozpoczyna wykonywanie odbojnic, stalowych elementów. Produkty mogą również zostać zamontowane przez wyspecjalizowanych monterów.

Odbojnice przemysłowe skutecznie poprawiają poziom bezpieczeństwa. Prawidłowe oznakowanie, dobór i rozmieszczenie osłon w zakładach produkcyjnych, magazynach i na terenie parkingowym jest niezwykle ważne ze względu na konieczność oraz potrzebę przestrzegania przepisów BHP. Odpowiednio przygotowane i zamocowane rozwiązania wpłyną dodatkowo na wypracowanie schematów, dobrych nawyków bezpieczeństwa wśród pracowników.

W swoim portfolio firma posiada wiele zrealizowanych projektów, które obejmują produkcję i montaż odbojnic, luster, ograniczników parkingowych, słupków drogowych. Na specjalne zamówienie Klientów wykonywane były m.in. słupki chroniące automaty paczkowe, bramki paletowe, ogrodzenia siatkowe. Na stronie internetowej sklepu zaprezentowano najpopularniejszy asortyment. Odbojnice stalowe i drewniane mogą zostać wyprodukowane w dowolnych rozmiarach i kolorach.

DLA-PRZEMYSŁU.PL Sikora Sp. z o.o. zaprasza do współpracy!
Strona internetowa sklepu: www.dla-przemyslu.pl.

Informatyzacja

Oprogramowanie zamiast kreślarskiej deski

Projektowanie 2D i 3D jeszcze nigdy nie było tak proste – zachwycają się użytkownicy autorskich aplikacji Gazeli ze Śląska. Dawno już minęły czasy, gdy projekty powstawały na papierze, z wykorzystaniem ołówka i przyborów kreślarskich. Obecnie projektanci korzystają ze specjalistycznych narzędzi do tworzenia plaskiej dokumentacji 2D i modeli 3D. Należy do nich ZWCAD – znakomita alternatywa dla AutoCAD, którą oferuje firma Usługi Informatyczne Szansa Sp. z o.o. z Bielska-Białej.

– Z pomocą ZWCAD inżynierowie projektują części maszyn i urządzeń, architektki budynki i wnętrza, a product designerzy meble, kolekcje ubrań czy karoserie samochodów. Program zapewnia efektywną pracę z formatami DWG i DXF. Jego wyróżnikami są wysoka wydajność, przejrzysty i intuicyjny interfejs oraz przyjemna szata graficzna. Nic dziwnego, że po tego rodzaju soft sięgają nie tylko duże korporacje, ale



► Gabriela Ciszyska-Matuszek
dyrektor zarządzająca Usług Informatycznych Szansa Sp. z o.o.

też przedsiębiorstwa małe i średnie, a nawet freelancerzy – podkreśla. Efektywność danego narzędzia IT zależy od tego, czy pasuje ono do wymagań poszczególnych branż. Dlatego Śląska Gazeta stworzyła kilkanaście nakładek na ZWCAD. Jedną z nich jest aplikacja ZWTraffic wspomagająca przedsięwzięcia związane z organizacją ruchu drogowego. Jej użytkownicy mają do dyspozycji bazę znaków pionowych i poziomych,

odzworowanie konstrukcji niektórych elementów infrastruktury drogowej, możliwość sprawdzania przejeźdźności i wiele innych funkcji. Inne autorskie rozwiązania bielskiego software house'u to ZWGeo – opracowana z myślą o geodetach nakładka pozwala m.in. na import i eksport punktów, oznaczenie rurociągów i ogrodzeń, wstawianie map z serwerów WMS. Częścią programu są narzędzia do rastrów. Na uwagę zasługuje również ZWNesting – aplikacja umożliwiająca optymalne układanie obiektów na rysunku, co przekłada się na minimalizowanie strat surowca. Produkt dostępny jest w dwóch rodzajach: uniwersalnym i do konstruowania odzieży (ZWTextile). Oprogramowanie ZWCAD i jego rozszerzenia mogą służyć – zależnie od wersji – zarówno profesjonalistom, jak też osobom, które dopiero rozpoczęły przygodę z projektowaniem. Skoro zaś o przygodzie mowa,

warto się rzucić w jej wir z doświadczonym przewodnikiem. Dlatego działalność Usług Informatycznych Szansa nie kończy się na dystrybucji programów.

– Prowadzimy szkolenia z obsługi CAD oraz zajęcia specjalistyczne i z obsługi programów, ponieważ nasza misja to edukowanie rynku i podnoszenie kompetencji cyfrowych pracowników biurowych – wskazuje Gabriela Ciszyska-Matuszek. Firma Usługi Informatyczne Szansa powstała w 2000 r., a w 2005 r. podpisała umowę z producentem programu ZWCAD i została autoryzowanym przedstawicielem ZWSOFT w Polsce (współpraca w dziedzinie wdrożeń, szkoleń i obsługi technicznej programów CAD). Przedsiębiorstwo z Bielska-Białej ma cztery biura w Polsce i zatrudnia ponad 25 specjalistów.

**PARTNEREM PUBLIKACJI SĄ
USŁUGI INFORMATYCZNE SZANSA Sp. z o.o.**

Integrujemy elementy energetycznej układanki

Energynat to jedna z najszybciej rozwijających się firm z branży odnawialnych źródeł energii w Polsce. Portfolio jej usług pokrywa dziś cały łańcuch energetyczny, a Grupa Energynat to pierwszy w kraju integrator usług energetycznych z obszaru OZE

Obok ugruntowanej pozycji rynkowej w dziedzinie importu i hurtowej dystrybucji Grupa Energynat stawia na dynamiczny rozwój segmentu instalacji OZE oraz obrotu energią, kreując innowacyjne rozwiązania na rzecz transformacji energetycznej firm i samorządów.

– Naszą misją, którą konsekwentnie realizujemy w ramach Grupy Energynat, jest napełnianie transformacji energetycznej firm i samorządów. Dzisiaj bez wątpienia jesteśmy jedną z najszybciej rozwijających się polskich firm z branży OZE, czego potwierdzeniem jest tytuł Gazeli Biznesu, który otrzymujemy kolejny rok z rzędu. To ogromne wyróżnienie, ale też potwierdzenie, że na stałe dołączyliśmy do czołowych polskich dystrybutorów. Obecnie stawiamy na kolejne projekty biznesowe, które umocnią naszą pozycję rynkową i umożliwią również spektakularne wzrosty w kolejnych latach – mówi Marcin Bugajski, prezes Energynatu.

W 2022 r. Energynat kolejny rok z rzędu utrzymał wzrost przychodów. Dynamiczny rozwój to w dużej mierze zasługa zintegrowanego modelu biznesowego firmy, ekspansji działań z obszaru dystrybucji na rynki zagraniczne oraz ukierunkowa-

nia na klienta biznesowego i samorządowego. Źródłem sukcesu firmy jest także kompetentny i zaangażowany zespół, który, jak potwierdzają przedstawiciele zarządu, jest największą siłą tej organizacji.

Obrotu energią

Decyzją prezesa Urzędu Regulacji Energetyki spółka w 2022 r. otrzymała koncesję na obrotu energią elektryczną, stając się tym samym podmiotem integrującym w ramach Grupy wszystkie elementy kompletnego łańcucha energetycznego, opartego na odnawialnych źródłach energii.

– Kompleksowy zakres usług, oferowany w ramach grupy naszych spółek, jest zdecydowanym wyróżnikiem oferty Energynatu, która skupia teraz wszystkie „elementy OZE-energetycznej układanki”. Obecnie tylko nasza oferta usług i rozwiązań OZE, w ramach jednej Grupy, pokrywa cały łańcuch energetyczny – doradztwo, import i dystrybucję sprzętu PV, wykonanie instalacji oraz obrotu energią – mówi Paweł Kozłowski, COO Grupy Energynat.

– Jesteśmy doświadczoną i stabilną finansowo spółką energetyczną, która swoją działalność na rynku obrotu energią rozpoczyna bez ryzykownego



► POMYSŁY I PROJEKTY: Energynat stawia na kolejne projekty biznesowe, które umocnią pozycję rynkową firmy i umożliwią jej równie spektakularne wzrosty w kolejnych latach. Na zdjęciu od lewej: Ernest Waś, Daniel Raczkiewicz, Paweł Kozłowski i Marcin Bugajski. [FOT. ARČ]

portfela kontraktów – to nasza ogromna przewaga. Co więcej, wchodzimy na rynek z blisko 100 GWh portfelem energii z OZE, który do końca 2023 r. planujemy podwoić. Działalność Energynatu w obszarze obrotu wyróżnia przede wszystkim indywidualne podejście do klienta i elastyczna oferta produktowa – dodaje Daniel Raczkiewicz, członek zarządu i ekspert rynku energii.

Dla gmin

Grupa Energynat oprócz oferty dla biznesu działa również aktywnie na rzecz transformacji energetycznej polskich samorządów, wychodząc znacząco poza obszar projektowania i montażu instalacji fotowoltaicznych. Sztandarowym projektem realizowanym obecnie przez spółkę Energynat Solutions dla samorządów jest wdrożenie autorskiej koncepcji Gminy Samowystarczalnej

Energetycznej. W efekcie bilans roczny energii elektrycznej wytworzonej z należących do gminy źródeł wytwórczych OZE i zużytej przez właściwe jej jednostki infrastruktury gminnej zostanie zrównoważony, dzięki czemu gmina dla własnych potrzeb osiągnie samowystarczalność energetyczną. Projekt będzie realizowany w formule ESCO, dzięki czemu samorząd nie ponosi wydatków inwestycyjnych, co znacznie przy-

spiesza proces transformacji energetycznej.

– Trudny dla branży 2022 r. zamykamy ze wzrostem przychodów, utrzymując dynamikę rozwoju i realizując wszystkie zaplanowane cele biznesowe. Mocna pozycja rynkowa to silny fundament, na którym będziemy budować kolejne sukcesy. Nie zwalniamy tempa. W roku 2023 tylko działalność związana z obrotem energią przyniesie nam kolejne 100 mln zł, a skonsolidowane przychody Grupy prognozujemy na ponad 400 mln zł – mówi prezes Marcin Bugajski.

Zarząd spółki stawia też na dalszy rozwój w obszarze dystrybucji, oczekując znaczących wzrostów szczególnie z działalności na rynkach zagranicznych oraz dzięki rosnącemu popytowi na magazyny energii. Motorem napędowym Grupy w kolejnych latach będzie komercjalizacja flagowego projektu Gminy Samowystarczalnej Energetycznej oraz działalność spółki obrotu. Energynat podkreśla, że celem Grupy jest osiągnięcie przychodów na poziomie 1 mld zł do 2025 r.

**PARTNEREM PUBLIKACJI JEST
ENERGYNAT**

GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Jesteśmy budowniczymi naszego sukcesu

Rozmowa z **Grzegorzem Wenskerem**, prezesem zarządu firmy Roger

Spółka Roger to czołowy dostawca rozwiązań kontroli dostępu w Polsce. Wasz system zabezpieczeń można znaleźć w wielu doskonale znanych Polakom obiektach. Jak wyglądała droga firmy do pozycji lidera rynku?

Spółka została założona w 1991 r. z planem zaprojektowania i sprzedaży tzw. dialera alarmowego – urządzenia, które służyło do powiadamiania telefonicznego o wystąpieniu alarmu. Był to mój wspólny projekt z programistą Markiem Jabłonowskim. Stroną organizacyjną i administracyjną przedsięwzięcia zajął się mój brat Dariusz Wensker. Urządzenie i jego kolejne modele rozwojowe odniosły spektakularny sukces, sprzedało się ponad 100 tys. sztuk. Z czasem zapotrzebowanie na tę kategorię produktów malało i musieliśmy poszukać nowej ścieżki rozwoju. Wybór padł na urządzenia kontroli dostępu wykorzystujące dopiero wchodzącą na rynek technologię identyfikacji zbliżeniowej (RFID). Pierwsze produkty z nowej oferty weszły na rynek po roku 2000. Na przestrzeni kolejnych lat ta gałąź naszej działalności rozwijała się, a inżynierowie zaangażowani w jej rozwój wzbogacali swoje doświadczenie. W 2005 r. wprowadziliśmy na rynek pierwszy sieciowy system kontroli dostępu o nazwie RACS 4 (Roger Access Control System). Zdobyl on dużą popularność, szczególnie w małych i średnich instalacjach kontroli dostępu, i stworzył warunki finansowe do dalszego rozwoju firmy. Po wejściu Polski do

Unii Europejskiej wymagania stawiane przed tą kategorią produktów zaczęły się stopniowo zmieniać. Naturalną koniecznością było podążanie za technologią i oczekiwaniami naszych klientów. Począwszy od roku 2016, oferujemy nasz sztan-dardowy system o nazwie RACS 5, który powstał na bazie poprzednika, lecz w odróżnieniu od niego był projektowany z myślą o zaawansowanych funkcjonalnie instalacjach kontroli dostępu, które miały sprostać wyższym wymaganiom rynku.

Okazało się, że system RACS 5 świetnie się przyjął na polskim rynku i pozwolił firmie konkurować ze światowymi gigantami. Do kogo jest adresowany?

System powstał z myślą o rynku budynków klasy biznes, głównie o biurowcach powstających w centrach największych polskich miast, oraz o firmach o charakterze korporacji, które często posiadają wiele rozproszonych terytorialnie oddziałów. Jeszcze do niedawna sektor systemów kontroli dostępu klasy biznes był całkowicie zajęty przez produkty renomowanych firm zachodnich. Dziś nasze zabezpieczenia można spotkać m.in. w kompleksie biurowym 3T Office w Gdyni, warszawskim wieżowcu Warsaw Spire czy inwestycjach spółki Cavatina w całej Polsce.

Skuteczne wejście systemu RACS 5 w ten sektor rynku przeczytuje sobie za największy sukces, jednak system ten jest także powszechnie wykorzystywany w innych kategoriach



► ZADANIA NA PRZYSZŁOŚĆ: Naszym głównym celem jest rozszerzenie udziału w rynku kontroli dostępu klasy biznesowej oraz zwiększenie udziału w sektorze rozwiązań autonomicznych dla firm typu small biznes – mówi Grzegorz Wensker, prezes firmy Roger. [FOT. ŁUKASZ GŁOWAŁA]

budynków. Nasze instalacje znajdują się w obiektach sportowych, strefach przemysłowych, urzędach, uczelniach i szkołach, szpitalach, bankach i budynkach administracji państwowej. Każdy z tych sektorów ma specyficzne oczekiwania wobec systemu, które jak pokazuje praktyka, skutecznie realizuje RACS 5.

Wśród naszych najbardziej imponujących realizacji wymienić mogą te na stadionie w Gdańsku, w największej w Europie fabryce okien firmy Drutex, w Centrum Zdrowia Dziecka w Warszawie i jedno z największych – system dla Wiospółdzielni Szpitala Wojewódzkiego w Gorzowie Wielkopolskim, przeznaczony do obsługi 3200 użytkowników i niemalże 500

przejęć (trwa rozbudowa o kolejne 500).

Na czym polega przewaga rynkowa waszego produktu?

Zarówno urządzenia, jak i oprogramowanie powstają w naszym dziale badań i rozwoju, według własnych pomysłów, które znajdują duże uznanie wśród instalatorów i użytkowników systemów kontroli dostępu. Nasze produkty znane są z szerokiej funkcjonalności, atrakcyjnej stylistyki oraz – co najważniejsze – dużej stabilności działania.

W odróżnieniu od zachodnich gigantów, którzy niechętnie odpowiadają na oczekiwania dopasowania działania systemu do potrzeb konkretnej instalacji, Roger jest otwarty na kontakt z klientem i realizuje oczekiwa-

nia odbiorców systemu, dopasowując jego funkcjonalności do indywidualnych potrzeb zamawiającego. RACS 5 gwarantuje również bardzo wysoki poziom bezpieczeństwa – każdy element w środku systemu, który podlega komunikacji, jest szyfrowany. Kolejną przewagą konkurencyjną jest nasza lokalność. Jesteśmy łatwo dostępni dla klientów, znamy specyfikę polskich realiów i podlegamy jurysdykcji polskiego prawa. Po 30 latach obecności na rynku krajowym mamy też utrwaloną, łatwą do potwierdzenia reputację. Nie ograniczamy jednak działań do rynku polskiego – zalety naszych rozwiązań zostały zauważone i docenione na wielu rynkach zagranicznych. W ostatnim roku eksport naszych produktów obłął niemal 40 krajów.

Z czego jest pan najbardziej dumny?

Wydaje mi się, że najważniejszym osiągnięciem firmy Roger jest to, że polegając tylko na własnych umiejętnościach i pracy, wyłącznie w oparciu o własne siły intelektualne, udało nam się doprowadzić do powstania złożonego systemu, który obecnie jest na tyle dobry, że skutecznie konkuruje na rynku polskim z dojrzałymi produktami zachodnimi.

Jest to niewątpliwie powód do dumy, zważywszy na to, że rozwój krajowej gospodarki w znacznej mierze opiera się na reprodukcji zachodniej myśli technicznej i wprowadzaniu modeli urządzeń i produktów projektowanych w centrach naukowo-inżynieryjnych za granicą.

Nasz produkt powstał całkowicie w drodze organicznego

rozwoju – metodą postępu, eksperymentów, badań, wysiłku i prawdziwych talentów, ale też błędów i ograniczeń, które zostały wykorzystane do osiągnięcia tego celu.

Godna podkreślenia jest też kompleksowość przedsięwzięcia. Zaistnienie w sektorze kontroli dostępu klasy biznes wymaga wszechstronnych umiejętności, nie tylko z zakresu inżynierii przemysłowej, ale też zarządzania, marketingu, wsparcia technicznego dla klientów, uczestnictwa w branżowych wydarzeniach, tworzenia dokumentacji technicznej, kontaktów z klientami w kraju i za granicą. Na charakter naszej działalności składa się wiele różnych aktywności i dopiero skuteczna ich realizacja w różnych profilach umożliwiła osiągnięcie sukcesu.

Gdy świat pogrąży się w kryzysie, trudno wybiegać myślami daleko w przód, ja jednak spytam o wasze plany na przyszłość.

Każdy kryzys kiedyś się kończy i wtedy dyskutuje ten, kto jest gotowy do kolejnego cyklu rozwoju. Projektowanie ma to do siebie, że wymaga wieloletniego wysiłku, dlatego nieprzerwanie prowadzimy w firmie działania w dziedzinie badań i rozwoju. Naszym głównym celem jest rozszerzenie udziału w rynku kontroli dostępu klasy biznesowej oraz zwiększenie udziału w sektorze rozwiązań autonomicznych dedykowanych dla firm typu small biznes.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST ROGER



► BEZPIECZEŃSTWO NAJWIĘKSZYCH: Rozwiązania firmy Roger są wykorzystywane w wielu prestiżowych obiektach m.in. w warszawskim wieżowcu Warsaw Spire i stadionie Polsat Plus Arena Gdańsk. [FOT. ARC]

GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Otwarte drzwi do stabilnego rozwoju

Spółka Classen-Pol od kilku dekad wyznacza nowe trendy i rozwiązania technologiczne na rynku stolarki otworowej. Dynamiczny rozwój firmy w ostatnich latach to dowód, że nawet w niepewnych czasach możliwe jest prowadzenie biznesu stabilnym kursem, opierając się na zrównoważonym rozwoju i z poszanowaniem środowiska naturalnego

Firma Classen-Pol rozpoczęła działalność na początku lat 90., od produkcji listew i frontów meblowych, które odniosły spektakularny sukces. W XXI wiek spółka wdrożyła pewnym krokiem, przenosząc się do nowo wybudowanej siedziby w śląskich Zwonowicach koło Rybnika, gdzie mieści się fabryka drzwi i ościeżnic. Dziś Classen-Pol jest wiodącym w Polsce producentem drzwi, ościeżnic i frontów meblowych. Produkty firmy wyróżnia bogata gama dekorów i atrakcyjna stylistyka, która sprawdzi się w każdym wnętrzu. To dzięki nim zadowoleni klienci od lat tworzą wyjątkowe wnętrza z charakterem.

Świat w zasięgu ręki

Classen-Pol pierwsze kroki stawiał na rodzimym rynku, jednak nieustanny rozwój, inwestycje w rozbudowę infrastruktury i zwiększanie mocy produkcyjnych pozwoliły firmie spróbować swoich sił poza granicami kraju. Z roku na rok marka stawiała się tam coraz bardziej rozpoznawalna, co skutkowało zwiększeniem zasięgów sprzedażowych w Europie. Choć rynek polski ma nadal około 30 proc. udziału w przychodach spółki, to w 2021 r. Classen-Pol sprzedał 800 tys. drzwi i 600 tys. ościeżnic aż do 36 krajów, osiągając obrót w wysokości ponad 223 mln zł.

Obecność na wielu różnych rynkach stawia przed firmą zupełnie nowe wyzwania. Każdy z kierunków wymaga dopasowania oferty i rozwiązań technologicznych do odrębnych standardów.

– Wyróżnia nas elastyczność, dzięki której potrafimy dostosować ofertę produktową do wymagań rynku, który chcemy pozyskać. Kluczem do sukcesu jest zespół – bardzo rozbudowany dział sprzedaży, który włada wieloma językami, dział obsługi posprzedażowej, który sprawia, że każdy klient czuje się zaopiekowany, oraz serwis, na który w naszej organizacji kładzie się bardzo duży nacisk – przekonuje Justyna Zniszczoł, dyrektor ds. handlowych Classen-Pol.

Polityka biznesowa firmy opiera się na dywersyfikacji. Rozłożenie możliwości sprzedażowych na wiele rynków

i korzystanie z różnych kanałów sprzedaży (sieci marketów DIY, sklepy specjalistyczne, a od niedawna także prężnie rozwijający się kanał e-commerce) zapewnia strategiczne bezpieczeństwo i pozwala rozwijać wachlarz produktów.

Classen-Pol nie powiedział jeszcze ostatniego słowa, jeśli chodzi o ekspansję. W Europie ma już pewną pozycję, dlatego sięga wzrokiem dalej, aż za ocean, żeby dać się poznać mieszkańcom Ameryki Północnej.

Inwestycje nigdy dość

Różnorodna specyfika nowych rynków i duża konkurencja w obszarze produkcji drzwi i ościeżnic mobilizują firmę do wdrażania nowych i ulepszania już stosowanych technologii. Ostatnie lata przyniosły ogromne inwestycje w rozbudowę infrastruktury. Dzięki budowie nowej hali powierzchnia produkcyjna zakładu zwiększyła się o kolejne 2000 m kw.

– Mimo trudnego dla gospodarki czasu z sukcesem rozpoczęliśmy realizację inwestycji obejmującej nowe linie technologiczne do produkcji ościeżnic regulowanych. Projekt wart ponad 27 mln zł jest realizowany przy użyciu wsparcia subwencji z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju na 10,8 mln zł. Classen-Pol będzie dysponował jedną z najnowocześniejszych, w pełni zautomatyzowanych linii produkcyjnych w Polsce, pozwalających na zaproponowanie innowacji produktowej dotychczas nieobecnej na naszym rynku – mówi Jarosław Dymek, dyrektor ds. rozwoju Classen-Pol.

Pod kątem rozszerzenia działalności o przyszłe kierunki ekspansji rozbudowano i zautomatyzowano także produkcję drzwi technicznych. Nowa linia technologiczna zwiększa moce produkcyjne firmy w obszarze drzwi nietopowych, wzmocnionych różnymi wypełnieniami, a co za tym idzie: o wyższej wadze.

– Choć obecna sytuacja geopolityczna i towarzyszący jej kryzys gospodarczy nie sprzyja przedsiębiorstwu, Classen-Pol nie zamierza się zatrzymać. Dostosowując się do sytuacji, firma postanowiła rozbić swój 5-letni plan inwestycyjny na dwie części i skupić się na realizacji planu bezpiecz-



► **PLAN DZIAŁANIA:** Poza dalszymi inwestycjami w obrębie ościeżnic regulowanych planujemy inwestycje w obszarze drzwi lakierowanych, drzwi ramowych i w infrastrukturę zakładu – mówi Maciej Górecki, prezes zarządu Classen-Pol. [FOT. ARC]



► **DOSTOSOWANIE DO POTRZEB:** Ostatnie lata przyniosły inwestycje w rozbudowę infrastruktury Classen-Pol. Dzięki budowie nowej hali powierzchnia produkcyjna zakładu zwiększyła się o kolejne 2000 m kw. [FOT. ARC]

nego, na ponad 75 mln zł. Poza dalszymi inwestycjami w obrębie ościeżnic regulowanych planujemy inwestycje w obszarze drzwi lakierowanych, drzwi ramowych i w infrastrukturę zakładu – stwierdza Maciej Górecki, prezes zarządu Classen-Pol.

Przemysł przyjazny środowisku

Wśród inicjatyw, które udało się zakończyć sukcesem, szczególnie ważne dla Classen-Pol są te, które dotyczą dobrostanu naszej planety. Celem spółki jest stworzenie spójnej wizji wydajnego gospodarowania zasobami oraz ochrony środowiska. Polityka firmy koncentruje się na ograniczeniu ilości produkowanych odpadów,

oszczędnym wykorzystywaniu surowców, a także zmniejszeniu poziomu hałasu.

– Naszym największym proekologicznym przedsięwzięciem było zbudowanie spalarni odpadów, na razie dysponującą jednym kotłem, ale docelowo powiększoną o kolejne dwa. Do niewątpliwych sukcesów Classen-Pol należy również ograniczenie zużycia energii poprzez wymianę oświetlenia w zakładzie na LED-owe oraz wagi odpadów poprzez budowę stacji do koagulacji. Dzięki temu procesowi zużyta woda można wykorzystywać повторно w kolejnych cyklach produkcyjnych – wymienia Jarosław Dymek.

W najbliższych planach spółki przewidziana jest rów-

nież budowa farmy fotowoltaicznej o mocy 4 MW, co do której podjęto już odpowiednie kroki w postaci procedury zmieniającej plan zagospodarowania przestrzennego.

– Dużą wagę przywiązujemy też do śladu węglowego zostawianego przez nasze towary, dlatego współpracujemy z partnerami, którzy robią zamówienia pozwalające na optymalizację kosztów transportu, ale też ograniczenie emisji gazów cieplarnianych. Preferujemy załadunki całokontenerowe – podkreśla Justyna Zniszczoł.

Dobre relacje dają owoce

Odniesienie sukcesu biznesowego nie jest możliwe bez zgromadzenia wokół siebie ludzi, którzy będą chcieli się

zaangażować w jego osiągnięcie. Zarząd Classen-Pol wie, że firma to ludzie, a pracownicy czują, że są ważni dla pracodawcy, co skutkuje stabilnym i wysoko wykwalifikowanym zespołem.

– Przywiązujemy bardzo dużą wagę do relacji z pracownikami, nie tylko oferując odpowiednie wynagrodzenia i różnego rodzaju benefity, ale też zapewniając stałą możliwość samodoskonalenia i zachęcając do aktywnego udziału w rozwoju firmy. Płaski model zarządzania sprzyja bliskim kontaktom – zapewnia Andrzej Dorosiński, dyrektor ds. personalnych Classen-Pol.

Choć świat przemysłu to domena mężczyzn, w firmie udało się stworzyć wyjątkowo równościowe środowisko pracy. Obecność kobiet widoczna jest na każdym szczeblu – połowa dyrektorów jest płci żeńskiej, wiele pań pracuje też w hali produkcyjnej, a dział sprzedaży to królestwo kobiet, zgrażał w nim miejsce tylko jeden pan. Andrzej Dorosiński żartuje, że parytet są w Classen-Pol naturalne jak krwiośledzie.

– Poza relacjami z pracownikami bardzo istotne są dla nas także stosunki z naszym otoczeniem, instytucjami, z którymi współpracujemy na rzecz społeczności lokalnej, sołectwami – staramy się ich wspierać, oferując nasze produkty, ale też wspomagając finansowo różne akcje na terenie naszej gminy – dodaje.

Wisiółka na torcie jest budowanie bliskich, wieloletnich kontaktów z klientami – z niekiedy współpracą trwa już kilkadziesiąt lat.

– Oferta Classen-Pol jest konkurencyjna, skrojona podług potrzeb klientów, spełnia wymagania stawiane przez design i kreatorów trendów w obszarze stolarki drzwiowej, jest też oparta na doskonałej komunikacji. U nas nie lekceważy się żadnego sygnału ze strony klienta. Budujemy relacje handlowe na lata, co owocuje kolejnymi kontraktami i rozwojem sieci sprzedaży na danym rynku. To pozwala nam sięgać po więcej – podsumowuje Justyna Zniszczoł.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST CLASSEN-POL



GAZELE BIZNESU 2022 — MATERIAŁ PARTNERA

Polskie okna otwierają się na Europę Zachodnią

Strategia działania producenta okien E.Link pozwala spółce rosnać mimo kryzysu na rynku budowlanym. To zasługa polsko-niemieckiej kooperacji i połączenia kompetencji produkcyjnych ze sprzedażowymi



► **KIERUNEK ROZWOJU:** Andrzej Hondo, dyrektor operacyjny E.Link, i Ireneusz Gabrys, dyrektor handlowy, zapowiadają dalszy rozwój firmy. Uruchomiony dwa lata temu drugi zakład wytwórczy w grupie wkrótce dozna się rozbudowy, dzięki której możliwości wytwórcze spółki wzrosną o 500 proc. [FOT. ARC]

Czasy dla budownictwa są dziś trudne. Z jednej strony mamy do czynienia ze wzrostem cen surowców i materiałów, z drugiej – ze spadkiem liczby udzielanych kredytów hipotecyjnych i popytu na mieszkania. Deweloperzy borykają się z ogromnymi problemami, a wraz z nimi także producenci okien. Jeden z nich, spółka E.Link, dostrzegła i doskonale rozumie bolączki sektora, jednak ze względu na model biznesowy i bezpośrednie powiązania z niemieckim rynkiem niezmienne notuje spore wzrosty. Spółka w 2021 r. wypracowała około 42 mln zł przychodów netto i liczy, że rok 2022 zamknie wynikiem około 60 mln zł.

– W ostatnich latach ceny materiałów mocno wzrosły, ale zdołaliśmy utrzymać marżę ze sprzedaży gotowych okien na stałym poziomie 9-11 proc. To wynik trudny do osiągnięcia w sektorze, w którym działamy – wyjaśnia Ireneusz Gabrys, dyrektor handlowy koszalińskiej firmy E.Link.

E.Link mimo kryzysu rozpisuje plany dalszego rozwoju. Dwa lata temu powołał spółkę Link Potulice, wraz z nią uruchomił drugi w grupie zakład produkcyjny. Obecnie szykuje się do jego rozbudowy. Finalizacja prac zwiększy możliwości wytwórcze spółki aż o 500 proc. Do tak wysokiego poziomu produkcji E.Link chce jednak dochodzić stopniowo, w ciągu kilku najbliższych lat.

– Zbyt szybkie tempo zwiększania produkcji mogłoby się odbić na wysokiej jakości wyrobów, a staraliśmy się, aby właśnie jakość była wizytówką naszych

okien. Zamiast szybkiego, skokowego wzrostu wolimy rozwijać biznes w sposób powolny i organiczny, chcemy rosnać o 15-20 proc. rocznie – mówi Andrzej Hondo, dyrektor operacyjny E.Link.

Ogromny wpływ na poziom osiągniętych wyników ma to, że E.Link jest polsko-niemieckim biznesem. Firma właśnie w Niemczech sprzedaje swoje produkty.

Niemiecko-polska komitywa E.Link powstał w 2017 r. Jest wspólnym przedsięwzięciem niemieckiej firmy EGE GmbH, jednego z największych na tamtejszym rynku producentów okien, posiadającego aż pięć własnych zakładów, oraz Jarosława Loosa, koszańszczanina, od kilkudziesięciu lat związanego z rynkiem stolarki okiennej. Mieszanka ich wiedzy o rynku, doświadczeń zawodowych i klarowna wizja biznesu zaowocowały założeniem spółki i budową pierwszego wspólnego zakładu produkcyjnego w Koszalinie.

– Ten układ okazał się niezwykle opłacalny z biznesowego punktu widzenia. Polska jest krajem z dużym potencjałem produkcyjnym i jednocześnie optymalnymi kosztami wytwarzania okien. Niemiec partnerzy mają natomiast większą siłę przebicia i możliwości handlowe – zaznacza Ireneusz Gabrys.

E.Link skoncentrował się przy tym na segmencie rynku stymulowanego do rozwoju przez niemiecki rząd. Pozyskał do współpracy m.in. jedną z największych niemieckich spółdzielni miesz-

kaniowych, oferującą lokale na wynajem (zarządza ponad 300 tys. mieszkań w całych Niemczech).

Na tego rodzaju spółdzielniach spoczywają prawne unormowane obowiązki konserwacji i modernizacji budynków, w tym wymiany okien w blokach mieszkalnych. Podniesienie komfortu lokalu jest także wymogiem umożliwiający spółdzielni zwiększenie czynszu za wynajem.

Szanse spółki na kontynuowanie działalności w tym segmencie przez kolejne lata niosą ze sobą deklaracje rządu niemieckiego i zapowiedzi finansowania, jakie szerokim strumieniem popłynęły na termomodernizację budynków. To element przeciwdziałania obecnemu kryzysowi energetycznemu.

– W pierwszych latach działalności obsługiwaliśmy tylko jednego klienta, jednak skala zamówień, jaką od niego otrzymywaliśmy, wypełniała 100 proc. naszych mocy produkcyjnych. Nie rzucaliśmy się na głęboką wodę i nie przyjmowaliśmy dodatkowych zamówień z rynku. Od początku stawialiśmy na jakość produkcji, zależało nam na ugruntowaniu pozycji firmy na rynku i wypracowaniu zaufania klientów – zaznacza Andrzej Hondo.

Jakość i terminowość

Przedstawiciele E.Link już na początku wiedzieli, że otwartość we współpracy z klientami będzie stanowiła podstawę ich działalności. Do dziś stawiają na najlepszą obsługę i terminowość – na bieżąco informują zamawiających o postępach

w realizacji zamówień i planowanych dostawach.

– W branży okiennej terminowość jest niezwykle istotna. Można wyprodukować i sprzedać okna, uzyskując przy tym dobrą marżę. Jeśli natomiast pojawi się opóźnienie, np. na etapie próby montażowej, może się okazać, że wynikające z niego koszty przewyższą marżę – zaznacza Ireneusz Gabrys.

Obecnie firma w swoich dwóch zakładach zatrudnia łącznie około 100 osób. Nadal około 50 proc. produkcji realizuje w ścisłej współpracy z EGE – chętnie korzysta z doświadczeń projektowych niemieckich inżynierów, tym bardziej że najlepiej znają lokalne wymagania i trendy.

Bez współpracy z niemieckim partnerem firmie trudno byłoby utrzymać sprzedaż za granicą na tak wysokim poziomie jak obecnie.

– Nasza współpraca z klientami jest wieloletnia – to nasz ogromny atut w biznesie. Największą spółdzielnię mieszkaniową w Niemczech obsługujemy od pięciu lat. Wiele rodzinnych firm próbuje przebić się na tamtejszym rynku, ale nie jest to proste. Nie wszystkie przedsiębiorstwa znają jego specyfikę i potrzeby, borykają się więc z rotacją klientów – mówi Ireneusz Gabrys.

Ekonomiczna kalkulacja

W Polsce z powodu inflacji i wysokich stóp procentowych budownictwo mieszkaniowe w ostatnim czasie bardzo mocno się zatrzymało. Zmniejszyła się siła nabywcza. Firmy budowlane ograniczyły swoje działania. Zatrzymaliśmy się

także firmy produkujące stolarkę na potrzeby deweloperów z Polski.

– Oczywiście w Niemczech też jest kryzys. Jednak bezpieczeństwo daje nam właśnie współpraca z partnerem niemieckim i uczestnictwo w rządowych programach modernizacyjnych. Obecnie mamy zaplanowaną produkcję co najmniej do połowy przyszłego roku. Zatrudniamy, żeby utrzymywać tempo produkcji i terminy, podczas gdy inne zakłady w Polsce zmuszone są przez sytuację rynkową do zwalniania pracowników lub skracania czasu pracy – mówi Andrzej Hondo.

Jednoczesna działalność na rynku polskim i niemieckim ma jeszcze inne zalety, przynoszące wymierne korzyści ekonomiczne.

– W Niemczech koszt wytworzenia okna jest o około 60 proc. wyższy niż u nas, głównie ze względu na koszty plac i ceny komponentów. Jeszcze kilka lat temu w Polsce były tańsze również materiały budowlane. Pandemia, przerwane łańcuchy dostaw, niedostępność surowców spowodowały natomiast, że ceny się wyrównały. Obecnie większość komponentów, jakich używamy, sprowadzamy z Niemiec – mówi Ireneusz Gabrys.

Plany rozwoju

E.Link wpisał w swoją strategię rozwoju ekspansję zagraniczną. Od niedawna posiada własny salon sprzedaży okien w Szwecji. W Irlandii buduje salon partnerski. Okna PCV wysłała również do klienta z Nowej Zelandii.

– Nowe rynki szybko wypełnią produkcję. Obecnie pracujemy w stosunkowo małych zakładach z szybkim ciągiem produkcyjnym – na placu okna na transport czekają nie dłużej niż 48 godzin. Wspomniana wcześniej rozbudowa zakładu pozwoli nam zwiększyć moce wytwórcze – mówi Andrzej Hondo.

Polska jest drugim po Chinach producentem stolarki otworowej. To pokazuje, jak potężne możliwości drzemia w kraju. Tym bardziej teraz, gdy mamy do czynienia z kryzysem w sektorze budowlanym, potrzebna jest więc współpraca branży. Zdaniem Andrzeja Hondo strategia sektora na czas kryzysu powinna opierać się na otwartych rozmowach między producentami a dostawcami, kompromisach i wspólnym poszukiwaniu odpowiedzi na rynkowe wyzwania.

– Podam przykład. Stal potrzebna jest do produkcji kształtowników wykorzystywanych w profilach stalowych, usztywniających okna. To jeden z ważniejszych elementów konstrukcyjnych okien. Na początku roku ceny stali poszybowały w górę tak bardzo, że przewyższyły cenę całych profili. Twarda polityka producentów kształtowników spowodowała, że dziś wielu z nich wręcz zabiega o klientów na rynku, bo poprzedni odeszli do konkurencji – opowiada Andrzej Hondo.

Podkreśla, że w kryzysie priorytetem powinno być partnerstwo, nie wojna cenowa.

PARTNEREM PUBLIKACJI JEST E.LINK