

Executive

3/2022 ISSN 2720-4499
www.executiveclub.pl

MAGAZINE

**VIII EDYCJA
SUSTAINABLE
ECONOMY SUMMIT**
Relacja z konferencji

**TRANSFORMACJA
ENERGETYCZNA
SZANSĄ DLA
PRZEMYSŁU**

**JAK INFORMOWAĆ
O ASPEKTACH ESG
W PRZEDSIĘBIORSTWIE?**

A portrait of Katarzyna Byczkowska, a woman with blonde hair and black-rimmed glasses, wearing a white button-down shirt. She is smiling slightly and looking directly at the camera.

**KATARZYNA
BYCZKOWSKA**

DYREKTORKA ZARZĄDZAJĄCA BASF POLSKA

The Hilti logo is displayed in white capital letters within a red rectangular box in the top right corner of the advertisement.

HILTI

OPTIMALIZACJA PRODUKTYWNOŚCI NIE JEST PROSTA



NURON

Innowacyjny system akumulatorowy 22 V przeznaczony do lekkich i ciężkich prac budowlanych i montażowych. Większa wydajność, dłuższy czas pracy i wyższa produktywność dzięki łączności bezprzewodowej. Dowiedz się więcej na hilti.pl

Zeskanuj
kod QR, aby
dowiedzieć
się więcej!



Drodzy Czytelnicy

Mamy ogromną przyjemność przekazać w Wasze ręce kolejne wydanie Executive Magazine. Tematami, którym tym razem poświęciliśmy szczególną uwagę są kwestie cyberbezpieczeństwa, prognozy makroekonomiczne w dobie kryzysu energetycznego, a także dalsze rozważania odnośnie zrównoważonego rozwoju. Szereg tak różnorodnych wydarzeń w obecnym roku z pewnością będzie miał wpływ na kluczowe decyzje zarówno przedsiębiorców, jak i konsumentów, z czym warto być zaznajomionym.

W tym wydaniu czeka na Was wywiad z Panem Jackiem Siwińskim, Prezesem Velux Polska, który opowie jak firma radzi sobie z redukcją śladu węglowego. Polecamy również materiał poświęcony Michelin Polska, to obszerny wywiad, którego udzielił nam Juan Antonio Alvarez-Ossorio, Prezes Zarządu Michelin Polska i Dyrektor Generalny fabryki opon Michelin w Olsztynie. Z kolei rozmowa z Panią Katarzyną Byczkowską z okładki wydania, Dyrektorką Zarządzającą BASF Polska, zapozna Was z 30-letnią działalnością firmy, jej niezawodnością oraz koncepcją rozwoju, również w kontekście ESG.



Na końcowych stronach znajdziecie relacje z VIII edycji konferencji „Sustainable Economy Summit”, podczas których eksperci ze świata biznesu i nauki poruszali zagadnienia związane m.in. ze zmianami klimatycznymi, gospodarką obiegu zamkniętego, finansowaniem zielonych inwestycji czy też społeczną odpowiedzialnością biznesu.

Pozdrawiamy i życzymy miłej lektury!

A handwritten signature in black ink, reading 'Beata Radomska'.

Beata Radomska
CEO, Executive Club

Dear Readers

We have a great pleasure to present you the next publication of the Executive Magazine. The topics we have devoted special attention this time are cybersecurity issues, macroeconomics projections in the era of energy crisis, as well as further considerations on sustainable development. The series of such various events this year, will surely have an impact on key decisions of both entrepreneurs and consumers, which is worth being familiar with.

In this publication, an interview with Mr. Jacek Siwiński, President of Velux Polska, is waiting for you, who will tell you how the company deals with the reduction its carbon footprint. We also recommend the material devoted to Michelin Polska, it is an extensive interview given by Juan Antonio Alvarez-Ossorio, President of the Management Board of Michelin Polska and General Director of the Michelin tire factory in Olsztyn. In turn, an interview with Ms Katarzyna Byczkowska, Managing Director of BASF Polska, from the cover of the publication, will introduce you to the company's 30-year activity, its reliability and development concept, also in terms of ESG.

On the end pages you will find reports from the 8th edition of the "Sustainable Economy Summit" conference, during which the experts from the world of business and science discussed issues related to, among others, climate change, circular economy, financing green investments or corporate social responsibility.

I wish you an interesting reading!

A handwritten signature in black ink, reading 'Beata Radomska'.

Beata Radomska
CEO, Executive Club



Wywiad / Interview

- 06 Katarzyna Byczkowska**
Dyrektorka Zarządzająca BASF Polska
Managing Director at BASF Polska
- 12 Adam Gałach**
Prezes Galach Consulting
President of Galach Consulting
- 16 Paweł Strączyński**
Wiceprezes Banku Pekao S.A. nadzorujący
Pion Finansowy
Vice President of Bank Pekao S.A. supervising
the Financial Division
- 20 Jacek Siwiński**
Prezes VELUX Polska
President of VELUX Poland
- 24 Sylwia Biliska**
General Manager Edenred Polska
- 26 MAGDALENA SIDOROWICZ**
Dyrektor Sprzedaży Arche / Director of Sales at Arche
- 
- Jak wygląda rynek inwestycji w apartamenty hotelowe?**
How does the investment market in hotel apartments present itself?
- 30 dr Paweł Żuk**
Prezes Centrum Medyczno-Diagnostycznego
w Siedlcach
President at the Medical and Diagnosis Centre in Siedlce
- 32 Cezary Przygodzki**
Partner kierujący zespołem Prawa Podatkowego
w warszawskim biurze kancelarii Dentons
Partner, Head of Tax at Dentons' Warsaw
- 38 Kinga Nowakowska**
Członkini zarządu i dyrektor operacyjna
w Grupie Capital Park
Member of the Management Board and Chief Operating
Officer at Capital Park Group

GREEN INDUSTRY

44 FIRMY KORZYSTAJĄCE Z CHMURY HYBRYDOWEJ CZTERY RAZY SZYBSZE WE WDRAŻANIU TRANSFORMACJI CYFROWEJ

HYBRID CLOUD LEADERS FOUR TIMES MORE
LIKELY TO ACHIEVE RAPID DIGITAL



48 NANOSREBRO metal na wagę zdrowia

NANOSILVER precious metal

50 APA Group udostępnia poradniki technologiczne w formie ebooków

APA Group provides technological guides in the form
of e-books

52 Frontem do innowacji. Instytucje naukowe w programach NCBR

Face towards innovation. Academic institutions
in the National Centre for Research and Development
(NCBR) programs

60 BANKI ENERGII ODNAWIALNYCH JAKO REMEDIUM NA WZROST KOSZTÓW PROWADZENIA BIZNESU

RENEWABLE ENERGY BANKS AS A REMEDY
TO RISING COSTS OF MANAGING BUSINESS



Executive

MAGAZINE

Wydanie: 3/2022
Issue: 3/2022

ISSN 2720-4499

Executive Club sp. z o.o.
ul. Jarosława Dąbrowskiego 67/2, 02-561 Warszawa
e-mail: biuro@executiveclub.pl

Druk / Print
Drukarnia Standruk

Media / PR

Janusz Gil
janusz.gil@executiveclub.pl
tel: (+48) 570 105 464

Anastazja Lach
anastazja.lach@executiveclub.pl
tel: (+48) 509 031 577

Partnerstwo / Partnership

Mirosław Witkowski
miroslaw.witkowski@executiveclub.pl
tel: (+48) 510 105 474

Członkostwo w Klubie / Membership

Monika Czub
monika.czub@executiveclub.pl
tel: (+48) 509 031 577

Grafika / Layout

Wojciech Kownacki
wojciech.kownacki@executiveclub.pl
tel: (+48) 605 302 177

Leader's Insight

- 64** **Mamy przed sobą fantastyczną przyszłość**
We have a great future ahead of us

70 **TWORZYM WIĘZI, KTÓRE MAJĄ ZNACZENIE**
CREATING MEANINGFUL CONNECTIONS



- 76** **„Rynek pracownika” ma się dobrze i pracodawcy powinni się z tego cieszyć!**
„Workers market” is doing well and employers for that reason should be happy!

- 80** **Czas wyzwań transformacja energetyczna szansą dla przemysłu**
Challenging times energy transition an opportunity for industry

ESG

88 **PROGRAM INPOST GREEN CITY**
ROLA BIZNESU NA RZECZ ZRÓWNOWAŻONEGO
ROZWOJU POLSKICH MIAST
PROGRAM GREEN CITY
BY INPOST ROLE OF BUSINESS
IN SUSTAINABLE GROWTH OF POLISH CITIES

- 92** **W BOLIX S.A. społeczna odpowiedzialność nie jest tylko hasłem**
For BOLIX S.A. corporate social responsibility is not just a catchphrase

- 96** **OKNA PIONOWE FAKRO Innoview**
VERTICAL WINDOWS FAKRO Innoview

- 100** **ROHLIG SUUS Logistics z pierwszym raportem ESG**
ROHLIG SUUS Logistics with first ESG report

- 104** **Zielona transformacja w świecie finansów**
Green transformation in the world of finance

- 108** **Energia elektryczna pod kontrolą**
Electricity under control

- 110** **Jak informować o aspektach ESG w przedsiębiorstwie**
How to inform about ESG aspects in the companies?

CSR

114 **JAK PODNIEŚĆ ŚWIADOMOŚĆ**
FINANSOWĄ POLAKÓW
HOW TO RAISE FINANCIAL
AWARENESS OF POLES



- 118** **eMI.GOLF Trener golfa na wyciągnięcie ręki**
eMI.GOLF The golf coach is at your fingertips

- 122** **Jak waloryzować publiczne kontrakty budowlane?**
How to valorize public construction contracts?

- 126** **Kompleksowe i innowacyjne rozwiązania oraz urządzenia biznesowe dla firm w świecie po pandemii**
Comprehensive and innovative enterprise solutions and devices for successful businesses in a post-pandemic world

- 130** **Masz dług? Uciekaj w chmurę**
Do you have debt? Escape to the cloud

- 134** **Nadal mamy problem z ochroną danych osobowych**
We still have a problem with data protection

- 136** **Ponad 750 tysięcy złotych dla Polskiej Akcji Humanitarnej i Fundacji Centrum Praw Kobiet.**
More than PLN 750 000 raised for Polish Humanitarian Action and the Women's Rights Centre Foundation

Relacja / Report

138 **RELACJA Z VIII EDYCJI KONFERENCJI**
SUSTAINABLE ECONOMY SUMMIT
8TH EDITION OF THE CONFERENCE
SUSTAINABLE ECONOMY SUMMIT



BASF W POLSCE: WSPÓŁPRACA, INNOWACJE, ROZWÓJ.

WYWIAD Z PANIĄ KATARZYNĄ BYCZKOWSKĄ,
DYREKTORKĄ ZARZĄDZAJĄCĄ BASF POLSKA



KATARZYNA BYCZKOWSKA
Dyrektorka Zarządzająca BASF Polska

BASF POLSKA OBCHODZI W TYM ROKU SWOJE 30-LECIE. JAKIE WYDARZENIA NA PRZESTRZENI LAT OKAZAŁY SIĘ DLA WAS TZW. KAMIENIEM MIŁOWYM?

Firma BASF Polska powstała w 1992 roku i na przestrzeni 30 lat zmienialiśmy się w wielu obszarach. Dzięki strategii biznesowej, dostosowanej do potrzeb polskiego rynku oraz innowacyjnym rozwiązaniom dostarczonym niemal do wszystkich branż polskiego przemysłu, już w 2010 roku osiągnęliśmy 500 mln EUR obrotu. W kolejnych latach rozszerzyliśmy swoją obecność w Polsce poprzez nabycie w 2011 firmy Cognis (rozwiązania dla przemysłu kosmetycznego). Rok 2014 przyniósł rozwój działalności produkcyjnej firmy poprzez budowę w Środzie Śląskiej pod Wrocławiem największego zakładu produkcji katalizatorów samochodowych

wych BASF w Europie. Pod koniec 2016 roku, dzięki nabyciu firmy Chemetall (wiodącego dostawcy w zakresie chemicznej obróbki powierzchniowej), BASF ponownie znacząco rozszerzył swoją obecność biznesową w Polsce. W ostatnich latach zespół BASF Polska powiększył się dwukrotnie. Dziś firma zatrudnia blisko 750 pracowników, a wartość jej sprzedaży za 2021 rok wyniosła 1 412 mln Euro. Przy wzroście biznesowym nie zapominamy także o rozwijaniu działań skierowanych do społeczeństwa, realizując strategię edukacyjną firmy – od ponad 10 lat współpracujemy z Centrum Nauki Kopernik, a także realizujemy programy edukacyjne z wieloma uczelniami w Polsce.

JAKIE SĄ WASZE PLANY NA KOLEJNE LATA? CZY W OBECNYCH CZASACH, KIEDY SYTUACJA GOSPODARCZA ZMIEŃ SIĘ TAK DYNAMICZNIE MOŻNA JESZCZE PLANOWAĆ DŁUGOFALOWE STRATEGIE?

Naszą globalną strategią już od wielu lat jest tworzenie chemii dla zrównoważonego rozwoju. Globalnie i lokalnie skupiamy się na tworzeniu i implementacji innowacyjnych produktów zgodnych z tą właśnie strategią niezależnie od wyzwań, które stawia przed nami sytuacja gospodarcza. W naszych planach koncentrujemy się m.in. na rozwiązaniach dla gospodarki obiegu zamkniętego czy dążeniu do zero-emisyjności. BASF wspiera cele Europejskiego Zielonego Ładu i ambicje Europy w dążeniu do neutralności klimatycznej, poprzez dostarczanie innowacji, takich jak materiały izolacyjne do energooszczędnych domów, materiały do elektromobilności, czy rozwiązania cyfrowe dla zrównoważonego rolnictwa.

OCHRONA KLIMATU STANOWI ISTOTNY ELEMENT STRATEGII ROZWOJU BASF, CORAZ WIĘCEJ INWESTORÓW, INSTYTUCJI FINANSOWYCH JAKO SWOICH PARTNERÓW WYBIERA TE ORGANIZACJE, KTÓRE FUNKCJONUJĄ ZGODNIE Z ZALECENIAMI ESG. CO BASF ROBI NA RZECZ KLIMATU, LOKALNYCH SPOŁECZNOŚCI, RÓŻNORODNOŚCI?

W naszej podróży w kierunku neutralności klimatycznej postawiliśmy sobie ambitne cele i dążymy do osiągnięcia zerowych emisji CO₂ do 2050 roku. Zamierzamy zmniejszyć nasze emisje gazów cieplarnianych globalnie o 25% do 2030 r. w porównaniu z rokiem 2018. U podstaw tego długofalowego

procesu leży wykorzystanie nowych technologii, które zastąpią paliwa kopalne, czyli np. rezygnacja z gazu ziemnego na rzecz energii elektrycznej ze źródeł odnawialnych. Większość tych technologii jest opracowywana przez BASF we współpracy z partnerami i obecnie znajduje się w fazie badań pilotażowych lub pierwszych wdrożeń. Powszechne zastosowanie tych technologii będzie w pełni możliwe dopiero po 2030 r. Chcąc przyspieszyć proces redukcji emisji CO₂ przed upływem tego terminu, firma BASF nadal systematycznie wdraża projekty optymalizacyjne w swoich zakładach produkcyjnych. Ponadto BASF będzie stopniowo przechodzić na źródła odnawialne, by zaspokoić swoje potrzeby energetyczne. Firma inwestuje w farmy wiatrowe i fotowoltaiczne, które już obecnie mogą zaspokoić nawet do 20% zapotrzebowania na energię dla fabryk BASF.

Jedną z najważniejszych nowych technologii, nad którymi BASF obecnie pracuje globalnie, są podgrzewane energią elektryczną piece do krakingu parowego. Krakery te odgrywają kluczową rolę w produkcji podstawowych chemikaliów i wymagają znacznej ilości energii do rozłożenia węglowodorów na olefiny i aromaty.

W BASF prowadzimy także szereg projektów, dążących do „zamykania obiegu”, tak aby odpady przerabiać na surowce i ponownie je wykorzystywać. Naszym lokalnym sukcesem jest wprowadzenie na rynek polski folii biodegradowalnej ecovio® M, wykorzystywanej w polowej produkcji warzyw. Jej główną zaletą jest kompostowalność. W odróżnieniu od tradycyjnych foli polietylenowych, nie trzeba jej zbierać z pola i utylizować. Po sezonie produkcyjnym ulega całkowitej biodegradacji. Ecovio® ma zastosowanie także w innych dziedzinach gospodarki np. w produkcji opakowań do żywności, w tym toreb na owoce i warzywa, czy worków przeznaczonych na bioodpady.

Projektem, którym możemy się także pochwalić i w którym my jako BASF Polska mamy swój wkład, jest recykling zużytych opon i przetworzenie ich na olej pirolityczny. To część większego projektu recyklingu chemicznego o nazwie ChemCycling™, stworzonego wraz z naszymi partnerami w 2018.

Warto podkreślić, że na te innowacje i badania w zakresie zrównoważoności BASF zamierza zainwestować tylko do 2030 roku ponad 4 miliardy EUR, co jasno pokazuje, że poza wytyczoną strategią, firma zabezpieczyła już na ten cel znaczący budżet.

W ramach działań ESG skupiamy się także na społecznej odpowiedzialności biznesu. Filarem jest tu działalność edukacyjna, którą od wielu lat prowadzimy z takimi partnerami jak Centrum Nauki Kopernik, czy Politechnika Warszawska. Wspieramy także społeczności lokalne w miejscach działania naszego biznesu. Poczynając od pomocy finansowej czy

produktywnej, np. w pandemii COVID, kończąc na działalności charytatywnej np. przy wsparciu osób z Ukrainy po wybuchu wojny w tym kraju.

Ważną wartością, wpisaną na stałe w globalną strategię BASF, jest różnorodność.

Do 2030 roku BASF planuje zwiększyć odsetek kobiet na stanowiskach kierowniczych do 30 procent na całym świecie. Tymczasem w BASF Polska cele globalne zostały już osiągnięte, a w strukturze zarządczej niemal połowę stanowią kobiety.

Jesteśmy pracodawcą, który w środowisku pracy aktywnie podejmuje działania w celu przeciwdziałania dyskryminacji ze względu na płeć, pochodzenie, sprawność fizyczną, orientację seksualną czy religię. W 2020 roku podpisaliśmy Kartę Różnorodności koordynowaną przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu, tym samym wyrażając swoje poparcie dla idei różnorodności w miejscu pracy, podkreślając istotę tego tematu wśród obecnych i przyszłych pracowników.

ABY PRZEZ TAK WIELE LAT BYĆ LICZĄCYM SIĘ GRACZEM, TRZEBA NIEUSTANNIE SIĘ ROZWIJAĆ, ULEPSZAĆ I OPTYMALIZOWAĆ ZARÓWNO PROCESY PRODUKCYJNE JAK RÓWNIEŻ SAME PRODUKTY. JAK DUŻY NACISK KŁADZIECIE NA DZIAŁANIA R&D?

We współczesnej gospodarce badania i rozwój są kluczowym warunkiem powstawania innowacji. W BASF już od dawna właśnie dział R&D był jednym z najważniejszych, a obecnie tworzy go blisko 10 000 pracowników na całym świecie, czyli dokładnie 9% wszystkich pracowników BASF! To oni, często wspólnie z partnerami naukowymi, czy biznesowymi pracują nad zrównoważonymi rozwiązaniami dla naszych klientów. Korzystamy z rosnących możliwości, jakie daje nam także cyfryzacja i moc superkomputerowa. Jesteśmy światowym liderem w dziedzinie badań i rozwoju przemysłu chemicznego. Dzięki ponad 150-letniej historii innowacji, globalnej obecności i filozofii Verbund (zintegrowanych zakładów produkcyjnych) staramy się służyć przykładem nie tylko w branży chemicznej. Naszym celem jest uwalnianie potencjału chemii w celu rozwiązania niektórych z najbardziej palących wyzwań na świecie takich jak: zrównoważone zaopatrzenie w żywność, e-mobilność, cyrkularność produktów czy zmniejszenie emisji CO₂.

JEST PANI JEDNĄ Z NIEWIELU KOBIET W POLSCE, STOJĄCYCH NA CZELE TAK DUŻEJ KORPORACJI, KTÓRA DODATKOWO REPREZENTUJE SEKTOR PRZEMYSŁOWY. JEST TO NIEMAŁE OSIĄGNIĘCIE BIORĄC POD UWAGĘ, ŻE AŻ 80 PROC. STANOWISK PREZESÓW ZAJMUJĄ OBECNIE MĘŻCZYŹNI. JAK W PRAKTYCE WYGLĄDA PRACA PREZESKI BASF POLSKA? Z JAKIMI WYZWANIAМИ SIĘ WIAŻE?

Jak już wspomniałam wcześniej, w BASF różnorodność jest wpisana w naszą globalną strategię. W BASF Polska współpracuję z zespołem menadżerów i menadżerek,

w którym prawie połowę stanowią kobiety. Bycie prezeską firmy chemicznej stawia przede mną takie same wyzwania jak przed prezesami innych firm chemicznych: np. odpowiadanie na potrzeby rynku i regulacji państwowych czy europejskich. Patrząc z perspektywy osoby kierującej ponad 700 osobową firmą, wyzwaniem jest zarządzanie takim zespołem, wsłuchanie się w potrzeby pracowników i odpowiadanie na nie, czy obserwacja rynku pracy w wymagającym czasie jak pandemia i wojna na Ukrainie.

ODBYŁY SIĘ JUŻ 2 EDYCJE KAMPANII „CHEMIA JEST KOBIEȚĄ”, KTÓREJ BASF JEST POMYSŁODAWCĄ. JAKA BYŁA GENEZA POWSTANIA TEJ KAMPANII?

8 marca 2021 roku, w Międzynarodowy Dzień Kobiet, postanowiliśmy dołożyć swoją cegiełkę do walki ze stereotypami związanymi z postrzeganiem branży chemicznej jako mało „kobiecej”. Pomóc w tym miała kampania „Chemia jest Kobietą”, która prezentowała sylwetki 8 kobiet pracujących w BASF, często na stereotypowo postrzeganych – tzw. męskich stanowiskach. Kampania ma zachęcać kobiety do podejmowania wyzwań, odważnego dążenia do spełniania

marzeń, także tych związanych z mniej popularną czy oczywistą ścieżką kariery. Druga edycja kampanii przedstawiała Polki, które zrobiły globalną karierę w strukturach BASF, a przed nami właśnie trzecia edycja, do której zaprosiliśmy nasze klientki, i w ramach której przedstawimy także wyniki raportu „Kobiety w branży chemicznej”.

ŚWIAT POTRZEBUJE MĄDRYCH I DOBRYCH LIDERÓW, KTÓRZY CHCĄ POZYTYWNIIE ODDZIAŁYWAĆ NA SVOJE OTOCZENIE. CO OZNACZA DLA PANI ODPOWIEDZIALNE PRZYWÓDZTWO?

Odpowiedzialne przywództwo to według mnie takie, w którym ważne jest widzenie świata poprzez pryzmat odpowiedzialności rozumianej jako przyczyna i skutek. To rozwój nie tylko w osobistym wymiarze, ale w kontekście inspirowania i dzielenia się wiedzą. Przekładanie teorii w mądrą praktykę. Słowo „odpowiedzialne” naturalnie wskazuje także na obszar zrównoważonego rozwoju, a nowoczesny lider powinien wiedzieć, że zmiana w kierunku odpowiedzialnego i przyjaznego klimatu biznesu jest obecnie koniecznością.

Katarzyna Byczkowska, Dyrektorka Zarządzająca BASF Polska. Ukończyła studia na Politechnice Wrocławskiej (Magister inżynierii chemicznej) oraz studia MBA na Uniwersytecie w Calgary. Przez 10 lat pracowała dla Dow Chemical na różnych stanowiskach w Warszawie i Londynie, a karierę w BASF rozpoczęła w 2005 roku jako Kierownik Sprzedaży na Europę Północną, w Wielkiej Brytanii. Następnie pełniła funkcje komercyjne w Ludwigshafen, w Niemczech (2006-2007) oraz w Warszawie, gdzie objęła stanowisko Dyrektora Handlowego EUC i Rosji (2008-2012). W latach 2013-2017 została oddelegowana do Barcelony, gdzie pełniła rolę Vice President, Sales & Regional Market Development Iberia. Lata 2017-18 spędziła w Wiedniu jako Head of Controlling and Projects na Europę Centralną. Po powrocie do Polski w maju 2018 roku Katarzyna Byczkowska objęła stanowisko Dyrektorki Zarządzającej BASF Polska, spółki, która jest wśród największych krajowych oddziałów koncernu BASF w Europie. Obecnie BASF Polska to blisko 750 pracowników, a wartość sprzedaży BASF w Polsce za 2021 rok wyniosła 1 412 mln euro.

BASF IN POLAND: COOPERATION, INNOVATION, DEVELOPMENT.

INTERVIEW WITH KATARZYNA BYCZKOWSKA, MANAGING DIRECTOR AT BASF POLSKA

BASF POLSKA IS CELEBRATING ITS 30TH ANNIVERSARY THIS YEAR. OVER THE YEARS, WHAT EVENTS HAVE TURNED OUT TO BE SO-CALLED MILESTONES?

BASF Polska was established in 1992 and we have evolved in many areas over 30 years. Owing to the business strategy tailored to the needs of the Polish market and innovative solutions delivered to almost all sectors of Polish industry, our company reached a turnover of EUR 500 million as early as in 2010. In the following years, we have expanded our

presence in Poland through the acquisition of Cognis (solutions for the cosmetics industry) in 2011. The year 2014 brought further development of the company's production operations through the establishment of the largest BASF car catalyst production plant in Europe, in Środa Śląska near Wrocław. At the end of 2016, owing to the acquisition of Chemetall (a leading supplier in the field of chemical surface treatment), BASF further significantly expanded its business presence in Poland. In recent years, the BASF Polska team has grown

two-fold. Nowadays, the company employs close to 750 employees, and the value of its sales for 2021 amounted to EUR 1,412 million. In terms of business growth, we also do not forget to develop activities aimed at society by implementing the company's educational strategy – we have been working with the Copernicus Science Centre for over 10 years, and we are implementing educational programmes with many universities in Poland.

WHAT ARE YOUR PLANS FOR THE YEARS TO COME? CURRENTLY, AS THE ECONOMIC SITUATION IS CHANGING SO DYNAMICALLY, IS IT STILL POSSIBLE TO PLAN LONG-TERM STRATEGIES?

For many years, our global strategy has been to create chemistry for sustainable development. Globally and locally, we are focusing on the creation and implementation of innovative products that comply with this strategy, regardless of the challenges faced by our economic situation. Our plans focus, among others, on solutions for the circular economy or the goal for zero emissions. BASF supports the objectives of the European Green Deal and Europe's ambitions towards climate neutrality by providing innovations such as insulating materials for energy-efficient homes, materials for electromobility, and digital solutions for sustainable agriculture.

CLIMATE PROTECTION IS AN IMPORTANT ELEMENT OF BASF'S DEVELOPMENT STRATEGY, INCREASINGLY MORE INVESTORS AND FINANCIAL INSTITUTIONS SELECT ORGANISATIONS THAT OPERATE IN LINE WITH THE ESG RECOMMENDATIONS AS THEIR PARTNERS. WHAT IS BASF DOING FOR THE CLIMATE, LOCAL COMMUNITIES AND DIVERSITY?

On our way towards climate neutrality, we have set ambitious goals and we aim to achieve zero CO₂ emissions by 2050. By the year 2030, we intend to reduce our greenhouse gas emissions by 25% compared to 2018 globally. Use of new technologies that will replace fossil fuels, such as the transition from natural gas to electricity from renewable sources underlies this long-term process. The majority of these technologies are being developed by BASF together with partners and are currently at the stage of pilot tests or first implementations. Widespread use of these technologies will be fully feasible only after 2030. To accelerate the process of reducing CO₂ emissions before this deadline, BASF continues to systematically implement optimisation projects in its manufacturing facilities. Additionally, BASF will gradually switch to renewable sources to meet its energy needs. The company is investing in wind farms and photovoltaic farms, which can already satisfy up to 20% of the energy needs of BASF factories.

One of the most important new technologies currently being developed by BASF worldwide are electrically heated steamcracker units. These steamcrackers play a key role in the production of basic chemicals and require significant

amounts of energy to break down hydrocarbons into olefins and aromatic substances.

At BASF, we also have a number of projects aimed at 'closing the cycle' so that waste can be transformed into raw materials and reused. Our local success is the introduction of ecovio® M biodegradable film used in field vegetable production to the Polish market. Its key advantage is compostability. Unlike traditional polyethylene films, it does not need to be collected from the field and disposed of. After the production season, it is completely biodegradable. Ecovio® is also used in other sectors of the economy, e.g. in the production of food packaging, including fruit and vegetable bags or bio-waste bags.

Recycling of used tyres and their processing into pyrolysis oil is a project that BASF Polska has made its own contribution to and one we can proudly boast of. It is part of a larger chemical recycling project called ChemCycling™, developed with our partners in 2018.

It is worth noting that BASF intends to invest over EUR 4 billion in these innovations and research in sustainability by 2030, which clearly demonstrates that, in addition to the set strategy, the company has already secured a significant budget for this purpose.

As part of ESG activities, we also focus on corporate social responsibility. The pillar here is educational activity, which we have conducted with partners such as the Copernicus Science Centre or the Warsaw University of Technology for many years. We also support local communities at sites where our business operates. Starting with financial or product assistance, e.g. in the COVID pandemic, ending with charity activities, e.g. supporting people from Ukraine after the outbreak of the war in that country.



Diversity is a significant value, permanently embedded in the global strategy of BASF. By 2030, BASF intends to increase the ratio of women in management positions to 30 percent worldwide. Meanwhile, the global goals have already been achieved, and women account for almost half of the management structure at BASF Polska.

We are an employer that actively takes action in the work environment to counteract discrimination due to sex, origin, physical fitness, sexual orientation or religion. In 2020, we signed the Diversity Charter coordinated by the Responsible Business Forum, thus expressing our support for the idea of diversity in the workplace, emphasising the relevance of this issue among current and future employees.

TO BE AN IMPORTANT PLAYER FOR SO MANY YEARS, WE NEED TO CONSTANTLY DEVELOP, IMPROVE AND OPTIMISE BOTH PRODUCTION PROCESSES AND THE PRODUCTS THEMSELVES. HOW MUCH DO YOU FOCUS ON R&D ACTIVITIES?

In the modern economy, research and development are a key condition for innovation. At BASF, the R&D department has long been one of the most important ones, and it currently employs nearly 10,000 employees worldwide, or more precisely 9% of all BASF employees! It is these employees who, often together with scientific or business partners, work on sustainable solutions for our clients. We leverage the growing opportunities that digitisation and supercomputing power also provide us with. We are a world leader in research and development of the chemical industry. Owing to more than 150 years of history of innovation, global presence and the philosophy of Verbund (integrated production plants), we strive to set an example not just in the chemical industry. Our goal is to unlock the potential of chemicals to solve some of the most pressing challenges in the world, such as sustainable food supply, e-mobility, circularity of products and the reduction of CO₂ emissions.

YOU ARE ONE OF THE FEW WOMEN IN POLAND WHO IS IN CHARGE OF SUCH A LARGE CORPORATION, WHICH ADDITIONALLY REPRESENTS THE INDUSTRIAL SECTOR. THIS IS QUITE AN ACHIEVEMENT, GIVEN THE FACT THAT AS MUCH AS 80 PERCENT OF LEADERSHIP POSITIONS ARE CURRENTLY HELD BY MEN. WHAT DOES THE WORK OF THE PRESIDENT OF BASF POLSKA LOOK LIKE IN PRACTICE? WHAT CHALLENGES DOES IT ENTAIL?

As mentioned earlier, diversity is part of our global strategy at BASF. At BASF Polska, I work with a team of managers, almost half of whom are women. Being the president of a chemical company poses the same challenges for me as for the presidents of other chemical companies: for example, responding to the needs of the market and national or European regulations. Looking back from the perspective of a person managing a company of over 700 people, the challenge is to manage such a team, listen to the needs of employees and respond to them, or observe the labour market in demanding times, such as the pandemic and the war in Ukraine.

THERE HAVE ALREADY BEEN 2 EDITIONS OF THE 'CHEMISTRY IS A WOMAN' CAMPAIGN INITIATED BY BASF. WHAT WAS THE ORIGIN OF THIS CAMPAIGN?

On 8 March, 2021, on International Women's Day, we decided to contribute to the fight against stereotypes related to the perception of the chemical industry as not very 'feminine'. The 'Chemistry is a Woman' campaign was to help in this respect. It showed the profiles of 8 women working at BASF, often viewed stereotypically – the so-called male positions. The campaign aims to encourage women to take up challenges, to boldly pursue their dreams, including those related to a less popular or obvious career path. The second edition of the campaign presented Polish women who made a global career in BASF structures, and the third edition is upcoming. We have invited our clients and we will also present the results of the 'Women in the chemical industry' report.

THE WORLD NEEDS SMART AND GOOD LEADERS WHO WANT TO HAVE A POSITIVE IMPACT ON THEIR COMMUNITIES. WHAT DOES RESPONSIBLE LEADERSHIP MEAN TO YOU?

In my opinion, responsible leadership is one in which it is important to see the through the prism of responsibility understood as cause and effect. It is development not only in the personal dimension, but in the context of inspiring others and sharing knowledge. It means putting theory into wise practice. The word 'responsible' naturally also points to the area of sustainable development, and a modern leader should know that a change towards responsible and climate-friendly business is currently a necessity.

Katarzyna Byczkowska, Managing Director BASF Polska. Graduate of Wrocław University of Technology (chemical engineering processes) and Calgary University (MBA studies). She has spent 10 years in DOW Chemical on various positions in Warsaw and London. Katarzyna has started BASF career in 2005 in UK as a Head of Sales for UK & Nordics. Next 2 years Mrs. Byczkowska spent in Ludwigshafen (BASF Headquarter) and following years (2008-2012) in Warsaw on the position of Head of Sales for EUC & Russia. In 2013-2017 she has been delegated to Spain as a Vice President, Sales & Regional Market Development Iberia. And finally in 2017-18 Mrs. Byczkowska came to Vienna to work as a Head of Controlling and Projects for Central Europe. After coming back to Poland (May 2018) Katarzyna Byczkowska started her job as a Managing Director BASF Polska which is still one of the largest BASF legal entities in Europe. Currently BASF Polska has almost 750 employees and sales figures of 1 412 million EUR in 2021.

WE ARE TRANSPORT MANAGERS
WE ACT EUROPE-WIDE
WE FOCUS ON INNOVATION



WE PROVIDE SECURITY
WE CARE ABOUT EDUCATION
WE SAVE THE PLANET



**WE LOOK FORWARD FOR MORE.
LET'S DO IT TOGETHER**

O SPECJALISTACH DS. CYBERBEZPIECZEŃSTWA, A TAKŻE ZABEZPIECZENIU ORGANIZACJI PRZED ATAKIEM CYBERNETYCZNYM

MÓWI ADAM GAŁACH, PREZES GALACH CONSULTING



ADAM GAŁACH
Prezes
Galach Consulting

JAK DEFICYT PRACOWNIKÓW IT WPŁYWA NA CYBERBEZPIECZEŃSTWO PRZEDSIĘBIORSTW?

Odpowiedź jest pozornie prosta – negatywnie. Problem jest jednak zdecydowanie bardziej złożony. Nie każda organizacja może sobie pozwolić na utrzymywanie specjalistów zajmujących się wyłącznie cyberbezpieczeństwem. O ile w przypadku dużych organizacji tworzenie dedykowanych stanowisk lub nawet działów zajmujących się tą tematyką powoli staje się standardem, o tyle w przypadku mniejszych podmiotów odpowiedzialność za działania związane z ochroną przed cyberatakami spoczywa na pracownikach służb informatycznych, przede wszystkim administratorach systemów.

W związku z tym byłoby dobrze, gdyby ci pracownicy posiadali odpowiednie kompetencje i mieli czas na zajmowanie się również zabezpieczeniem systemów informatycznych. W praktyce niestety często brakuje jednego i drugiego. Wydawać by się mogło, że przy powszechnym dostępie do materiałów, również darmowych, poświęconych problematyce cyberbezpieczeństwa, zbudowaniem kompetencji w tym zakresie nie powinno być problemu, ale nasze obserwacje wskazują niestety na coś wręcz przeciwnego.

Z zabezpieczeniem systemów informatycznych jest trochę tak jak z ubezpieczeniem. Wydaje się być niepotrzebne, dopóki nie wydarzy się jakiś incydent. Niestety, mam wrażenie, że w ten sposób problem cyberbezpieczeństwa jest postrzegany w mniejszych organizacjach, czego przykładem są chociażby doniesienia prasowe dotyczące ataków na, co poniektóre, urzędy samorządu terytorialnego.

Podsumowując – optymalnym rozwiązaniem jest zatrudnienie osób dedykowanych do zajmowania się zabezpieczeniem organizacji przed atakami cybernetycznymi. Jeżeli jednak nie jest to możliwe – czy to ze względu na ograniczenia budżetowe, czy też ze względu na niedostępność właściwych kandydatów – zadania te powinny być powierzone administratorom.

Alternatywnym lub dodatkowym rozwiązaniem może być skorzystanie ze wsparcia zewnętrznego – czy to w zakresie wykonywania części zadań związanych z zarządzaniem cyberbezpieczeństwem lub też w celu doradzania oraz nadzorowania wykonywanych przez administratorów czynności.

W OSTATNICH KILKU LATACH MAMY WYSYP PROPOZYCJI KURSÓW I SZKOLEŃ, KTÓRYCH CELEM JEST WYEDUKOWANIE I PRZEKwalifikowanie Osób, które do tej pory nie miały styczności z IT. Różnego rodzaju szkoły programowania obiecują szkolenia kusząc późniejszymi wysokimi wynagrodzeniami na rynku. Czy pana zdaniem osoby, które ukończyły tego rodzaju kursy posiadają odpowiednią wiedzę i kompetencję, aby móc pracować jako specjaliści ds. cyberbezpieczeństwa?

Trudno w sposób jednoznaczny odpowiedzieć na to pytanie, ponieważ kursy i szkolenia są bardzo różne. Sądę jednak, że warto zwrócić uwagę na kwestię posiadania podstawowej wiedzy, bez której trudno stać się specjalistą. Nie wyobrażam sobie, jak można zajmować się zabezpieczeniem systemów informatycznych bez znajomości chociażby zasad funkcjonowania systemów operacyjnych czy protokołów sieciowych. To jednak nudne, dużo ciekawsze jest przecież uruchomienie oprogramowania, które umożliwi zaatakowanie systemu. W efekcie mamy operatorów narzędzi służących do testowania zabezpieczeń, którzy uważają, że wiedzą, który przycisk nacisnąć. Tak jak wcześniej powiedziałem – nie chcę generalizować, ale obawiam się, że z takimi przypadkami możemy niejednokrotnie się spotkać.

Chciałbym również wspomnieć o problemie utożsamiania specjalisty do spraw cyberbezpieczeństwa z pentesterem. O ile przeprowadzanie testów penetracyjnych sprawdzających odporność infrastruktury

informatycznej na próby ataków jest bez wątpienia ważne, o tyle z perspektywy organizacji chcącej chronić swoje systemy ważniejszym jest, żeby mieć na pokładzie kogoś, kto wie jakie zabezpieczenia wdrożyć, jak wykryć symptomy ataku i wreszcie w jaki sposób poradzić sobie z incydem. Jeżeli kurs obejmuje jedynie techniki ataków to takiej wiedzy prawdopodobnie na nim nie pozyskamy.

W TAKIM RAZIE JAKIE KOMPETENCJE POWINIEN POSIADAĆ SPECJALISTA DS. CYBERBEZPIECZEŃSTWA? CZY SĄ JAKIEŚ WARUNKI KONIECZNE (MUST HAVE), DZIĘKI KTÓRYM WIEMY, ŻE DANY CZŁOWIEK JEST SPECJALISTĄ PRAWDZIWYM, A NIE UDAWANYM?

Zależy czym taki specjalista miałby się zajmować. Inne wymagania będziemy stawiali konsultantowi, który ma zajmować się testami bezpieczeństwa, inne osobie mającej monitorować systemy i wykrywać próby ewentualnych ataków, jeszcze inne specjaliście weryfikującemu bezpieczeństwo kodu tworzonego oprogramowania. Co do weryfikacji kompetencji – na szczęście jest szereg certyfikatów potwierdzających posiadaną wiedzę, do których otrzymania wymagane jest zarówno zdanie egzaminu, jak i posiadanie udokumentowanego doświadczenia zawodowego. Chyba najbardziej przekrojowym, obejmującym szereg domen bezpieczeństwa – poczynając od zarządzania bezpieczeństwem, poprzez szeroko pojęte bezpieczeństwo teleinformatyczne, a kończąc na zabezpieczeniu budynków i pomieszczeń – jest CISSP (Certified Information Systems Security Professional). Na pewno warto zwrócić uwagę na

certyfikaty ISACA, takie jak CISA (Certified Information Systems Auditor) czy CRISC (Certified in Risk and Information Systems Control). Jest również szereg specjalistycznych certyfikatów, dotyczących poszczególnych dziedzin cyberbezpieczeństwa, które powinien posiadać specjalista, adekwatnie do zadań, które mają mu być zlecone. W naszej firmie dbamy o to, aby konsultanci, wraz z rozwojem swoich kompetencji, zdawali egzaminy branżowe kończące się otrzymaniem jednego z takich certyfikatów.

Zatrudniając specjalistę ds. cyberbezpieczeństwa trzeba oczywiście zwrócić uwagę na przebieg jego kariery zawodowej, aczkolwiek życiorys zawodowy może być mylący. Osobiście spotykałem się z sytuacjami, gdy osoby pracujące na stanowiskach, których nazwy wskazywały na znaczne zaangażowanie w problematykę bezpieczeństwa systemów informatycznych, bynajmniej nie miały z tą dziedziną wiele do czynienia.

Na koniec – dobrze byłoby, żeby kandydat posiadał doświadczenie w pracy dla organizacji zbliżonej do tej, która prowadzi rekrutację – zarówno z uwagi na skalę organizacji jak i branży, w jakiej działa. To samo dotyczy zresztą sytuacji, w której decydujemy się na skorzystanie ze wsparcia wyspecjalizowanej firmy zajmującej się problematyką cyberbezpieczeństwa – co może być w praktyce prostszym, szybszym i – w ogólnym rozrachunku – tańszym rozwiązaniem.

Adam Gałach – jest twórcą, współwłaścicielem i prezesem zarządu Galach Consulting Sp. z o.o. Zagadnieniami bezpieczeństwa teleinformatycznego zajmuje się zawodowo od ponad 25 lat. Przed utworzeniem, w 2004 roku, firmy Galach Consulting, pracował w jednym z globalnych koncernów, gdzie kierował międzynarodowym programem budowy centrum kompetencyjnego w zakresie cyberbezpieczeństwa. Wraz ze swoim zespołem realizował projekty dla instytucji rządowych i samorządowych, a także firm reprezentujących szerokie spektrum sektorów gospodarki – poczynając od banków i instytucji finansowych, poprzez różnorakie firmy usługowe, kończąc na szeroko rozumianym przemyśle. Posiada uznane certyfikaty branżowe, jest autorem szeregu książek i artykułów poświęconych problematyce zarządzania bezpieczeństwem informacji i cyberbezpieczeństwem. Ma słabość do ciężarów w wolnych chwilach trenuje trójbój siłowy.



REGARDING SPECIALISTS IN THE FIELD OF CYBERSECURITY, AND SECURING COMPANIES FROM CYBERATTACKS

SAYS ADAM GALACH, PRESIDENT OF GALACH CONSULTING

HOW DOES A DEFICIT IN IT PERSONNEL AFFECT CYBER-SECURITY IN ENTERPRISES?

The answer is very simple – negatively. The problem is definitely much more complex. Not every organization can allow itself to hire and keep cybersecurity specialists who deal exclusively with cybersecurity. In cases of large organizations that create positions or entire departments dedicated to dealing with this growing problem, is slowly becoming the new norm, regarding smaller businesses when it comes to dealing with protection from cyberattacks rests with IT personnel and especially with all the systems administrators. Therefore, it would be beneficial if these personnel possessed the proper competences and had time to deal with securing the information technology systems. In practice, unfortunately, there is a lack in both competences. It may seem that in readily available access to materials, ones free of charge included, dedicated to the challenges of cybersecurity, building competences in this field, should not be a problem, although, through our observations point to a whole different scenario.

With securing information technology systems, is in some respects like with insurance. Appears to be unnecessary until an unfortunate incident occurs. Unfortunately, I have a feeling that the problem with cybersecurity in smaller organizations is dealt with in a similar matter, example being, press agencies reporting on attacks, sometimes even on local government offices.

In summary – the optimal solution is employing personnel dedicated to dealing with security of an organization before cyberattacks. If however this is not possible – whether it is because of budget issues, or because of lack of suitable candidates – these responsibilities should be laid upon the administrators.

An alternative or additional solution could be taking advantage of outside support – whether it is in the range of administering a part of those duties related to Cybersecurity management or with the aim to advise or oversee actions undertaken by the administrators.

IN RECENT YEARS WE HAVE A SURGE IN PROPOSED COURSES AND TRAININGS THAT SERVE PURPOSE TO EDUCATE AND RETRAIN PERSONNEL, WHOM HAVE NEVER BEFORE HAD ANY PREVIOUS EXPERIENCE WITH IT. VARIOUS KINDS OF PROGRAMMING SCHOOLS PROMISE COURSES, WHILST TEMPTING WITH EVENTUAL HIGH PAYING JOBS IN THE MARKET. ACCORDING TO YOU, PERSONS THAT HAVE COMPLETED THESE TYPES OF COURSES, POSSESS PROPER KNOWLEDGE AND COMPETENCES TO WORK AS CYBER-SECURITY SPECIALISTS?

It is difficult to give a substantial and satisfying answer to this question, because courses and schools vary greatly. In my opinion, it is worth noting fact that possessing basic knowledge, without which it is hard to become a specialist.

I could not possibly imagine how one could undertake information technology systems security without knowledge of even basic operating systems functionality or web protocols. It is boring, a lot more interesting would of course be activating a hacking program to get into a system to attack it.

In effect we have tools for person who know how to use them in testing security systems, who think they know which key or button to press. As I have mentioned earlier – I do not want to generalize, but I'm weary that we will come across this type of situation more often than not.

I would also like to mention the problem of mistaking a Cybersecurity specialist with a PenTester. Of course, conducting a penetrating test that checks the durability of digital infrastructure for attempted attacks is no doubt important, but more important, from the perspective of the organization wanting to protect its systems, to have on board somebody that knows how to implement protection, how to detect symptoms of an attack and finally, how to deal with an incident.

If the course envelops only attack methods, then we will not come across this topic during a course.



IN THAT CASE, WHAT COMPETENCES SHOULD A SPECIALIST HAVE IN THE FIELD OF CYBERSECURITY? ARE THERE ANY MUST-HAVE CONDITIONS, THANKS TO WHICH WE KNOW THAT THE PERSON IN QUESTION IS REALLY LEGITIMATE SPECIALIST, AND NOT SOME FRAUD?

Depends on what this specialists tasks would be. A consultant would have different requirements from someone who does security tests, others may have to monitor systems and detect any eventual attack attempts, and a specialist that verifies the security of codes created for a program would have even more differentiated responsibilities – luck would have it, there is a whole range of certificates that verify accumulated knowledge, which in order to attain there is a mandatory exam and documented professional experience.

Probably the most wide-ranging, covering multiple security facets – beginning with security management, through broad concept of information technology security and closing out on securing buildings and spaces – this is the so called CISSP (Certified Information Systems Security Professional). It is worth looking into certificates like ISACA, such as CISA (Certified Information Systems Auditor) or CRISC (Certified in Risk and Information Systems Control).

There is also a wide range of special certificates, that deal with specific branches of cybersecurity, which a specialist should possess, adequate to tasks which they will have assigned to them. In our company we make sure that consultants, along with growth in their competences, pass branch exams that result in them attaining these certificates.

Employing a specialist in Cybersecurity, you have to pay attention to the professional career path of the potential employee, however, one's career path can at times be deceiving. I have personally come across situations where persons working in positions whose titles pointed to more substantial experience in problematics of security of information technology systems, at the very least, had very little to do with it.

To conclude – it would be good if the candidate possessed experience in a company related to the one conducting the recruitment process – both in scale of the organization and industry in which it operates. The same can be applied to a situation in which we decide to take advantage of companies that specialize in problematics in cybersecurity – which in practice can be a simpler, quicker – and generally – a cheaper alternative.

Adam Gałach – is the creator, co-founder and president of the board at Galach Consulting S.C. Subjects dealing with information technology safety have been his profession for over 25 years. Before the founding of Galach Consulting in 2004, worked at a global corporation, where he directed the international program for building of a competence centre in the field of cybersecurity. Along with his team he realized projects for government and local authorities, and firms representing a wide spectrum of economy sectors – from banks and financial institutions, through different service companies, to a broad concept of industrial. Possesses recognized industry certificates, is the author of a range of books and articles dedicated to problematics in information security and cybersecurity management. He has a soft spot for weights – in his free time he trains powerlifting.

O INFLACJI, STRATEGII ROZWOJU ESG I SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI

MÓWI PAWEŁ STRĄCZYŃSKI, WICEPREZES BANKU PEKAO S.A.
NADZORUJĄCY PION FINANSOWY



PAWEŁ STRĄCZYŃSKI
Wiceprezes Banku Pekao S.A.
nadzorujący Pion Finansowy

OBECNIE JUŻ 20 MLN POLAKÓW AKTYWNI KORZYSTA Z BANKOWOŚCI INTERNETOWEJ, A Z MOBILNYCH APLIKACJI BANKOWYCH AŻ 14 MLN. W BANKU PEKAO S.A. KŁADZIE BARDZO DUŻY NACISK NA CYFRYZACJĘ I DIGITALIZACJĘ SVOICH USŁUG. CZY WIDAĆ JUŻ WPŁYW TYCH ZMIAN NA WASZYCH KLIENTÓW?

Za dwa lata chcemy, aby 100 procent naszych usług można było realizować z pozycji aplikacji. Wskaźnik digitalizacji i cyfryzacji usług jest jednym z głównych wskaźników realizacji naszej strategii biznesowej. Teraz wskaźnik digitalizacji w banku jest na poziomie 70 procent. Nie rezygnujemy z obsługi w oddziałach i nie zastąpimy jej tylko obsługą cyfrową. Chcemy uzupełnić dotychczasową ofertę tak, by wybór kanałów obsługi zostawić do decyzji klientów. Jeśli będą chcieli odwiedzić oddział albo zostać w domu i bankować z nami w ten właśnie sposób otrzymają ten sam poziom obsługi.

ALE TO TEŻ CHYBA TROCHĘ SIĘ JUŻ ZMIENIA, PONIEWAŻ CORAZ WIĘCEJ OSÓB STARSZYCH POWOLI UCZY SIĘ KORZYSTAĆ ZE ZDALNYCH KANAŁÓW OBSŁUGI.

Tu nie chodzi tylko i wyłącznie o podział wiekowy, nie stygmatyzowałbym osób starszych przypisując im brak zdolności poruszania się w świecie cyfrowym. Relacje bezpośrednie z doradcami są dużą wartością docenianą przez np. przedsiębiorców. Pamiętajmy, że pandemia odcisnęła piętno na relacjach społecznych i często osobisty kontakt jest wynikiem deficytu spotkania z człowiekiem.

JEŻELI CHODZI O SEGMENT KORPORACYJNY TO BARDZO DUŻO FIRM JEST PAŃSTWA KLIENTAMI. W JAKIM KIERUNKU PLANUJECIE IŚĆ?

W tym segmencie jesteśmy absolutnie numerem jeden. Nasz udział w rynku dochodzi do 30 procent. Angażujemy się coraz mocniej w duże projekty. Finansujemy ogromne inwestycje związane z transformacją energetyczną. Chcemy być w tym obszarze bankiem pierwszego wyboru. W przypadku mniejszych przedsiębiorstw, jesteśmy numerem dwa, ale z rosnącą pozycją i zależy nam na tym, żeby cały czas się rozwijać także w tym obszarze. W celach strategicznych założyliśmy również większą akwizycję młodszych klientów. Jesteśmy bankiem systemowym i naszą ambicją jest bycie liderem w każdym segmencie rynku.

CZY DZISIAJ KIEDY SZALEJE INFLACJA, A STOPY PROCENTOWE SĄ SUKCESYWNIE PODNOSZONE TO DOBRY CZAS DLA SEKTORA BANKOWEGO CZY JEST TO RACZEJ OKRES PEWNEGO RODZAJU STAGNACJI KONSUMENCKIEJ?

Inflacja to zjawisko o charakterze ogólnoswiatowym. Jest skutkiem przede wszystkim globalnego wzrostu cen energii i surowców, spowodowanym z jednej strony sytuacją geopolityczną i wojną, z drugiej kierunkami polityki klimatycznej Unii Europejskiej, która chce przyspieszyć transformację energetyczną i przechodzenie na odnawialne źródła energii. Nie bez wpływu na inflację jest przerwanie łańcuchów dostaw ze względu na Covid-19 i wojnę. Rozciąganie łańcuchów dostaw było chybionym pomysłem. Jednak nie jest wszystko jedno, gdzie się produkuje nawet jeśli jest tanio. Opóźniony efekt popytowy to kolejny czynnik wpływający na inflację. Można to zobaczyć np. w branży turystycznej czy gastronomicznej. Po dwóch latach pandemii ruszyliśmy do restauracji, na zakupy, do biur podróży, chcąc po prostu żyć tak, jak przed pandemią. Ten pierwszy efekt opóźnionego popytu jest dodatkowym czynnikiem inflacyjnym. Stopy procentowe oczywiście rosną, pamiętajmy tylko o tym, że inflacja wynosi w tym momencie 16 proc., a stopa bazowa NBP 6,75 proc., czyli realna stopa procentowa ciągle jest ujemna. Dynamika wynagrodzeń jest wyższa niż inflacji.

WIELU UCHODZCÓW MA U WAS KONTA, PONADTO BANK PRZYGOTOWAŁ SPECJALNE ROZWIĄZANIA DLA KLIENTÓW FIRMOWYCH Z UKRAINY, BY POMÓC BEZPIECZNIE ZARZĄDZAĆ FINANSAMI SWOICH FIRM Z POLSKI. JAK WOJNA W UKRAINIE W PANIE OCENIE WPŁYNIE NA SYTUACJĘ BANKU?

Wychodzimy mocno naprzeciw obywatelom z Ukrainy. Nasza aplikacja mobilna oraz obsługa są dostępne w języku ukraińskim. W Banku Pekao obywatele Ukrainy mogą już składać wnioski o przyznanie świadczenia wychowawczego z programu Rodzina 500+ za pomocą serwisu internetowego oraz przez aplikację PeoPay. Bank uprościł maksymalnie procedurę otwarcia kont dla obywateli Ukrainy – wystarczy jeden dokument identyfikujący np. paszport. Za prowadzenie rachunku Bank Pekao nie pobiera opłat.

NA CZYM POLEGA STRATEGIA ESG, KTÓRĄ BANK PRZYJĄŁ W ZESZŁYM ROKU ORAZ JAKIE STAWIA SOBIE CELE?

W strategii ESG przyjęliśmy sobie przede wszystkim większe zaangażowanie w projekty zrównoważone – na co najmniej 30 mld zł. Proszę traktować te liczby jako absolutne minimum. Do roku 2024 chcielibyśmy zaangażować się w projekty niskoemisyjne, zredukować zaangażowanie w aktywa wysokoemisyjne do poniżej jednego procenta portfela.

Nie będzie to masowe wypowiadanie umów czy nieodnawianie umów. Jesteśmy bankiem odpowiedzialnym, bankiem polskim, z udziałem Skarbu Państwa i tak jak banki zagraniczne mają swoich właścicieli, których wola jest wyrażana i realizowana przez zarząd, tak samo my mamy swoich akcjonariuszy i również wsłuchujemy się w to, co oni mówią.

CZYLI JEŻELI NIE BĘDĄ PAŃSTWO MASOWO WYPOWIADAĆ UMÓW TO JAK TO BĘDZIE W TAKIM RAZIE DZIAŁAĆ?

Na pewno nie będziemy angażowali się w nowe projekty z sektorami wysokoemisyjnymi, ale weźmiemy udział w transformacji energetycznej. Podczas forum w Davos, w którym miałem zaszczyt uczestniczyć, Pan Premier Jacek Sasin powiedział, że transformacja energetyczna w Polsce powinna odbyć się z węgla bezpośrednio do OZE z pominięciem paliwa przejściowego. Wybuch wojny na Ukrainie skomplikował te plany. Proces wygaszania aktywów węglowych powinniśmy kontynuować, ale w sposób kontrolowany i bezpieczny, z harmonogramem uwzględniającym obecne warunki i mniejszą ilość dostępnego gazu niż zakładaliśmy. Na pewno musimy przyspieszyć programy budowy OZE i energetyki rozproszonej.

BANK PEKAO S.A. PRZYWIĄZUJE DUŻĄ WAGĘ DO SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI BIZNESU, NA KANWIE KTÓREJ OPRACOWAŁ DODATKOWO „KARTĘ ZASAD”, CZYLI WEWNĘTRZNY ZBIÓR KORPORACYJNYCH WARTOŚCI. CZY MOŻE PAN COŚ WIĘCEJ POWIEDZIEĆ NA TEN TEMAT?

Nasza społeczna odpowiedzialność to odpowiedź banku na cele zawarte w naszej polityce ESG. To kompleksowy dokument oparty na trzech filarach: Środowisko, Zaangażowanie i Ład. Wśród kluczowych aspektów tego ostatniego znalazła się promocja rozwoju, różnorodności i równości pracowników. Najważniejszymi celami w tym kontekście są wzrost satysfakcji oraz zaangażowania. Ich osiągnięciu służą programy rozwojowe, plany sukcesji i powiązany z wynikami atrakcyjny system wynagrodzeń. Priorytetem Pekao jest również dbałość o równouprawnienie, redukcja luki w wynagrodzeniach oraz utrzymanie zrównoważonego poziomu liczby kobiet i mężczyzn na stanowiskach menedżerskich. W pionie finansowym, który nadzoruję, na ośmiu dyrektorów są cztery kobiety. To pokazuje, że nie ma dysproporcji w podejściu do budowania kadry zarządzającej. W całym Banku Pekao trzy czwarte zatrudnionych to panie. Udział pań na wyższych stanowiskach menedżerskich to 57 proc.

Nic więc dziwnego, że nasz bank, trzeci rok z rzędu, zakwalifikował się do indeksu Bloomberg Gender-Equality Index. We wspomnianym rankingu są tylko dwie firmy z Polski.

CHCIAŁABYM SIĘ JESZCZE DOPYTAĆ O AKCJE SPOŁECZNE. CZY BANK PEKAO S.A. ANGAŻUJE SIĘ W RÓŻNEGO RODZAJU POMOC?

W raporcie FOB czyli największym w Polsce cyklicznym przeglądzie inicjatyw firm w zakresie CSR i zrównoważonego rozwoju Bank Pekao został doceniony za wszystkie zgłoszone działania. Limitem było 10, wszystkie wysoko oceniono. M.in. program dla kobiet „Bez cukru”, którego założeniem jest wspieranie i inspirowanie kobiet do rozwoju w życiu i w biznesie czy projekt „MiLOVE biegi z Żubrem”, którego zadaniem, oprócz wzmacniania więzi koleżeńskich między pracownikami, było też zachęcenie ich do aktywności fizycznej i udziału w akcji charytatywnej.

W Banku Pekao kwitnie też wolontariat pracowniczy. Pracownicy edukują i wspierają seniorów zrzeszonych w klubach seniora Polskiego Czerwonego Krzyża. Współpracujemy też ze Stowarzyszeniem SOS Wioski Dziecięce w Polsce.

Doceniono też utworzenie przez bank wirtualnej Galerii Sztuki Banku Pekao, której otwarciu towarzyszyło przekazanie Muzeum na Zamku Królewskim dwóch eksponatów z kolekcji banku o wartości ok. 400 tys. zł.

Paweł Strączyński

Wiceprezes Banku Pekao S.A. nadzorujący Pion Finansowy.

Absolwent UE we Wrocławiu oraz Executive MBA o specjalności zarządzanie przedsiębiorstwem. Posiada bogate doświadczenie menedżerskie.

Pełnił funkcję Prezesa Zarządu Tauron Polska Energia S.A. oraz był Członkiem Rady Zarządzającej PKEE. Wcześniej był Wiceprezesem Zarządu w PGE S.A.

ABOUT INFLATION, ESG DEVELOPMENT STRATEGY AND SOCIAL RESPONSIBILITY

SAYS PAWEŁ STRĄCZYŃSKI, VICE PRESIDENT OF BANK PEKAO S.A.
SUPERVISING THE FINANCIAL DIVISION

CURRENTLY, 20 MILLION POLES ACTIVELY USE INTERNET BANKING, AND AS MANY AS 14 MILLION USE MOBILE BANKING APPLICATIONS. IN BANK PEKAO S.A. YOU PUT A LOT OF EMPHASIS ON THE DIGITIZATION OF YOUR SERVICES. ARE YOU ALREADY SEEING THE IMPACT OF THESE CHANGES ON YOUR CUSTOMERS?

In two years' time, we want 100 percent of our services to be available from the application. The digitization of services index is one of the main indicators of the implementation of our business strategy. Now the bank's digitization rate is at the level of 70 percent. We do not give up service in branches and we will not replace it with only digital service. We want to supplement the current offer so that the choice of service channels is left to the customers' decision. If they want to visit a branch or stay at home and bank with us in this way, they will receive the same level of service.

BUT THIS IS ALSO PROBABLY CHANGING A BIT, AS MORE AND MORE ELDERLY PEOPLE ARE SLOWLY LEARNING TO USE REMOTE SERVICE CHANNELS.

It is not only about the age division, I would not stigmatize the elderly by attributing them to the lack of the ability to navigate in the digital world. Direct relations with advisers are a great value appreciated by, for example, entrepreneurs. Let us remember that the pandemic has left its mark on social relations and often personal contact is the result of a deficit in meeting people.

WHEN IT COMES TO THE CORPORATE SEGMENT, MANY COMPANIES ARE YOUR CUSTOMERS. IN WHAT DIRECTION ARE YOU PLANNING TO GO?

We are absolutely number one in this segment. Our market share is up to 30 percent. We are becoming more and more involved in large projects. We finance huge investments related to the energy transformation. We want to be the bank of first choice in this area. In the case of smaller enterprises, we are the second number, but with a growing position, and we want to keep growing. For strategic purposes, we also assumed greater acquisition of younger clients. We are a system bank and our ambition is to be a leader in every market segment.

IS TODAY, WHEN INFLATION RATES AND INTEREST RATES ARE GRADUALLY RAISED, A GOOD TIME FOR THE BANKING SECTOR OR IS IT RATHER A PERIOD OF SOME KIND OF CONSUMER STAGNATION?

Inflation is a global occurrence. It is mainly the result of the global increase in energy and raw material prices, caused on the one hand by the geopolitical situation and war, and on the other hand by the directions of the European Union's climate policy, which wants to accelerate the energy transformation and transition to renewable energy sources. Supply chains disruption due to Covid-19 and the war has also an impact on inflation. Stretching supply chains was a missed idea. However, it does not matter where it is produced, even if it is cheap.

The lagging demand effect is another factor driving inflation. This can be seen, for example, in the tourism or catering industry. After two years of the pandemic, we went to restaurants, shopping, to travel agencies, just wanting to live as before the pandemic, and this first effect of delayed demand is an additional inflationary factor. Of course, interest rates are rising, let's just remember that inflation is now 16 percent, and the basic interest rate is 6,75 percent, so the real interest rate is still negative. Wage dynamics is higher than inflation.

MANY REFUGEES HAVE ACCOUNTS IN YOUR BANK, AND MOREOVER YOU HAVE PREPARED SPECIAL SOLUTIONS FOR CORPORATE CLIENTS FROM UKRAINE TO HELP SAFELY MANAGE THE FINANCES OF THEIR COMPANIES, DURING THEIR STAY IN POLAND. HOW, IN YOUR OPINION, WILL THE WAR IN UKRAINE AFFECT THE SITUATION OF THE BANK?

We reach out strongly to the citizens of Ukraine. Our mobile application is available in Ukrainian, we also implement support in this language. In Bank Pekao, citizens of Ukraine can now submit applications for child benefit from the Family 500+ program via the website and through the application.

The bank simplified the procedure of opening accounts for Ukrainian citizens as much as possible - one identification document, e.g. a passport, is enough. Bank Pekao does not charge any fees for running it.

WHAT IS THE ESG STRATEGY THAT THE BANK HAS ADOPTED LAST YEAR AND WHAT ARE ITS GOALS?

In the ESG strategy, above all we assumed a greater commitment to sustainable projects - for at least PLN 30 billion. Please treat these numbers as an absolute minimum. By 2024, we would like to engage in low-carbon projects, reduce our exposure to high-carbon assets to less than one percent of the portfolio. It will not be a massive termination of contracts or non-renewal of contracts. We are a responsible bank, a Polish bank, with the participation of the State Treasury, and just as foreign banks have their owners whose will is expressed and implemented by the management board, we also have our shareholders and we listen to what they say.

SO IF YOU DO NOT TERMINATE CONTRACTS EN MASSE, HOW WILL IT WORK?

We will definitely not get involved in new projects with high-carbon sectors, but we will take part in the energy transformation. During the forum in Davos, in which I had the honor to participate, Prime Minister Jacek Sasin said that the energy transformation in Poland should take place from coal directly to renewable energy sources, bypassing this transitional fuel. Today, in this complicated situation that we find ourselves in, we should continue the process of extinguishing coal assets in a controlled and safe manner, but on a

different schedule because we have to take into account that there will be not as much gas as was planned. We definitely need to accelerate the programs for building renewable energy and distributed energy.

BANK PEKAO S.A. ATTACHES GREAT IMPORTANCE TO CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY, ON THE BASIS OF WHICH THE "CHARTER OF PRINCIPLES" WAS ADDITIONALLY DEVELOPED, I.E. AN INTERNAL SET OF CORPORATE VALUES. COULD YOU PLEASE TELL ME MORE ABOUT THIS?

Our social responsibility is the bank's response to the goals contained in our ESG policy. It is a comprehensive document based on three pillars: Environment, Commitment and Orderliness. The key aspects of the latter include the promotion of employee development, diversity and equality. The most important goals in this context are increased satisfaction and commitment. They are achieved through development programs, succession plans and an attractive performance-related remuneration system. Pekao's priority is also to ensure equal rights, reduce the salary gap and maintain a balanced number of women and men in managerial positions. In the finance division that I oversee, there are four women out of eight directors. This shows that there is no disproportion in the approach to building management staff. In the entire Bank Pekao, three-quarters of employees are women.

No wonder that our Bank, for the third year in a row, qualified for the Bloomberg Gender-Equality Index. The share of women in senior management positions is 57 percent. There are only two companies from Poland in the mentioned ranking.

I WOULD ALSO LIKE TO ASK YOU ABOUT SOCIAL CAMPAIGNS. IS BANK PEKAO S.A. INVOLVED IN VARIOUS KINDS OF HELP?

In the FOB report, i.e. the largest cyclical review of corporate initiatives in the field of CSR and sustainable development in a given year, Bank Pekao was recognized for all reported activities. The limit was 10, all activities were highly rated. Including the program for women "Bez cukru", the aim of which is to support and inspire women to develop in life and in business, or the project "MiLOVE biegi z Żubrem", the task of which, in addition to strengthening friendships between employees, was also to encourage them to be physically active and participate in charity action. Employee volunteering is also flourishing at Bank Pekao. Employees educate and support seniors associated in the Polish Red Cross seniors clubs. We also cooperate with the SOS Children's Villages Association in Poland. The bank's opening of the Bank Pekao Virtual Art Gallery, which was accompanied by the donation of two exhibits from the bank's collection to the Museum at the Royal Castle, worth approx. PLN 400,000, was also appreciated.

Paweł Strączyński,

Vice President of the Management Board supervising the Financial Division at Bank Pekao S.A.

A graduate of the Wrocław University of Economics and an Executive MBA with a specialization in business management. He has extensive managerial experience. He was the President of the Management Board of Tauron Polska Energia S.A. and Member of the Management Board of the Polish Electricity Association. Previously, he was the Vice President of the Management Board at PGE S.A.



W DRODZE DO AMBITNEGO CELU

JACEK SIWIŃSKI, PREZES VELUX POLSKA



JACEK SIWIŃSKI
Prezes VELUX Polska

W 2020 ROKU GRUPA VELUX OGŁOSIŁA NOWĄ STRATEGIĘ ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU. PO DRODZE MIELIŚMY TRUDNE LATA ZDOMINOWANE PRZEZ PANDEMIE COVID-19 I WYZWANIA ZWIĄZANE Z DOSTAWAMI. CO ZATEM Z AMBITNYMI CELAMI, CZY UDAJE SIĘ JE WDRAŻAĆ W ŻYCIE?

Mimo wielu wyzwań biznesowych ostatnich dwóch lat, udało nam się uruchomić projekty, które pozwoliły nam wkroczyć na ambitną ścieżkę realizacji strategicznych celów. Nowa Strategia Zrównoważonego Rozwoju 2030 to nasza mapa drogowa na nadchodzącą dekadę. Zakłada osiągnięcie neutralności węglowej do 2030 roku, zmniejszenie o 50% śladu węglowego naszych produktów, czy wyeliminowanie tworzyw sztucznych

jednorazowego użytku ze wszystkich opakowań produktów. Ponadto zwiększymy wykorzystanie odpadów do blisko 100%. Ważna jest również zmiana struktury kupowanej energii elektrycznej na „zieloną”, celem jest 100% prądu z OZE.

Projekty wdrażające te cele w życie zostały rozpoczęte. Już do 2023 r. fabryki VELUX poprawią swoją efektywność energetyczną produkcji oraz przejdą w 100 proc. na odnawialne źródła energii. Dodatkowo firma VELUX będzie wprowadzać innowacje technologiczne, aby zmniejszyć o 50 proc. ślad węglowy swoich produktów i zwiększyć stopień zagospodarowania odpadów do blisko 100 proc. Na stulecie działalności chcemy zneutralizować całą historyczną emisję CO₂.

Aby zrealizować ten cel nawiązaliśmy długofalowe partnerstwo z WWF, w ramach którego przeprowadzamy projekty związane z ochroną i sadzeniem lasów. Pochłoną one z atmosfery takie ilości CO₂, które odpowiadają całemu historycznemu śladowi węglowemu, czyli 5,6 mln ton.

CZY DBAŁOŚĆ O KLIMAT I ŚRODOWISKO TO DLA PRZEDSIĘBIORSTW KWESTIA WYBORU, A MOŻE GWARANCJA ROZWOJU, CZY NAWET PRZETRWANIA?

Trzeba mieć świadomość, że działania firmy na rzecz środowiska i klimatu, mierzenie śladu węglowego, dążenie do neutralności węglowej stanie się powszechną praktyką, a wręcz wymogiem w perspektywie kilku lat, a firmy i całe gospodarki krajowe, które się do tych zmian nie dostosują utracą konkurencyjność na rynku europejskim. Wcześniej firmy rywalizowały między sobą w zakresie cen czy jakości produktów, obecnie coraz ważniejszym aspektem staje się redukcja śladu węglowego.

Zagraniczni kontrahenci wymagają od przedsiębiorstw zdecydowanych deklaracji i zobowiązań dotyczących redukcji śladu węglowego, od czego uzależniają współpracę z nimi w dłuższej perspektywie. Myślę, że to początek ogromnej transformacji sposobu prowadzenia działalności oraz wprowadzania na rynek produktów i rozwiązań. Aby utrzymać konkurencyjność, firmy będą musiały podejmować zrównoważone działania, które obejmą produkcję, łańcuch dostaw, produkty i pracowników. Dzięki takiej strategii my nie tylko zamierzamy utrzymać naszą wysoką konkurencyjność, ale dodatkowo chcemy zwiększać jeszcze przewagę rynkową.

JEDNYM Z KLUCZOWYCH DZIAŁAŃ NA RZEC ŚRODOWISKA JEST DĄŻENIE DO NEUTRALNOŚCI WĘGLOWEJ I MIERZENIE ŚŁADU WĘGLOWEGO. JAKIE ZATEM KROKI POWINNY PODJĄĆ FIRMA, KTÓRA CHCE ZACZĄĆ MIERZYĆ SWÓJ ŚLAD WĘGLOWY?

Osiągnięcie neutralności węglowej wymaga działań na wielu polach, już teraz zarządy powinny wkomponować to w długookresowe strategie i uwzględnić kooperację ze swoimi partnerami w tym zakresie. W pierwszej kolejności rekomendowałbym opracowanie strategii ESG dla organizacji, w której mierzenie własnych emisji może być jedną z miar jej realizacji. W tym procesie można skorzystać z pomocy organizacji, które ustalają standardy i pomagają firmom w znalezieniu najlepszych sposobów do osiągnięcia celów. My przystąpiliśmy do inicjatywy Science Based Targets (SBTi). Dzięki temu stosujemy uznawaną na całym świecie metodologię, która zapewnia jasno zdefiniowaną ścieżkę ograniczania emisji gazów cieplarnianych. Wyzaczyliśmy sobie cele: 100 proc. redukcji emisji gazów cieplarnianych z zakresu 1 i 2 oraz 50 proc. redukcji w zakresie 3 do 2030 r. Tym samym wybraliśmy najbardziej ambitną ścieżkę zatrzymywania ocieplenia klimatu na poziomie 1,5°C.

DLA WIELU FIRM WYZWANIEM W REDUKCJI ŚŁADU WĘGLOWEGO JEST ŁAŃCUCH DOSTAW? JAK GRUPA VELUX RADZI SOBIE W TYM TEMACIE?

Nasza Strategia Zrównoważonego Rozwoju zakłada, że w tym procesie udział wezmą także nasi dostawcy i w ten sposób obniżymy ślad węglowy naszych produktów o 50 proc. do roku 2030. Ścisła współpraca z naszymi dostawcami w zakresie dokumentacji emisji to gwarancja sukcesu w realizacji tego celu. Aby zrozumieć i zmapować nasze emisje z zakresu 3., wraz z naszymi dostawcami zewnętrznymi oraz organizacjami w ramach CDP (Carbon Disclosure Project), a także The Carbon Trust stworzyliśmy centralnie model, którego dostawcy mogą używać w celu dokumentowania swojego śladu węglowego. Dostawcy mogą wykorzystywać nasz model w pracy ze swoimi klientami oraz jako podstawę do własnych strategii redukcji śladu węglowego.

CO BYŁO KROKIEM MIŁOWYM W OSTATNIM CZASIE W REALIZACJI STRATEGII?

Jeden z naszych celów na rok 2030 to zapewnienie opakowań wykonanych z jednorodnego materiału, nadających się w 100% do recyklingu i niezawierających tworzyw sztucznych. Obecnie 90 proc. okien dachowych jest pakowanych bez użycia plastiku. To bardzo ważny kamień milowy na drodze do osiągnięcia strategicznego celu. Dzięki wyeliminowaniu tworzyw sztucznych z opakowań ślad węglowy okna obniżył się o 13 proc. My zaś obniżyliśmy koszty, eliminując aż 900 ton plastiku rocznie z naszych opakowań. Zmiana objęła najpopularniejsze typy okien, wkrótce zmienimy inne opakowania np. rolet i materiałów instalacyjnych.

Opakowania najpopularniejszych okien dachowych VELUX zamiast plastiku zawierają teraz elementy wykonane tylko z papieru i tektury. Zastąpiliśmy kształtki styropianowe, które zabezpieczają okno do transportu kształtkami z tektury o strukturze plastra miodu. Cieszymy się, że pozbawiliśmy opakowania styropianu, bo jest on dość problematycznym odpadem w recyklingu, ponieważ zawiera 98 proc. powietrza, a tylko 2 proc. polistyrenu.

To sprawia, że jego recykling jest mało opłacalny, choćby ze względu na wysokie koszty transportu. Wiele osób nie wie również jak go sortować, a nowe opakowania zdecydowanie upraszczają proces sortowania odpadów po rozpakowaniu okna. Można wyrzucić wszystko do pojemnika na odpady papierowe, unikając sortowania odpadów na poszczególne frakcje.

Coraz więcej firm zdaje sobie sprawę z tego, że branża budowlana ma do odegrania istotną rolę w opanowaniu kryzysu klimatycznego i środowiskowego. Ekologicznych rozwiązań i odpowiedzialnych działań na rzecz środowiska oczekują również klienci. Opakowania to wizytówka środowiskowa firmy, dlatego coraz więcej firm z różnych branż przykładą do tego coraz więcej uwagi.

Jacek Siwiński

Prezes VELUX Polska, odpowiedzialny za planowanie i wdrażanie strategii rozwoju spółki, wyznacza kierunki komunikacji i założenia polityki społecznej odpowiedzialności biznesu. Absolwent Politechniki Warszawskiej, podyplomowych studiów menadżerskich w Szkole Głównej Handlowej, a także programu Executive MBA w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej. Od początku swojej kariery związany z branżą budowlaną.

ON WAY TO AN AMBITIOUS GOAL

JACEK SIWINSKI, PRESIDENT OF VELUX POLAND

IN 2020 VELUX GROUP ANNOUNCED A NEW SUSTAINABLE GROWTH STRATEGY. ALONG THE WAY WE HAVE HAD DIFFICULT YEARS DOMINATED BY THE COVID-19 PANDEMIC AND CHALLENGES RELATED TO SHIPMENTS. SO WHAT ABOUT THE AMBITIOUS GOALS, ANY SUCCESS IN IMPLEMENTING THEM?

Despite many business challenges in the past couple of years, we have managed to activate projects, which allowed us to step on the ambitious patch to realizing strategic goals. New Sustainable Growth Strategy 2030 is our direction map for the upcoming decade. It assumes reaching carbon neutrality by the year 2030, reducing our products carbon footprint by 50%, or completely eliminating plastic, single use products from all product packaging. On top of that we will increase reusing generated waste by nearly 100%. It's also important to change structure of purchased electrical power into green. Our aim is to have 100% of energy from renewable energy sources.

Projects that implement these aims have been started. By as early as 2023 VELUX factories will improve their energy effectiveness in production and will move onto 100% renewable energy sources. Additionally VELUX will begin to put to life technological innovations to decrease our carbon footprint in our products by 50% and increase the level of waste management by nearly 100%. For our company's centennial celebration we want to neutralize our all-time CO₂ emission. To realize this aim we have begun a long term partnership with WWF within which we are working on projects associated with protecting and planting forests. They will absorb huge amounts of CO₂ which are equal to all-time carbon footprint, that is 5,6 million tons.

IS CARING FOR THE ENVIRONMENT AND CLIMATE, A CHOICE FOR INDUSTRIES, PERHAPS A GUARANTEE OF GROWTH, OR EVEN PERSEVERANCE?

You have to be conscious that a company's actions for climate and environment, measuring carbon footprint, striving for carbon neutrality will become a common practice, even a must in the coming few years. Companies and entire nation economies, which do not conform to these changes will not be competitive on the European market. Earlier companies competed with each other in areas such as product pricing, currently reducing ones carbon footprint is becoming the more important aspect. International counterparts demand that industries that decide on the declaration regarding reducing the carbon footprint, from which their cooperation will depend on in the long run.

I think, it is the beginning of major transformation of the way companies will be managed and introducing products and solutions to the market. To remain competitive, companies will have to undertake sustainable actions, which will encompass production, supply chains, products and employees. Thanks to this strategy we not only aim to maintain a high level of competitiveness, but additionally we want to increase our substantial lead on the market.

ONE OF THE KEY ACTIONS IN FAVOUR OF THE ENVIRONMENT IS STRIVING FOR CARBON NEUTRALITY AND MEASURING OUR CARBON FOOTPRINT. COMPANIES THAT WANT TO MEASURE THEIR CARBON FOOTPRINT SHOULD TAKE WHAT NECESSARY STEPS?

Achieving carbon neutrality demands actions in many fields, governing boards now have to start incorporating long term strategies and take into consideration cooperation with their partners in this regard. First order of business, I would recommend incorporating ESG strategies into their organization, with which measuring one's own emissions could be one measure of their realization. During this process you can use the help from organizations that set standards and help companies in finding the best methods for achieving goals. We took on the Science Based Targets (SBTi) initiative. Thanks to this we take advantage of world renowned methodology which guarantees clearly defined path to reducing greenhouse gas emissions. We have set goals for ourselves: 100% reduction in greenhouse gas emissions from scope 1 and 2 as well as 50% reduction in scope 3 up to 2030. In turn we have selected the most ambitious path to slowing down climate change and keeping it at 1,5°C.

FOR MANY COMPANIES THE MAIN CHALLENGE IN REDUCING THE CARBON FOOTPRINT IS THE DELIVERY CHAIN? HOW DOES VELUX COPE WITH THIS SUBJECT?

Our Sustainable Growth Strategy assumes that suppliers will join in on the process, and in this manner we will reduce our products carbon footprint by 50% by the year 2030. Close cooperation with our suppliers in the field of documenting emissions is guaranteed success in achieving this goal. In order to understand and map our emissions from scope 3, along with our external suppliers and organizations within the Carbon Disclosure Project (CDP) and the Carbon Trust we created a central model, which suppliers can access with the aim to document their carbon footprint. Suppliers can take advantage of our model while working with their clients and as a basis for their own strategy in reducing their carbon footprint.

WHAT WAS THE MILESTONE RECENTLY WHILE REALIZING YOUR STRATEGY?

One of our goals for the year 2030 is to ensure materials used for packaging are manufactured from homogenous material, 100% recyclable and containing no artificial materials. Currently 90% of roof windows are packaged without using plastics. It's a very important milestone on the road to achieving our strategic goal. Thanks to eliminating plastic materials from our packaging, our carbon footprint gets reduced to a 13% clip. On the same token we have lowered our costs, eliminating 900 tons of plastic yearly from our packaging. This change included the most popular types of windows, in time we will substitute other

packaging, for example for blinds or materials for installation.

Packaging for the most popular roof windows VELUX instead of plastic now contain elements manufactured only from paper or cardboard. We replaced Styrofoam fittings, which secure windows during transport, with fittings made of cardboard with honeycomb structure. We are glad we have gotten away from Styrofoam fittings, since it is quite problematic as waste in recycling, since 98% of its structure contains air, and only 2% polystyrene. This makes not very profitable, even if only for reasons of costly transport. Very few people also know how to sort it, and the new packaging definitely makes the sorting process of waste

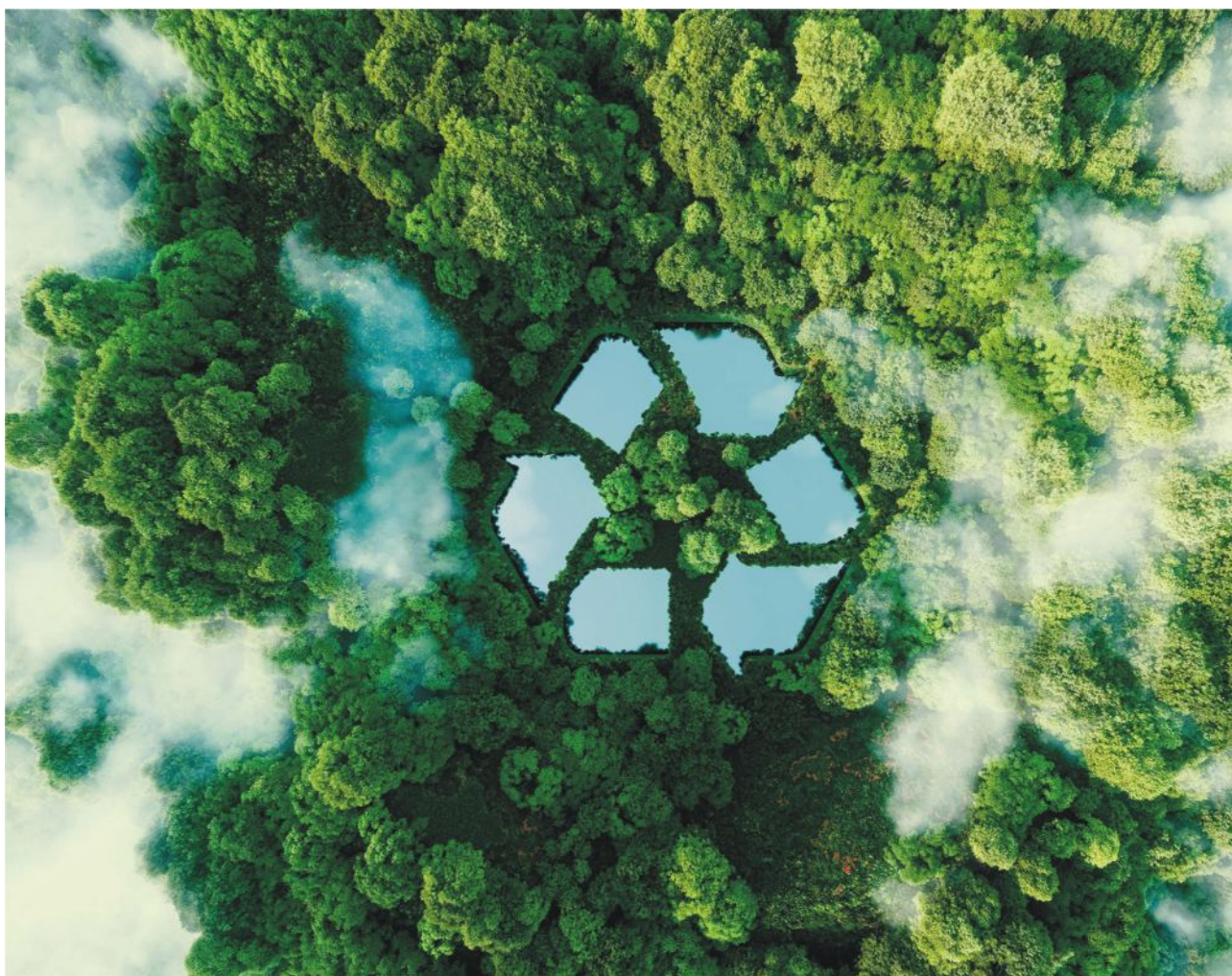
much easier after unpacking the windows. You can dispose of all materials into the waste bin for paper materials, avoiding having to sort waste into particular categories.

More and more companies realize that, the construction industry has a monumental role in controlling the climate and environmental crisis.

Ecologically friendly solutions and responsible actions for our environment are also expected from our clients. Packaging is a environmental calling card of a company, this is why more and more companies from different industries pays close attention to this.

Jacek Siwiński

General Manager of VELUX Poland, responsible for planning and implementing the development strategy of the company, sets the directions of communications and policy guidelines of corporate social responsibility. Graduated Warsaw University of Technology and management studies of Warsaw School of Economics, as well as the Executive MBA program at the Business School Warsaw University of Technology. Experienced manager, from the beginning of his career associated with the construction industry.



KARTA LUNCHOWA UNIWERSALNY I NAJBARDZIEJ POŻĄDANY BENEFIT NA 2023 ROK

SYLWIA BILSKA, GENERAL MANAGER EDENRED POLSKA.



SYLWIA BILSKA

General Manager, Edenred Polska

Edenred to globalna platforma technologiczna, która zmienia lokalne nawyki, a do tego jest liderem w branży benefitów pracowniczych. O to, jakie rozwiązania w tym pomagają, pytamy Sylwię Bilską, dyrektor zarządzającą w Edenred Polska.

OD 20 LAT DOSTARCZACIE POLSKIM FIRMOM POMYSŁY NA BENEFITY PRACOWNICZE. JEDNAK OSTATNIE NARZĘDZIE EDENRED - KARTA LUNCHOWA - WYDAJE SIĘ BYĆ PRZEŁOMOWE. DLACZEGO?

Ponieważ jest czymś absolutnie pożądanym – przez pracodawców i pracowników. Od zawsze współpracujemy z przedsiębiorcami na całym świecie, dzięki czemu poznajemy oczekiwania obu tych grup. Te obserwacje pomagają nam tworzyć wyjątkowe rozwiązania, w tym właśnie Kartę Lunchową. Jej popularności i unikatowości bierze się z uniwersalności – przecież każdy pracownik musi jeść, ale i z wygody: firma przekazuje pracownikom karty płatnicze, z których mogą korzystać u partnerów – w restauracjach, sklepach, czy zamawiając posiłki do domu, bez potrzeby rozliczania papierowych kuponów pod koniec każdego miesiąca.

ZATEM TO KORZYŚCI DLA WSZYSTKICH?

Jak najbardziej. Karta znacząco poprawia satysfakcję pracowników. A lepsze samopoczucie pracownika, to jego większa efektywność! Dodatkowe fundusze przeznaczone na

jedzenie stanowią też odciążenie domowego budżetu. Jak pokazały nasze badania, aż 92 proc. respondentów uznało benefit w postaci dofinansowania posiłków za istotny czynnik w wyborze pracodawcy – oceniają takiego pracodawcę wysoko i bardzo wysoko. Proponując Kartę Lunchową podkreślamy też jej ekonomiczne atuty: pozwala ona zwiększyć dofinansowanie posiłków do 300 zł miesięcznie – a wg polskiego prawa jest to kwota zwolniona z ZUS. W praktyce, jeśli firma zatrudnia 1000 pracowników i każdy otrzymuje dodatkowe 300 zł na Karcie Lunchowej, przedsiębiorstwo, dzięki odliczeniu podatku, zaoszczędzi ponad 700 tys. zł w ciągu roku.

JAK TEN BENEFIT SPRAWDZA SIĘ W PRZYPADKU PRACY ZDALNEJ CZY HYBRYDOWEJ?

W wyniku pandemii miejsce zamieszkania stało się też miejscem pracy – czy to w pełnym czy czasowym wymiarze. Kartą Lunchową można posługiwać się w każdym przypadku – pracy zdalnej czy stacjonarnej. Warto zaznaczyć, że dla wielu pracodawców karta stała się jednym z czynników, którymi chcą zachęcić pracowników do powrotu do biura. Pozwala ona na odbudowanie więzi między ludźmi i integrację zespołów właśnie podczas wspólnych wyjść na lunch w trakcie pracy.

CZY KARTA LUNCHOWA TO WYRÓŻNIK FIRMY?

Sytuacja na rynku pracy bardzo się zmienia. Panuje spora konkurencja i trwa walka działów HR o odpowiednich, wykwalifikowanych pracowników. Benefity zdecydowanie wyróżniają pracodawcę. Karta Lunchowa to wyjątkowa szansa dla przedsiębiorstw, by pokazać się jako nowoczesna firma, która dba o swoich pracowników. To podkreślenie nie tylko troski o zdrowie pracownika, jego codzienny wellbeing, ale też o domowy budżet w czasach szalejącej inflacji.

JAK SYTUACJA WYGLĄDA W POLSCE?

W pierwszych dwóch kwartałach 2022 r. odnotowaliśmy wzrost użytkowników Kart w Polsce o 60 proc. To świetny wynik. Dodatkowym wsparciem dla firm jest zainicjowany przez Edenred projekt For Good.Movement, który współtworzymy z pracodawcami – popularyzując dobrą przerwę na lunch. Co tydzień dostarczamy materiały przygotowane z ekspertami na temat dobrego odżywiania, oraz świadomych wyborów. Zapraszamy by dołączyć się do For Good.Movement – wystarczy napisać na: forgoodmovement@edenred.com.

**Sylwia Bilka,
General Manager w Edenred Polska**

Dynamiczny lider biznesu odnoszący sukcesy w technologii, eCommerce i Payments. Od ponad 15 lat komercjalizuje digital i digitalizuje biznesy na rynkach rozwiniętych i rozwijających się. Obecnie General Manager, Członek Zarządu

Edenred – globalnego lidera rozwiązań technologicznych w obszarach motywacji i angażowania pracowników, a także budowania lojalności w biznesie oraz zwiększania sprzedaży na rynku B2B2C. Doświadczenie zawodowe zdobywała w działach marketingu, sprzedaży i strategii, pracując na poziomie C-level dla firm, takich jak: Tesco Central Europe, PayU Poland i Central Europe, Avon, Philip Morris oraz Oriflame. Członek rad nadzorczych firm technologicznych i FinTech oraz członek zarządu Polskiej Izby Informatyzacji i Telekomunikacji. Od blisko dekady wspiera mentoringiem kobiety i startupy. W 2016 nagrodzona Digital Champion Award przez Forum Liderów Cyfrowego Biznesu, rok później otrzymała tytuł Charyzmatycznego Lidera, nadany przez magazyn WhyStory. Wyróżniona tytułem Strong Woman in IT 2021 r. Prawnik z wykształcenia, absolwentka European Executive MBA.

LUNCH CARD: A FLEXIBLE AND MOST WANTED EMPLOYEE BENEFIT IN 2023

SYLWIA BILSKA, GENERAL MANAGER EDENRED POLSKA

Edenred, a global technology platform that works to change local habits, is also a leader on the employee benefits market. Sylwia Bilka, the managing director at Edenred Polska, tells us about the solutions that are the key for success.

FOR TWENTY YEARS, EDENRED HAS BEEN PROVIDING POLISH COMPANIES WITH IDEAS FOR EMPLOYEE BENEFITS. YOUR MOST RECENT SOLUTION, THE LUNCH CARD, SEEMS TO BE A GAMECHANGER. WHY?

Our Lunch Cards are desired by employers and employees alike. We have a long history of close cooperation with businesses from all around the world, which gives us a good understanding of expectations of companies and their employees. Our insights help us develop unique solutions, such as the Lunch Card. This concept quickly gained popularity because it is practical and easy to introduce; after all, every employee needs a meal during his/her workday. The employer can distribute the Lunch Cards among its employees, who in turn can use it to pay for meals with the program partners: in restaurants, stores, and when ordering home-delivered food. With the Lunch Card, the employers no longer need to account for paper vouchers at the end of each month.

DOES THE LUNCH CARD BRING BENEFITS TO EVERYONE INVOLVED?

Yes, absolutely. The Lunch Card significantly improves employee satisfaction, and it is a well-known fact that happy employees are more productive! Also, free lunches at work reduce the strain on the family budget. Our research showed that 92 percent of respondents consider subsidized meals as an important factor in employer selection. In short, employers who offer food perks are rated highly or very highly. Our Lunch Cards can also help businesses save money; they allow the businessowners to increase the amount of food subsidies per employee up to PLN 300 monthly, which is the amount exempted from social insurance premiums under the Polish law.

To give you a practical example: if a company hires 1000 employees, and each of them receives an additional PLN 300 on their Lunch Card, the business will save over PLN 700 thousand in tax deductions annually.

HOW DOES THIS PERK APPLY TO REMOTE OR HYBRID WORK?

As a result of the pandemic, many employees started to fully or partially work from home. Our Lunch Card may be used by remote and office employees alike. Let me underline that the Lunch Card is often an important incentive for the employees to return to the office. This benefit also helps to rebuild social bonds and integrate teams at lunchtime.

DO LUNCH CARDS IMPROVE THE EMPLOYER'S BRAND?

The structure of the labor market is changing rapidly. There is fierce competition, and HR departments are fighting to attract qualified workforce. Perks and benefits make employers more attractive in the eyes of potential employees. Our Lunch Card is an opportunity for businesses to present themselves as innovative companies that are close their people. This is a way for a company to show that it cares not only about its employees' health and everyday well-being, but also about their household budgets in times of skyrocketing inflation.

WHAT IS THE CURRENT SITUATION IN POLAND?

In Q1 and Q2 2022, the number of Lunch Card users in Poland increased by 60 percent. This is an amazing result. Companies also receive support from the project For Good Movement by Edenred, which we co-create together with the employers. The purpose of the initiative is to popularize healthy lunch breaks. Each week we provide materials prepared by experts on nutrition to support people in making conscious decisions about their eating habits. Sign up to our For Good Movement at forgoodmovement@edenred.com

Sylwia Bilka, General Manager w Edenred Polska

Dynamic business leader with a proven track record in technology, eCommerce and Payments. For over 15 years, she has been commercializing digital and digitizing businesses in developed and developing markets. Currently she is the General Manager and Member of the Management Board of Edenred, a global leader in technological solutions for employee motivation and involvement, as well as fostering business loyalty and increasing sales on the B2B2C market. She gained professional experience in marketing, sales and strategy departments, working at the C-level for companies including Tesco Central Europe, PayU Poland and Central Europe, Avon, Philip Morris, and Oriflame. Member of supervisory boards of technology and FinTech companies, and of the management board of the Polish Chamber of Information Technology and Telecommunications. She has been a mentor for women and start-ups for nearly a decade now. In 2016 she was awarded the Digital Champion Award by the Forum of Digital Business Leaders, and a year later she received the title of Charismatic Leader from the WhyStory magazine. Distinguished by the title Strong Woman in IT 2021. Lawyer by education, she also graduated from the European Executive MBA.

JAK WYGLĄDA RYNEK INWESTYCJI W APARTAMENTY HOTELOWE?

WYWIAD Z PANIĄ MAGDALENĄ SIDOROWICZ,
DYREKTOR SPRZEDAŻY ARCHE



MAGDALENA SIDOROWICZ
Dyrektor Sprzedaży Arche

SYSTEM ARCHE® TO UNIKALNY W SKALI POLSKI MODEL BIZNESOWY ZAKUPU APARTAMENTÓW HOTELOWYCH. KAŻDY INWESTOR MA ZAGWARANTOWANY MINIMALNY DOCHÓD ROCZNY, ALE GÓRNEJ GRANICY ZYSKU NIE MA. PROSZĘ NAM POWIEDZIEĆ COŚ WIĘCEJ ODNOŚNIE TEGO PROJEKTU?

Stworzyliśmy model, który jest odpowiedzią na potrzeby klientów. Szczególnie zależało nam na zaufaniu inwestorów, którzy stają się właścicielami pokoi i apartamentów inwestycyjnych. Podobne modele istnieją, szczególnie na zachodzie, a my dostosowaliśmy system do wymagań polskich inwestorów. Przede wszystkim postawiliśmy na transparentne zasady rozliczeń oraz podział zysków z całej działalności hotelu. Nie zostawiamy sobie najlepszych kasek, pracują one dla wszystkich właścicieli. Opieramy się na pełnej przejrzystości wyników finansowych, gdzie określamy źródła przychodów i wielkość kosztów. Nasza strategia to utrzymanie realnych zysków, które warunkują dotrzymanie gwarancji na poziomie minimum 5% rocznie od ceny zakupu. To dla inwestorów bardzo ważne, aby mieli wypłacane środki, nawet w sytuacjach kryzysowych. I tak było podczas pandemii, gdzie na koniec roku, pomimo zamknięcia branży wypłaciliśmy zobowiązania.

Jednak realne wyniki, jakie osiągamy, są zdecydowanie większe. Potencjał hoteli jest bardzo duży i zyski osiągane są nawet na poziomie 12% i więcej. Przykładem może być lipiec, gdzie w naszych miejskich hotelach obłożenie sięgało 90%, a miesięczna stopa zwrotu wyniosła prawie 15%. Dlatego Arche zaufało już około 700 inwestorów i w Systemie Arche® sprzedaliśmy ponad 2000 pokoi. Inwestorzy nie są tylko klientami, są partnerami i mogą uczestniczyć we wszystkich działaniach, które firma podejmuje. Naszym atutem niewątpliwie jest również fakt, że istniejemy na rynku 30 lat, a wszystkimi hotelami zarządza Arche SA.

JAKIE SĄ RÓŻNICE MIĘDZY SYSTEMEM WŁASNOŚCI NIERUCHOMOŚCI CONDO, A SYSTEMEM ARCHE®? JAK MOŻNA ZOSTAĆ INWESTOREM?

Poza wspomnianymi wcześniej transparentnymi zasadami my dzielimy się zyskiem z pracy całego hotelu. Włączamy do rozliczeń zyski z gastronomii, bankietów, konferencji, koncertów, SPA, czy basenów. U nas zatem inwestor nie zarabia tylko na wynajęciu pokoju. Dodać trzeba, że są to lokale wykończone i wyposażone, a więc kilka tys. zł/m² jest już w cenie sprzedaży lokalu, a całe zarządzanie jest po stronie hotelu. Dodatkowo stawiamy przede wszystkim na obiekty zabytkowe, którym dajemy drugie życie, a wartość ich rośnie w czasie, szybciej niż innych nieruchomości. Dla kupujących pokój lub apartament inwestycyjny stworzyliśmy Klub Inwestora, który daje zniżki do 20% we wszystkich obiektach naszej sieci hotelowej, a za korzystanie ze swojego pokoju inwestorzy płacą tylko połowę ceny. Nie chcemy za wszelką cenę zarobić na kliencie. Chcemy dostarczyć ciekawy produkt, rentowny, na którym wszyscy docelowo będziemy przy okazji zarabiać.

A jak zostać inwestorem? To bardzo proste, wystarczy się z nami skontaktować, a my przygotujemy całą dokumentację. Wszystko zabezpieczone jest księgą wieczystą i bezterminową umową najmu zakupionego apartamentu.

W JAKIM STOPNIU OBECNA SYTUACJA GOSPODARCZA I GEOPOLITYCZNA WPŁYWA NA ROZWÓJ RYNKU, A CO ZA TYM IDZIE NA ZAINTERESOWANIE INWESTORÓW APARTAMENTAMI ORAZ TZW. POKOJAMI INWESTYCYJNYMI? CZY MOŻNA ZAOBSERWOWAĆ JAKIEŚ SZCZEGÓLNE TENDENCJE?

Niemal codziennie można przeczytać, że rynek deweloperski i hotelowy przeżywa załamanie. U nas jest jednak inaczej. Osiągamy rekordowe wyniki sprzedażowe.



Niewątpliwie wpływ na taką sytuację ma nasza działalność charytatywna. Czy to inwestorzy, czy klienci biznesowi i indywidualni wiedzą, że nie skupiamy się tylko na pieniądzach. W dużej mierze pomagamy innym. I to jest doceniane. Bardzo mocno pomagamy uchodźcom z Ukrainy, osobom wykluczonym społecznie. Osobom z niepełnosprawnością intelektualną dajemy pracę, tworzymy przestrzeń dla lokalnych społeczności. Dbamy o seniorów, którzy już korzystają z naszego biura podróży.

Nasze przestrzenie to nie tylko hotel, to obcowanie z historią, kulturą i sztuką, to przyciąga do nas. Każdy nasz hotel jest inny. I pomimo dość trudnej sytuacji, my nadal rozwijamy się i budujemy kolejne hotele. Dokonaliśmy pewnych korekt i wstrzymaliśmy prace nad niektórymi inwestycjami, przekładając siły i środki na inwestycje, które chcemy jak najszybciej uruchomić.

JAKA JEST STRATEGIA INWESTYCYJNA ARCHE NA NAJBLIŻSZE LATA?

Rozwijać się i rewitalizować zabytki. To jest nasz główny cel. Już w przyszłym roku oddamy do użytku Arche Fabryka Samolotów w Mielnie, czy Arche Sanatorium Milicyjne w Nałęczowie. Kolejno Arche Klasztor Wrocław i Arche Metalowiec w Muszynie. Mamy już zakupione kolejne bardzo ciekawe obiekty, jak chociażby Elektrociepłownię Szombierki w Bytomiu, ale właśnie ze względu na sytuację gospodarczą w Polsce najpewniej będą musiały trochę dłużej poczekać na rewitalizację.

Magdalena Sidorowicz związana jest z rynkiem deweloperskim i inwestycyjnym już od ponad dekady. Dla niej nie ma rzeczy niemożliwych. Rynek nieruchomości i doradztwo inwestycyjne stały się jej wielką pasją. Szczególnie lubi projekty rewitalizowane, obiekty z duszą i nieruchomości z ciekawą historią. Magdalena Sidorowicz pracuje w Arche przez 5 lat. Jest współtwórcą Arche® System Investment. Na co dzień jest spełnioną mamą dwóch córek, właścicielką sznaucera miniaturowego o imieniu Rolka. W życiu ceni sobie szczerość, staranność, spokój, podróżowanie i stawia czoło nowym wyzwaniom. Zawsze uśmiechnięta, optymistycznie nastawiona na przyszłość. Spod znaku barana, uparta. Absolwentka Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie na kierunku Zarządzanie i Marketing oraz studiów podyplomowych w Wojskowej Akademii Technicznej na kierunku Zarządzanie nieruchomościami i Pośrednictwo w obrocie nieruchomościami.



HOW DOES THE INVESTMENT MARKET IN HOTEL APARTMENTS PRESENT ITSELF?

AN INTERVIEW WITH MRS. MAGDALENA SIDOROWICZ,
SALES DIRECTOR AT ARCHE

SYSTEM ARCHE® IS A UNIQUE BUSINESS MODEL FOR PURCHASING HOTEL APARTMENTS. EVERY INVESTOR HAS A GUARANTEED MINIMAL YEARLY INCOME, BUT THERE IS NO LIMIT TO ANNUAL INCOME. CAN YOU PLEASE TELL US SOMETHING MORE REGARDING THIS PROJECT?

We have created a model that is the ideal solution to client's needs. Investors trust was very important to us, because they become owners of specific hotel rooms and investment apartments. Similar models do exist on the market, especially in the West, but we have adjusted the system to meet the demands of Polish investors. First of all, we decided on very clear rules for billing and profit sharing of the entire hotel's operations. We did not leave the most profitable bit to ourselves, they work for each owner. We lean on full transparency of financial results, where we clearly outline sources of the income and costs. Our strategy is to maintain real profits at at least guaranteed minimum of 5% of the base cost of purchase. This is very important to investors, that they have accessible financial sources at their disposal, even in crisis situations. That is the way it was during the pandemic. Despite the lockdown of the entire industry, we paid our liabilities by the end of the year. However, real results that we have achieved are substantially greater. Hotels' potential is very promising and profits gained are even at 12% or greater. Take July for example, the occupancy rate in our city hotels reached 90% and monthly return on investment was nearly 15%. This is why about 700 investors has put trust into Arche and within the System Arche® we have sold over 2000 rooms. Investors are not only our clients, but they are partners as well and can take part in all operations that the company takes on. No doubt, one of our advantages is the fact that we have been present on the real estate market for 30 years, and each hotel is managed by Arche Ltd.

WHAT ARE THE DIFFERENCES BETWEEN THE REAL ESTATE CONDO OWNERSHIP SYSTEM AND THE SYSTEM ARCHE®? HOW CAN ONE BECOME AN INVESTOR?

Apart from the aforementioned transparent rules, we commit to profit sharing from the operations of the entire hotel. In these we include profits from gastronomy, banquets, conferences, concerts, Spa and swimming pools. Therefore an investor isn't confined to just earning on room rental. I need to add that these rooms are finished and fully furnished, so a few thousand zlotys for one square metre is already included in the sales price of the room. The managing aspect is left to the hotel. Additionally we focus on historic buildings, which we breathe second life into, and their value grows over time, at a quicker pace than other forms of real estate. For those that purchase a room or an investment apartment, we have created the Investors Club, which gives discounts up to 20% in all premises of our

hotel chain, and for using their room, investors pay only half the price. We do not want to make money off on our client by all means. We want to deliver an interesting, profitable product, that in the end bring us all some benefits.

How do you become an investor? It's very simple, all you have to do is contact us, and we will prepare all the paper work. Everything is assured by the land and mortgage register and an indefinite real estate lease agreement.

TO WHAT DEGREE IS THE CURRENT ECONOMIC AND GEOPOLITICAL SITUATION INFLUENCING MARKET GROWTH, AND WHAT GOES WITH THAT IN RESPECT TO INVESTORS INTEREST IN APARTMENTS AND SO CALLED INVESTMENT ROOMS? ARE WE ABLE TO OBSERVE ANY SPECIFIC TENDENCIES?

Nearly every day you read that the developers and hotel markets are going through a crisis. It's different with us. We are achieving record sales results. Without any doubt this situation is influenced by our charity work. Investors or business and individual clients - they all know, we don't only focus on money. To a large extent we help others, and this is appreciated. We help out the Ukrainian war refugees and people socially excluded. We provide jobs for people we with mental disabilities, we create space for local communities. We take care of senior citizens, who already take advantage of our travel office. Our goals are not only hotels, we also show interest in history, culture and the arts, this makes us attractive. Each of our hotels is different. Despite a somewhat difficult situation, we are continually expanding and building more hotels. We have made a few corrections and discontinue work on certain investments, shifting our sources and strengths to investments that we would like to focus on.

WHAT IS THE INVESTMENT STRATEGY FOR ARCHE IN THE UPCOMING YEARS?

Expand and revitalize historical buildings. This is our main goal. As early as next year we are opening the Arche Airplane Factory in Mielno, and the Arche Sanatorium for Militia in Nałęczów. Then the Arche Monastery in Wrocław and Arche Metal Works in Muszyna. We have already purchased next, very interesting properties, for example the Szombierki Power Station in Bytom, but because of the economic situation in Poland, these revitalization projects will have to wait a little while longer.

Magdalena Sidorowicz has been involved in the development and investment market for over a decade. For her, nothing is impossible. The real estate market and investment consulting have become her great passion. She likes especially revitalized projects, objects with soul and real estates with history in the background. Magdalena Sidorowicz has been working for Arche for 5 years. She's a co-author of the Arche® System investment. On a daily basis she is a fulfilled mother of two daughters, the owner of a miniature schnauzer named Rolka. In life, she values truthfulness, diligence, peace, traveling and she's facing new challenges. Always smiling, optimistic about the future. Zodiacal Aries, stubborn. A graduate of the Warsaw School of Economics, the Faculty of Management and Marketing and postgraduate studies at the Military University of Technology, in the field of Real Estate Brokerage and Management.

przepraszamy, że nasze
parówki są tak dobre,
**że podjadasz je swoim
partnerom biznesowym**



Trudno im się oprzeć. Są z polskiego mięsa, a w ich składzie nie znajdziesz konserwantów ani wzmacniaczy smaku. Powstają z poszanowaniem dla środowiska, w położonej w jednej z najczystszych regionów naszego kraju gminie Przechlewo. Tutaj uprawiamy własne zboża, których plony stanowią paszę dla hodowanych przez nas zwierząt. A wszystko po to, by nasze parówki były tak dobre, jak to tylko możliwe.

DolinaDobra.pl



ZMIANY W POZ LEKARZ I PACJENT MOGĄ WIĘCEJ

ROZMOWA Z DR PAWŁEM ŻUKIEM,
PREZESEM CENTRUM MEDYCZNO-DIAGNOSTYCZNEGO W SIEDLCACH



DR PAWEŁ ŻUK

Prezes Centrum Medyczno-Diagnostycznego
w Siedlcach

JAKIE SĄ PODSTAWOWE ZAŁOŻENIA REFORMY POZ?

Przede wszystkim musimy się zająć grupą pacjentów z chorobami przewlekłymi. Założeniem reformy jest to, by tacy pacjenci byli w jak największym stopniu prowadzeni na poziomie podstawowej opieki zdrowotnej, a nie tylko przekazywani do specjalistów, tak jak do tej pory się działo. Jest wiele chorób, np. cukrzyca, które mogą być prowadzone przez lekarza POZ. To lekarz rodzinny odpowiada za diagnostykę. Oczywiście, jeśli nie czuje się na siłach, by samodzielnie prowadzić pacjenta, będzie się konsultował ze specjalistą dziedzinowym, aby ten proces leczenia maksymalnie usprawnić.

POSZERZONA LISTA BADAŃ DIAGNOSTYCZNYCH, KTÓRE W RAMACH REFORMY POZ LEKARZ RODZINNY BĘDZIE MÓGŁ ZLECIEĆ DO WYKONANIA U SWOJEGO PACJENTA, POWINNA UCIESZYĆ NIEJEDNEGO Z NAS...

To prawda, na tej liście znajdują się m.in. takie badania, jak szybki test wykrywający antygen paciorkowca, badania na przeciwciała anty-CCP do rozpoznania reumatoidalnego

zapalenia stawów oraz przeciwciała przeciwko wirusowi zapalenia wątroby typu C, szybkie testy (CRP – szybki test ilościowy dla dzieci do ukończenia 6. roku życia oraz strep-test), badanie poziomu witaminy B12, antygenu H. pylori w kale, biopsja cienkoigłowa i wiele innych. Oprócz tego lekarz POZ może skierować pacjenta na tomografię klatki piersiowej, ale jest jeden warunek: wykonane wcześniej zdjęcie radiologiczne klatki piersiowej wykaże nieprawidłowości wymagające pogłębienia diagnostyki.

ZMIANY DOTYCZĄCE OPIEKI NAD PACJENTAMI CHOROBY PRZEWLEKLE ŁĄCZĄ SIĘ Z WDROŻENIEM OPIEKI KOORDYNOWANEJ.

Opieka koordynowana na poszerzonym poziomie, według założeń reformy, będzie realizowana od 1 października i obejmie chorych z najczęstszymi chorobami cywilizacyjnymi, m.in. cukrzycą, nadciśnieniem tętniczym, niewydolnością serca, migotaniem przedsionków, przewlekłą chorobą niedokrwienną serca, niedoczynnością tarczycy, astmą czy POChP. Poza poszerzonym pakietem badań taki chory otrzyma też możliwość konsultacji ze specjalistami dziedzinowymi, np. diabetologiem i kardiologiem. To POZ ma być tym elementem zarządzania ścieżką pacjenta.

REFORMA BUDZI MIESZANE UCZUCIA. SŁYSZY SIĘ GŁOSY, ŻE NOSI ONA RACZEJ ZNAMIONA EKSPERYMENTU NIŻ DOBRZE PRZEMYŚLANEGO I PRZEDYSKUTOWANEGO Z WIELOMA ŚRODOWISKAMI POMYSŁU NA POPRAWĘ FUNKCJONOWANIA POZ...

Jest to bardzo duże wyzwanie – to fakt. Można powiedzieć, że jest to pierwsza duża reforma POZ od jego wprowadzenia w latach 90. ubiegłego wieku. Ta reforma wychodzi naprzeciw zmieniającym się trendom demograficznym, nowym oczekiwaniom pacjentów i wymaganiom efektywnego finansowania ochrony zdrowia. Wymaga ona zmiany formuły pracy, kładzie większy nacisk na pracę zespołową, współodpowiedzialność oraz opieranie się o wymierne wskaźniki. Pewnego przededefiniowania wymagać też będzie relacja pacjent – profesjonaliści medyczni. Pacjent w tym nowym modelu musi wziąć większą odpowiedzialność za swoje zdrowie i za odpowiednią współpracę z przychodnią przy pomocy koordynatora. Jednym zdaniem – wyzwaniem jest naprawa wiele. Na koniec cytuję Winstona Churchilla: „Nastawienie to mała rzecz, która robi wielką różnicę”.

Dziękuję bardzo za rozmowę, Monika Mikołajczuk

Paweł Żuk – Specjalista z zakresu chorób wewnętrznych i kardiologii. Jest współzałożycielem i od 22 lat prezesem Centrum Medyczno-Diagnostycznego sp. z o.o. (CMD). Zajmuje się pomiarowaniem działalności medycznej i organizacją świadczeń w oparciu o efektywność. Uczestniczy aktywnie w pracach zespołów przy Ministerstwie Zdrowia i NFZ przygotowujących programy POZ PLUS oraz KONS. Pracował jako ekspert Banku Światowego w zakresie doradztwa organizacji POZ dla Federacji Rosyjskiej (2016 i 2017) oraz dla miasta Grudziądz (2019). Współpracuje z Komisją Europejską jako ekspert SANTE od 2017. Jest członkiem Polskiego Towarzystwa Kardiologicznego, Europejskiego Towarzystwa Kardiologicznego oraz międzynarodowych komitetów doradczych EURIPA i EPCCS. Od czerwca 2019 roku prezes EURIPA Polska. Jest wiceprezesem zarządu Wschodniej Izby Gospodarczej. Został wybrany Menadżerem Roku 2018 prywatnych podmiotów medycznych w konkursie wydawnictwa Termedia.

CHANGES IN BASIC HEALTHCARE (POZ) DOCTORS AND PATIENTS HAVE MORE FREEDOM

A TALK WITH PAWEŁ ŻUK PH.D.,
PRESIDENT AT THE MEDICAL AND DIAGNOSIS CENTRE IN SIEDLCE

WHAT ARE THE BASIC OBJECTIVES OF REFORM OF POZ?

First of all, we have to consider patients with chronic illnesses. The objective of the reform is that these patients will be guided every step of the way through basic healthcare, and not just transferred to a given specialist, as is the tendency currently. There are many illnesses such as diabetes, that can be overseen by a POZ doctor. It's the family physician that is responsible for diagnosis. However, if the doctor doesn't feel he can help the patient along by himself, then he should consult a specialist in the given field, to make the process of healing the patient as smooth and efficient as possible.

AN EXPANDED LIST OF MEDICAL DIAGNOSIS, WHICH WITHIN THE PROPOSED POZ REFORM WILL ALLOW THE FAMILY DOCTOR TO RECOMMEND TO THE PATIENT, SHOULD PUT SMILES ON MANY FACES...

That's true, you will find on this list of i.e. examinations such as, a test that quickly detects the streptococcal antigen, tests for anti-CCP antibodies to identify rheumatoid arthritis and antibodies to fight off the Hepatitis C virus on the liver, quick tests (CRP – quick, quantitative test for kids up to 6 years of age and strep-tests), testing level of vitamin B12, H. pylori antigen in feces, fine needle biopsy and many others. Apart from that, the POZ doctor may recommend the patient to have a tomography of the chest cavity done, but there is one condition: a radiological x-ray shot of the chest cavity done prior will expose abnormalities that will require further diagnosis.

CHANGES DEALING WITH CARE FOR PATIENTS WITH CHRONIC ILLNESSES LEAD TO IMPLEMENTING COORDINATED CARE.

Coordinated care on an expanded level, according to assumed reforms, will be realized starting October 1st and will encompass those patients with most common civilizational illnesses, such as diabetes, hypertension, heart failure, atrial fibrillation, the chronic heart ischemia, hypothyroidism, asthma or COPD. Apart from the expanded examination package the patient will also receive the opportunity to consult a given specialist, for example a diabetologist or cardiologist. The POZ is supposed to be the element that manages a patients path to wellbeing.

THIS REFORM GENERATES MIXED FEELINGS. YOU HEAR THAT IT CARRIES THE SIGNS OF AN EXPERIMENT RATHER THAN A WELL THOUGHT OUT AND THOROUGHLY DISCUSSED IDEA BETWEEN MANY CIRCLES TO IMPROVE THE FUNCTIONALITY OF POZ...

It is a very big challenge – for sure. You can say that it's the first big reform of POZ from its inception in the 1990's. This reform is going head on with the changing demographic trends, patients renewed expectations and a demand for effective financing of healthcare. It demands a reform in work organization formula, there is added pressure to work in teams, shared responsibility and leaning on tangible indicators. Also the patient-medical expert relationship will have to be redefined as well. In this new model, the patient will have to take more responsibility for their own health and for appropriate cooperation necessary, with the help of a coordinator. To summarize – there really are a lot of challenges ahead. To conclude, I will quote Winston Churchill: "Mind-set is a small detail, which makes a huge difference".

Thank you for our talk
Monika Mikolajczuk

Paweł Żuk – A specialist in the field of internal diseases and cardiology. He is a co-founder and for 22 years the president of Centrum Medyczno-Diagnostyczny sp. z o.o. (CMD). He measures medical activity and organizes benefits based on effectiveness. He actively participates in the work of the teams at the Ministry of Health and the National Health Fund preparing POZ PLUS and KONS programs. He worked as a World Bank expert in advising POZ organization for the Russian Federation (2016 and 2017) and for the city of Grudziądz (2019). He has been cooperating with the European Commission as a SANTE expert since 2017. He is a member of the Polish Society of Cardiology, the European Society of Cardiology and the international advisory committees of EURIPA and EPCCS. From June 2019, the president of EURIPA Poland. He is the vice president of the board of the Eastern Chamber of Commerce. He was chosen the Manager of the Year 2018 of private medical entities in the competition organized by Termedia publishing house.



CZAS NA PRZEDDEFINIOWANIE STRATEGII I ZMIANĘ PODEJŚCIA DO PODATKÓW

CEZARY PRZYGODZKI, PARTNER KIERUJĄCY ZESPOŁEM PRAWA
PODATKOWEGO W WARSZAWSKIM BIURZE KANCELARII DENTONS



CEZARY PRZYGODZKI

Partner kierujący zespołem Prawa Podatkowego
w warszawskim biurze kancelarii Dentons

JESTEŚCIE ORGANIZATOREM KONFERENCJI „DENTONS GLOBAL TAX CONFERENCE. TRZY ODCIENIE SZAROŚCI W PODATKACH: STRUKTURYZACJA, UNIKANIE, NADUŻYCIA”. PROSZĘ POWIEDZIEĆ NAM COŚ WIĘCEJ NA TEMAT TEGO PROJEKTU?

Już po raz trzeci nasza kancelaria organizuje międzynarodową konferencję podatkową – **Dentons Global Tax Conference**. Jest to cykliczne wydarzenie, które odbywa się corocznie w innym kraju. Tym razem 6 października spotykamy się w Warszawie, aby porozmawiać o kluczowych zagadnieniach w międzynarodowym prawie podatkowym. Na konferencję zapraszamy przedstawicieli biznesu, zasiadających w zarządach i radach nadzorczych zarówno polskich, jak i zagranicznych firm, a także osoby zajmujące stanowiska kierownicze w działach finansowych i podatkowych, a także te na co dzień zajmujące się podatkami.

Co roku temat konferencji jest inny, dostosowujemy go do bieżących potrzeb międzynarodowego środowiska biznesowego. Działamy w otoczeniu, które niesie wiele wyzwań. Mam tu na myśli czas globalnej pandemii, wojnę tuż przy granicy Unii Europejskiej, zbliżający się kryzys energetyczny. W takich okolicznościach biznes musi adekwatnie przeformułować strategię działania – oznacza to także zmianę podejścia w perspektywie podatkowej. Aktualna strategia podatkowa jest niezbędna do zapewnienia przedsiębiorstwu rozwoju i rentowności, a także osiągnięcia długoterminowej stabilności. W tym kontekście pojawiają się strategiczne pytania – jakiego rodzaju międzynarodowe planowanie podatkowe jest dopuszczalne, a co może być już uznane za nadużycie. Dziś ta wiedza zyskuje na znaczeniu.

Jesteśmy przekonani, że efektywne podatkowo i oparte na obowiązujących przepisach mechanizmy są w stanie skutecznie wesprzeć biznes w niepewnych czasach i pomóc sprostać wyzwaniom, z którymi mierzą się firmy na całym świecie. Z tego względu tematem przewodnim październikowej konferencji będą kwestie związane z międzynarodową strukturyzacją podatkową.

JAKIE DOKŁADNIE TEMATY BĘDĄ PORUSZANE PODCZAS GLOBAL TAX CONFERENCE W WARSZAWIE?

Agendę konferencji zaplanowaliśmy tak, aby wszechstronnie omówić różne aspekty międzynarodowych struktur podatkowych, także w przypadkach, w których regulacje są nieostre. W ciągu ostatnich kilku lat wypracowano znaczną liczbę rozwiązań, zarówno na poziomie Unii Europejskiej, jak i OECD, które mają istotny wpływ na międzynarodową strukturyzację podatkową. Tytułem przykładu Konwencja MLI modyfikująca umowy o unikaniu podwójnego opodatkowania czy Dyrektywy ATAD I oraz II. Na etapie projektów są także kolejne inicjatywy OECD, UE czy krajowe – wystarczy wspomnieć prace nad Dyrektywą DEBRA w zakresie m.in. dalszych ograniczeń odliczalności odsetek czy Dyrektywę Unshell (ATAD 3) dotyczącą podmiotów występujących w międzynarodowym planowaniu podatkowym.

Tym kwestiom poświęcimy szczególną uwagę, gdyż w praktyce organy podatkowe pilnie przyglądają się strukturom podatkowym, badając między innymi, czy obniżenie obciążeń podatkowych wynikające z wdrożenia tych struktur nie było głównym bądź jednym z głównych celów danej struktury, czy też dana spółka zagraniczna ma tzw. wystarczający substrat

biznesowy (substance), aby korzystać z preferencji podatkowych (np. w zakresie podatku u źródła – WHT).

Zastanowimy się również, w jaki sposób powyższe zmiany wpływają na opodatkowanie transakcji M&A, transakcji nieruchomościowym oraz struktur finansowania.

A nawet jeśli obniżenie podatku było jedynie efektem ubocznym danej struktury biznesowej, to postaramy się odpowiedzieć na pytanie, czy taką strukturę można uznać za etyczną i wolną np. od ryzyka reputacyjnego. W praktyce coraz częściej zdarza się, że choć daną strukturę można uznać za bezpieczną podatkowo, to czy jednak względy reputacyjne nie sprawiają, że niesie ona ze sobą ryzyka biznesowe.

Między innymi o tych zagadnieniach będziemy dyskutować podczas **Dentons Global Tax Conference 2022**.

WIELE OSÓB UWAŻA, ŻE MAMY BARDZO SKOMPLIKOWANY I MAŁO PRZEJRZYSTY SYSTEM PODATKOWY. JAKIE ZMIANY WASZYM ZDANIEM NALEŻY WPROWADZIĆ, ABY UNIKAĆ ZAGROŻEŃ WYNIKAJĄCYCH Z ZAWIŁOŚCI SYSTEMU?

Niestety w tym zakresie nie ma prostej recepty. Nie chcę tutaj usprawiedliwiać Ministerstwa Finansów, ale rzeczywistość gospodarcza staje się coraz bardziej złożona, co wymaga wprowadzenia nowych regulacji podatkowych. Kto jeszcze kilka lat temu zakładał istnienie poważnych rynków kryptowalut albo rozwój gospodarki cyfrowej na taką skalę? Albo coraz powszechniejsze korzystanie z pracy zdalnej, często w wymiarze transgranicznym? Te wszystkie nowe zjawiska nie uciekły uwadze władz podatkowych, które próbują opodatkować generowane w ten sposób zyski.

Nie możemy również zapominać, że istotna część nowych przepisów podatkowych ma – jak wskazano powyżej – swoje źródła w regulacjach wypracowywanych na poziomie UE oraz OECD, które następnie są implementowane przez naszego ustawodawcę.

Te czynniki wpływają niewątpliwie na polski system podatkowy. Natomiast na naszym własnym podwórku, gdzie ustawodawca ma pełną swobodę działania, powinniśmy unikać wprowadzania kolejnych podatków lub quasi-podatków czy też komplikacji w ramach istniejących regulacji podatkowych.

Wystarczy wspomnieć wprowadzone w ostatnich latach podatek bankowy czy podatek handlowy (od sprzedaży detalicznej) czy dodane w ramach ustawy o CIT tzw. minimalny podatek od nieruchomości komercyjnych czy podatek od przerzuconych dochodów. A planowane są kolejne podatki. Dodatkowe wpływy podatkowe można uzyskiwać przez uproszczenia podatkowe.

A przede wszystkim unikać należy wprowadzenia zmian podatkowych w sposób chaotyczny, jak to miało miejsce ostatnio z tzw. Polskim Ładem, gdzie – ignorując głosy krytyki i słuszne postulaty biznesu – uchwalono przepisy, które następnie należało szybko nowelizować, czego koronnym przykładem jest likwidacja tzw. ulgi dla klasy średniej w PIT.

Ten ostatni przykład pokazuje, że w miejsce skomplikowanych formuł lepsze są prostsze i niższe podatki (tj. obniżenie stawki PIT dla pierwszego progu do 12%).

SŁYSZYMY, ŻE W TZW. „POLSKIM ŁADZIE” ZACHODZĄ WCIAŻ JAKIEŚ ZMIANY, USPRAWNIENIA I PRÓBA NAPRAWIENIA TEGO, CO NIE FUNKCJONUJE TAK JAK PIERWOTNIE TEGO OCZEKIWANO. CZY WPROWADZANE ZMIANY RZECZYWIŚCIE SĄ KORZYSTNE?

Nie ulega wątpliwości, że Polski Ład wymagał pilnej korekty i to zarówno w odniesieniu do PIT, jak i CIT. Oczywiście priorytet miał PIT, gdyż zmiany wprowadzone w tym zakresie i liczne legislacyjne niedociągnięcia dotyczyły milionów podatników. Zmiany w tym obszarze zostały przyjęte i weszły w życie od lipca br. W zdecydowanej części są to zmiany korzystne dla podatników.

Natomiast do naprawienia pozostają liczne przepisy w CIT. Te cele ma realizować projekt nowelizacji, który został przyjęty przez rząd pod koniec sierpnia i będzie teraz przedmiotem prac parlamentarnych. Przewiduje on m.in. zmiany w szeroko krytykowanym tzw. minimalnym podatku dochodowym (i jego odroczenie o 2 lata), zmiany w podatku od przerzuconych dochodów, uchylenie przepisów o tzw. ukrytej dywidendzie, zmiany w zakresie tzw. estońskiego CIT czy zmiany powszechnie krytykowanych przepisów o obowiązkach dokumentacyjnych na gruncie przepisów

o cenach transferowych w zakresie tzw. transakcji rajowych. To niewątpliwie są korzystne zmiany, bo wiele z tych przepisów było zbędnych, nieprecyzyjnych albo ich wprowadzenie nie było zasadne.

Ale pamiętajmy jednak, że szereg przepisów wprowadzonych Polskim Ładem, pomimo licznych postulatów (np. w zakresie opodatkowania transakcji restrukturyzacyjnych typu połączenia, podziału czy wymiany udziałów) nie będzie nowelizowanych, a powinno być.

ZMIENNOŚĆ PRAWA, BRAK LUB OGRANICZONE CZASOWO VACATIO LEGIS, A TAKŻE UŁOMNOŚĆ SYSTEMU PODATKOWEGO WZBUDZA WIELE OBAW WŚRÓD INWESTORÓW, ALE TEŻ UTRUDNIA FIRMOM PLANOWANIE STRATEGII. JAKIE DZIAŁANIA NALEŻY PODJĄĆ, ABY SYSTEM PODATKOWY BYŁ SPRZYMIERZENCEM, A NIE WROGIEM DLA PRZEDSIĘBIORCÓW?

Niestety w prawie podatkowym jako bardzo dynamicznej dziedzinie prawa, pewne jest jedynie to, że nic nie jest pewne. Przedsiębiorcom nie pozostaje zatem nic innego, jak ośwoić system podatkowy i nauczyć się właściwie korzystać z przewidzianych w nim narzędzi.

W pierwszej kolejności, w obszarach

szczególnie newralgicznych, warto rozważyć korzystanie z instrumentów minimalizujących ryzyko podatkowe jak np. interpretacje podatkowe, opinie o stosowaniu preferencji w podatku u źródła (WHT), opinie zabezpieczające czy uprzednie porozumienia cenowe (APA). Korzystne może być również wprowadzanie wewnętrznych procedur podatkowych.

W przypadku kwestii spornych, gdy analiza wskazuje na istotne szanse na wygraną, należy gromadzić argumentację dla celów ewentualnego sporu albo, gdy ten spór już zaistnieje, bronić własnego stanowiska w ramach postępowań podatkowych oraz sądowo-administracyjnych. Z drugiej strony polski system podatkowy oferuje coraz więcej zachęt i ulg, w tym liczne – i to pozytywnie – rozwiązania wprowadzone przez Polski Ład, które warto znać i z nich korzystać.

Nieodżowne w poruszaniu się w tym gąszczu ryzyk, ale i szans, jest korzystanie z usług wykwalifikowanych doradców podatkowych i prawników. Choć z taką pomocą wiążą się pewne koszty, to jednak jest to dobra inwestycja pozwalająca na zminimalizowanie kosztowych ryzyk, jak i na skorzystanie z dostępnych ulg oraz zachęt, które przynoszą wymierne korzyści finansowe dla przedsiębiorców.



Cezary Przygodzki, doradca podatkowy, partner, kieruje zespołem Prawa Podatkowego w warszawskim biurze kancelarii Dentons. Koncentruje się na projektach z zakresu międzynarodowego planowania podatkowego oraz strukturyzowania transakcji fuzji i przejęć (M&A). Specjalizuje się w kwestiach podatkowych związanych z fuzjami i przejęciami, w tym w zakresie strukturyzacji transakcji, przeglądów podatkowych due diligence, negocjacji i zamknięciu transakcji. Posiada wieloletnie doświadczenie związane z restrukturyzacjami i reorganizacjami podatkowymi oraz inwestycjami zagranicznymi w Polsce. Prowadzi także projekty związane ze sporami podatkowymi oraz sądowo-administracyjnymi. Wspiera firmy z sektorów przemysłowego, energetycznego, nieruchomości, technologii i mediów, a także instytucje finansowe oraz fundusze private equity. Cezary został uznany za Lidera w dziedzinie doradztwa transakcyjnego w Polsce w XVI Rankingu firm doradztwa podatkowego 2022 dziennika Rzeczpospolita. Ma ponad 20 lat doświadczenia, w tym w firmach z Wielkiej Czwórki i renomowanych kancelarii prawnych.

大成 DENTONS

3 Shades of Tax Grey

Structuring, Avoidance, Abuse

GLOBAL TAX CONFERENCE

06 OCTOBER 2022 | WARSAW



Find out more
& join us

dentons.com

© 2022 Dentons. Dentons is a global legal practice providing client services worldwide through its member firms and affiliates. Please see dentons.com for Legal Notices.

TIME TO REDEFINE STRATEGY AND TO CHANGE APPROACH TO TAXES

CEZARY PRZYGODZKI,
PARTNER, HEAD OF TAX AT DENTONS' WARSAW

YOU ARE ORGANIZING THE "DENTONS GLOBAL TAX CONFERENCE. 3 SHADES OF TAX GREY: STRUCTURING, AVOIDANCE, ABUSE" CAN YOU PLEASE TELL US MORE ABOUT THIS PROJECT?

This is our third **Dentons Global Tax Conference**. Every year we change the host country for this internationally recognized annual event. This time round we're meeting up in Warsaw on October 6th to discuss key issues in international tax law. Invited guests include: business practitioners, board members of Polish and foreign companies, top-level managers in finance and tax departments, as well as other professionals dealing with tax on a daily basis.

The conference changes theme every year, in tune with the needs of the international business community. We're operating in a very challenging environment right now. Times of a global pandemic, a war right on the borders of the European Union, and an impending energy crisis. Given these extraordinary circumstances, businesses must redefine their strategies – and this means changing approach to taxes, too. All companies need an up-to-date tax strategy to foster growth, profitability and long-term stability. This raises strategic questions: What types of international tax planning are permitted, and what are likely to be considered abusive? Knowledge of these issues is more important now than ever before.

Tax-efficient mechanisms firmly grounded in law and regulations are effective tools to support businesses in uncertain times and help business leaders address the challenges they face around the world. Accordingly, the conference this October will focus on international tax structuring.

WHAT TOPICS EXACTLY WILL YOU COVER AT THE GLOBAL TAX CONFERENCE IN WARSAW?

The conference agenda is carefully planned to address in depth wide-ranging aspects of international tax structures, including where regulations are less than explicit, if not downright vague. At EU and OECD level, the last few years have seen the advent of numerous measures that significantly impact international tax structuring. For example, the MLI Convention modifying double taxation treaties, and the ATAD I and II Directives. Other OECD, EU and national legislative initiatives are also at the drafting stage — I merely mention here the legislative work on the DEBRA Directive which, among other things, will bring about further restrictions on the deductibility of interest, and the Unshell Directive (ATAD 3), which will apply to entities taking part in international tax planning.

We will pay special attention to these issues, as in their everyday practice tax authorities closely scrutinize tax structures to establish, among other things, whether or not the reduction of the tax burden as a result of implementation of these structures was the main or one of the main objectives of the structure, or whether the foreign company in question has sufficient 'business substance' to be eligible for tax preferences (in terms of withholding tax etc.).

We will also discuss how the above changes affect the taxation of M&A and real estate deals, and financing structures.

And even if a given tax reduction is merely a side effect of the business structure chosen by the client, we will try to determine whether the structure may be considered ethical and free of reputational risk. It's becoming increasingly common for a structure that looks tax-safe to be deemed risky in business terms for reputational considerations.

These are the issues that will be discussed at the **Dentons Global Tax Conference 2022**.

MANY PEOPLE BELIEVE THAT POLAND HAS A VERY COMPLICATED AND OPAQUE TAX SYSTEM. WHAT CHANGES DO YOU THINK ARE NECESSARY TO AVOID THE RISKS POSED BY THE COMPLEXITIES OF THE SYSTEM?

Unfortunately, there is no simple solution for this problem. I'm far from glossing over the Ministry of Finance's approach here, but the economic reality is becoming more complex, and that requires new tax regulations. Who would have thought, just a few years ago, that the crypto-currency markets or digital economy would grow to such an impressive scale? Or that remote working, often on a cross-border basis, would become a widespread solution in the workplace? All these new developments have not escaped the attention of tax authorities, who are now trying to tax profits generated in this way.

We must also remember that a significant part of the new tax legislation originates from EU and OECD regulations, which are merely implemented into Polish law by our legislators.

These factors undoubtedly affect the Polish tax system. By contrast, as far as our own Polish backyard is concerned, where the legislature has full latitude, we should avoid introducing further taxes or quasi-taxes or complicating existing tax regulations. Let's just mention the banking tax and the retail sales tax introduced in recent years, or the minimum levy on commercial properties and tax on diverted profits introduced under recent amendments to the CIT Act.



Plans to introduce more taxes are still in the making, so to say. Additional tax revenues can be obtained through tax simplification.

And, above all, it is an absolute necessity to avoid introducing chaotic tax changes, as happened recently with the “Polish Deal”, where — despite strong criticism and legitimate objections made by business stakeholders — Parliament enacted regulations which then had to be quickly revised.

The lifting of the so-called PIT relief for the middle class is a perfect example. This example shows that simpler and lower taxes (the lowest PIT rate is now down to 12%) beat complicated formulas.

WE HEAR THAT SOME MORE CHANGES AND IMPROVEMENTS TO THE “POLISH DEAL” ARE UNDERWAY IN AN ATTEMPT TO FIX WHAT IS NOT WORKING AS ORIGINALLY EXPECTED. ARE THE PROPOSED CHANGES REALLY BENEFICIAL?

There is no doubt that the Polish Deal was in urgent need of correction, and this applies to both PIT and CIT. Of course, priority was given to PIT, as the new regulations in this area and the ensuing numerous legislative shortcomings affected millions of taxpayers.

PIT amendments have already been adopted and went into effect this July. For the most part, these changes are beneficial to taxpayers.

In contrast, a great deal of CIT regulations are still to be fixed. This is to be achieved by a bill approved by the government in late August and now before Parliament.

It provides for, among other things, changes in the widely criticized ‘minimum income tax’ (and defers this tax for 2 more years), changes in the tax on diverted profits, it repeals regulations regarding hidden dividends, changes in the ‘Estonian CIT’, and changes to the generally dispraised provisions on documentary obligations under the transfer pricing regulations for what is known as “tax haven transactions”. These changes are undoubtedly favorable, as many of these regulations were either unnecessary, imprecise or their introduction was not justified.

That said, let’s keep in mind that a number of regulations introduced as part of the Polish Deal (e.g., as regards taxation of restructuring transactions such as mergers, de-mergers and share swaps) will not be amended despite widespread criticism, although they should be.

THE VOLATILITY OF THE LAW, THE LACK OF (OR VERY BRIEF) VACATIO LEGIS, AND THE FRAILTY OF THE TAX SYSTEM RAISE MANY CONCERNS AMONG INVESTORS, BUT ALSO MAKE IT DIFFICULT FOR COMPANIES TO PLAN THEIR STRATEGIES. WHAT MEASURES SHOULD BE PUT IN PLACE TO MAKE THE TAX SYSTEM AN ALLY RATHER THAN AN ENEMY FOR ENTREPRENEURS?

Unfortunately, tax law is a very dynamic field of law. The only certainty is that nothing is certain. Entrepreneurs, therefore, have no choice but to work the tax system to their advantage and to learn how to use the tools it provides.

As a first step, in particularly sensitive areas, it is worth considering the use of instruments minimizing tax risks such as tax rulings, WHT preference opinions, protective opinions or advance pricing agreements (APAs). Putting in place internal tax procedures can also be a step in the right direction. In the event of contentious issues, if internal analysis indicates a significant chance of winning the case, it will be worthwhile gathering arguments for the purposes of a prospective dispute (defence files) or, if the dispute is already pending, for defending your position in tax and administrative court proceedings. On the other hand, the Polish tax system offers an increasing number of incentives and reliefs, including numerous solutions introduced under the Polish Deal, which are well worth getting to know and using.

It should go without saying that to navigate this maze of risks and opportunities, it’s an absolute must to have qualified tax advisors and lawyers on board. While it costs money up front, the advice of tax counsel is a good investment that helps minimize costly risks and opens the door to tax reliefs and incentives that bring tangible financial benefits.

Cezary Przygodzki, tax advisor, partner, Head of Tax at Dentons’ Warsaw office. He focuses on international tax planning and M&A structuring. Cezary specializes in tax aspects of M&A, including tax structuring of transactions, tax due diligence, tax assistance with negotiations and closing. He is experienced in tax aspects of restructuring and reorganizing of businesses as well as foreign investments in Poland. He leads projects related to tax disputes, litigations and administrative proceedings. Cezary supports firms mainly from the manufacturing, energy, real estate, technology, and media sectors, although he is no stranger to assisting financial institutions and private equity funds. Cezary has been recognized as the Leader in transactional advisory services in Poland by Rzeczpospolita’s XVI Ranking of Tax Advisory Firms 2022. He has over 20 years of experience with Big 4 and renowned law firms.

PIERWSZE URODZINY FABRYKI NORBLINA NASZA PRACA SIĘ OPŁACAŁA I WIDZIMY TO KAŻDEGO DNIA

KINGA NOWAKOWSKA

CZŁONKINI ZARZĄDU I DYREKTOR OPERACYJNA W GRUPIE CAPITAL PARK



KINGA NOWAKOWSKA
Członkini zarządu i dyrektor operacyjna
w Grupie Capital Park

OD OTWARCIA FABRYKI NORBLINA MIJA WŁAŚNIE ROK, JAKBY GO PANI PODSUMOWAŁA?

Trudno mi uwierzyć, że to już rok. Proces realizacji całego przedsięwzięcia zajął niemal 14 lat, w pewnym momencie przestałam liczyć miesiące i lata. Ten ostatni rok był czasem intensywnej pracy i wielu kolejnych otwarć w kompleksie, ale był także trudny. Ze względu na pandemię najemcy rozpoczynali swoją działalność stopniowo. Niedługo po otwarciu przyszła czwarta, a potem piąta fala pandemii, która wprowadzała kolejne obostrzenia. Potem wszystkich nas sparaliżowała agresja Rosji na Ukrainę i rzuciliśmy się do pomocy naszym sąsiadom. Prowadziliśmy takie akcje także w Fabryce Norblina. Mimo tych wyzwań oferta kompleksu sukcesywnie się poszerzała ale nie powiedzieliśmy jeszcze ostatniego słowa. Końcówka roku będzie obfitowała w otwarcia kolejnych i jedynych w swoim rodzaju miejsc.

NO WŁAŚNIE, CZYM WYRÓŻNIA SIĘ FABRYKA NORBLINA NA TLE INNYCH, TAKŻE UDANYCH REWITALIZACJI W WARSZAWIE?

Bardzo mnie cieszy ten kierunek prowadzenia nowych inwestycji. Gratuluję kolegom ich świetnych projektów, które zmieniają miasto, otwierają się na nie, przywracają historyczną tkankę, dodają wartość do miejsc, w których powstają, są odpowiedzialne społecznie i zrównoważone, tworzone z myślą o środowisku. Te wszystkie aspekty zawiera w sobie także Fabryka Norblina. To co nas różni, to z pewnością ilość zabytkowej tkanki, którą zastaliśmy. Skala rewitalizacji dawnych zakładów Norblin, Bracia Buch i T. Werner jest jedną z największych w Polsce, a nawet w Europie. Mieliśmy do czynienia z 10 zabytkowymi budynkami oraz blisko 50 maszynami i urządzeniami. Znajdowały się one na całym terenie działki, więc dużym wyzwaniem było ich zagospodarowanie i skomponowanie z nowoczesną architekturą. Nie wspominając już o tym jak złożony był sam proces budowy i prac konserwatorsko-restauratorskich. W kluczowym momencie na budowie pracowało 1000 osób i 100 specjalistów od konserwacji zabytków. Ale ta praca się opłacała i widzimy to każdego dnia.

ALE TO NIE JEDYNE WYRÓŻNIKI KOMPLEKSU?

Zdecydowanie nie! Historia tego terenu była jednym z naszych głównych motywatorów do stworzenia czegoś równie wyjątkowego na miarę obecnych czasów. Postawiliśmy na rozrywkę, kulturę, gastronomię i koncepty niedostępne nigdzie indziej – jedynie w Fabryce Norblina. To m.in. wyjątkowe kino KinoGram – które stało się kultowym miejscem i aż kipi od wydarzeń kulturalnych, festiwali filmowych, premier, koncertów, spotkań firmowych czy konferencji. To także BioBazar, który zaczynał swoją działalność w starych pofabrycznych halach, następnie na czas rewitalizacji przeniósł się do tymczasowej siedziby, a po zakończeniu tego procesu powrócił w pięknym wydaniu do jednej z zabytkowych hal.

Następnie Food Town zlokalizowany w pięciu historycznych budynkach. Działają w nim aż 23 lokale oferujące kuchnie z całego świata oraz 4 bary, a w jednej z hal dedykowanej eventom codziennie gra muzyka na żywo. Unikatowa jest także nasza oferta kulturalna. Poza Muzeum Fabryki Norblina, które upamiętnia ponad 200 lat historii tego miejsca, działa także pierwsza w Polsce w pełni immersyjna i multisensoryczna galeria Art Box Experience oraz Apple Muzeum Polska. Warto wspomnieć także o Piano Barze, który stał się jednym z najbardziej warszawskich lokali imprezowych. A już wkrótce zostanie otwarte centrum mądrej rozrywki Smart Kids Planet z ofertą dla dzieci.

CZY MUZYKA ODGRYWA W FABRYCE JAKĄS SPECJALNĄ ROLĘ?

Można tak powiedzieć. Wszystko zaczęło się od Fundacji Fabryki Norblina, którą powołaliśmy i jeszcze w czasie trwania budowy uznaliśmy, że śladem dawnych właścicieli zakładów nasza fundacja będzie w pewien sposób kontynuowała ich dzieło i wspierała sztukę oraz młodych artystów. Stąd wziął się pomysł na program stypendialny Music MasterClass, który wszedł właśnie w finalną fazę. Młodzi, nieprzeciętni artyści, których mistrzowie polskiej sceny muzycznej wzięli pod swoje skrzydła, nagrywają swoje single w studio. Fundacja organizuje także co środę sesje jam session, które zdobyły renomę, rozgłos i gromadzą tłumy fanów oraz profesjonalnych muzyków. Także Fundacja przez całe lato w każdy weekend organizowała na terenie kompleksu muzykę na żywo w uliczkach, która uprzyjemniała gościom pobyt. Muzyka rozbrzmiewa ponadto w Food Townie, Piano Barze, a już niebawem także w klubie muzycznym i restauracji MOXO.

DUŻO TEGO. Z CZEGO JEST PANI SZCZEGÓLNIE DUMNA?

Z naszego muzeum, to było dla nas bardzo ważne, by dzieje miejsca, którego sława docierała daleko poza granice Polski przetrwała. Ogromnie cieszy mnie także popularność aplikacji mobilnej, którą stworzyliśmy. Pobrało ją już ponad 63 tysiące osób. Można dzięki niej zapłacić za parkingi – samochodowy i rowerowy, kupić bilety do muzeum czy kina, a także zwiedzić muzeum. To także realne wsparcie w zarządzaniu budynkiem, np. na poziomie strefy dostaw czy przestrzeni biurowych – poprzez aplikację pracownicy mogą nam zgłaszać usterki. Z kolei goście mogą na bieżąco sprawdzać program nadchodzących wydarzeń.

Muszę wspomnieć także o wisience na torcie, czyli automatycznym, podziemnym parkingu rowerowym. To pierwsze takie rozwiązanie w Polsce.

Oferuje 96 miejsc dla jednośladów, które można przechować w dedykowanej, zamkniętej kabinie razem z kaskiem czy plecakiem. To bardzo wygodne i nowoczesne rozwiązanie.

To co napawa mnie radością to także codzienne obserwowanie jak Fabrykę Norblina odbierają odwiedzający ją goście czy pracownicy. Cieszą nas ich pozytywne reakcje, to że spędzają u nas czas na różnych aktywnościach. Właśnie po to tworzyliśmy ten projekt – dla ludzi, by ta przestrzeń żyła zarówno w ciągu dnia ze względu na biura,

ale także po pracy i wieczorami, by okoliczni pracownicy biurowców czy okoliczni mieszkańcy mogli spędzić dobrze czas.

CIEKAWI MNIE JESZCZE JAK PODESZLIŚCIE PAŃSTWO DO ASPEKTÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU, KWESTII EKOLOGICZNYCH CZY SPOŁECZNYCH.

Fabryka Norblina podobnie jak inne nasze projekty jest certyfikowana, w tym przypadku w systemie BREEAM na poziomie Very Good. Sama certyfikacja niesie za sobą szereg rozwiązań ekologicznych wdrożonych na etapie projektowania. Ale zrobiliśmy o wiele więcej. Podczas prac budowlanych Główny Wykonawca - firma Warbud stosował procedury ograniczające negatywny wpływ inwestycji na środowisko i najbliższe otoczenie np. stosowano materiały pochodzące z recyklingu, niskoemisyjne, energooszczędne, wykorzystano energooszczędne oświetlenie na placu budowy, czy zastosowano dla całej inwestycji certyfikowane drewno.

W toku współpracy z Fundacją Integracja kompleks został dostosowany do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Wspieramy także ekologiczny transport poprzez pierwszy w Polsce automatyczny parking podziemny dla rowerów, stojaki rowerowe, które pojawiły się na całym zewnętrznym

terenie oraz 200 miejsc rowerowych dedykowanych pracownikom biur wraz z pełną infrastrukturą.

Ze względu na tkankę zabytkową oraz brak powierzchni biologicznie czynnej, teren wymagał od nas wdrożenia przemysłowych rozwiązań. W potężnych donicach umieszczonych w stropie podziemnego parkingu zasadziliśmy 22 drzewa o wysokości do 10 metrów w historycznych uliczkach. Pozostałe 84 drzewa zdobią tarasy i dachy budynków biurowych, na których wiosną pojawiły się miejskie pasieki. Zadbaliśmy także o bezpieczeństwo miejskich ptaków. Nasze przeszklone elewacje posiadają odpowiedni współczynnik refleksyjności, który pozwala uniknąć kolizji z nimi, a najwyższe elementy konstrukcji szklanych zostały dodatkowo oznakowane.

Bardzo zależało nam na odzyskaniu jak największej ilości artefaktów historycznych w duchu circular economy. Zatem poza obiektami stricte zabytkowymi ponownie wykorzystaliśmy np. także wózki fabryczne, które wspólnie ze studentami School of Form zamieniliśmy na ławki, czy dawne wrota z dawnych zakładów, które studenci ASP w Warszawie przerobili na swoje artystyczne prace i zdobią one ściany naszego parkingu.



Kinga Nowakowska - Od 2007 r. jest związana z Grupą Capital Park, w której jest członkinią zarządu i pełni funkcję dyrektora operacyjnej. Jest zaangażowana w największe projekty prowadzone przez Grupę, m.in. Royal Wilanów. Od 2009 roku jest odpowiedzialna za realizację prestiżowego projektu rewitalizacji Fabryki Norblina w Warszawie.

THE FIRST BIRTHDAY OF THE NORBLIN FACTORY OUR WORK PAID OFF AND WE SEE IT EVERY DAY

KINGA NOWAKOWSKA, MEMBER OF THE MANAGEMENT BOARD
AND CHIEF OPERATING OFFICER AT CAPITAL PARK GROUP

**IT'S BEEN A YEAR SINCE THE NORBLIN FACTORY OPENED.
HOW HAS IT BEEN FOR YOU?**

It's hard to believe that it has been a full year. The project took almost 14 years and at some point I just stopped counting the months and years. The past year has been a time of intense efforts with many new tenants coming to the complex, and it has been rather difficult. Due to the pandemic, tenants were launching their business gradually. Not long after the opening came the fourth and then the fifth wave of the pandemic, when further restrictions were imposed. Then we were all paralysed by Russia's aggression in Ukraine and all hands were on deck to help our neighbours. We took several aid initiatives at the Norblin Factory. Despite these challenges, the complex's offer has gradually expanded, but we have not yet said the last word. The end of the year will be filled with openings of new and unique places.

**EXACTLY WHAT DISTINGUISHES THE NORBLIN FACTORY
FROM OTHER SUCCESSFUL REVITALISATIONS IN WARSAW?**

I am very happy with this direction of new projects. I congratulate my colleagues on their excellent projects that are changing the city, opening up to the city, restoring historic infrastructure, adding value to their locations, contributing to corporate social responsibility and sustainability, acting with the environment in mind. All these qualities are also represented by the Norblin Factory. What makes us different is certainly the amount of historic structures we worked with. The revitalisation of the former Norblin, Buch Brothers and T. Werner factories is one of the largest in Poland and even in Europe. We worked with 10 historic buildings and almost 50 pieces of machinery and equipment. They were located all over the site so a key challenge was to manage them and fit them into modern architecture. The construction, conservation and restoration work was extremely complex. At a crucial time, 1,000 workers and 100 conservation specialists were busy on the site. But their work paid off as we can see every day.

**YET THESE ARE NOT THE ONLY HALLMARKS OF THE
COMPLEX?**

Definitely not! The history of the location was one of our main motivations to create something equally unique for the present day. We opted for entertainment, culture, food, and concepts which are not available anywhere else, only at the Norblin Factory.

These include the unique KinoGram cinema which has become a cult venue and is brimming with cultural events, film festivals, premieres, concerts, corporate meetings and conferences. Then there is the BioBazar, which started out in the old post-industrial halls, then moved to temporary premises for the duration of the revitalisation, and has returned with gusto to one of the historic halls. The Food Town located in five historic buildings hosts as many as 23 outlets offering food from around the world as well as four bars with live music played daily in one of the halls dedicated to events. Our cultural offer is truly unique. In addition to the Norblin Factory Museum, which commemorates over 200 years of the site's history, there is also Poland's first fully immersive multisensory gallery Art Box Experience, as well as the Apple Museum Poland. The Piano Bar has become one of Warsaw's trendiest party venues. The Smart Kids Planet will open soon as a smart entertainment centre for children.

DOES MUSIC PLAY ANY SPECIAL ROLE AT THE FACTORY?

You could say that. It all started with the Norblin Factory Foundation that we set up. While the project was still under construction, we decided to follow in the footsteps of the factory's former owners. Our foundation in a way continues their work by supporting art and young artists. This is how we came up with the idea for the Music MasterClass scholarship programme, which has now entered its final phase. Outstanding young artists who have been coached by the masters of the Polish music scene are recording their singles in the studio. The Foundation holds jam sessions every Wednesday, and they have become quite popular, attracting crowds of fans and professional musicians. The Foundation has been offering live music events in the streets of the complex every weekend throughout the summer, making the guests' stay even more enjoyable. In addition, music fills the Food Town, the Piano Bar and, soon, the MOXO music club and restaurant.

THAT'S AMPLE. WHAT ARE YOU PARTICULARLY PROUD OF?

Our museum. It has been essential to us to protect the history of a place whose fame reached far beyond Poland's borders. I am also very pleased with the popularity of the mobile app we have developed. It has now been downloaded by more than 63,000 users. With the app, you can pay for car and bicycle parking, get museum and cinema tickets, and visit the museum. The app provides great support for building managers, including the delivery area and the office spaces as employees can report

technical issues using the app. Meanwhile, visitors can use the app to check the programme of upcoming events in real time.

I must also mention the cherry on top of the cake: the automatic underground bicycle parking. It is the first solution of its kind in Poland. It offers 96 spaces for bicycles. Each bike can be stored in a dedicated locked cabin together with a helmet or a backpack. It is a very convenient state-of-the-art solution.

What makes me very happy is watching every day how the Norblin Factory is embraced by visitors and employees. We welcome their positive reactions and the fact that they spend time with us actively in so many different ways. After all, that is exactly why we have created this project: for people, so that the venue stays alive both during the day when people come to the office as well as after work and in the evenings so that office workers and local residents have a good time.

WHAT HAS BEEN YOUR TAKE ON SUSTAINABILITY, ENVIRONMENTAL AND SOCIAL ISSUES?

Like our other projects, the Norblin Factory is certified under the BREEAM system. Its certification level is Very Good. The certification required a range of environmental solutions implemented at the design stage. However, we have done much more than that. During the construction work, the principal contractor Warbud followed procedures mitigating the adverse impact of the project on the environment and the immediate surroundings: recycled, low-emission, energy-efficient materials were selected, energy-efficient lighting was used on the construction site, and certified wood was procured for the entire project.

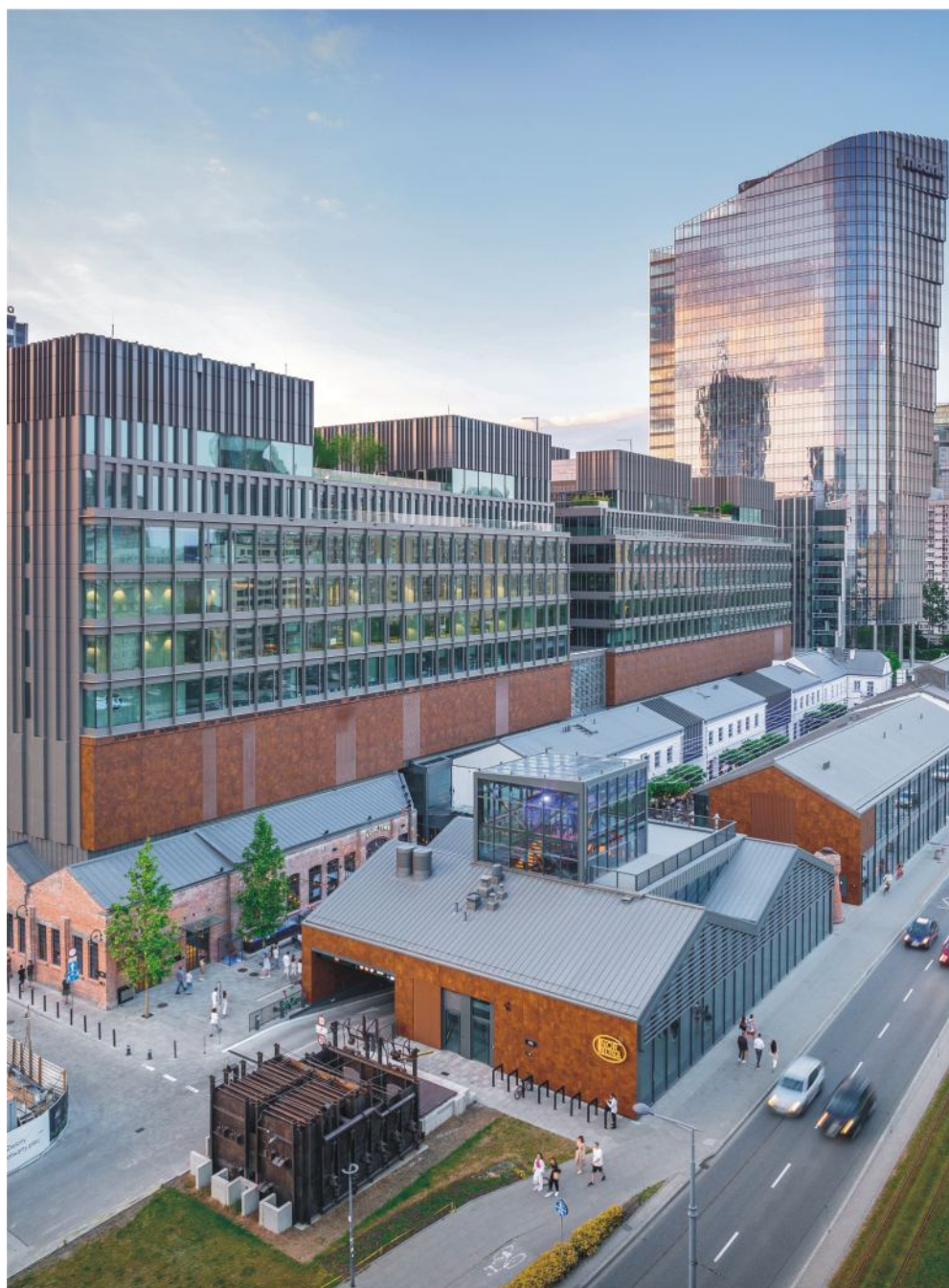
In cooperation with the Integration Foundation, the complex was adapted to the needs of people with disabilities. We also support environmentally friendly transport with Poland's first automatic underground parking for bicycles, bicycle racks across the outdoor space, and 200 bicycle spaces dedicated to office employees with accompanying full infrastructure. Due to the historic infrastructure and the lack of biologically active space, the site required special solutions. We planted 22 trees up to 10 metres high in the historic streets in huge pots placed in the ceiling of the underground car park. The remaining 84 trees were placed on the terraces and roofs of the office buildings, where urban apiaries were installed in spring. We take care of the safety of urban birds.

Our glazed facades have the necessary reflectivity to avoid birds crashing into them, and the top elements of the glass structures have been additionally marked.

We were very keen to recover as many historical artefacts as possible in the spirit of circular economy.

Therefore, in addition to strictly historical objects, we have reused factory trolleys, turned into benches in collaboration with students from the School of Form, as well as former doors of the old factories, which students from the Academy of Fine Arts in Warsaw turned into works of art and placed on the walls of our car park.

Kinga Nowakowska - Since 2007, she has been associated with the Capital Park Group, where she is a member of the management board and the Chief Operating Officer. She is involved in the largest projects carried out by the Group, including Royal Wilanów. Since 2009, she has been responsible for the implementation of the prestigious revitalization project of Norblin Factory in Warsaw.





OKNA, KTÓRE ZMIENIAJĄ DOM

OKNA INNOVIEW POWSTAŁY Z POŁĄCZENIA DREWNA I ALUMINIUM. KOMPOZYCJI, KTÓRA ZMIENIA DOM I TWORZY WNĘTRZA OTWARTE NA OTACZAJĄCY NAS ŚWIAT. BO ŚWIAT WIDZIANY PRZEZ ZACHWYCAJĄCE OKNA INNOVIEW MOŻE BYĆ TAKŻE... **ZACHWYCAJĄCY..**



Firmy korzystające z chmury hybrydowej cztery razy szybsze we wdrażaniu transformacji cyfrowej

FUJITSU

**PRZEMYSŁAW
SZABELAK**

Head of Business Development,
Fujitsu Polska

Strategiczne podejście do wdrażania chmury hybrydowej czterokrotnie zwiększa prawdopodobieństwo przyspieszonej transformacji cyfrowej. Liderzy wdrażania chmury hybrydowej lepiej radzili sobie także z wyzwaniami podczas pandemii, częściej współpracowali z zewnętrznymi dostawcami transformacji i zlecali zarządzanie chmurą hybrydową na zewnątrz – wynika z badań przeprowadzonych na zlecenie Fujitsu.

Organizacje prezentujące strategiczne podejście do wdrażania chmury hybrydowej czterokrotnie częściej osiągają rezultaty intensywnej transformacji cyfrowej (DX) – wynika z raportu „Sekrety liderów chmury hybrydowej”, globalnego badania przeprowadzonego przez Longitude. Wszystkie ankietowane firmy, posiadające całościową strategię wdrażania chmury hybrydowej – określone w badaniu jako liderzy – przyznały, że przyspieszyły swoją transformację biznesową. Tymczasem w grupie badanych przedsiębiorstw sklasyfikowanych jako obserwatorzy – twierdząco odpowiedziało zaledwie 24 proc. Badanie wykazało również, że liderzy byli ponad dwukrotnie bardziej odporni na wyzwania związane z zarządzaniem pracą podczas pandemii.

Obecnie niemal wszystkie organizacje korzystają z aplikacji biznesowych opartych na chmurze i czerpią korzyści ze skalowalności, adaptacyjności i efektywności kosztowej rozwiązań chmurowych. Niewiele przedsiębiorstw wybrało czystą strategię „tylko chmura”, większość zyskuje dzięki jednoczesnym inwestycjom w chmurę w ramach dotychczasowych aplikacji i infrastruktury – czyli tak zwane podejście „chmury hybrydowej”.

Badanie pokazało, że liderzy chmury hybrydowej dwa razy częściej niż obserwatorzy współpracują z zewnętrznym dostawcą, pomagającym w transformacji do chmury hybrydowej. Dwukrotnie częściej zlecają także zarządzanie chmurą hybrydową na zewnątrz. Wskazuje to na chęć korzystania z wiedzy i doświadczenia specjalistów zewnętrznych we wdrażaniu rozwiązań chmurowych, zamiast działania na własną rękę.

Badanie zbiegło się w czasie z informacją o wprowadzeniu przez Fujitsu nowych usług z zakresu zarządzania w chmurze, w ramach pełnego pakietu rozwiązań wspierających klientów we wdrażaniu i przyspieszaniu transformacji cyfrowej. Oferowane rozwiązania dotyczą środowiska Microsoft Azure, w kolejnych miesiącach 2022 roku obejmą także AWS i VMware Cloud.



KIM SĄ LIDERZY CHMURY HYBRYDOWEJ?

Badacze wyodrębnili tę grupę na podstawie czterech kluczowych atrybutów:

1. Liderzy dostosowują strategię chmury hybrydowej do swoich planów transformacji całej firmy.

- Prawie trzy razy częściej dostosowują strategię IT do planów transformacji biznesowej, rozwijając przewagę konkurencyjną dzięki infrastrukturze hybrydowej.

2. Liderzy rozwijają procesy zarządzania chmurą hybrydową, aby ułatwić rozwój swoich przedsiębiorstw i zmniejszyć ryzyko.

- Są o 60 proc. bardziej pewni, że mogą zarządzać bezpieczeństwem i 75 proc. bardziej przekonani o możliwościach zarządzania zgodnością w ich środowisku hybrydowym.

3. Liderzy wzmacniają swoje zespoły w celu zwiększenia korzyści wnoszonych przez chmury hybrydowe nowej generacji.

- Grupa ta jest mniej zaniepokojona wyzwaniami, związanymi z zatrudnianiem nowych talentów. Postrzegało to jako problem zaledwie 27 proc. liderów i aż 42 proc. obserwatorów.

4. Liderzy wdrażają nowe technologie płynnie i na dużą skalę.

- Liderzy są prawie dwukrotnie częściej przekonani, że mogą wykorzystać swoją infrastrukturę hybrydową do wdrażania nowych technologii. Liderzy są dwukrotnie bardziej pewni, że mogą z sukcesem modernizować aplikacje i obciążenia dla podniesienia wydajności, dwukrotnie częściej będą w stanie zbudować aplikacje i wdrożyć je w różnych środowiskach, a także mają o 50 proc. większą pewność niż obserwatorzy odnośnie do skalowalności swojej infrastruktury.
- Badania jasno wskazują na konieczność posiadania odpowiedniej strategii chmury hybrydowej przez organizacje wdrażające u siebie transformację cyfrową. Jedną z ujawnionych w badaniu cech liderów jest chęć outsourcingu zarządzania chmurą hybrydową oraz współpracy w tym zakresie z firmą zewnętrzną. Dlatego z przyjemnością informujemy o nowej globalnej ofercie usług Fujitsu, adresującej wspomniane potrzeby. Oferując pełny pakiet usług zarządzania chmurą dla Microsoft Azure, AWS i VMware Cloud, obejmujący zakresem wszystkie poziomy – od wirtualnej infrastruktury, przez konteneryzację, po rozwój chmurowych aplikacji – pomagamy klientom znacząco przyspieszyć transformację cyfrową. Nasze usługi, świadczone z polskich centrów kompetencyjnych, pozwalają klientom budować elastyczne, efektywne kosztowo i bezpieczne rozwiązania realizujące transformację cyfrową oraz wspierające działania biznesowe – komentuje **Przemysław Szabelak Head of Business Development, Fujitsu Polska**.



Hybrid Cloud Leaders Four Times More Likely to Achieve Rapid Digital Transformation

Strategic approach to hybrid cloud adoption raises the likelihood of accelerated digital transformation by a factor of four. Hybrid cloud leaders were better able to cope with challenges during the Covid pandemic, collaborate with a third-party supplier on transformation and outsource hybrid cloud management, Fujitsu Research Proves.

Organizations with a strategic approach to hybrid cloud adoption are four times more likely to have achieved accelerated digital transformation (DX), according to new research commissioned by Fujitsu. The finding comes from a new report, *Unlocking the Secrets of the Hybrid Cloud Leaders*, based on global research conducted by Longitude. All companies interviewed who had a holistic hybrid cloud strategy — a group designated as “leaders” by the report’s authors — agreed they had accelerated their business transformation. This was in stark contrast to just 24% of those classified as followers. The research also found that leaders were more than twice as resilient in coping with workforce challenges during the Covid pandemic.

Today, almost all organizations use some cloud-based business applications and realize the benefits of scalability, adaptability, and cost. While a small minority has adopted a “cloud-only” strategy, most gain impact from cloud investment alongside their existing applications and infrastructure — a so-called “hybrid cloud” approach.

In terms of behavioral characteristics, hybrid cloud leaders are twice as likely as followers to collaborate with a third-party supplier to help with their hybrid cloud transformation — according to the survey — and more than twice as likely to outsource hybrid cloud management. This points to the willingness to leverage the deep expertise of a specialist third-party like Fujitsu in implementing cloud transformation instead of going it alone.

The research findings have informed the launch by Fujitsu of its new Cloud Managed Services a holistic suite of cloud management services to help customers accelerate digital transformation, initially for Microsoft Azure, with AWS and VMware services to follow later in 2022.

WHO ARE THE HYBRID CLOUD LEADERS?

The researchers identified hybrid cloud leaders based on four key attributes:

1. Leaders align hybrid cloud strategies with their business-wide transformation agendas.

- They are nearly three times more likely to align IT strategies with business transformation agendas, helping create competitive advantage through their hybrid infrastructure.

2. Leaders evolve their hybrid cloud management to facilitate growth and reduce risk.

- Leaders are 60% more confident they can manage security and 75% more confident about managing compliance across their hybrid environment.

3. Leaders empower their talent to maximize value from the next-generation hybrid cloud.

- The leaders' group is less concerned about the challenges of hiring new talent, with 42% of followers seeing this as a concern against only 27% of leaders.

4. Leaders deploy emerging technologies seamlessly and at scale.

- Leaders are nearly twice as confident they can use their hybrid infrastructure to leverage emerging techno -

logies. Leaders are twice as confident that they can modernize apps and workloads to optimize performance, twice as likely to be able to build apps once and deploy across environments than the followers, and have 50% greater confidence in the scalability of their infrastructure.

- It's clear from the research commissioned by Fujitsu that it's vital to have a holistic hybrid cloud strategy for any organization to achieve digital transformation. It's also clear that one unmistakable hallmark of a leader is the willingness to outsource hybrid cloud management and work with a third party. That's why we are pleased to announce the global availability of Fujitsu's Cloud Managed Services. By providing a holistic suite of cloud management services for Microsoft Azure, AWS and VMware, covering all levels - from virtual infrastructure, through containerization, to the development of cloud applications, Fujitsu helps customers accelerate digital transformation. These services are delivered by Fujitsu's global experts, working with customers to ensure that they can build agility, create cost efficiencies and strengthen resilience, equipping them to drive transformation and business goals – said **Przemysław Szabelak Head of Business Development, Fujitsu Polska.**



NANOSREBRO

metal na wagę zdrowia

SREBRO W TWORZYWACH SZTUCZNYCH TO DOŚĆ NIECODZIENNE POŁĄCZENIE. SKĄD POMYSŁ NA TAKIE ROZWIĄZANIE?

Srebro głównie kojarzone jest z cennym kruszcem i zastosowaniem jako metal szlachetny w produkcji biżuterii, naczyń i sztuców. Srebra używa się też do produkcji sprzętu elektronicznego, gdzie jest cenione za bardzo dobrą przewodność elektryczną, a z kolei właściwości katalityczne srebra sprawiają, że znajduje ono zastosowanie jako katalizator wielu reakcji utleniania. Mniej osób jednak wie, że srebro ma silne właściwości bakteriobójcze i grzybobójcze, a dodatkowo jest nieszkodliwe dla ludzi. Ważnym aspektem stosowania srebra jest fakt, że bakterie nie uodparniają się na jego działanie, jak ma to miejsce w przypadku antybiotyków. W Smart Nanotechnologies tworzymy nanocząstki srebra, które dzięki silnie rozwiniętej powierzchni właściwej charakteryzują się jeszcze lepszymi właściwościami, co pozwoliło nam opracować technologię Polydef.

CZYM JEST TECHNOLOGIA POLYDEF?

Technologia Polydef to specjalnie opracowane rozwiązanie oparte na nanocząstkach srebra, które pozwala uzyskać właściwości antybakteryjne i antygrzybicze. Obecność nanosrebra w zabezpieczonych polimerach zapewnia efekt biobójczy poprzez inhibicję szlaków metabolicznych drobnoustrojów, przyczyniając się do ich redukcji, eliminacji źródeł nieprzyjemnych zapachów i wydłużenia czasu użytkowania materiału. Komponent zapewnia długotrwałą ochronę mikrobiologiczną oraz zwiększa bezpieczeństwo i atrakcyjność produktu.

JAK TRWAŁA JEST OCHRONA ANTYBAKTERYJNA?

Aktywność srebra nie zmienia się z czasem, więc tym samym gwarantuje to trwały efekt w odróżnieniu od często używanych organicznych biocydów, które po pewnym czasie wykazują coraz słabsze działanie i ulegają degradacji.

Zatem zastosowanie nanocząstek srebra zapewnia ochronę mikrobiologiczną przez cały cykl życia produktu przy jednoczesnym zachowaniu bezpieczeństwa wyrobów z tworzyw sztucznych dla ich użytkowników.

Sam efekt może być osiągnięty poprzez zabezpieczenie powierzchni lub całej objętości wyrobu, uzyskując produkty o samoodkażających się właściwościach.

NA CZYM JESZCZE POLEGA PRZEWAGA SREBRA WZGLĘDEM KLASYCZNYCH ŚRODKÓW BIOBÓJCZYCH?

Do tej pory do zabezpieczania tworzyw sztucznych stosowano środki biobójcze tzw. biocydy, czyli związki charakteryzujące się ograniczoną trwałością działania oraz negatywnym wpływem na środowisko. Srebro cechuje się wysoką stabilnością oraz silnymi właściwościami biobójczymi wobec mikroorganizmów, natomiast redukcja jego cząstek do nanometrycznych wymiarów pozwala na zwiększenie powierzchni właściwej i uzyskanie znacznie wyższej niż w przypadku dużych cząsteczek aktywności chemicznej i biologicznej. Dlatego też, wykorzystanie nanocząstek srebra pozwala uzyskać efekt bakteriobójczy przy niższym stężeniu substancji aktywnej w porównaniu do konwencjonalnych środków chemicznych, a mimo wysokiego kosztu samego surowca jego użycie go w preparatach nie wpływa znacząco na końcową cenę produktu.

GDZIE ZATEM MOŻEMY SPOTKAĆ ROZWIĄZANIA W OPARCIU O TECHNOLOGIĘ POLYDEF?

Polimery o właściwościach biobójczych mają zastosowanie w przypadku elementów szczególnie narażonych na działanie mikroorganizmów, takich jak rury wentylacyjne, włączniki światła czy klamki stosowane w szpitalach, poczekalniach, szkołach czy wnętrzach pojazdów komunikacji zbiorowej. Naszą ambicją jest wdrażanie produktów stanowiących nowy standard poprzez zabezpieczenie ich przed rozwojem chorobotwórczych mikroorganizmów. Oprócz zastosowania w medycynie, budownictwie i transporcie zależy nam na zabezpieczeniu elementów, z których korzystamy każdego dnia.

dr inż. Paweł Smoleń

Manager Badań i Rozwoju
w firmie Smart Nanotechnologies S.A.



POLYDEF
LINIA BIOBÓJCZYCH DODATKÓW DO POLIMERÓW

Biobójcze dodatki z **nanocząstkami srebra** do polimerów termoplastycznych i chemoutwardzalnych.

PRODUCENT:
Smart Nanotechnologies S.A.
Karola Olszowskiego 25
32-500 Alwernia, Polska
smartnanotech.com.pl
tel. +48 12 25 89 385

NOWOCZESNA TECHNOLOGIA
BEZPIECZNY DLA ZDROWIA
TRWAŁOŚĆ UŻYTKOWANIA
WIELE MOŻLIWYCH ZASTOSOWAŃ

smart NANOTECHNOLOGIES

NANOSILVER precious metal

SILVER IN PLASTICS IS A RATHER UNUSUAL COMBINATION. WHERE DID THE IDEA FOR THIS SOLUTION COME FROM?

Silver is mainly associated with precious ore and its use as a noble metal in the manufacture of jewellery, crockery and cutlery. Silver is also used in the manufacture of electronic equipment, where it is valued for its very good electrical conductivity and, in turn, silver's catalytic properties mean that it is used as a catalyst for many oxidation reactions.

Not many people know, however, that silver has strong antimicrobial and fungicidal properties, and, what is more, it is harmless to humans. An important aspect of silver's use is that bacteria do not become resistant to its effects, as is the case with antibiotics.

At Smart Nanotechnologies, we create silver nanoparticles with even better properties due to their strongly developed specific surface area, which allowed us to develop Polydef technology.

WHAT IS POLYDEF TECHNOLOGY?

Polydef technology is a specially developed solution based on silver nanoparticles to achieve antimicrobial and antifungal properties. The presence of nanosilver in the protected polymers ensures a biocidal effect by inhibiting the metabolic pathways of microorganisms, contributing to their reduction, the elimination of sources of unpleasant smells and the extension of the lifetime of the material.

The component provides long-lasting microbiological protection and enhances the safety and attractiveness of the product.

HOW DURABLE IS THE ANTIMICROBIAL PROTECTION?

The activity of silver does not change over time, so this guarantees a lasting effect, in contrast to the organic biocides often used, which have a weaker effect and degrade after some time. Thus, the use of silver nanoparticles ensures microbiological protection throughout the entire product life cycle while maintaining the safety of plastic products for their users.

The effect itself can be achieved by protecting the surface or the entire volume of the product, obtaining products with self-decontaminating properties.

WHAT OTHER ADVANTAGES DOES SILVER HAVE OVER CONVENTIONAL BIOCIDES?

Until now, biocides have been used to protect plastics, i.e. compounds with limited persistence and negative environmental impact. Silver is characterised by its high stability and strong biocidal properties against microorganisms, while the reduction of its particles to nanometric dimensions enables an increase in the specific surface area and much higher chemical and biological activity than with large particles. For this reason, the use of silver nanoparticles makes it possible to achieve a bactericidal effect with a lower concentration of the active substance compared to conventional chemicals, and despite the high cost of the raw material itself, its use in preparations does not significantly affect the final price of the product.

SO WHERE CAN WE FIND SOLUTIONS BASED ON POLYDEF TECHNOLOGY?

Polymers with biocidal properties are used for components that are particularly susceptible to micro-organisms, such as ventilation pipes, light switches or door handles used in hospitals, waiting rooms, schools or the interiors of public transport vehicles.

Our ambition is to implement products that represent a new standard by protecting them against the growth of pathogenic microorganisms. In addition to medical, construction and transport applications, we are keen to protect the components we use every day.

dr inż. Paweł Smoleń

Research and Development Manager
in Smart Nanotechnologies S.A.



POLYDEF
LINE OF BIOCIDAL ADDITIVES FOR POLYMERS

Biocidal additives with **silver nanoparticles** for thermoplastic and chemically cured polymers.

ACTIVE SILVER NANOPARTICLES

MODERN TECHNOLOGY SAFE FOR HEALTH DURABILITY OF USE MANY POSSIBLE APPLICATIONS

smart NANOTECHNOLOGIES

MANUFACTURER:
Smart Nanotechnologies S.A.
Karłowicza 25
32-500 Alwernia, Poland
smartnanotech.com.pl
phone: +48 12 25 89 395

APA Group udostępnia poradniki technologiczne w formie ebooków

Inżynierowie APA Group opracowali poradniki praktycznego wykorzystania inteligentnych technologii w dwóch obszarach: monitoringu zużycia mediów oraz Przemysłu 4.0. Ebooki są odpowiedzią na wyniki raportów rynkowych, które wskazują braki kompetencyjne oraz obawy decydentów przed wdrażaniem nowoczesnych technologii opartych m.in. o Sztuczną Inteligencję, uczenie maszynowe, analitykę dużych zbiorów danych.

PORADNIK INTELIGENTNEJ OPTIMALIZACJI ZASOBÓW

Publikacja pokazuje, w jaki sposób nowoczesne narzędzia monitoringu mediów pozwalają zaplanować optymalizację zasobów. W niestabilnej energetycznie i rynkowo rzeczywistości kluczowe jest szybkie podejmowanie trafnych decyzji biznesowych.

Ebook zawiera m.in.:

- opis bieżącej sytuacji energetycznej;
- korzyści z inteligentnej optymalizacji zasobów;
- rodzaje inteligentnych narzędzi cyfrowych do monitoringu zasobów;
- informacje na temat zmian prawnych i wymogów ustawowych.

Pobierz:



PORADNIK PRAKTYCZNEGO WYKORZYSTANIA NARZĘDZI PRZEMYSŁU 4.0

W ebooku znajduje się szereg wskazówek pomagających rozpocząć efektywne wdrażanie inteligentnych narzędzi czwartej rewolucji przemysłowej. Wielowymiarowe spojrzenie na przedsiębiorstwo ukazuje, jak wiele korzyści dla organizacji przynosi praca zarządu, finansów, produkcji i logistyki na jednym strumieniu danych.

Ebook zawiera m.in.:

- wskazówki w jakich procesach firmowych sprawdzą się narzędzia Przemysłu 4.0;
- wyjaśnienie na czym polega proces cyfryzacji firmy i samej produkcji;
- instrukcję jak przejść z Przemysłu 3.0 na 4.0;
- sposoby zarządzania dużymi zbiorami danych;

- opis jak wykorzystać w praktyce predykcję zdarzeń;
- ważne elementy cyberbezpieczeństwa w Przemysle 4.0.

Pobierz:



O PRZEDSIĘBIORSTWIE

APA Group jest liderem na rynku inteligentnej automatyki przemysłowej i systemów zarządzania budynkami. Posiada ponad 20 lat doświadczenia i setki udanych wdrożeń dla instytucji, osób prywatnych, gmin i zakładów przemysłowych na całym świecie. Wszystkie koncepcje technologii produktów i usług powstają w Gliwicach i stają się polską wizytówką na świecie. Do grona klientów należą tacy giganci światowego przemysłu jak: VW, Eisenmann, FIAT, OPEL, 3M, MAN, Amazon, DB Schenker, Tesla, czy prestiżowe uczelnie techniczne. Laureat Godła „Teraz Polska” za platformę do zarządzania i optymalizacji procesów automatyki budynkowej NAZCA. Od lat z sukcesami realizuje innowacyjne projekty z Politechniką Śląską i zaopatruje ją w technologie, czego efektem jest m.in. powstanie znanego w Polsce Leonardo Lab oraz Laboratorium Nowoczesnych Technik Sterowania na Wydziale Elektrycznym. Firma realizuje też projekty na zlecenie Narodowego Centrum Badań i Rozwoju.

Firmę stworzył i kieruje nią do dziś Artur Pollak, prezes zarządu APA Group, Członek Rady Programowej Wydziału Elektrycznego Politechniki Śląskiej oraz Członek Zarządu Polsko-Niemieckiej Izby Przemysłowo-Handlowej, a także Członek Zarządu Polskiego Stowarzyszenia Budownictwa Ekologicznego. Zasiada w Radzie Łoży Katowickiej Business Centre Club. Współtwórca Polskiego Klastra IoT & AI „Sinotaic”. Ekspert w zakresie komputerowych systemów sterowania. Przewodził kilkunastu projektom, tworząc fabryki określane mianem Industry 4.0 w Europie i Chinach. Twórca ultranowoczesnego showroomu technologicznego w Gliwicach APA Black House oraz Centrum Testowania Technologii Przemysłu 4.0. Współpracował z takimi koncernami jak: VW, GM, 3M, Daimler, MAN, Amazon, Tesla czy Siemens.

www.apagroup.pl

APA Group provides technological guides in the form of e-books

APA Group engineers have developed guides for the practical use of intelligent technologies in two areas: media consumption monitoring and Industry 4.0. The e-books are a response to the results of market reports, which indicate competence shortages and the fears of decision-makers against the implementation of modern technologies based on, inter alia, Artificial Intelligence, Machine Learning, Big Data Analytics.

SMART RESOURCE OPTIMIZATION GUIDE

The publication shows how modern media monitoring tools allow you to plan the optimization of resources. In the unstable energy and market reality, it is crucial to quickly make the right business decisions.

The ebook includes, among others:

- description of the current energy situation;
- benefits of intelligent resource optimization;
- types of intelligent digital tools for asset monitoring;
- information on legal changes and statutory requirements.

Download:



A GUIDE TO THE PRACTICAL USE OF INDUSTRY 4.0 TOOLS

The ebook provides a number of tips to help you get started with the effective implementation of the smart tools of the fourth industrial revolution. The multidimensional view of the enterprise shows how many benefits for the organization are brought by the work of management, finance, production and logistics on one data stream.

The ebook includes, among others:

- tips on which company processes will work with Industry 4.0 tools;
- explaining what is the process of digitizing the company and the production itself;
- instructions on how to move from Industry 3.0 to 4.0;
- ways to manage large data sets;
- description of how to use event prediction in practice;
- important elements of cybersecurity in Industry 4.0.

Download:



ABOUT COMPANY

APA Group is a leader in the market for smart industrial automation and building management systems. It has over 20 years of experience and dozens of successful implementations for institutions, individuals, municipalities and industrial plants around the world. All concepts of product and service technology are developed in Gliwice and are becoming a Polish showcase worldwide. Among the clients are such giants of the world industry as: VW, Eisenmann, FIAT, OPEL, 3M, MAN, Amazon, DB Schenker, Tesla, or prestigious technical universities.

Winner of the "Poland: Now" Emblem for the NAZCA Building Automation Process Management and Optimization platform. For years, it has been successfully completing innovative projects with the Silesian University of Technology and supplying it with technologies, which resulted, among other things, in the creation of the well-known in Poland Leonardo Lab (www.leonardolab.pl) and the Laboratory of Modern Control Techniques at the Faculty of Electrical Engineering. The company also carries out projects commissioned by the National Centre for Research and Development.

The company was created and is still managed by Artur Pollak, President of the Management Board of APA Group, Member of the Programme Council of the Faculty of Electrical Engineering of the Silesian University of Technology and Member of the Management Board of the Polish-German Chamber of Commerce and Industry, as well as Member of the Management Board of the Polish Green Construction Association. Co-founder of the Silesian IoT Cluster SINOTAIC (www.sinotaic.com). Expert in computer control systems. He has led several projects, creating factories termed Industry 4.0 in Europe and China. Founder of the ultramodern technology showroom in Gliwice APA Black House and Founder of the Industry 4.0 Technology Testing Center.

www.apagroup.pl

Frontem do innowacji. Instytucje naukowe w programach NCBR



Pięć tysięcy nowatorskich pomysłów, prawie tysiąc projektów, ponad 4,7 mld zł dofinansowania na ich realizację. Dzięki programom Narodowego Centrum Badań i Rozwoju (NCBR) rośnie doświadczenie instytucji naukowych w opracowywaniu innowacyjnych rozwiązań – wynika z badania BRadar+. Co zrobić, żeby w nowej perspektywie finansowej Unii Europejskiej jeszcze pełniej wykorzystać potencjał polskich uczelni i instytutów? Słowo klucz to „współpraca”.

Znamy pierwsze wyniki badania BRadar+, czyli kompleksowego, cyklicznego badania efektów wsparcia udzielanego przez NCBR. Opublikowany raport, autorstwa dr Barbary Kowalczyk, dotyczy doświadczeń instytucji naukowych w aplikowaniu i realizowaniu projektów B+R. W przygotowaniu są już kolejne opracowania, pokazujące perspektywę przedsiębiorców oraz kierowników projektów naukowych.

Celem badania było określenie dotychczasowej aktywności instytucji naukowych w kontekście oferty NCBR, a także ich potencjału do realizacji projektów badawczo-rozwojowych, czyli takich, w których wyniki badań naukowych mogą doprowadzić do praktycznego zastosowania nowatorskiej technologii, rozwiązania technicznego, nowego produktu czy udoskonalonego procesu.

Badanie objęło instytucje naukowe, w tym uczelnie, instytuty badawcze, instytuty i centra Polskiej Akademii Nauk, realizujące pod skrzydłami Centrum innowacyjne projekty – niezależnie od tego, czy ubiegały się o wsparcie na ten cel w roli liderów czy też konsorcjantów.

WNIOSKI Z BLISKO 350 OŚRODKÓW

Spośród 595¹ instytucji naukowych działających w Polsce, 66 proc. – o statusie uczelni lub instytutu – ponosiło w roku 2020 nakłady na badania i rozwój. Do NCBR aplikowało w latach 2015-2021 około 60 proc. instytucji naukowych, a jedna trzecia realizowała projekty B+R w ramach programów Centrum. Świat nauki angażuje się zarówno w programy krajowe, europejskie (Program Inteligentny Rozwój), jak i międzynarodowe.

– *Rozpoczynając badanie BRadar+, chcieliśmy osiągnąć trzy cele: lepiej poznać i zrozumieć mechanizmy zachodzące w przestrzeni krajowych innowacji, przyrzeć się efektom naszych działań oraz przygotować się do kolejnej perspektywy finansowej. W odniesieniu do instytucji naukowych, pozyskana wiedza pomoże nam tak kierować wsparcie, aby wykorzystać ich potencjał badawczo-rozwojowy do realizacji innowacyjnych, ważnych dla Polski projektów. Nieodłącznie związanych z tym*

wymiar to usprawnienie współpracy środowiska naukowego z biznesem – mówi dr Paweł Kuch, p.o. dyrektor Narodowego Centrum Badań i Rozwoju.

Z raportu wynika, że strategia aplikowania instytucji naukowych w programach nastawionych na badania i rozwój jest zróżnicowana. W analizowanych siedmiu latach do NCBR wpłynęło 5 tys. wniosków z ich udziałem. O ile część instytucji zgłaszała swoje pomysły epizodycznie (wśród 348 unikatowych wnioskodawców 76 złożyło tylko jeden wniosek), o tyle wśród wnioskodawców są też rekordziści, którzy składali łącznie nawet ponad 400 wniosków. To najczęściej duże uczelnie, które mogły ubiegać się o dofinansowanie m.in. z poziomu poszczególnych wydziałów i uczestniczyć w realizacji wielu projektów w tym samym czasie. NCBR obserwuje, że skutecznie aplikujące instytucje naukowe powracają ponownie jako beneficjenci, ale nowicjusze również uzyskują wsparcie.

STAWIAJĄ NA WYNAŁAZKI I ROZWÓJ MŁODEJ KADRY

Dane NCBR pokazują, że instytucje najczęściej składają wnioski w programach organizowanych z myślą o wsparciu młodych naukowców w realizacji prac badawczych (LIDER), a także programach finansowanych z Funduszy Europejskich w ramach Programu Inteligentny Rozwój.

Szansę ma każdy, ale dofinansowanie otrzymują projekty w największym stopniu spełniające kryteria konkursowe. Zgodnie z raportem, wskaźnik sukcesu instytucji naukowych, mierzony odsetkiem projektów wybranych do realizacji w stosunku do liczby złożonych wniosków, wynosi 21 proc. i jest najwyższy w instytutach PAN (28 proc.). W badanym okresie instytucje naukowe otrzymały za pośrednictwem NCBR granty o łącznej wartości 2,6 mld zł, pochodzące ze środków europejskich i krajowych. Przyznano je na realizację 977 projektów badawczo-rozwojowych, przy czym całkowita przyznana wartość dofinansowania tych projektów to 4,7 mld zł. Dotyczą one najczęściej obszaru nauk inżynierskich i technicznych (74 proc. dofinansowanych projektów), a blisko co dziesiąty projekt powiązany jest z naukami przyrodniczymi.

– *Instytucje naukowe konkurują o środki z NCBR jakością zgłaszanych projektów. Nowa perspektywa finansowa Unii Europejskiej – zwłaszcza Program Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki, ale także Program Horyzont Europa z budżetem 95,5 mld euro – niesie ze sobą bardzo dużo szans dla podmiotów zaangażowanych w badania i rozwój. Dzięki temu polskie uczelnie i przedsiębiorstwa będą mogły się rozwijać i wdrażać nowatorskie rozwiązania – mówi*



Małgorzata Jarosińska-Jedynak, wiceminister funduszy i polityki regionalnej.

W odróżnieniu od przedsiębiorstw, instytucje naukowe finansują prace badawczo-rozwojowe przede wszystkim ze środków zewnętrznych. Według Głównego Urzędu Statystycznego, to 85 proc. wszystkich nakładów ponoszonych w instytucjach wyspecjalizowanych badawczo (ich głównym celem jest prowadzenie działalności B+R). Znaczna część tych środków (71 proc.) pochodzi z sektora rządowego. Instytucje chętnie sięgają zarówno po krajowe środki publiczne, jak i środki zagraniczne – w szczególności pochodzące z Komisji Europejskiej. Przykładowo w 2020 r. z tego źródła finansowania skorzystało 40 proc. wszystkich podmiotów wyspecjalizowanych badawczo, które ponosiły nakłady na B+R, w tym 135 instytutów i 90 uczelni.

Badanie BRadar+ pokazuje, że możliwość pozyskania dofinansowania w ramach programów NCBR poszerza źródła finansowania działalności B+R. W analizowanym okresie udział całkowitego dofinansowania przyznanego tylko instytucjom naukowym na realizację projektów w ramach programów NCBR w całkowitej wartości dofinansowania projektów wyniósł 55 proc. Ta forma wsparcia jest dla instytucji naukowych atrakcyjna również z tego względu, że pozwala im zaangażować się w złożone, wymagające specjalistycznej wiedzy, a przy tym kosztochłonne przedsięwzięcia badawcze (najczęściej w programach z udziałem Funduszy Europejskich i w ramach programów strategicznych finansowanych ze środków krajowych).

MOTOR INNOWACJI: ZBLIŻENIE ŚWIATÓW NAUKI I PRZEMYSŁU

Nauka i przemysł to dwa płuca innowacji. W odniesieniu do kompleksowej oferty NCBR, instytucje naukowe najczęściej angażowały się w projekty w ramach konsorcjum (79 proc.). Taki wynik zdaniem autorki badania potwierdza, że realizowane jest główne założenie programowe kończącej się perspektywy finansowej i jej flagowego Programu Inteligentny Rozwój. Mowa o wzmacnianiu współpracy zarówno

między sektorem nauki i sektorem przedsiębiorstw, jak i współpracy między instytucjami szkolnictwa wyższego i nauki.

– *Programy NCBR dają wiele sposobności do coraz lepszej współpracy jednostek naukowych z sektorem przedsiębiorstw. To sytuacja pożądana w perspektywie budowania innowacyjności, uważanej za siłę napędową rozwoju gospodarczego. Zgodnie z Polityką Naukową Państwa, modelowemu wykorzystaniu potencjału polskiej nauki i szkolnictwa wyższego służą m.in. transfer wiedzy i technologii między nauką a przemysłem oraz dążenie do niezależności technologicznej przez tworzenie rodzimego know-how* – zwraca uwagę Przemysław Czarnek, minister edukacji i nauki.

W portfolio NCBR z roku na rok przybywa przykładów współpracy instytucji naukowych z przedsiębiorcami, zakończonej sukcesem w postaci wprowadzenia na rynek nowych produktów czy usług. Takie doświadczenia ma chociażby firma Mine Master, krajowy producent maszyn wierząco-kotwiących przeznaczonych do wydobywania rud metali w kopalniach podziemnych oraz wykonywania tuneli. Maszyny te są podstawowym sprzętem stosowanym przy wydobyciu rud miedzi w KGHM i stosowane są w wielu krajach świata.

Jak wyjaśnia Andrzej Czajkowski, wiceprezes Mine Master Sp. z o.o., wymagania użytkowników wynikające ze zwiększonego zapotrzebowania na surowce, pogarszających się warunków wydobycia oraz dążenia do zminimalizowania wpływu działalności górniczej na środowisko prowadzą do poszukiwania nowych rozwiązań konstrukcyjnych spełniających takie oczekiwania. Osiągnięcie tego celu staje się łatwiejsze dzięki współpracy z instytucjami naukowymi.

– *Mine Master prowadzi szeroką działalność badawczo-rozwojową, wprowadzając do użytkowania nowe rozwiązania techniczne. Projekty B+R realizujemy w ścisłej współpracy z instytucjami naukowymi, a w szczególności z Akademią Górniczo-Hutniczą w Krakowie i Politechniką Wrocławską. Liderami w takich projektach były albo te uczelnie, albo Mine Master. W każdym z tych przypadków wykorzystanie wiedzy i potencjału naukowego tych instytucji w znacznym*

stopniu przyczyniało się do zakończenia projektów z powodzeniem, a ich wyniki zostały wdrożone. Miarą sukcesu jest m.in. tytuł Mistrza Techniki NOT za projekt kotwiarki bateryjnej Roof Master 1.8KE na arenie ogólnopolskiej czy wyróżnienie w Konkursie Polski Produkt Przyszłości – mówi wiceprezes Czajkowski.

DUZI GRACZE CHCĄ BYĆ LIDERAMI

Instytucje naukowe wykazują się doświadczeniem w koordynowaniu projektów – jako ich liderzy. W latach 2015–2021 blisko połowa projektów z udziałem instytucji naukowych była przez nie zarządzana. Najczęściej tego zadania podejmowały się duże i doświadczone w tym obszarze uczelnie, takie jak np. Politechnika Warszawska czy Akademia Górniczo-Hutnicza. Jak wynika z badania BRadar+, przeważnie miało to miejsce w programach krajowych i międzynarodowych, które w największym stopniu pozwalały na wykorzystanie naukowego potencjału tych instytucji.

Pod względem liczby projektów B+R realizowanych pod skrzydłami NCBR wśród instytucji naukowych dominują uczelnie, takie jak: Politechnika Warszawska, Akademia Górniczo-Hutnicza, Politechnika Wrocławska, Politechnika Łódzka oraz Politechnika Śląska. Także w rankingu 5 najbardziej aktywnych wnioskodawców widzimy uczelnie techniczne. To kolejno: Politechnika Warszawska, Akademia Górniczo-Hutnicza, Politechnika Wrocławska, Politechnika Śląska i Politechnika Gdańska.

POTENCJAŁ DO ZAGOSPODAROWANIA

Zainteresowaniu ofertą NCBR wśród instytucji naukowych sprzyjają czynniki systemowe, takie jak duży udział publicznego finansowania badań w tym sektorze oraz premiowanie działalności B+R (w tym działalności badawczej i współpracy z przedsiębiorstwami) w systemie oceny jakości

działalności instytucji naukowych, zwraca uwagę autorka raportu. Jednocześnie skala tej działalności, mierzona rosnącą wielkością nakładów na B+R oraz ich aktywnością patentową, wskazuje, że ta grupa podmiotów może dysponować jeszcze większym potencjałem do koordynowania i uczestniczenia w projektach badawczo-rozwojowych.

W kontekście nowego programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki wykorzystanie tego potencjału jest szczególnie istotne. Z perspektywy sektora instytucji naukowych program ten będzie miał na celu mobilizację osób i instytucji działających w sektorze nauki do współpracy z sektorem biznesu, a także współpracy z instytucjami zagranicznymi.

Wśród uczelni dominujących w 2020 w rankingu aktywności patentowej² pierwsze miejsce zajmował Zachodniopomorski Uniwersytet Technologiczny w Szczecinie (85 udzielonych patentów).

NCBR, rządowa agencja wykonawcza, nad którą nadzór sprawuje Minister Funduszy i Polityki Regionalnej, jest kluczowym ośrodkiem wspierania i tworzenia innowacyjnych rozwiązań technologicznych i społecznych, kreuje ekosystem wiedzy i informacji na ich temat. Inicjuje i realizuje przedsięwzięcia przyczyniające się do cywilizacyjnego rozwoju kraju.

Raport „Instytucje naukowe – doświadczenia w aplikowaniu i realizowaniu projektów B+R” opracowała dr Barbara Kowalczyk z Sekcji Analiz i Ewaluacji NCBR.

Raport do pobrania na gov.pl/ncbr

¹ Według danych z systemu POL-on – stan na marzec 2022.

² Źródło: Dane Urzędu Patentowego Rzeczypospolitej Polskiej, stan na grudzień 2021.





Karta Lunchowa to Benefit Roku 2023

Niezwykle dynamiczna sytuacja na rynku pracy oraz rosnąca inflacja wymaga od organizacji elastycznego podejścia do wypracowanych przez ostatnie lata schematów działania podczas planowania budżetu na 2023 r. Pomocą w zaspokojeniu potrzeb związanych zarówno z wysokością wynagrodzeń jak i poczuciem dobrostanu może być dobrze zaprojektowany system benefitowy.

Warto postawić na uniwersalne benefity z których korzysta 100% Pracowników i które zaspokoją ich codzienne potrzeby.



Karta Lunchowa Edenred to same korzyści:

Dla Pracodawców – to jedyny benefit uprawniający do uzyskania zwolnienia z ZUS:

- ▶ Optymalizacja kosztów w firmie – kwota do 300 zł mies. na pracownika przekazywana na karcie lunchowej jest zwolniona z ZUS = optymalizujesz koszt przekazanych środków i zwiększasz siłę nabywczą Pracowników.¹

PRZYKŁAD: Oszczędność na ZUS to 737 zł na jednym Pracowniku w skali roku czyli np. dla 500 Pracowników = 368 000 zł oszczędności dla firmy rocznie.

- ▶ Zwiększa motywację, zaangażowania oraz buduje silne zespoły.
- ▶ Pozwala wyróżnić się na rynku benefitów pracowniczych.

Dla Pracowników:

- ▶ Zwiększa o 50% siłę nabywczą Pracowników vs tradycyjna podwyżka.²
- ▶ 100% Pracowników wykorzystuje ten benefit.
- ▶ Najbardziej pożądaną benefit wśród Pracowników.³
- ▶ Pozwala na pełną elastyczność w wyborze posiłku.
- ▶ Wygoda użytkowania, szeroka sieć akceptacji, możliwość płatności poprzez G-Pay i Apple Pay.

Dowiedz się więcej: www.edenred.pl

Enrich connections. For good.

¹ Nowelizacja rozporządzenia z dnia 18 grudnia 1998 r., Par. 2 ust. 2 pkt 11 Ministra Pracy i Polityki Socjalnej.

² Przy założeniu, że pracodawca ma kwotę 300 zł na podwyżkę z kosztami pracodawcy, a wynagrodzenie pracownika jest na poziomie średniej krajowej.

³ Badanie ilościowe wrzesień 2021, metoda CAWI Edenred Polska we współpracy z agencją badawczą Herstories

Face towards innovation. Academic institutions in the National Centre for Research and Development (NCBR) programs.

Five thousand innovative ideas, nearly one thousand projects, over 4,7 billion zloty in additional funding for their realization. Thanks to the NCBR, the experience of academic institutions in working on innovative solutions is on the rise – results from studies by BRadar+. What to do in order to take full advantage of financial perspective of the European Union and fully benefit from the potential of Polish universities and institutes? Keyword here is „cooperation”.

We know the preliminary results of BRadar+ studies, the comprehensive, cyclical study of effects through support given by the NCBR. Published report, authored by Barbara Kowalczyk Ph.D., concerns experiences of academic institutions in applying and realizing R&D projects. More material is being prepared, showing the perspective of entrepreneurs and scientific project supervisors.

The aim of the study was to specify the existing activity of academic institutions in the context of NCBR's offer, and also their potential to realize research and development projects, namely ones which scientific study results may lead to practical implementation of innovative technologies, technical solutions, innovative products or perfected processes.

The study covered academic institutions, universities, research institutes, institutes and centres of Polish Academy of Science, realizing innovative projects under the wing of the Centre – irrespective of whether they applied for support for this aim as leaders or consortiums.

APPLICATIONS FROM NEARLY 350 ENTITIES

Among 595 academic institutions operating in Poland, 66% - with status of a university or institute – bore expenses for research and development in 2020. About 60% of academic institutions applied to the NCBR between 2015-2021 and one third realized R&D projects under the Centres programs. World of science is involved in national programs as well as European (Smart Growth Program) and international.

- Initiating BRadar+ study we wanted to achieve three aims: get to know better and understand mechanisms occurring in the area of national innovations, take a look at effects of our actions and prepare ourselves for another financial perspective. In reference to academic institutions, the attained knowledge will help us direct support in a way to use their research and

development potential to realize innovative projects that are important to Poland. Inherently connected with this is aspect is the improvement of cooperation between scientific and business worlds – says Pawel Kuch Ph. D., acting director at the NCBR.

Study results show that the strategy applied by academic institutions in programs destined for research and development differs. During seven years of analysing, the NCBR received 5 thousand applications with their involvement. Some institutions announced their ideas episodically (among 348 unique applicants, 76 submitted only one application), among these types of applicants there are also record breakers, some have even submitted over 400 applications. Most often these are major universities, which may have tried for additional financing, namely at the level of specific departments and take part in realizing many projects at the same time. NCBR noticed that successfully applying academic institutions return as beneficiaries, but newbies also receive support.

THEY BET ON INVENTIONS AND GROWTH OF YOUNG STAFF

NCBR data shows that institutions most often submit applications in programs organized with supporting young scientists in mind, when realizing research work (LIDER), and also in programs financed by European Funds within the frame work of Smart Growth Program.

Everyone has an opportunity, but additional financing is received by projects that meet contest criteria in the highest percentile. Consistent with the report, the success indicator of academic institutions is measured by the percent of projects chosen for realization in comparison to the number of applications submitted, is 21% and is the highest in PAN (28%). During the study period, academic institutions received grants through the NCBR, valued at 2,6 billion zloty, coming from national and European funds. They were granted to realization of 977 research and development projects, to which the sum total of granted additional financing of these projects was 4,7 billion zloty. Most often they concern the field of engineering and technical studies (74% of additionally financed projects), nearly every tenth project is associated with environmental studies.

- Academic Institutions compete for NCBR funds with the quality of submitted projects. New financial perspective of the European Union – especially European Funds for a Modern

Economy program, but also Horizon Europe Program with a budget of 95,5 billion euro – carries with it major potential for entities engaged in research and development. Thanks to this, Polish universities and enterprises will be able to grow and implement innovative solutions – says Malgorzata Jaroszinska - Jedynak, deputy minister of development funds and regional policy.

Differing from enterprises, academic institutions finance research and development works mainly through external sources. According to Statistics Poland (GUS), that's 85% of all expenses carried by institutions specializing in research (their main goal is managing R&D activities). A substantial portion of funds (71%) comes from the government sector. Institutions also reach without hesitation for public funding, as well as foreign funding – especially coming from the European Commission. For example, in 2020, 40 percent of all entities specialized in research used this source of financing, which incurred expenditure on R&D, including 135 institutes and 90 universities.

BRadar+ study shows that the possibility to gain additional funding under the NCBR program expands the financing source for R&D activities. In the analysed time period, involvement of the entirety of financing allocated to academic institutions for realizing projects under the NCBR programs in full value of the financing of projects, stood at 55%. This form of support is very attractive for academic institutions in the sense that it lets them get involved in complex, demanding specialized knowledge, and with that, cost consuming research projects (most frequently in programs with involvement of European Funds and under strategic programs financed by national sources).

DRIVE FOR INNOVATION: THE JOINING OF SCIENCE AND INDUSTRY WORLDS

Science and industry are motors of innovation. In reference to the comprehensive NCBR offer, academic institutions frequently engage in projects under consortium (79%). This result according to the author of the study confirms, the main objective of the program is being realized of ending financial perspective and its flagship Smart Growth Program. Talk of strengthening cooperation between the science and industry sectors, as well as cooperation between academic and scientific institutions.

- NCBR programs give many opportunities to increasingly improve cooperation of academic units with the industry sector. This is a situation in demand in the perspective of building innovation, considered to be the driving force for economic growth. Accordingly with the State Science Policy, model use of potential of Polish science and academic education serve namely the transfer of knowledge and technology between science and industry, and striving for technological independence by creating a Polish know-how – points out Przemyslaw Czarnek, the minister of education and science.

In NCBR's portfolio every year there is more and more examples of cooperation between scientific institutions and entrepreneurs, resulting in success in the form of introducing

new products or services into the market. This is the kind of experience Mine Master possesses, the national manufacturer of drilling and anchoring machines designated for mining metal ore in underground mines and digging tunnels. These machines are the fundamental equipment used in extracting nickel ore at KGHM and are used in many countries.

Andrzej Czajkowski, vice-president at Mine Master Ltd. explains, demands of users resulting in increased demand for these resources, in worsening mining conditions and striving for minimizing influence of mining on the natural environment lead to search for new construction solutions that meet these requirements. Arriving at this goal is becoming easier thanks to cooperation with scientific institutions.

- Mine Master conducts a broad research and development works, implementing for use new technical solutions. R+D projects are realized in cooperation with scientific institutions, and especially with the University of Science and Technology in Krakow (AGH) and Wroclaw University of Science and Technology. Leaders in projects like these were these two universities, or Mine Master. In each of these cases implementing knowledge and scientific potential of these institutions to a large degree contributed to successfully finishing projects, and their results were implemented. The measure of success is namely the title of NOT's Technical Master for the battery powered bolter Roof Master 1.8KE on the nationwide arena or the recognition at the Polish Future Product contest – says vice-president Czajkowski

BIG PLAYERS WANT TO BE LEADERS

Scientific institutions are showing their experience in coordinating projects – as their leaders. Between 2015-2021 nearly half the projects with involvement from scientific institutions, were managed by them. Most often these tasks were undertaken by large, experienced in the field, universities such as Warsaw Technical University or AGH. Study results by BRadar+ show that this usually took place in national and international programs, which to the highest degree gave permission to use scientific potential of these institutions.

Considering the amount of R&D projects realized under the NCBR among scientific institutions, are dominated by universities such as: Warsaw University of Technology, AGH, Wroclaw University of Science and Technology, Lodz University of Technology and Silesian University of Technology. Also in the top 5 ranking of most active applicants we see technical academies. In order they are: Warsaw University of Technology, AGH, Wroclaw University of Science and Technology, Silesian University of Technology and Gdansk University of Technology.

POTENTIAL FOR DEVELOPMENT

Interest in NCBR's offer among scientific institutions is favoured by system variables, such as huge involvement of public financing of research in this sector and rewarding R&D activities (including research activities and cooperation between enterprises) in a system of evaluation of quality

of scientific institution operations, report author tells. Mutually, the scale of these activities is measured by the amount of expenditures in R&D as well as their patents activeness, shows that this group of entities can possess even bigger potential to coordinate and partaking in research and development projects.

In the context of the new European Funds for an Modern Economy program, using of this potential is especially significant. From the perspective of academic institutions this program will aim to mobilize people and institutions working in the scientific sector to cooperate with the business sector and also cooperate with international institutions.

Amongst the universities dominating the 2020 ranking of patenting activeness, first place was taken by the West

Pomeranian University of Technology in Szczecin (85 granted patents).

NCBR is an executive government agency, supervised by the Minister of Development Funds and Regional Policy, is a key facility in supporting and creating innovative technological and social solutions, creates an ecosystem of knowledge and information on their topic. Initiates and realizes projects that contribute to civilizational growth of the country.

The report titled „Scientific Institutions – experiences in applying and realizing R&D projects” was compiled by Barbara Kowalczyk Ph. D. from the Section of Analysis and Evaluation at NCBR.

Download the report at gov.pl/ncbr



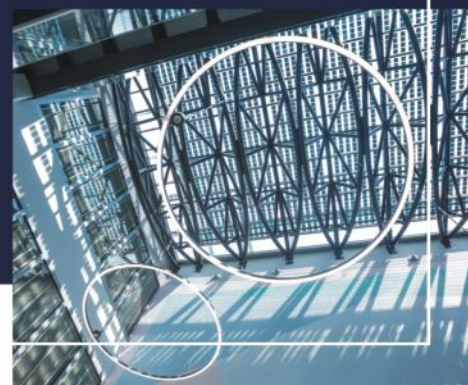
Fotowoltaiczna fasada wentylowana



Żaluzje fotowoltaiczne

Moduły BIPV na fasadzie i zadaszeniu

Światlik fotowoltaiczny



Obszary działalności ML System



Fotowoltaika
zintegrowana
z budownictwem



Inteligentne
miasta



Wyspecjalizowany
dział badań
i rozwoju



Produkcja
specjalistycznego
szkła



Fotowoltaika
klasyczna



Zintegrowany
System
Zarządzania
Energiją



Banki energii odnawialnych jako remedium na wzrost kosztów prowadzenia biznesu

Wydarzenia na rynku energetycznym w ostatnich miesiącach pokazują niepokojącą tendencję do stałego wzrostu cen energii elektrycznej, a co za tym idzie również powiązanych usług. Dla wielu przedsiębiorców koszt ten może stanowić istotny element comiesięcznych wydatków operacyjnych, zwłaszcza w przypadku, gdy do gniazdek wpięte muszą być nie tylko maszyny czy komputery, ale też systemy ochrony lub niezbędne oświetlenie. W dobie rozkwitu alternatywnych źródeł energii rozwiązanie nasuwa się samo: panele fotowoltaiczne i ich zastosowanie w różnych dziedzinach biznesu. Pozwalają one nie tylko na optymalizację kosztów, ale też uniezależniają funkcjonowanie urządzeń elektrycznych w ogóle. Pojawia się więc pytanie: czy, w obecnej formie ta technologia ma sens oraz w jaki sposób można zoptymalizować jej wykorzystanie?

Według danych Instytutu Energetyki Odnawialnej Polska znajduje się w czołówce krajów z największym przyrostem nowej mocy w fotowoltaice¹. Jest to bardzo pozytywny trend jednak może stanowić realne zagrożenia. W świadomości prosumentów pojawiają się obiegowe opinie mówiące o tym, że fotowoltaika nie działa efektywnie ponieważ istniejąca infrastruktura nie jest przystosowana do odbioru wygenerowanej energii. W wielu miejscach kraju faktycznie występują realne problemy tego typu a ich rozwiązanie wymagałoby olbrzymich nakładów ze strony firm dystrybuujących energię elektryczną.

Innym argumentem podnoszonym przez przeciwników rozwiązań fotowoltaicznych jest charakterystyka działania tych systemów: produkcja energii odbywa się w czasie, kiedy jej zużycie jest stosunkowo niewielkie. Szczytowe zapotrzebowanie na energię zarówno u klientów indywidualnych jak i przedsiębiorstw występuje w okresie kiedy panele fotowoltaiczne praktycznie nie produkują energii.

Powyższe obawy, wynikające bezpośrednio z charakterystyki rozwiązań fotowoltaicznych mogą stanowić poważny problem w podjęciu decyzji o inwestycji w panele fotowoltaiczne, pomimo realnym i niekwestionowanym oszczędnościom, jakie może dać własna produkcja energii w dobie ciągłych wzrostów cen. Ponadto własny prąd to również gwarancja nieprzerwanej pracy urządzeń w krytycznych sytuacjach i podtrzymywanie funkcjonowania wielu procesów. CMSI Sp. z o.o. jako innowator na tym rynku, proponuje rozwiązanie autorskich banków energii, które eliminują wyżej opisane problemy i stanowią realne rozwinięcie idei czystej i zawsze dostępnej energii.

CMSI Sp. z o.o. jest pionierem na rynku wykorzystania nowoczesnych technologii i energii odnawialnych w dziedzinie ochrony oraz zabezpieczenia mienia. Wprowadzane przez firmę rozwiązania już od ponad 4 lat skutecznie sprawdzają się jako niezawodna alternatywa dla kosztownej ochrony fizycznej.

Analizując potencjalne zagrożenia związane z rosnącymi kosztami energii i wychodząc naprzeciw możliwym brakom zasilania, Spółka wypracowała rozwiązania oparte o banki energii pozyskiwanej z paneli fotowoltaicznych. Tym samym tagline „Inteligentny System Ochrony”, występujący w logo firmy nabrał dodatkowego, wykraczającego poza ramy branży ochrony znaczenia.

Proponowane rozwiązanie pozwala gromadzić nadmiar wyprodukowanej energii bez natychmiastowego przekazywania jej do sieci. Zgromadzona energia może zostać skierowana do lokalnej instalacji i zużyta przez pracujące urządzenia, lub przekazana do sieci w okresie kiedy panele fotowoltaiczne nie pracują, a sieć dostawcy nie jest obciążona napływającą energią. Właściciel banku energii staje się w pewnym sensie niezależny, dzięki czemu ma większą kontrolę nad sposobem wykorzystania swojej infrastruktury fotowoltaicznej oraz wyprodukowanej przez nią czystej energii.

W zasadzie prąd płynie stale a ryzyka związane z utratą zasilania i brakiem kontroli nad procesami przestają odgrywać jakąkolwiek rolę. Nie występuje również zjawisko „jałowej” pracy paneli, gdzie pomimo dużej produkcji prąd nie zostaje przekazany do sieci dostawcy ze względu na ograniczenia infrastruktury przesyłowej. Nadmiar wyprodukowanej energii zostaje zmagazynowany i staje się dostępny w dowolnym momencie.

CMSI Sp. z o.o. realizując swoją strategię opracowuje rozwiązania które wykorzystują efekt synergii do zapewnienia najlepszych rozwiązań swoim klientom. Jednym z zamysłów banków energii wprowadzonych przez Spółkę było, poza opisanymi wcześniej zaletami zapewnienie ciągłego zasilania dla Inteligentnego Systemu Ochrony, który stanowi implementację najbardziej zaawansowanych rozwiązań w zakresie ochrony wizyjnej na świecie.

Dzięki połączeniu Inteligentnego Systemu Ochrony oraz banków energii klient otrzymuje produkt, który uodporniony jest na jedno z największych zagrożeń dla wizyjnej ochrony mienia – braku zasilania.

Skuteczniej. Taniej. Bezpieczniej!

OCHRONA INNOWACYJNOŚĆ PEWNOŚĆ BEZPIECZEŃSTWO



Pełna
ochrona



Analiza obrazu
w czasie rzeczywistym



Natychmiastowa
reakcja

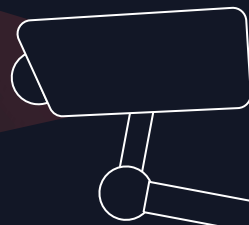


Lider rynku zdalnej
ochrony mienia

- Spółka założona w 2018 roku.
- Siedziba w Warszawie.
- Chronimy majątek wart ponad 1,1 miliarda złotych.
- Ponad 1500 zadowolonych klientów.

biuro@cmsi.pl
handlowy@cmsi.pl
+48 519 365 474

www.cmsi.pl



Firmy takie jak CMSI Sp. z o.o., realizując swoją misję społeczną i prowadząc badania nad najnowszymi technologiami pozwalają w namacalny sposób doświadczyć zmian zachodzących w branży energetyki. Rynek odnawialnych źródeł energii stanowi obszar, który musi podlegać ciągłemu rozwojowi i wprowadzaniu nowych rozwiązań. Uniezależnienie się od sieci przesyłowych i wahań na rynku energii staje się więc jednym z najważniejszych wyzwań, przed którymi stoją obecnie przedsiębiorcy. Nie bez znaczenia pozostaje również możliwość korzystania z wielu komplementarnych produktów tak aby optymalizować oszczędności wynikające z wdrażanych innowacji.

¹<https://ieo.pl/pl/aktualnosci/1537-polska-ponownie-w-czoloce-ue>



Przykładowy bank energii CMSI Sp. z o.o.

Renewable Energy banks as a remedy to rising costs of managing business

Events that took place on the energy market in the last few months show a unsettling tendency to continually increasing cost of electric power, and what goes in pair, the services provided. For many entrepreneurs this increasing cost may create a real problem with the monthly operational expenditures, especially when machines or computers have to be plugged into outlets, but also security systems and essential lighting. In the hour of flourishing alternative sources of power, the solution presents itself: photovoltaic panels and their implementation in different areas of business. They allow for optimization of costs, and at the same time they decouple from the usage of devices that function solely on electric power. Therefore the question arises: in its present form, does this technology make sense and in what way can we optimize its usage?

According to data from Renewable Energy institute, Poland finds itself as a leader amongst countries with the greatest growth in new photovoltaic power¹. It is a very satisfying and positive trend that may in the future present real dangers. In the prosumers consciousness there appear circulating

opinions that talk about photovoltaics not working effectively because the existing infrastructure is not designed to receive the generated power. In many regions in this country there are in fact problems of that sort, and solutions to them would require huge expenses from the side of energy distribution electric power.

Another argument raised by opponents of the photovoltaic solutions is the characteristic of functioning of these systems: production of the power happens at a time when its usage is relatively low. Peak demand for power among individual clients and enterprises alike, presents itself when photovoltaic panels do not produce any power whatsoever.

The above concerns, arising directly from the nature of photovoltaic solutions can create realistic problems in undertaking a decision to invest in photovoltaic panels, despite realistic and unquestionable savings that producing your own energy in the hour of constantly rising prices. Beyond that, having your own supply of power is also a guarantee of constant operation of devices in critical

situations and maintaining the operations of many processes. CMSI Ltd. as the market innovator in this respect, present our very own solutions, being energy banks, which eliminate above mentioned problems and present a realistic idea of clean and always available power.

CMSI Ltd. is a market pioneer in putting to use innovative technologies and renewable energy in the field of security and property security. Solutions created and implemented by the company for the past 4 years, effectively check out as a dependable alternative to expensive physical security.

Analysing potential dangers associated with growing energy costs and facing the improbable power grid failures, the company has worked up solutions based on power banks, accumulated through photovoltaic panels. With that tagline "Intelligent Security System", that appears on the logo of the company, has taken on additional meaning, which goes outside of the security industry realms.

The proposed solution allows to store generated excess power produced, without the need for immediate transfer to the grid. The stored energy can be directed to the local installation and used by operating devices, or transferred to the grid during a phase when photovoltaic panels are not operating, and the suppliers grid isn't burdened with influx of energy. The power bank owner becomes, in a sense, independent, thanks to this has greater control over how he chooses to use his photovoltaic infrastructure and by it, generated clean energy. Generally, the electricity flow is constant, and the risks associated with losing power and lack of control over the processes no longer play any kind of role. There is no phenomenon known as "vapid" work of the panels, where despite a large amount of produced electricity is not directed to the suppliers grid because of limits of transmission infrastructure. Excess of produced energy gets stored and becomes readily available at any desired moment.

CMSI Ltd. realizes its strategy by creating solutions that take advantage of the synergy effect to assure the best solutions for their clients. One concept behind energy banks implemented by the company was, aside from earlier mentioned advantages like guaranteeing constant power to the Intelligent Security System, which constitutes the implementations of most advanced solutions in the field of



visual security in the world. Thanks to the combining of the Intelligent Security System with power banks, the client receives a product which is resilient to one of the biggest dangers in visible security of property – power outage.

Companies such as CMSI Ltd realize their social mission and conduct research over the newest technologies, allow for tangible results and experience changes that are coming in the energy industry. The renewable energy market constitutes an area, which must be constantly updated, developed and have new solutions. Being independent from transmission grids and instability of the energy market is becoming one of the biggest challenges, which entrepreneurs have to currently face. Not without reason there is also the option to take advantage of many complimentary products that will help optimize savings resulting in implemented innovations.

¹<https://ieo.pl/pl/aktualnosci/1537-polska-ponownie-w-czolowce-ue>



MAMY PRZED SOBĄ FANTASTYCZNĄ PRZYSZŁOŚĆ

WYWIADU UDZIELIŁ NAM JUAN ANTONIO ALVAREZ-OSSORIO,
PREZES ZARZĄDU MICHELIN POLSKA SP. Z O.O.
ORAZ DYREKTOR GENERALNY FABRYKI OPON MICHELIN W OLSZTYNIE



JUAN ANTONIO ALVAREZ-OSSORIO

Prezes Zarządu Michelin Polska sp. z o.o.

Dyrektor Generalny fabryki opon Michelin w Olsztynie

W CZYM TKWI SUKCES MARKI MICHELIN?

Nie jest łatwo podsumować sukces Michelin w kilku słowach. Przede wszystkim musimy wrócić do początków firmy założonej w 1889 r. przez dwóch niezwykle kreatywnych i innowacyjnych braci inżynierów - André i Edouarda Michelin. Dwóch przedsiębiorczych przemysłowców, których pierwszą pasją była jazda na rowerze i niezwykła zdolność do kwestionowania i stawiania wyzwań otaczającemu ich światu. Do tego należy dodać charakter zbudowany na niezwykle solidnym wykształceniu, zasadach moralnych i wartościach etycznych. To właśnie pochodzenie, które definiuje DNA Michelin, jest podstawą sukcesu firmy.

W Michelin klient jest uważany za naszego patrona. Nasza niemal obsesyjna dbałość o jakość produktów jest najlepszym dowodem szacunku dla klientów.

Innowacyjność, która jest sercem naszej filozofii odcisnęła piętno na naszej historii. Wynalezienie opony radialnej

stanowiło punkt zwrotny w globalnej ekspansji firmy. Dzięki tej istotnej ewolucji w konstrukcji opon jesteśmy dziś tym, kim jesteśmy, a wkład Michelin w technologię oponiarską można liczyć w tysiącach innowacyjnych rozwiązań.

Najważniejszym kapitałem firmy są pracownicy, którzy są jej częścią i to determinuje nasz sposób pracy i znaczenie, jakie przywiązujemy do zarządzania ludźmi. Szacunek dla ludzi jest jedną z naszych pięciu wartości, obok szacunku dla faktów, klientów, udziałowców i środowiska. Wartości te zawsze były częścią firmy i nie zmieniły się z upływem czasu. Daje to wyobrażenie o wizjonerskiej zdolności założycieli Michelin.

Nasz doskonały i nieustannie modernizowany produkt zapewnia bezpieczeństwo naszym klientom. Firma jest zaangażowana w sprawy swoich pracowników, naszej planety i otaczającego nas społeczeństwa. Dzięki przestrzeganiu wartości etycznych, zysk opiera się na zaufaniu klientów, co w dużym stopniu wyjaśnia, jak sędzę, sukces Michelin i wizerunku marki.

POLSKI ZAKŁAD MICHELIN ZATRUDNIA OKOŁO 5 TYSIĘCY OSÓB CO SPRAWIA, ŻE FABRYKA W OLSZTYNIE JEST NAJWIĘKSZYM ZAKŁADEM PRODUKCYJNYM OPON W POLSCE ORAZ JEDNYM Z NAJWIĘKSZYCH NA ŚWIECIE - TO NIESAMOWITIE IMPONUJĄCE! DLACZEGO ZARZĄD KONCERNU ZDECYDOWAŁ SIĘ W 1995 R. PODPISAC UMOWĘ PRYWATYZACYJNĄ ZE STOMILEM OLSZTYN TYM SAMYM STAWIAJĄC NA POLSKĘ?

W 1995 r. pracowałem już w firmie, ale oczywiście nie należałem do zespołu, który doświadczył prywatyzacji na własnej skórze.

Zmiana o takiej skali jest zawsze konsekwencją wielu współistniejących okoliczności. W 1995 roku w Polsce zachodziły poważne zmiany. Kraj otwierał się na świat po upadku Muru Berlińskiego w 1989 r., a świat patrzył na Polskę w innym świetle. Jest to miejsce, w którym łączą się dwie Europy, niestety rozdzielone przez historię.

W konkretnym przypadku firmy Michelin, której szefem był wówczas François Michelin, wnuk założycieli, te ważne decyzje były podejmowane z zawodową rozwagą, ale

ostateczna decyzja należała do François Michelin, który odwiedził Stomil Olsztyn. Jak zawsze, skupił całą swoją uwagę na kobietach i mężczyznach, którzy byli częścią firmy. Zespół techniczny, który mu towarzyszył, wykonał swoją pracę i nie dostrzegł przeszkód technicznych, więc decyzja należała do François Michelin. Wartości ludzkie, które odnalazł w zakładzie, nie pozostawiały mu żadnych wątpliwości. Stomil Olsztyn czekał na Michelin, a Michelin czekał na Stomil Olsztyn. Pocucie zjednoczenia było niezwykle.

Oczywiście nikt wtedy nie przypuszczał, jak bardzo rozwinie się olsztyńska fabryka i że stanie się największą fabryką Michelin na świecie.

W DZISIEJSZEJ RZECZYWISTOŚCI, POSTĘP TECHNOLOGICZNY DOKONUJE SIĘ Z DNIA NA DZIEŃ, NIEMALŻE NA NASZYCH OCZACH, CO OBLIGUJE PRZEDSIĘBIORSTWA, A ZWŁASZCZA POTENTATÓW BRANŻOWYCH DO WDRAŻANIA CORAZ TO NOWSZYCH, LEPSZYCH ROZWIĄZAŃ ZARÓWNO TECHNICZNYCH, PRODUKCYJNYCH, EKologicznych JAK I KADROWO - PERSONALNYCH. JAK TEN PROCES WYGLĄDA W POLSKIEJ FABRYCE MICHELIN W OLSZTYNIE?

Sam proces nie różni się od procesu stosowanego w innych firmach. Dzisiejszy świat charakteryzuje się cechami VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, and Ambiguity - zmienność, niepewność, złożoność i niejednoznaczność), które sprawiają, że żyjemy w ciągłej nieprzewidywalności. Do tego dochodzi jeszcze przyspieszenie zmian i wykładniczy wzrost ilości informacji. Zmiany następują coraz szybciej i coraz więcej informacji trzeba przyswoić – a nie zawsze są one prawdziwe.

Adaptacja to tor przeszkód i wszyscy robimy mniej więcej to samo: stale doskonalimy naszą zdolność adaptacji i elastyczności, by nadążyć za zmianami. Oczywiście, niektórzy robią to lepiej niż inni.

Łatwo ją streścić, ale bardzo trudno wdrożyć z regularnym powodzeniem.

Najbardziej elastyczne i zdolne do adaptacji są małe firmy rozpoczynające działalność. Nie muszą zmagać się z wielką inercją, cechuje je entuzjazm i praktycznie nie ma ograniczeń strukturalnych, które neutralizowałyby wolę zmian. Należymy do międzynarodowej grupy, co wiąże się z bezwładnością, nasza fabryka jest ogromna i bardzo ustrukturyzowana, a każda zmiana musi być bardzo dokładnie prze-

myślana przed jej wprowadzeniem. Mogłoby się wydawać, że w tym wyścigu mamy wszystko do stracenia, ale tak nie jest.

Mała firma rozpoczynająca działalność nie może działać na 50 frontach jednocześnie. My możemy skupić się na jednym temacie, a 50 innych fabryk może skupić się na 50 różnych tematach w tym samym czasie, a potem nas skopiować.

Silna kultura, którą daje nam nasza historia, jest nieoceniona w określaniu właściwej drogi nawet „we mgle”. Nasze doświadczenie uczyniło nas wielkimi odkrywcami i dlatego jesteśmy bardziej skuteczni w dokonywaniu wyborów. Wiele razy trafimy do celu za pierwszym razem, bo nie chodzi tu o to, by wystrzelić dużo strzał, ale by trafić do celu szybciej. Czynniki skali spowalnia nas na początku, ale na poziomie globalnym jesteśmy w stanie tworzyć rozwiązania znacznie szybciej. Konkurencja jest na etapie podboju, a my w fazie wprowadzania zmian.

Fabryka w Olsztynie, podobnie jak wszystkie fabryki grupy, podtrzymuje żywą wizję, która służy nam za gwiazdę przewodnią i wskazuje drogę. Wizja ta jest zgodna z wizją grupy i pozwala nam opracować plan transformacji, który jest naszą mapą drogową. Wiemy, jak utrzymać ją przy życiu i dostosować w razie potrzeby do zmieniającego się kontekstu.

W coraz większym stopniu jesteśmy specjalistami od zmian, a kiedy „złapiemy rytm”, transformacja staje się czymś naturalnym.

WYSOKO WYKWALIFIKOWANI PRACOWNICY SĄ PODSTAWĄ EFEKTYWNE DZIAŁAJĄCEGO PRZEDSIĘBIORSTWA, JEST KAPITAŁEM FIRMY, KTÓRYM NALEŻY MĄDRZE ZARZĄDZAĆ, I W KTÓRY WARTO INWESTOWAĆ. CZY ZGODZI SIĘ PAN Z TYM STWIERDZENIEM I JAK WYGLĄDA TO W MICHELIN POLSKA?

Całkowicie się z tym zgadzam. Jeśli ktoś uważa, że inwestowanie w konkurencję jest kosztowne, wystarczy, że po drugiej stronie skali umieści koszty niekompetencji. Nasze przekonanie w tej kwestii jest absolutne i myślę, że jest ono bardzo wyraźne w różnych odpowiedziach, których udzieliłem na wasze pytania.

Największą wartością naszej firmy są jej pracownicy, a inwestowanie w nich z pewnością przynosi większe korzyści. Wydaje się to truizmem, ale w końcu to takie proste.

NIE JEST RÓWNIEŻ TAJEMNICĄ, ŻE FABRYKA MICHELIN W OLSZTYNIE AKTYWNIE DZIAŁA W OBSZARZE SPOŁECZNYM M.IN. JAKO PARTNER PLACÓWEK MEDYCZNYCH, KULTURALNYCH CZY OŚWIATOWYCH. CZY MÓGŁBY PAN COŚ WIĘCEJ POWIEDZIEĆ O TYCH INICJATYWACH?

Powracamy do kwestii naszej odpowiedzialności. W tym przypadku z otaczającym nas społeczeństwem.

Nasza firma i nasz zakład są bardzo aktywne w sferze społecznej, ponieważ rozumiemy, że jest to część naszej odpowiedzialności.

Nasza fabryka w Olsztynie jest największą fabryką opon w kraju i głównym pracodawcą w regionie i oczywiście w mieście. Sytuacja ją pociąga za sobą odpowiedzialność wobec naszego środowiska społecznego, ponieważ nasze decyzje mają na nie duży wpływ. Nasze relacje z różnymi organami administracji i stowarzyszeniami charytatywnymi są doskonałe. Współpraca i solidarność stanowią zasadniczy element tych relacji.

Mogę podać kilka przykładów takich inicjatyw. Może warto na początku powiedzieć o tych, które są inspirowane przez samych pracowników. Program Wolontariatu Pracowniczego „Moc Dobra”, to jeden ze znaków firmowych naszych akcji charytatywnych. Program, który został uruchomiony kilka lat temu polega na tym, że pracownicy mogą zgłaszać pomysły wolontariackie, a Michelin finansuje realizację 25 najlepszych z nich rocznie.

Oczywiście nasze zaangażowanie nie ogranicza się wyłącznie do programu wolontariatu pracowniczego. Wspieramy olsztyńskie szpitale, szczególnie Wojewódzki Szpital Dziecięcy w Olsztynie, który dzięki pomocy Fundacji Korporacyjnej Michelin otrzymał dla oddziału neonatologii dwa ultranowoczesne inkubatory, których wartość przekroczyła 650 tysięcy złotych.

Wszyscy w regionie znają także akcję „Kilometry Pomocy”, to impreza, która także służy wspieraniu służby zdrowia

Ważnym filarem naszej działalności CSR są kwestie edukacji w zakresie bezpiecznych zachowań na drodze.

Bezpieczeństwo to także opony Michelin, które firma przekazuje różnym instytucjom. W 2021 i 2022 przekazaliśmy ponad 250 opon najbardziej potrzebującym.

Michelin Polska nie zapomina o instytucjach kultury. Na stałe jesteśmy zaangażowani i współpracujemy z Warmińsko-Mazurską Filharmonią, Teatrem im. Stefana Jaracza, Olsztyńskim Teatrem Lalek, BWA, MOK.

Fabryka jest także stałym sponsorem Integracyjnego Klubu Sportowego SMOK, zrzeszającego sportowców niepełnosprawnych z Warmii i Mazur. Firma pomaga też sekcji dziecięcej ampie futbolu i dziewczęcej drużynie piłkarskiej „Stomilanki”.

CZY I JAK BARDZO RÓŻNI SIĘ KULTURA PRACY ORAZ KULTURA ORGANIZACYJNA W ZAKŁADACH MICHELIN WE FRANCJI I W POLSCE?

Niedawno, innym wywiadzie zadano mi podobne pytanie. Kultura naszej firmy jest głęboko zakorzeniona i uniwersalna. Nie zna granic. Organizacja naszych fabryk jest taka sama we Francji i w Polsce. Nasze metody działania i podstawowe zasady przemysłowe są ściśle takie same.

Inną kwestią jest to czy różnice kulturowe i prawne między Francją, a Polską mogą wpłynąć na sposób funkcjonowania naszych fabryk. Niemniej jednak różnice w Europie są minimalne. Pod względem prawnym i kulturowym jesteśmy bardzo blisko siebie, a wszelkie różnice są prawie niezauważalne w funkcjonowaniu zakładu.

Uważam, jak już mówiłem przy innych okazjach, że różnice pokoleniowe są ważniejsze niż różnice między państwami w ramach Unii Europejskiej. Trzeba też wykonać wiele pracy, aby pogodzić naszą ofertę pracy z oczekiwaniami nowych pokoleń, których troski i motywacje znacznie różnią się od tych, którymi kierowały się poprzednie pokolenia.

JAKĄ MA PAN WIZJĘ NA DAJSZY ROZWÓJ ZAKŁADU MICHELIN W POLSCE?

Mówimy tu o bardzo dużej i niezwykle dynamicznej fabryce. Skoncentruję się bardziej na głównych kierunkach przekształceń niż na poszczególnych projektach, tym bardziej, że o wielu z nich nie mogę mówić.

Jak co roku aktualizujemy nasz plan transformacji. Tym razem bardzo mocno skupiamy się na trzech tematach:

Atrakcyjność zakładu: Żyjemy w czasach dużej niestabilności na rynku pracy, z historycznie niską stopą bezrobocia, wysoką inflacją i wysokimi oczekiwaniami osób poszukujących pracy.

Jako firma zajmująca stanowiska wymagające wysokich kwalifikacji musimy przyciągać nowe talenty i zapewniać stabilność zatrudnienia, ponieważ okresy szkolenia są bardzo długie, a inwestycje w umiejętności bardzo wysokie. Jesteśmy jedną z niewielu firm, których produkcja trwa nieprzerwanie przez 7 dni w tygodniu i 24 godziny na dobę. Musimy pogodzić naszą rzeczywistość z oczekiwaniami rynku pracy. Jak to zrobić, to prawdziwy ból głowy, o którym można by napisać całą książkę.

Modernizacja: Nasz zakład jest bardzo nowoczesny, jeśli chodzi o procesy produkcyjne, ale nie jesteśmy najlepsi pod względem wydajności. Jest to naturalne – duże grupy wielonarodowe traktują priorytetowo inwestycje w wydajność w krajach o wysokich kosztach pracy, ponieważ ich rentowność jest logicznie wyższa. Polska czyni ogromne postępy w zmniejszaniu różnic płacowych w stosunku do Europy Zachodniej, a fabryka musi utrzymać swoją konkurencyjność, dlatego wzrost wydajności jest niezbędny. Mamy duże możliwości w zakresie automatyzacji przepływów i robotyzacji operacji. W dziedzinie cyfryzacji i Przemysłu 4.0 posuwamy się bardzo szybko, ale przed nami jeszcze długa droga. Naszym marzeniem jest, aby nasz zakład stał się prawdziwą technologiczną wizytówką.

Odpowiedzialność: Temat, który czasem jest źle rozumiany, ponieważ łatwo pomylić go z upodmiotowieniem. Nie mówimy tu o autonomii czy delegowaniu, ale o braniu odpowiedzialności, którą rozumiemy w bardzo szerokim sensie. Dla nas bycie odpowiedzialnym oznacza zarządzanie fabryką w sposób zrównoważony, z uwzględnieniem trzech aspektów: Rentowność naszych działań, planeta i ludzie, którzy na niej żyją. Niezbędne jest zrównoważone zwracanie uwagi na te trzy aspekty i pełna świadomość wpływu naszych decyzji na środowisko.

Trio "atrakcyjność / nowoczesność / odpowiedzialność" stanowi nierozdzielalną całość. Odpowiedzialność, tak jak ją rozumiemy, jest częścią naszej nowoczesności, a z kolei odpowiedzialność i nowoczesność są kluczem do naszej atrakcyjności.

Podam kilka przykładów, które zobrazują to, o czym mówię:

W naszym zakładzie realizujemy program transformacji energetycznej. Wpływ na środowisko jest bardzo ważny, ponieważ ograniczamy emisję CO₂ o ponad 80%. Jednocześnie znacznie wzrastają nasze

koszty energii. Nasza odpowiedzialność zobowiązuje nas do przyczyniania się do ochrony naszej planety ponad wszelkimi względami ekonomicznymi i będziemy to czynić aż do momentu, gdy nasze emisje będą zerowe, a wpływ na środowisko neutralny. Grupa Michelin dąży do osiągnięcia tego celu do 2050 r.

Mamy program różnorodności, który początkowo traktowaliśmy priorytetowo w kontekście feminizacji naszych miejsc pracy. Do 2030 r. chcemy osiągnąć 30% wskaźnik feminizacji.

- Mamy bardzo ambitny program cyfrowy. Wraz z digitalizacją zmienia się zawartość miejsc pracy, która staje się coraz bogatsza, nowocześniejsza i atrakcyjniejsza. Dzięki temu staniemy się bardziej konkurencyjni i efektywni kosztowo w naszych działaniach. Dzięki automatyzacji i robotyzacji drastycznie zmniejszymy ograniczenia w wykonywaniu wielu zawodów, a jednocześnie znacznie zwiększymy wydajność pracy.

Mamy program zdrowotny, którego celem jest przede wszystkim poprawa stanu zdrowia naszych pracowników, ale także przyczynienie się do tego, by społeczeństwo wokół nas miało zdrowsze nawyki. Chcemy pomóc naszym pracownikom, którzy palą, w rzuceniu palenia i dlatego uruchomiliśmy program "fabryka wolna od dymu tytoniowego"

Realizujemy program integracji z życiem lokalnym. Wszystkie nasze działania społeczne, o których mówiłem wcześniej, są prowadzone w ramach tego programu i stanowią część naszej odpowiedzialności. Jednocześnie nikt dziś nie chce pracować w firmie, która nie udziela wsparcia lub jest nieodpowiedzialna.

Mam nadzieję, że te przykłady dobrze ilustrują, jak przebiega nasza transformacja. Jak idziemy do przodu w nowoczesności, odpowiedzialności i atrakcyjności.

Nasz program transformacji jest podstawą rozwoju naszej fabryki. Jest to nasz strategiczny cel, na którym koncentrują się zespoły zajmujące się jego budową, strukturyzacją i zarządzaniem nim w czasie. Wizja jest dobrze opracowana, wiemy, dokąd zmierzamy i dlaczego.

Zakład w Olsztynie ma przed sobą fantastyczną przyszłość, którą, mamy nadzieję, docenią nasi obecni i przyszli pracownicy, nasi klienci i otaczające nas społeczeństwo.

Juan Antonio Alvarez-Ossorio García de Soria, Prezes Zarządu Michelin Polska sp. z o.o. oraz dyrektor generalny fabryki opon Michelin w Olsztynie. Jest związany z Grupą Michelin od ponad 30 lat. W tym czasie obejmował wiele kierowniczych stanowisk związanych z produkcją półfabrykatów. Przez kilka lat zarządzał wytwarzaniem półfabrykatów we wszystkich fabrykach Grupy Michelin na świecie. W czasie swojej kariery przez 13 lat zajmował się inżynierią procesową w poszczególnych zakładach spółki, przez 6 lat odpowiadał za zarządzanie dużymi projektami industrialnymi, a przez 12 lat kierował produkcją i zarządzaniem strategicznym. Przed objęciem obecnego stanowiska Prezesa Zarządu Michelin Polska przez 15 lat pracował w strukturach Grupy Michelin w Hiszpanii, przez 8 lat we Francji, a także w Polsce, gdzie w latach 2004-2012 zajmował stanowiska managerskie i zarządzał projektami w olsztyńskiej fabryce. Ukończył studia na kierunku Inżynierii Przemysłowej na Uniwersytecie Valadolid. Jego największą pasją jest muzyka, w wolnych chwilach gra na gitarze, a także maluje i wykonuje modele. Jest wielkim fanem układania puzzli, drewnianych łamigłówek logicznych Casse-têtes oraz gotowania w towarzystwie hiszpańskiego wina. Jest żonaty i ma troje dzieci.

WE HAVE A GREAT FUTURE AHEAD OF US

THIS INTERVIEW IS WITH JUAN ANTONIO ALVAREZ-OSSORIO, CHAIRMAN OF THE BOARD OF MICHELIN POLSKA SP. Z O.O. AND GENERAL MANAGER OF MICHELIN'S TIRE PLANT IN OLSZTYN.

WHAT IS THE SECRET TO SUCCESS OF THE MICHELIN BRAND?

It is not easy to sum up Michelin's success in a few words. First of all, we need to go back to the origins of the company founded in 1889 by two highly creative and innovative engineers, brothers André and Edouard Michelin. Two enterprising industrialists whose first passion was cycling, had the extraordinary ability to question and challenge the world around them and a character built on extremely solid education, moral principles and ethical values. It is this background, which now defines Michelin's DNA, which underpins the company's success.

At Michelin, the customer is considered our patron. Our almost obsessive attention to product quality is the best proof of our respect for customers.

Innovation, which is at the heart of our philosophy, has left its mark on our history. The invention of the radial tire marked a turning point in the company's global expansion. Thanks to this major step in tire design evolution, we have become who we are today and Michelin's contribution to tire technology can now be counted in thousands of innovations.

The company's most important asset is the people, who are part of it, and this concept determines the way we work and the importance we place on people's management. Respect for people is one of our five values, alongside respect for facts, customers, shareholders and the environment. These values have always been part of the company and have not changed over time. It gives you an idea of the visionary capacity of Michelin's founders.

Our excellent and continually upgraded product ensures the safety of our customers. The company is committed to its employees, our planet and the society around us. Adhering to ethical values results in our profit being based on customer trust, which I believe, goes a long way to explaining Michelin's success and brand image.

MICHELIN'S POLISH PLANT EMPLOYS AROUND 5,000 PEOPLE, MAKING THE OLSZTYN FACTORY THE LARGEST TIRE PRODUCTION PLANT IN POLAND AND ONE OF THE LARGEST IN THE WORLD – IT'S INCREDIBLY IMPRESSIVE! WHY DID THE MANAGEMENT DECIDE IN 1995 TO SIGN A PRIVATIZATION AGREEMENT WITH STOMIL OLSZTYN, AND TO PUT THEIR MONEY ON POLAND?

In 1995 I was already working for the company, but of course I was not part of the team that experienced privatization first-hand.

The change of such magnitude is always the mixture of many concurrent circumstances. In 1995, Poland was undergoing major changes. The country was opening up to the world after the fall of the Berlin Wall in 1989, and the world was looking at Poland in a different light. Poland is the place where two Europes, unfortunately separated by history, come together.

In the specific case of the Michelin Company - whose boss at the time was François Michelin, grandson of the founders - the important decisions were made with professional prudence, but the final decision belonged to François Michelin, who visited Stomil Olsztyn. As always, he focused all his attention on the men and women who were part of the company. The technical team that accompanied him did their job and saw no technical obstacles, so the decision was solely François Michelin's. The human values he found in the company left him in no doubt. Stomil Olsztyn was waiting for Michelin, and Michelin was waiting for Stomil Olsztyn. The sense of unity was extraordinary.

Of course, no one expected at the time that Olsztyn factory would develop to such great extent and that it would become the largest Michelin factory in the world.

IN TODAY'S REALITY, TECHNOLOGICAL PROGRESS IS TAKING PLACE DAY BY DAY, ALMOST BEFORE OUR EYES, WHICH OBLIGES COMPANIES, ESPECIALLY INDUSTRY

GIANTS, TO IMPLEMENT NEWER AND BETTER SOLUTIONS IN TERMS OF TECHNOLOGY, PRODUCTION, THE ENVIRONMENT AND HUMAN RESOURCES. WHAT DOES THIS PROCESS LOOK LIKE AT MICHELIN'S POLISH PLANT IN OLSZTYN?

The process itself is no different from that used by other companies. Today's world is characterized by VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, and Ambiguity) features that make us live in constant unpredictability. Added to this is the acceleration of change and the exponential increase in quantity information. Change is happening faster and faster, and more and more information, not always truthful, needs to be assimilated.

Adaptation is like an obstacle course and all of us are doing more or less the same thing: we are constantly improving our ability to adapt and to be flexible, so that we can keep up with changes. Of course, some are doing it better than others.

It is easy to summarize the concept of adaptation, but very difficult to implement it in a way that it becomes a regular success.

Small start-ups are the most flexible and most easily adaptable. They do not have to contend with great inertia, they are enthusiastic and have virtually no structural constraints that would neutralize the will to change. We, on the other hand, are part of a multinational group, which entails inertia, our factory is huge and very structured, and every change has to be very carefully thought through before it is implemented. It might seem that we have everything to lose in this race, but this is not the case.

A small start-up company cannot operate on 50 fronts at the same time. We here can focus on one topic and 50 other factories can focus on 50 different topics at the same time, and then copy us. The strong culture built throughout our history is invaluable when determining the right path, even 'in the fog'. Our experience turned us into great explorers and therefore we are more effective at making choices. Many times we hit the target first time round, because there's no need to fire a lot of arrows, the key is to hit the target faster. The scale factor slows us down at the beginning, but at a global level we are able to create solutions much faster. Our competition is in the conquest phase and we are in the change introduction phase.

The Olsztyn plant, like all the group's

factories, upholds a vision that serves as our guiding star and our signpost. This vision, which is consistent with the group's vision, allows us to develop a transformation plan, which is our roadmap. We know how to keep it alive and adapt it, if necessary, according to the changing context. Increasingly, we are becoming change experts, and when we 'catch the rhythm', transformation becomes natural.

HIGHLY QUALIFIED EMPLOYEES ARE THE BACKBONE OF AN EFFECTIVELY OPERATING COMPANY; THEY ARE THE COMPANY'S CAPITAL, WHICH NEEDS TO BE MANAGED WISELY AND WHICH IS WORTH TO BE INVESTED IN. WOULD YOU AGREE WITH THIS STATEMENT AND HOW IS IT REFLECTED AT MICHELIN POLAND?

I completely agree. If someone thinks that investing in competition is costly, all they have to do is put the cost of incompetence on the other side of the scale. Our conviction here is absolute and I think it is very clear in the various answers I have given to your questions. Our company's greatest asset is its employees, and investing in them certainly brings greater benefits. It seems like a truism, but in the end it is just that simple.

IT IS ALSO NO SECRET THAT THE MICHELIN FACTORY IN OLSZTYN IS ACTIVE IN THE SOCIAL AREA, E.G. AS A PARTNER OF MEDICAL, CULTURAL OR EDUCATIONAL INSTITUTIONS. COULD YOU SAY SOMETHING MORE ABOUT THESE INITIATIVES?

We are returning to the question of our responsibility. In this case with the society around us. Our company and our plant are both very active in the social sphere because we understand that this is part of our responsibility.

Our factory in Olsztyn is the largest tire factory in the country and a major employer in the region and, of course, in the city. This situation entails a responsibility towards our social environment, as our decisions have a major impact on it. Our relations with various administrative bodies and charitable associations are excellent. Cooperation and solidarity are an essential part of these relationships.

I can give some examples of such initiatives. At the beginning it is worth mentioning those that are inspired by the employees themselves. The Employee Volunteer Program, "The Power of Good" („Moc dobra”), is one of the hallmarks of our charitable activities. The program, which was launched a few years ago, relies on

employees being able to submit volunteer ideas and Michelin funding the implementation of the 25 best ones each year.

Of course, our involvement is not limited to our employee volunteering program. We support Olsztyn's hospitals, particularly the Provincial Children's Hospital in Olsztyn, which, with the help of the Michelin Corporate Foundation, received two ultramodern incubators for its neonatology ward, worth more than PLN 650,000. We do not forget about the other hospitals.

Everyone in the region is also familiar with the 'Kilometers of Help' (Kilometry pomocy) campaign, an event that supports the health services.

An important pillar of our CSR activities is the education of safe behavior on the road.

Safety also comes with Michelin tires, which the company donates to various institutions. In 2021 and 2022, we donated more than 250 tires to those most in need.

Michelin Poland does not forget about cultural institutions. We are permanently involved in and cooperate with the Warmia and Mazury Philharmonic, Stefan Jaracz Theatre, Olsztyn Puppet Theatre, BWA, MOK.

The factory is also a regular sponsor of the SMOK Integration Sports Club, which brings together athletes with disabilities from the region of Warmia and Mazury. The company also helps the children's amputee football section and the girls' football team 'Stomilanki'.

IS THERE A DIFFERENCE IN WORK CULTURE AND ORGANIZATIONAL CULTURE BETWEEN THE MICHELIN PLANTS IN FRANCE AND POLAND, AND HOW BIG IS IT?

Recently, in another interview, I was asked a similar question. Our company culture is deeply rooted and universal. It knows no borders. The organization of our factories is the same in France and Poland. Our operating methods and basic industrial principles are strictly the same.

There is clearly the question whether the cultural and legal differences between France and Poland can affect the way our factories operate. The answer is yes, there are always some details and nuances that affect operations. Each country has different legislation, which affects certain management processes such as the organization

of working time, relations with trade unions, salaries, etc.

I believe, as I have said on other occasions, that generational differences are more important than differences between countries within the European Union. A great deal of work also needs to be done to reconcile our job offer with the expectations of new generations whose concerns and motivations are very different from those of previous generations.

WHAT IS YOUR VISION OF THE FURTHER DEVELOPMENT OF THE MICHELIN PLANT IN POLAND?

We are talking about a very large and extremely dynamic factory. I will concentrate on the main directions of transformation rather than on individual projects, especially as I cannot talk about many of them.

As every year, we are updating our transformation plan. This time we are focusing very strongly on three themes:

Attractiveness of the plant: We are living in times of high instability in the labor market, with historically low unemployment rates, high inflation and high expectations of job seekers. As a company with highly skilled positions, we need to attract new talent and ensure job stability, as our training periods are very long and investment in skills is very high. We are one of the few companies whose production runs continuously 7 days a week and 24 hours a day. We have to reconcile our reality with the expectations of the labor market. How to do this is a real headache and we could write a whole book about it.

Modernization: our plant is very modern in terms of production processes, but we are not the best in terms of productivity. This is natural - large multinational groups put productivity investments in countries with high labor costs as a priority, because their profitability is logically higher. Poland is making great strides in narrowing the wage gap in relation to Western Europe, but the factory needs to remain competitive, so productivity growth is essential. There's a great potential in the automation of flows and robotisation of operations. We are moving very fast when it comes to digitalization and Industry 4.0, but we still have a long way to go. Our dream is for our plant to become a true technological showcase.

Responsibility: a topic that is sometimes misunderstood because it is easily confused with empowerment. We are not talking about autonomy or delegation, but about ta-

king responsibility, which, as we understand it, is a very broad concept. For us, being responsible means managing the factory in a sustainable way, taking into account three aspects: the profitability of our operations, the planet and the people who live on it. It is essential that these three aspects are treated with the balanced attention and to be fully aware of the impact that our decisions have on the environment.

The trio 'attractiveness / modernity / responsibility' is an inseparable wholeness. Responsibility, as we understand it, is part of our modernity, and responsibility and modernity are key to our attractiveness.

I will give a few examples to illustrate what I am talking about:

We are implementing an energy transition program at our plant. The environmental impact is very important, as we are reducing CO₂ emissions by more than 80%. At the same time, our energy costs are increasing significantly. Our responsibility commits us to contributing to the protection of our planet above and beyond any economic considerations, and we will continue to do so until our emissions are zero and our environmental impact is neutral. The Michelin Group aims to achieve this goal by 2050.

We have a diversity program, which is initially focusing on the feminization of our workplaces. We want to reach a 30% feminization rate by 2030.

- We have a very ambitious digital program. With digitalization, the job content is changing and becoming richer, more modern and more attractive. This will make us more competitive and cost-efficient in our operations. Through automation and robotisation, we will drastically reduce the constraints on many jobs, while significantly increasing productivity.

We have a health program that primarily aims at improving the health of our employees, but also contributes to the development of healthy habits in the society around. We want to help our smoking employees to give up the habit, which is why we have launched the 'smoke-free factory' program.

We have a program of integration with local community life. All our social activities, which I mentioned earlier, are carried out through this program and are part of our responsibility. Also, nobody today wants to work for a company that is unsupportive or irresponsible.

I hope that these examples clearly demonstrate the way our transformation is taking place, how we are progressing in terms of modernity, responsibility and attractiveness.

Our transformation program is the cornerstone of our factory development. It is our strategic objective and the focus of the teams involved in building, structuring and managing it over time.

Our vision is well developed, we know where we are going and why. The Olsztyn plant has a fantastic future ahead of it, which we hope will be well appreciated by our current and future employees, our customers and the surrounding society.

Juan Antonio Alvarez-Ossorio has been part of the Michelin Group for more than 30 years. During this time, he has held a number of management positions related to semi-finished products - he was involved in the process engineering at the Group's various plants, strategic management, leading industrial projects and managing production.

For several years, he managed the production of semi-finished products in all Michelin Group factories worldwide.

Prior to taking up his current position as President of the Management Board of Michelin Poland, he worked for 15 years in Michelin Group structures in Spain, for 8 years in France, and also in Poland, where he held managerial positions and managed projects at the Olsztyn plant from 2004 to 2012.

He graduated with a degree in Industrial Engineering from Valladolid University.

His is a great passionate of music, and in his spare time he plays the guitar, paints and makes models. He is a big fan of jigsaw puzzles, wooden Casse-têtes logic puzzles and cooking accompanied by Spanish wine. He is married and has 3 children.

TWORZYM Y WIĘZI, KTÓRE MAJĄ ZNACZENIE

IWONA JACASZEK-PRUŚ, DYREKTORKA DS. KORPORACYJNYCH
W KOMPANII PIWOWARSKIEJ



IWONA JACASZEK-PRUŚ
Dyrektorka ds. korporacyjnych
w Kompanii Piwowskiej

WE WRZESNIU 2020 R. PRZYJĘLIŚCIE STRATEGIĘ „LEPSZA PRZYSZŁOŚĆ 2030”, KTÓRA ŁĄCZY STRATEGIĘ BIZNESOWĄ Z REALIZACJĄ CELÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU. PROSZĘ POWIEDZIEĆ JAK TO WPLYNĘŁO NA ROZWÓJ FIRMY? Z CZEGO SĄ PAŃSTWO NAJBARDZIEJ ZADOWOLENI, NA CZYM PAŃSTWO SIĘ SKUPIAJĄ, NAD CZYM CHCIELIBY PAŃSTWO JESZCZE POPRACOWAĆ?

Strategia, którą przyjęliśmy w 2020 r. wpływa na cały nasz biznes, w jasny sposób definiując strategię zrównoważonego rozwoju firmy. Nie jest to rewolucja, ponieważ i wcześniej środowisko naturalne, pracownicy, lokalne społeczności czy odpowiedzialna konsumpcja alkoholu były dla nas ważnymi obszarami, jednak przyjęcie strategii „Lepsza Przyszłość 2030” ustawiło poszczególne filary strategii: planeta, ludzie, portfolio i profit, w obszary o takim samym stopniu ważności. One wszystkie są obecnie ściśle ze sobą powiązane, a cele biznesowe i zrównoważonego rozwoju – równorzędne. Dla przykładu: jeżeli podejmujemy decyzję z obszaru „portfolio” o wprowadzeniu na rynek nowego produktu, to wiemy, że wprowadzimy go w opakowaniu, które spełnia założenia obszaru „planeta”, a więc będzie przyjazne dla środowiska. To dotyczy nie tylko opakowań jednostkowych, ale również zbiorczych – multipaków. W ich przypadku odchodzimy od zwykłej folii na rzecz pochodzącej z recyklingu.

Jeżeli decydujemy się na zakup nowej linii technologicznej, to jej parametry muszą spełniać zarówno nasze oczekiwania biznesowe, jak i zrównoważonego rozwoju, co oznacza, że technologia ta musi przynieść oszczędności w zużyciu surowców, takich jak woda czy energia. W naszych decyzjach zakupowych i innych wyborach muszą się spotkać korzyści biznesowe i środowiskowe – to jest główna zmiana wynikająca z obowiązującej strategii. Nikt w naszej firmie nie podejmie już decyzji kierując się wyłącznie korzyścią biznesową, bierzemy pod uwagę również wpływ na środowisko, na społeczności i na naszych pracowników. Jesteśmy zadowoleni z naszych dotychczasowych osiągnięć w realizacji celów strategii, niektóre z nich wypełniliśmy przed założonym terminem, ale nadal mamy do czego dążyć do końca bieżącej dekady.

Nasze podejście do zrównoważonego rozwoju świetnie oddaje cel nadrzędny firmy – tworzenia więzi, które mają znaczenie. Na płaszczyznach biznesowej i społecznej odpowiedzialności budujemy relacje z partnerami, którzy mają podobne wartości i cele, dzięki czemu skuteczniej i na większą skalę przyczyniamy się do pozytywnych zmian środowiskowych i społecznych. Kiedy łączą nas cele pojawia się synergia w obszarze innowacyjności i wspólnie zastanawiamy się nad rozwiązaniami, które na przykład usprawnią naszą logistykę i jednocześnie pozwolą na obniżenie emisji CO₂ z transportu.

KOMPANIA PIWOWARSKA ZAJĘŁA WYSOKIE MIEJSCE W „RANKINGU ODPOWIEDZIALNYCH FIRM 2022”. JAKIE Z PODEJMOWANYCH PRZEZ PAŃSTWA DZIAŁAŃ ZOSTAŁY ZAUWAŻONE I TAK WYSOKO OCENIONE?

W rankingu są brane pod uwagę systemowe rozwiązania i długofalowe działania związane ze wszystkimi obszarami ESG. Po weryfikacji ankiety i audycie po raz kolejny doceniono fakt, że Kompania Piwowarska robi wiele we wszystkich trzech obszarach: ładu korporacyjnego, środowiska naturalnego i odpowiedzialności społecznej w sposób systema-

tyczny i konsekwentny. Cieszymy się z wysokiego miejsca w rankingu, bo utwierdza nas, że zmierzamy w dobrym kierunku.

ODPOWIEDZIALNA KONSUMPCJA, TROSKA O SPOŁECZEŃSTWO I MINIMALIZACJA NEGATYWNEGO WPŁYWU DZIAŁALNOŚCI NA ŚRODOWISKO TO PRIORYTETY KOMPANII PIWOWARSKIEJ. W JAKIE KAMPANIE SPOŁECZNE SIĘ ANGAŻUJECIE I CO CHCIECIE W TEN SPOSÓB KOMUNIKOWAĆ, NA CO ZWRACACIE SZCZEGÓLNA UWAGĘ?

Ze względu na dobro społeczne i reputację naszego produktu ważna jest dla nas odpowiedzialna konsumpcja alkoholu, dlatego od lat promujemy umiarkowane picie i odpowiedzialne zachowania. Nasze kampanie edukacyjne i społeczne mówią przede wszystkim o tym, że alkohol jest produktem wyłącznie dla dorosłych, że kobiety w ciąży i w czasie karmienia nie powinny pić go wcale, tak jak osoby, które siadają za kierownicą.

To na czym nam zależy jest zawarte w misji naszej firmy – czynienia życia przyjemniejszym. Rozumiemy to jako umiarkowaną konsumpcję dobrej jakości piwa i kultywowanie piwnej tradycji i kultury – towarzyskich spotkań, degustacji, food-pairingu. Na każdym opakowaniu naszego piwa znajduje się informacja, że nie jest to produkt dla nieletnich, kobiet w ciąży i osób, które siadają za kierownicą. Każdy nasz przekaz reklamowy jest opatrzony podobną informacją. W duchu naszego celu nadrzędnego – tworzenia więzi, które mają znaczenie – niektóre z naszych kampanii edukacyjnych prowadzimy z partnerami społecznymi, na przykład te związane z FAS – alkoholowym zespołem płodowym.

Z satysfakcją obserwujemy trendy konsumenckie, zwłaszcza wśród młodych ludzi, którzy piją coraz mniej piwa z procentami i częściej sięgają po piwa bezalkoholowe. Tendencja spadkowa mocnych piw utrzymuje się od pięciu lat a rośnie sprzedaż piw bezalkoholowych. Te zmiany uwzględnia nasza strategia, większość nowości w naszym portfolio to piwa 0,0%, i chcemy aby do 2030 r. stanowiły one 20% naszej oferty.

KOMPANIA PIWOWARSKA JEST CZĘŚCIĄ ASAHI EUROPE & INTERNATIONAL. W RAMACH SZERSZEJ STRATEGII ZAŁOŻYLIŚCIE, ŻE DO 2025 R. OGRANICZYCIE ŚREDNIE ZUŻYCIE WODY DO WARZENIA PIWA DO 2,75 LITRA NA 1 LITR PIWA. OKAZUJE SIĘ JEDNAK, ŻE JUŻ W UBIEGŁYM ROKU OSIĄGNIŁIŚCIE LEPSZY WYNIK. JAKIE SĄ PRZYCZYNY TAK DOBRZEGO REZULTATU?

Każda kropla wody ma dla nas znaczenie. Szacunek dla zasobów planety i ich oszczędne użytkowanie są kluczowe dla zrównoważonego rozwoju. Takie podejście przynosi też korzyści finansowe – zmniejszając zużycie wody, zmniejszamy nasze koszty. Nawet osiągając tak dobre wyniki nie spoczywamy na laurach, cały czas śledzimy parametry zużycia wody, zastanawiamy się jak możemy jeszcze je zmniejszyć i inwestujemy w nowe rozwiązania. Woda jest nam potrzebna nie tylko do warzenia piwa, zużywamy ją też w innych procesach, na przykład związanych z utrzymaniem reżimu sanitarnego. Dzisiaj technologie umożliwiają oczyszczenie wody, dlatego korzystamy z nich i wodę używaną do mycia oczyszczamy, a nie wylewamy do ścieków. Dobre pomysły na rzecz ekologii pochodzą od naszych pracowników. Zgłaszają je w firmowym programie EKO Kompania. To pomysły na usprawnienia w naszej codziennej pracy, które przyczynią się do ochrony

planety poprzez redukcję emisji CO₂, zmniejszenie zużycia wody, pozyskiwanie surowców w zrównoważony sposób, czy zwiększenie udziału opakowań w obiegu zamkniętym. Autorzy pomysłów, które wdrożymy są nagradzani finansowo. Co roku pomysłów jest sporo, a z pozoru drobne oszczędności przy skali naszej działalności robią różnicę.

DUŻĄ UWAGĘ W KOMPANII PIWOWARSKIEJ PRZYKŁADA SIĘ DO RÓWNOŚCI PŁCI. ZOBOWIĄZALIŚCIE SIĘ DO DAŻENIA DO PARYTETU NA STANOWISKACH KIEROWNICZYCH I CHCECIE OSIĄGNAĆ ZAKŁADANY CEL DO 2030 R. CO WEDŁUG WAS POWODUJE, ŻE NA STANOWISKACH KIEROWNICZYCH PANUJĄ DUŻE DYSPROPORCJE?

To zobowiązanie dotyczy drugiego filaru naszej strategii – „ludzie”, a różnorodność jest w tym obszarze jednym z naszych priorytetów. W Polsce i na świecie nadal występują spore dysproporcje w obsadzie wyższych stanowisk, na niekorzyść kobiet. To pokłosie wielu lat tradycyjnego podejścia do kobiet i przededefiniowanych dla nich ról społecznych. Kobietom przypisana jest przede wszystkim rola matki, a to często wyłącza na kilka lat z życia zawodowego te kobiety, które chcą rozwijać się zawodowo. Mężczyźni idą do przodu, a kobiety, na których nadal w dużej mierze spoczywa opieka nad dzieckiem, mają wyrwę w zawodowym życiorysie. To na szczęście się zmienia, ale dziesiątki lat utartego schematu i powolność zmian powodują, że kobiet na wysokich stanowiskach jest po prostu za mało.

Jedną z opcji na zmianę jest pozyskiwanie kobiet z zewnątrz, spoza firmy. W Kompanii Piwowskiej wprowadziliśmy zasadę: gdy prowadzimy rekrutację na niższe i wyższe stanowiska menadżerskie, liczba kandydatów obu płci musi być w nich równa. Oczywiście wybierzemy osobę o najlepszych kwalifikacjach i kompetencjach, ale szanse dla obu płci są równe. W przypadku kobiet dość często problemem jest znalezienie kandydatki jednocześnie z wykształceniem i doświadczeniem zawodowym. To, co jest obiecujące, ale jednocześnie wymaga czasu, to rozwój kobiet wewnątrz własnej organizacji. Działanie już od poziomu absolwentów, dbanie o to, by zatrudniać jak najwięcej kobiet i dawać im możliwości zawodowego rozwoju. Niestety, młode kobiety które chcą pracować i się rozwijać nadal trafiają na szklany sufit. Przyczyną są głównie mentalne bariery i schematy związane z macierzyństwem i wychowywaniem dzieci. To jest realny problem i biznes musi znaleźć rozwiązanie,

które zmieni takie myślenie. Inaczej sytuacja kobiet się nie zmieni. Nie ma żadnych przesłanek by twierdzić, że kobiety są mniej ambitne, czy mniej zdolne, a różnice między płciami dają podstawy różnorodności w zespołach, co przynosi firmie korzyści i przewagi. Świat się zmienia, my musimy być w nim bardziej elastyczni, a zróżnicowane zespoły sprawiają, że firmy również stają się bardziej elastyczne.

JEDNYM Z ELEMENTÓW ESG JEST ŁĄD KORPORACYJNY. JAK PODCHODZICIE DO TEGO TEMATU? CO JEST DLA WAS WAŻNE W TWORZENIU ZASAD, PRAKTYK I PROCESÓW?

Przedsiębiorstwo jest jak żywy organizm, który aby zdrowo i efektywnie funkcjonował potrzebuje celu, pewnego porządku i zasad. Firma musi mieć zdefiniowany cel nadrzędny i być wokół tego celu ułożona, wspomagana przez procedury i polityki, które dotyczą zrównoważonego rozwoju i ludzi.

Kodeks etyki obowiązujący każdą osobę w firmie jest dla nas podstawą działania.

Jeżeli ktokolwiek na zewnątrz czy wewnątrz organizacji zauważy postępowanie niezgodne z kodeksem, może to zgłosić, oficjalnie lub anonimowo do Komisji etyki. Każdy nowy pracownik przed przystąpieniem do pracy musi zapoznać się z Kodeksem etyki i zobowiązać do przestrzegania jego zasad. Co roku przeprowadzamy ankietę wśród pracowników, która jest swego rodzaju sprawdzianem ze znajomości jego zapisów.

Obecnie młodzi ludzie, zanim podejmą pracę w firmie, zwracają uwagę na jej podejście do środowiska naturalnego i do ludzi. Takie przesłanki są coraz częściej istotne także dla konsumentów przy wyborach zakupowych. Etyczne postępowanie, troska o naturę i społeczności to współcześnie ważne elementy biznesowego powodzenia. Dzisiaj, kiedy świat mierzy się z bezprecedensowymi wyzwaniami i problemami, w Kompanii Piwowskiej stawiamy na tworzenie więzi z partnerami biznesowymi, które dzięki skali pozwolą nam działać szybciej i skuteczniej dla wspólnego dobra i lepszej przyszłości.

Iwona Jacaszek-Pruś – związana z Kompanią Piwowarską SA od 2017 r., członkini zespołu zarządzającego firmy, dyrektorka ds. korporacyjnych. Zarządza zespołem odpowiedzialnym za komunikację wewnętrzną, zewnętrzną, public relations, reputację firmy i zrównoważony rozwój. W latach 2003-2016 pełniła podobne funkcje jako członkini zespołu zarządzającego Coca-Cola HBC Polska. Wcześniej doświadczenie zawodowe zdobywała pracując dla British-American Tobacco Polska, agencji Burson-Marsteller, Instytutu Badań nad Gospodarką Rynkową oraz firmy ABC Consulting. Prowadziła wykłady z dziedziny strategii marketingowych oraz zintegrowanej komunikacji marketingowej w ICAN Institute. Jest członkinią Komitetu Wykonawczego Związku Pracodawców Przemysłu Piwowarskiego w Polsce. W latach 2004-2016 była członkinią Zarządu, a w latach 2010-2016 sprawowała funkcję wiceprezesa Polskiej Federacji Producentów Żywności Związku Pracodawców. W latach 2003-2016 była członkinią Rady Nadzorczej Rekopól Organizacji Odzysku Opakowań SA, w latach 2006-2016 na stanowisku przewodniczącej Rady. Jest absolwentką handlu zagranicznego na Uniwersytecie Gdańskim.



CREATING MEANINGFUL CONNECTIONS

IWONA JACASZEK-PRUŚ, CORPORATE AFFAIRS DIRECTOR
AT KOMPANIA PIWOWARSKA

IN SEPTEMBER 2020, YOU ADOPTED THE "BETTER FUTURE 2030" STRATEGY, WHICH INTEGRATES YOUR BUSINESS STRATEGY WITH THE EXECUTION OF SUSTAINABILITY GOALS. CAN YOU PLEASE TELL US HOW IT IMPACTED THE COMPANY'S DEVELOPMENT? WHAT ARE YOU MOST PLEASED WITH; WHAT ARE YOU FOCUSED ON; WHAT WOULD YOU STILL LIKE TO IMPROVE?

The strategy we adopted in 2020 impacts our entire business, clearly defining the company's sustainability agenda. It is not a revolution, because the natural environment, employees, local communities and responsible alcohol consumption have been important areas for us for a while now, however the implementation of the "Better Future 2030" strategy made its four priority areas, referred to as pillars, i.e. Planet, People, Portfolio, Profit, equally important. They are all closely related to each other, and our business and sustainability goals are recognized as equivalent. For example: if we make a decision in the Portfolio area to introduce a new product to the market, we know that we will introduce it in packaging that is in line with the Planet guidelines, so it will be environmentally friendly. It refers not only to primary, but also secondary packaging – multipacks. In their case, we take a step away from regular foil and replace it with recycled one. If we decide to purchase a new technological line, its parameters must meet both our business and sustainability expectations, which means that the technology should allow us to save resources, such as water or energy. Our procurement decisions and other choices must bring business and environmental benefits – that is the key change resulting from the current strategy. No one will make a decision based solely on business benefits, what we also take into account is the potential impact on the environment, communities and our employees. We are pleased with what we have achieved so far in terms of pursuing the strategy goals, some of them have been delivered before the assumed date, but we still have a lot to aim for by the end of this decade.

Our approach to sustainability perfectly reflects the overarching company purpose – Creating Meaningful Connections.

In the areas of business and social responsibility, we continue to build relationships with partners who share similar values and goals, thus contributing to positive environmental and social changes more efficiently and on a larger scale. Our aligned goals lead to synergy in the area of innovation – together we contemplate solutions that will allow us to reduce transport-related CO₂ emissions.

KOMPANIA PIWOWARSKA WAS RANKED HIGH IN THE "2022 RANKING OF RESPONSIBLE COMPANIES". WHICH OF YOUR ACTIVITIES WERE RECOGNIZED AND RATED SO HIGHLY?

The ranking takes into account systemic solutions and long-term activities related to all the ESG areas. Following the survey verification and audit, Kompania Piwowska was once again recognized for its numerous efforts in all the three areas: Environmental, Social and Governance, executed in a systematic and consistent way. We are pleased with our high position in the ranking, as it confirms that we are going in the right direction.

KOMPANIA PIWOWARSKA'S PRIORITIES INCLUDE RESPONSIBLE CONSUMPTION, CARING ABOUT THE SOCIETY, AND MITIGATING NEGATIVE IMPACTS OF ITS BUSINESS ACTIVITY ON THE ENVIRONMENT. WHICH SOCIAL CAMPAIGNS ARE YOU ENGAGED IN, AND WHAT DO YOU WANT TO COMMUNICATE WITH THEIR USE? WHAT DO YOU PAY SPECIAL ATTENTION TO?

Having the common good and the reputation of our product in mind, we care about responsible consumption of alcohol, therefore we have been promoting moderate drinking and responsible behaviours for years. Our educational and social campaigns mainly communicate that alcohol is intended exclusively for adults and that pregnant and breastfeeding women should not drink it at all, just as drivers.

What we care about is included in our company mission – bringing more fun to life. We understand it as moderate consumption of high-quality beer and cultivating the brewing tradition and culture – including social gatherings, tastings,

food pairing. The packaging of all our beers features information that the product is not intended for minors, pregnant women and drivers. Every commercial communication contains similar messaging. In the spirit of our purpose – Creating Meaningful Connections – we carry out some of our educational campaigns together with our social partners, for example those dedicated to the Fetal Alcohol Syndrome (FAS).

It is with great satisfaction that we are observing consumer trends, especially among young people, who drink less and less alcoholic beers, and increasingly more often choose non-alcoholic beers. The downward trend of strong beers has been consistent for five years, while non-alcoholic beers continue to grow. Our strategy takes these changes into account; most of the novelties in our portfolio are 0.0% beers, and we want them to constitute 20% of our offer by 2030.

KOMPANIA PIWOWARSKA BELONGS TO ASAHI EUROPE & INTERNATIONAL. AS PART OF A WIDER STRATEGY, YOU AIM TO REDUCE YOUR WATER CONSUMPTION IN THE BREWING PROCESS TO 2.75 LITRE PER 1 LITRE OF BEER BY 2025. HOWEVER, IT TURNS OUT THAT YOU ALREADY TOPPED THAT NUMBER LAST YEAR. WHAT ARE THE REASONS FOR SUCH A GREAT RESULT?

For us, every drop of water counts. Respect for our planet's resources and their economical use are of key importance for sustainable development. Moreover, this approach brings financial benefits – by reducing our water consumption, we lower our costs. Even having achieved such great results, we do not rest on laurels. We continue to track our water consumption parameters, thinking about how we can further reduce it, and invest in new solutions. We need water not only to brew beer, but also for other processes, for example to maintain our sanitary regime. Currently, new technologies allow us to purify water, therefore we recycle water used for washing instead of disposing it to the sewer system. Many good eco-friendly ideas come from our employees, who submit them within our company program – ECO Kompania. The aim of these ideas is to improve our daily operations and thus contribute to the protection of our planet through reduction of CO₂ emissions and water consumption, sustainable sourcing, or increasing the share of

circular packaging. The authors of the ideas we implement receive financial rewards. Every year, we receive numerous ideas, and considering the scale of our business, seemingly small savings make a real difference.

KOMPANIA PIWOWARSKA PUTS A LOT OF EMPHASIS ON GENDER EQUALITY. YOU COMMITTED TO ACHIEVING GENDER PARITY AT MANAGEMENT LEVELS BY 2030. WHAT IN YOUR OPINION IS THE REASON FOR SUCH LARGE DISPROPORTIONS IN TERMS OF EXECUTIVE POSITIONS?

This commitment refers to the second pillar of our strategy – People, and diversity is one of our priorities in that area. In Poland and across the world, there are still significant disproportions when it comes to executive positions, to the disadvantage of women. It is a result of many years of traditional attitudes towards women and redefining their social roles. Above all, they are supposed to be mothers, a that often excludes women striving to grow their careers from the professional life for a few years. Men continue to move forward, and women, who are still mostly responsible for taking care of children, have a gap in their CV. Fortunately, the situation is changing, but due to decades of convention and slow pace of change, there is simply not a lot of women in management.

One of the ways to introduce change is recruiting women from outside of the company. At Kompania Piwowarska, we have implemented the following rule: when recruiting people for lower and higher managerial positions, the number of candidates representing both sexes must be equal. We will, of course, choose the person with the best qualifications and competencies, but that way both genders have equal chances. When it comes to women, it is often problematic to find a female candidate with both sufficient education and professional experience. What is promising, but requires some time, is the development of women within our own organization – focusing already on graduates, ensuring that we hire as many women as possible, and providing them with career development opportunities.

Unfortunately, young women who want to work and grow their skills hit the glass ceiling.

The main reason for that is mental barriers and patterns related to motherhood and raising children. It is a real problem, and the business has to find a solution that will transform this way of thinking. Otherwise, women's situation will not change. The claim that women are less ambitious or talented is unjustified. Moreover, the differences between the sexes ensure diversity within the teams, which brings benefits and advantage to the company. The world is changing, so we have to become more flexible, and diverse teams do make companies more flexible.

ONE OF THE ELEMENTS OF ESG IS CORPORATE GOVERNANCE. WHAT IS YOUR APPROACH TO THIS SUBJECT? WHAT IS IMPORTANT FOR YOU WHEN IT COMES TO DEVELOPING RULES, PRACTICES AND PROCESSES?

A business is like a living organism, which to function properly and efficiently needs a purpose, certain order and rules. Every company has to define its overarching purpose and build the organisation around it, with the support of procedures and policies, also in the areas of sustainability and people.

The Code of Ethics, which is binding for every person in our company, is the basis of our operations. If anyone from the inside or outside of our organization notices any violation of the code, they can report it, officially or anonymously, to the Ethics Committee. Prior to commencing work at our company, every new employee must read the Code of Ethics and commit to full compliance with its rules. Every year, we conduct a survey among our employees, which is a kind of a test of knowledge and understanding of its provisions.

Nowadays, before joining a new company, young people pay attention to its approach to the natural environment and people. Such conditions become more and more important also for consumers, when making purchase choices. Currently, ethical behaviour and caring about nature and society are important determinants of business success. Now, when the world is facing unprecedented challenges and problems, at Kompania Piwowarska we bet on creating meaningful connections with our business partners, which thanks to the scale will allow us to work faster and more efficiently for the common good and a better future.

Iwona Jacaszek-Prus – associated with Kompania Piwowarska SA since 2017, member of the management team, Corporate Affairs Director. She manages the team responsible for internal and external communications, public relations, corporate image, and sustainability. In the years 2003-2016, she performed similar functions as a member of the management team at Coca-Cola HBC Polska. Previously, she had gained professional experience working for British-American Tobacco Polska, the Burson-Marsteller agency, Instytut Badań nad Gospodarką Rynkową and ABC Consulting. She gave lectures on marketing strategies and integrated marketing communications at the ICAN Institute. She is a member of the Executive Committee of the Union of Brewing Industry Leaders in Poland. In the years 2004-2016, she was a member of the Management Board and in the years 2010-2016, she held the position of Vice President at the Polish Federation of Food Industry Union of Employers. In the years 2003-2016, she served as a member of the Supervisory Board at Rekopol Organizacja Odzysku Opakowań SA and in the years 2006-2016, as the Chairman of the Board. She graduated from the University of Gdańsk with a degree in International Trade.



#FAS OFF



NAWET MY **ODWRACAMY** KIELISZKI!

„RYNEK PRACOWNIKA” MA SIĘ DOBRZE I PRACODAWCY POWINNI SIĘ Z TEGO CIESZYĆ!

WYWIAD Z AGNIESZKĄ SUROWIEC,
BRAND & COMMS DIRECTOR MARKET POLAND W INTRUM



AGNIESZKA SUROWIEC
Brand & Comms Director
Market Poland w Intrum

OD MOMENTU WYBUCHU PANDEMII COVID-19 MAMY DO CZYNNIENIA Z RYNKIEM PRACOWNIKA, CO WIAŻE SIĘ Z WIELOMA WYZWANIAM I DLA PRACODAWCÓW. NIE MAJĄ TEGO DOŚĆ?

Oczywiście, że nie. A przynajmniej nie powinni. Bo co tak naprawdę oznacza „rynek pracownika”? Całą rzeszę osób, które wiedzą, czego chcą od swojego miejsca pracy, potrafią komunikować swoje wymagania w stosunku do pracodawcy i są świadome swoich kompetencji, swojej wartości. Przynajmniej tak patrzymy na tę kwestię w Intrum. Problem z rynkiem pracownika mogą mieć te firmy, które do tej pory nie musiały stawiać potrzeb swojej kadry w centrum. Wydaje się, że kryzys uświadomił dobitnie „starą” prawdę employer branding – o sile danej firmy, o pozycji danej marki na rynku świadczą jej pracownicy, więc trzeba o nich dbać. W naszym zespole wyznajemy ją od zawsze.

COŚ W TYM MUSI BYĆ, PONIEWAŻ FIRMA INTRUM JEST REGULARNIE NAGRADZANA ZA WDROŻONE PODEJŚCIE DO PRACOWNIKÓW, M.IN. ŚWIADCZĄ O TYM OTRZYMANE NAGRODY, NP. „NAJBARDZIEJ POŻĄDANY PRACODAWCA 2021” WEDŁUG ANTALA CZY „DOBRY PRACODAWCA 2022” PRZYZNAWANA PRZEZ FORUM BIZNESU DZIENNIKA GAZETY PRAWNEJ. JAKA JEST TAJEMNICA SUKCESU INTRUM?

W tym przypadku nie ma tajemnicy. Kluczem do sukcesu jest odpowiednia strategia, która jest spójna z wizją firmy. Nasi pracownicy są niezbędni do tego, abyśmy mogli realizować naszą misję, którą jest *wyznaczanie drogi ku zdrowej gospodarce*. To oni każdego dnia rozmawiają z tysiącami osób zadłużonych, którym pomagają uwolnić się od kłopotów finansowych, a firmom lepiej prosperować. To więc nic dziwnego, że nasi pracownicy są dla nas najważniejsi. Intrum działa także zgodnie z filozofią zrównoważonego rozwoju (*sustainability*), która zakłada również dbanie o pracowników i tworzenie przyjaznego miejsca pracy – bez tego żadna firma nie może się prawidłowo funkcjonować na rynku.

CZYLI NIE CHODZI O EMPLOYER BRANDING „OD ŚWIĘTA”, A O REGULARNIE DZIAŁANIA Z TEGO OBSZARU?

Tak, konsekwencja w realizowaniu działań z obszaru employer branding jest ważna, ale chodzi również o to, by dbanie o pracowników, tzn. sprawianie, by ci dobrze czuli się w danym miejscu pracy, rozwijanie ich kompetencji, itd., wynikało ze strategii, misji firmy, a nie było tylko „dodatkiem” do codziennych, standardowych działań HR. Ważne jest też wsłuchiwanie się w potrzeby pracowników. Dobry, czyli skuteczny employer branding to employer branding szyty na miarę.

BRZMI TAJEMNICZO. CO SIĘ KRYJE POD TYM STWIERDZENIEM?

Niestety, wielu pracodawców myśli, że employer branding to benefits i „uszcześliwiają” nimi pracowników. Jednak kolejny karton na siłownię czy wprowadzenie owocowych czwartków na nic się zdadzą, jeżeli zespół chce np. lekcji języka angielskiego. Chill-out room w biurze nie rozwiąże problemów, które pracownicy mają ze swoim przełożonym lub nie będzie odpowiednią na to, że kadra czuje się niedoceniana. Trzeba wiedzieć, czego potrzebują pracownicy twojej firmy, trzeba pytać. Najlepiej sprawdzają się regularne ankiety czy badania, które pozwalają poznać nastroje pracowników. Dobrym przykładem jest badanie satysfakcji pracowników My voice. Organizujemy je w Intrum od lat. Pozwala nam odpowiedzieć na pytanie, jak nasi pracownicy oceniają Intrum jako miejsce pracy, jak się u nas czują, czego potrzebują. Wnioski pozwalają nam nie tylko potem wdrażać odpowiednio dopasowane działania employer brandingowe, ale również poprawić to, co ewentualnie nie działa. Wierzmy w ciągły progres i w to, że Intrum może być jeszcze lepszym miejscem pracy, mimo że każdego roku odnotowujemy jeszcze wyższe wyniki w poszczególnych wskaźnikach badania niż w latach ubiegłych. To kolejna ważna kwestia – ciągła ewaluacja. Nie wystarczy raz wprowadzić zestawu benefitów czy wdrożyć konkretnych działań. Trzeba regularnie sprawdzać, jak one działają w praktyce i jak reagują na nie pracownicy. To, co doskonale działało nawet jeszcze dwa lata temu, dziś już może być passe, a nawet budzić niechęć pracowników.

A CO Z REKRUTACJĄ? WIADOMO, ŻE NAJPIERW PRACOWNIKÓW TRZEBA DO FIRMY PRZYCIĄGNĄĆ.

Tak, zgadza się, ale udana, szybka rekrutacja nie oznacza jeszcze sukcesu pracodawcy. Ważne jest to, co następuje po przyjęciu pracownika do firmy. A dalej zazwyczaj jest onboarding i przeważnie nie docenia się jego wagi.

DLACZEGO TAK PANI UWAŻA?

Bo nierzadko można spotkać się z tym, że onboarding w firmie ogranicza się do przesłania pracownikowi na e-maila prezentacji korporacyjnej. I koniec. A nie tędy droga. Prawie każdy przynajmniej raz w życiu doświadczył na własnej skórze tego, jak ważne jest pierwsze wrażenie. Pierwszy dzień w (danej) pracy zdarza się tylko raz i pracodawca powinien go dobrze wykorzystać, by zrobić na pracowniku dobre wrażenie.

A JAK SIĘ ROBI DOBRE WRAŻENIE PODCZAS ONBOARDINGU?

Pracownik pierwszego dnia powinien poznać swojego bezpośredniego przełożonego – to wydaje się oczywiste, ale w praktyce niestety nie zawsze ma miejsce. Nowa osoba powinna zostać zapoznana nie tylko z zakresem obowiązków, ale z zasadami, które obowiązują w firmie, by od pierwszego dnia czuje się w niej jak „u siebie”. Takie kwestie jak szybkie wydanie sprzętu potrzebnego do pracy, oprowadzenie po biurze, pokazanie, gdzie pracownicy jedzą obiad podczas przerwy, czy do kogo można się zwrócić, gdy zabraknie papieru w drukarce, również mają znaczenie.

JAK WYGLĄDA ONBOARDING W INTRUM?

Przede wszystkim w proces onboardingu jest zaangażowanych kilka działów naszej firmy. Zadaniem zespołu HR jest przekazanie wszelkich niezbędnych informacji pracowniczych. Osoby odpowiedzialne za komunikację wyjaśniają misję, wizję, zasady, na podstawie których działa Intrum. Każdy pracownik przychodzący do naszej firmy, już od pierwszego dnia poznaje znaczenie czterech słów: Empathy, Ethics, Dedication i Solutions – naszych wartości, które są drogowskazem we wszystkim, co robimy. Chcemy, aby od początku były one ważne i dla nowych pracowników. Każda osoba, która do nas trafia, na wstępie poznaje swój zakres obowiązków – dba o to bezpośredni przełożony. Dowiaduje się, na czym w praktyce i w szczegółach będzie polegać jej praca (już pierwszego dnia otrzymuje szkolenie wprowadzające w zakres obowiązków), ale także, jak może ona wyglądać za pół roku czy pięć lat, ponieważ jest informowana o możliwych ścieżkach rozwoju, itp. Z kolei dział IT dba o zapewnienie potrzebnego sprzętu do pracy, nadaje niezbędne dostępy, aby nowy pracownik mógł od razu działać. Koledzy z zespołu dbają o ciepłe przyjęcie i dobrą atmosferę pracy już od pierwszego dnia. Podsumowując – chcemy, aby po ukończonym onboardingu nowy pracownik miał następującą

refleksję: trafiłem/-am do fajnej firmy z jasną określoną misją i przejrzystymi zasadami, w której pracownicy pomagają sobie nawzajem, mogą wykonywać pracę, która ma znaczenie, w której będą czuć się dobrze i mam szansę popchnąć swoją karierę do przodu. Nasz przepis na onboarding wielokrotnie sprawdził się w praktyce.

NIC NIE WSKAZUJE NA TO, ABY RYNEK PRACOWNIKA MIAŁBY USTĄPIĆ W NADCHODZĄCYCH MIESIĄCACH NOWEMU TRENDOWI, A CO BĘDZIE NAJWAŻNIEJSZE W OBSZARZE EMPLOYER BRANDINGU?

Myszę, że w dalszym ciągu będzie ważny trend, który obserwujemy już od jakiegoś czasu. Z pewnością nabrał on na znaczeniu w pandemii. Chodzi o wellbeing. Lubię powtarzać, że dbanie o dobre samopoczucie pracowników to taki employer branding 2.0. Firmy, które już wiedzą, jak efektywnie dbać o potrzebny pracownikowi, wprowadzały odpowiednie benefits, komunikację i inne hr-owe rozwiązania, powinny pójść o krok dalej i kontrolować dobrostan pracowników. Bo zawsze można zadbać o to, by ci jeszcze lepiej czuli się w firmie (przez co będą jeszcze lepszymi pracownikami, więc to sytuacja „win-win”). A szef zawsze może starać się być jeszcze lepszym pracodawcą.

Agnieszka Surowiec - Brand & Comms Director Market Poland w Intrum. Absolwentka Politechniki Radomskiej (kierunek Ekonomia). Posiada 22-letnie doświadczenie zawodowe zdobyte w branży bankowej i windykacyjnej. W Intrum zaczynała jako konsultant Call Center i konsekwentnie rozwijała swoją karierę, aż do obecnego Brand & Comms Director Market Poland. Posiada bogate doświadczenie w zarządzaniu dużymi zespołami, prowadzeniu znaczących projektów biznesowych, wdrażaniu inicjatyw optymalizacji kosztów i rozwoju biznesu. Zakres aktualnych obowiązków obejmuje: HR, Employer Branding (EB), Public Relations (PR) – komunikację wewnętrzną i zewnętrzną, społeczną odpowiedzialność biznesu (CSR) oraz marketing, czyli tworzenie rozwiązań wspierających sprzedaż oraz strategię marketingową i biznesową. Otwarta na nowości, optymistycznie nastawiona, uwielbia słuchać ludzi i rozmawiać z nimi. Od 20 lat mieszka w Warszawie. Dużo podróżuje – do dziś odwiedziła 33 kraje. Lubi też swój dom na wsi i pracę w ogrodzie – gdzie zawsze może odpocząć.

„WORKERS MARKET” IS DOING WELL AND EMPLOYERS FOR THAT REASON SHOULD BE HAPPY!

AN INTERVIEW WITH AGNIESZKA SUROWIEC,
BRAND & COMMS DIRECTOR MARKET POLAND AT INTRUM

FROM THE START OF THE COVID-19 PANDEMIC WE HAVE ON OUR HANDS, THE WORKERS MARKET, WHICH TIES IN WITH A LOT OF CHALLENGES FOR EMPLOYERS. DON'T THEY HAVE ENOUGH OF THIS ALREADY?

Of course not, at least they should not. What does the term “workers market” really mean? A whole multitude of people, who know what they want from their place of employment, they know how to communicate their demands in respect to the employer and they are aware of their competences, their values. At least this is how we look at this situation at Intrum. The problem with the workers market could lay with companies that until now did not have to put their HR department on a pedestal. It appears that corona-crisis made it abundantly clear about the old truth regarding employer branding – a company's strength, about the position of a given brand on the market being determined by its employees, so they have to be well taken care of. Our team has always held this value.

THERE HAS TO BE SOMETHING TO THAT, BECAUSE INTRUM IS REGULARLY AWARDED FOR IMPLEMENTED APPROACH TO EMPLOYEES, SUCH AS; RECEIVED AWARDS SUCH ARE ATTEST TO THAT, I.E. “WORLD'S MOST ATTRACTIVE EMPLOYERS 2021” ACCORDING TO ANTALA OR “EXEMPLARY EMPLOYER 2022” HANDED OUT BY BUSINESS FORUM AT THE DAILY LEGAL NEWSPAPER. WHAT IS THE SECRET TO SUCCESS OF INTRUM?

In this case there is no secret. The key to success and is the right strategy, which is consistent with the company's vision. Our employees are indispensable for us to realize our mission, which is showing the way to a healthy economy. They are the ones communicating with thousands of debtors, whom they are trying to free of financial problems, and help companies prosper. Therefore it is no surprise that our employees are most important to us. Intrum also follows according to the sustainable growth philosophy, which mentions also caring for employees and creating a friendly work environment – without these principles no company can function properly on the market.

SO THIS IS NOT ABOUT EMPLOYER BRANDING SPORADICALLY, BUT ABOUT REGULAR ACTIONS IN THIS FIELD?

Yes, persistent work in realizing of actions in the field of employer branding is important, this is also about caring for employees, which means, making sure they feel good in their place of employment, developing their competences, etc., as result of strategy, company mission, and not as a second thought to daily activities at HR. It's also important to carefully listen to employee's needs. Good, or effective employer branding, is tailor-made branding.

SOUNDS MYSTERIOUS. WHAT'S THE MEANING BEHIND THIS?

Unfortunately, many employers think that employer branding are benefits and make employees miserable. Yet another gym membership or themed days at the office will not make anything better, if the teams wants let's say English lessons. Chill out rooms at the office is will not solve any problems that employees have with their superiors or will not be the answer if the team feels underappreciated. You have to know what your employees need from the company, you have to ask questions. Regular questionnaires or studies, which help determine employees moods. A good example is studying employee satisfaction through MyVoice. We have been organizing them at Intrum for years. Helps us answer questions like, how do our workers rate us, how they feel here, what do they need. Results allow us not only to implement properly tailored employer branding actions, also to eventually fix what doesn't work. We believe in constant progress and that Intrum can be a better place to work at, despite fact, year to year we register higher scores in particular study indices than the previous years. This is another important topic – constant evaluation. It is not enough to provide benefits one time or implement specific actions. You have to regularly check how it checks out in practice and how workers react to them. What worked great even less than years ago, could today be passé, or even create distaste amongst workers.

WHAT ABOUT RECRUITMENT? OBVIOUSLY, FIRST YOU HAVE TO PULL CANDIDATES INTO THE FIRM.

Yes, that is right, but successful, quick recruitment doesn't necessarily mean employers success. It is important what happens after you hire somebody. Then comes the hiring process and usually its value is under-estimated.

WHY DO YOU THINK SO?

You often come across completed hiring processes in a company that conform themselves to sending an e-mail to an employee after a company presentation and that's that. That's not the correct way. Nearly everyone in their life has personally experienced how important first impression is. First day at work happens only once and the employer should use it wisely, to create a good impression on the employee.

HOW DO YOU MAKE A FIRST GOOD IMPRESSION WHEN HIRING?

A worker on his first day should meet his direct supervisor – this appears to be obvious, but in practice, unfortunately doesn't always happen. The new person should be introduced not only with their responsibilities, but with regulations that are in place in the company, so the new person feels "at home". Issues like supplying the employee with necessary tools to work with, walk and meet around the office, show where the break room is, where one can eat lunch, or who you can turn to if the printer runs out of paper, also carry significance.

HOW DOES HIRING LOOK LIKE AT INTRUM?

First of all, when we are in process of hiring somebody, a few departments in the company get involved. HR departments job is to relay all crucial employee information. People responsible for communication present the company mission, vision, regulations upon which Intrum works. Every employee coming to work for us on their first day learns the meaning of four words: Empathy, Ethics, Dedication and Solutions – our values which are our guidelines for everything that we do. We need them to be important to new employees as well. Every new person that joins our team, first learns their responsibilities – the direct superior takes care of this. They learn in detail what their responsibilities in practice will be at their position (they get introductory training to their responsibilities on the first day), but also how their responsibilities will take shape in half a year or five years, because they will be informed about possible career paths. The IT department makes sure they are supplied with necessary tools for work, grants access to given areas, so the newbie can begin work immediately. Their immediate department team make sure they have a warm welcome and good atmosphere on their first day of work. To summarize – after hiring process is complete, the new employee will be able to reflect:

I really got into a cool company with a clearly defined mission and clear regulations, at which employees look out for one another, I can perform my job, which has meaning, at which I will feel good and I have an opportunity to push my career forward. Our recipe for hiring has been proven in practice time and time again.

NOTHING INDICATES THAT THE WORKER MARKET WILL GIVE WAY IN THE COMING MONTHS TO A NEW TREND, AND WHAT'S GOING TO BE MOST IMPORTANT IN THE FIELD OF EMPLOYER BRANDING?

I think this will continue to be an important trend, which we are observing for some time now. It certainly has gained value during the pandemic. It's about wellbeing. I like to repeat that caring about workers happiness is a kind of employer branding 2.0. companies that already know how to effectively take care of worker's needs, implemented appropriate benefits, communication and other HR-related solutions, they should go a step further and control the employees welfare. You can always take care that they will feel even better at the company (through which they will become better workers, so it's a win-win situation). Besides, bosses can always try to be even better employers.

Agnieszka Surowiec – Brand & Communications Director Market Poland at Intrum. Graduate from University of Technology and Humanities in Radom (specialized in Economy). Has 22 years of working experience in the banking and vindication industry. At Intrum she started as a consultant at the call centre and successfully grew her professional career, right up to her current position as Brand & Communications Director Market Poland. Has rich experience in directing large teams of people, overseeing important business projects, implementing initiatives of optimizing costs and business growth. Her current work related duties include: HR, Employer Branding, Public Relations – internal and external communication, social responsibility in business, and marketing, or solutions that support sales and business & marketing strategy. She is open to new ideas, very optimistic, loves listening to people and talking with them. Past 20 years has been living in Warsaw. Travels a lot – to this day, she has been to 33 countries. She also likes her house out in the country and tending her garden – where she always regenerates and rests.



CZAS WYZWAŃ

TRANSFORMACJA ENERGETYCZNA SZANSĄ DLA PRZEMYSŁU

JACEK CHODKOWSKI, PREZES ZARZĄDU DALKIA POLSKA SP. Z O.O.
I DYREKTOR GENERALNY GRUPY DALKIA POLSKA



JACEK CHODKOWSKI
prezes zarządu Dalkia Polska sp. z o.o.,
dyrektor generalny Grupy Dalkia Polska

JESTEŚMY ŚWIADKAMI WIELKIEJ TRANSFORMACJI ENERGETYCZNEJ, KTÓRA DOTYCZY WSZYSTKICH SEKTORÓW GOSPODARKI. TO OLBRYZIA ZMIANA, KTÓRA JEST NIEZBĘDNA BY ZAPOBIEC DALSZYM NEGATYWNYM SKUTKOM GLOBALNEGO OCIEPLENIA. SEKTOR ENERGETYCZNY WYDAJE SIĘ DO TRANSFORMACJI PRZYGOTOWANY NAJLEPIEJ, CZY TO ON BĘDZIE WYZNACZAŁ KIERUNEK DZIAŁANIA?

Transformacja energetyczna wymaga zdecydowanych działań, najwyższy czas przejść do wdrażania konkretnych rozwiązań. W tym przypadku każda zwłoka działa na niekorzyść przedsiębiorców. Doświadczenia ostatnich lat i miesięcy, takie jak pandemia COVID-19, skoki cen paliw, energii i kosztów emisji CO₂, czy wojna w Ukrainie sprawiają, że żyjemy w sytuacji ciągłej niepewności, ale na bierności tracimy wszyscy. Osiągnięcie neutralności klimatycznej to jedyna droga by zapobiec dalszym skutkom globalnego ocieplenia, które z roku na rok stają się coraz bardziej dotkliwe.

Warto zaznaczyć, że transformacja energetyczna będzie zachodzić w dużej mierze dzięki elektryfikacji różnych gałęzi gospodarki. Przeprowadzona przez Zespół Centrum Analiz Klimatyczno-Energetycznych (CAKE) w IOŚ-PIB/KOBIZE analiza wskazuje, że w okresie 2020-2050 udział energii elektrycznej w Polsce wzrośnie z niecałych 20% do nawet 40%-60%. Nasz kraj, na tle całej UE, ma do wykonania jedno z najtrudniejszych zadań ze względu na duży udział paliw kopalnych, szczególnie węgla.

Osiągnięcia celów redukcyjnych polegających na ograniczeniu emisji netto, nie ułatwia fakt, że części procesów przemysłowych nie uda się całkowicie zdekarbonizować. Stąd konieczność uzyskania największych możliwych redukcji, czy nawet tzw. ujemnych emisji, w tych obszarach, w których jest to możliwe.

Niemniej jestem zdania, szczególnie z perspektywy partnera dla przemysłu, że zmiany zawsze warto zaczynać od siebie. Pierwszym z trzech głównych filarów nowej strategii Grupy Dalkia do 2026 roku jest dekarbonizacja, która obejmuje działania na rzecz dekarbonizacji naszego biznesu, w tym wszystkich lokalizacji poprzez rozwój sieci ciepłowniczych, przyspieszanie odchodzenia od węgla w przemyśle i w mieszkaliwnictwie. Dzięki działaniom, które prowadzimy w ramach naszej struktury dobrze rozumiemy potrzeby klientów i wyzwania z jakimi się mierzą.

ROSNAĆ CENY ENERGII STANOWIĄ WYZWANIE DLA SEKTORA PRZEMYSŁOWEGO WPŁYWAJĄC NA KOSZTY PRODUKCJI CZY SAMEGO UTRZYMANIA ZAKŁADÓW. CZY W NAJBLIŻSZYM CZASIE MOŻEMY SIĘ SPODZIEWAĆ ODWRÓCENIA TEGO TRENDU?

Na początku sierpnia cena energii elektrycznej na Towarowej Giełdzie Energii z dostawą na przyszły rok zbliżyła się do granicy 1700 zł za MWh. Musimy przyzwyczaić się do rosnących cen, ale możemy zrobić wiele, by podwyżki nie były tak dotkliwe. To szczególnie ważne ponieważ koszty związane z jej dostawą i użytkowaniem mogą stanowić aż 70% wszystkich stałych opłat w sektorze przemysłowym. Pierwszym i najważniejszym krokiem jest zwiększenie efektywności energetycznej, która może realnie zmniejszyć koszty zużycia energii.

W najprostszym rozumieniu efektywne wykorzystywanie energii ma na celu redukcję jej ilości konieczną do uzyskania danego efektu użytkowego. Polska pod tym kątem jest ciągle zależna od importu. Wciąż opieramy swoją gospodarkę, w tym przemysł, o nieodnawialne źródła energii, także importowane. Redukcja jej zużycia oraz zwiększenie efektywności energetycznej procesu produkcji, instalacji lub obiektów, powinny być traktowane priorytetowo.

Wyniki scenariuszy, które możemy przyjąć wobec procesu transformacji energetycznej pokazują, że najszybszego wzrostu kosztów wytwarzania energii elektrycznej, należy spodziewać się w najbliższej dekadzie. W scenariuszach zakładających wdrożenie pakietu „Fit for 55”, może to oznaczać ponad dwukrotny wzrost kosztów wytwarzania już w okresie 2020-2030. Największy wzrost kosztów ma miejsce w scenariuszu zakładającym wysokie ceny paliw i ograniczenia w dostępności gazu ziemnego, co w obliczu obecnego kryzysu wydaje się bardzo prawdopodobne.

Kluczowe jest więc jak najszybsze odblokowanie inwestycji w energetykę odnawialną, przy zagwarantowaniu nowych metod na tym rynku, jak np. bezpośrednie umowy PPA (Power Purchase Agreement) pomiędzy producentami energii odnawialnej i odbiorcami przemysłowymi, odblokowanie potencjału „linii bezpośredniej” w relacji bezpośredniej pomiędzy producentem a odbiorcą przemysłowym oraz cable pooling (np. współdzielenie sieci przesyłowej przez farmę wiatrową i fotowoltaiczną).

JAK OSIĄGNĄĆ EFEKTYWNOŚĆ ENERGETYCZNĄ? CZY SĄ UNIWERSALNE METODY, KTÓRE POZWALAJĄ JĄ OSIĄGNĄĆ?

Punktem wyjścia zawsze jest analiza. Każdą współpracę z klientem, niezależnie od tego jaką reprezentuje branżę, rozpoczynamy od przeprowadzenia skrupulatnego audytu, który pozwala określić, jakie procesy przemysłowe zużywają największą ilość mediów, ciepła i energii. To podstawa do wprowadzenia kolejnych działań i określenia w jaki sposób generować dalsze oszczędności. Sposobów na poprawę efektywności energetycznej w przemyśle może być wiele. Dla jednego klienta kluczowe będzie wykonanie izolacji termicznej instalacji przemysłowych, dla drugiego odzyskiwanie energii w procesach, czy większa automatyzacja, inni będą potrzebowali połączenia wszystkich tych działań.

Temat ten powinien zainteresować każdego przedsiębiorcę, który prowadzi średni lub duży zakład przemysłowy, gdzie wykorzystywane są instalacje spalania o mocy do 50 MW oraz który szuka sposobu na obniżenie zużycia nośników energii, kosztów produkcji i zmniejszenie śladu węglowego.

W PRZEMYŚLE ZAPOTRZEBOWANIE NA ENERGIĘ JEST BARDZO ZRÓŻNICOWANE. KAŻDY ZAKŁAD WYMAGA INDYWIDUALNEGO PODEJŚCIA I ROZWIĄZAŃ, KTÓRE BAZUJĄ NA RZETELNEJ ANALIZIE. JAK WYKONAĆ TAKĄ ANALIZĘ I JAK EFEKTYWNE WDRÓŻYĆ ODPOWIEDNIE ROZWIĄZANIA?

Posłużę się przykładem zakładu przemysłowego z branży agrofood, którego celem była nie tylko poprawa efektywności energetycznej, ale także wygenerowanie oszczędności finansowych związanych z kosztami produkcji.

W takim przypadku współpraca rozpoczyna się od audytu, który pozwala nam poznać specyfikę klienta, określić najbardziej energochłonne obszary jego działalności, sprawdzić infrastrukturę technologiczną i zestawić ją z oczekiwaniami. Po etapie analizy nasz zespół przygotowuje propozycje rozwiązań, plan wdrożenia oraz estymację ich wydajności i korzyści z modernizacji.

We wspomnianym przypadku skutkiem było opracowanie rozwiązania polegającego na izolacji instalacji parowej, która pozwoli przedsiębiorcy zaoszczędzić blisko 1 mln zł rocznie. Czasami obawą przed podjęciem działania w obszarze efektywności jest konieczność inwestycji finansowej, dodam więc, że jako Dalkia pomagamy klientowi w pozyskaniu odpowiednich funduszy – koszty wspomnianej inwestycji udało się w całości sfinansować dzięki pozyskaniu białych certyfikatów.

CZY DYWERSYFIKACJA ŹRÓDEŁ ENERGII MOŻE OKAZAĆ SIĘ KLUCZOWĄ DLA PRZEDSIĘBIORCÓW? JAKĄ ROLĘ MOGĄ ODEGRAĆ ODNAWIALNE ŹRÓDŁA ENERGII W MIKSIE ENERGETYCZNYM PRZEDSIĘBIORSTWA?

Owszem. Kiedy myślimy o konkurencyjności naszego biznesu pod uwagę zawsze bierzemy stałe koszty, które generuje nasze przedsiębiorstwo. Wśród nich znacząca część to właśnie koszty związane z energią. Zwiększenie niezależności energetycznej, inwestycja we własne źródła czy energię pochodzącą z OZE, a tym samym zbudowanie miksu energetycznego, zwiększa bezpieczeństwo naszego biznesu. Miks energetyczny rozpatrujemy

też w skali makro, gdzie zwracamy uwagę, by nie uzależnić się od jednego rodzaju surowców. Stąd, gdy rozmawiamy o transformacji energetycznej na poziomie globalnym zwraca się uwagę na rolę atomu, potencjał zielonego wodoru, technologii opartych na biomasie z możliwością wychwytu i składowania CO₂, to wszystko po to, by wykorzystać potencjał różnych źródeł.

DALKIA OFERUJE USŁUGĘ OUTSOURCINGU ENERGII, NA CZYM ONA POLEGA?

Usługa ta polega na dostawie mediów energetycznych, takich jak: energia elektryczna i ciepła, ciepło odpadowe, para technologiczna, chłód, sprężone powietrze itp., wytworzonych w ramach transformacji energetycznej danego zakładu przemysłowego. Działanie to jest ściśle powiązane z nową formułą finansowania transformacji energetycznej DBOOT. W ramach usługi DBOOT Dalkia wykonuje analizę i koncepcję projektu wraz z pełnym projektowaniem i pozwoleniami administracyjnymi (Design), buduje i realizuje (Build), zapewnia pełne finansowanie CAPEX i utrzymuje obiekt (Own), eksploatuje, serwisuje i optymalizuje w czasie eksploatacji od 5 do 15 lat (Operate), następnie po umownym okresie użytkowania przekazuje obiekt do klienta (Transfer).

Co istotne z perspektywy biznesowej gwarantujemy osiągnięcie określonych KPI instalacji (sprawność instalacji, parametry pracy, poziom produkcji energii itp.) oraz zobowiązujemy się do dostawy umownego wolumenu mediów. Tym samym klient może liczyć na pełne wsparcie na każdym etapie realizacji projektu.

NA KONIEC JESZCZE JEDNO PYTANIE - DALKIA OD ZAWSZE WSPIERA KOBIETY ORAZ DOCENIA ICH ROLĘ W SEKTORZE ENERGETYCZNYM. PROSZE NAM OPowiedzieć COŚ WIĘCEJ NA TEMAT WASZEJ WSPÓŁPRACY Z POLITECHNIKĄ ŚLĄSKĄ W RAMACH PROJEKTU "WOMEN'S ENERGY IN TRANSITION - POLISH EDITION"?

Sektor energetyczny należy do tych bardziej zmaskulinizowanych, czego dowodem jest chociażby niedawne badanie przeprowadzone przez Międzynarodową Agencję Energii Odnawialnej IRENA, które wykazało, że kobiety stanowią zaledwie 22% siły roboczej w sektorze ropy i gazu oraz 32% w sektorze energii odnawialnej.

To olbrzymia dysproporcja, zwłaszcza w obliczu transformacji energetycznej, która będzie wymagała innowacyjnych rozwiązań oraz większego udziału zróżnicowanej puli talentów. Rola kobiet w sektorze energetycznym jest więc nie do przecenienia.

Inspirując się programem Dalkii we Francji zdecydowaliśmy się zainaugurować polską edycję nagrody Women's Energy In Transition na najlepsze prace dyplomowe obronione w latach 2021-2022, poświęcone zagadnieniu transformacji energetycznej, napisane przez studentki kierunków związanych z energetyką.

Laureatki otrzymają możliwość odbycia stażu w jednej ze spółek z Grupy Dalkia Polska oraz nagrody pieniężne. Wierzmy, że program stanie się początkiem wielu kobiecych karier i realnym wsparciem talentów w naszym sektorze.

Jacek Chodkowski – prezes zarządu Dalkia Polska sp. z o.o., dyrektor generalny Grupy Dalkia Polska. Ukończył studia na Wydziale Mechanicznym Energetyki i Lotnictwa Politechniki Warszawskiej. Uzyskał tytuł EMBA po odbyciu studiów w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej. Karierę zawodową rozpoczął w roku 2004 w spółce Vattenfall Heat Poland, w Elektrociepłowniach Warszawskich. W latach 2009-2013 sprawował funkcję kierownika zakładów produkcyjnych w Warszawie. W roku 2013 został dyrektorem Elektrociepłowni Siekierki w Warszawie. W roku 2015 wszedł do zarządu spółki PGNiG Termika. Od 2018 roku związał się grupą Dalkia Polska, jako prezes zarządu spółki Dalkia Polska Energia w Katowicach. W lipcu 2021 roku został mianowany prezesem zarządu spółki Dalkia Polska sp. z o.o. oraz dyrektorem generalnym grupy Dalkia Polska.



Solidny deweloper obiektów komercyjnych i mieszkaniowych



Obiekty komercyjne

- ✓ **>270,000 m²**
powierzchni najmu
- ✓ **>400,000 m²**
powierzchni zabudowy
- ✓ **>800 sklepów**
- ✓ **>90 ha**
działek
- ✓ **13 miast**
w całej Polsce



Obiekty mieszkaniowe

- ✓ **>40,000 m²**
powierzchni PUM
- ✓ **>700**
oddanych mieszkań
- ✓ **2,500**
mieszkań na wynajem
w przygotowaniu

CHALLENGING TIMES ENERGY TRANSITION AN OPPORTUNITY FOR INDUSTRY

JACEK CHODKOWSKI, CEO OF DALKIA POLSKA SP. Z O.O.,
GENERAL DIRECTOR OF DALKIA POLSKA GROUP

WE ARE WITNESSING A MAJOR ENERGY TRANSITION IMPACTING ALL SECTORS OF THE ECONOMY. THIS IS A TREMENDOUS CHANGE THAT IS NECESSARY TO PREVENT FURTHER NEGATIVE EFFECTS OF GLOBAL WARMING. THE ENERGY SECTOR SEEMS BEST PREPARED FOR THE TRANSITION, WILL IT LEAD THE WAY?

The energy transition requires determined action, and it is about time to proceed to the implementation of practical solutions. This is where any delay works against businesses. Lessons learned in recent years and months, such as the COVID-19 pandemic, spikes in fuel, energy, and CO₂ emission costs, along with the war in Ukraine, have made us live in a situation of constant uncertainty, but we all lose out on inaction. Achieving climate neutrality remains the only way to prevent further effects of global warming, and these are becoming more severe every year.

As a matter of fact, we should note that the energy transition will take place largely through the electrification of different sectors of the economy. An analysis conducted by the Team of the Centre for Climate and Energy Analyses (CAKE) at IOŚ-PIB/KOBiZE indicates that the share of electricity in Poland will increase from less than 20% to as much as 40%-60% in the period 2020-2050. Our country, compared to the EU as a whole, has one of the most difficult tasks to perform due to the large share of fossil fuels, especially coal.

The fact that some industrial processes will not be able to be completely decarbonized impede achieving the reduction targets consisting in reducing net emissions. Hence the need to achieve the greatest possible reductions, or even so-called negative emissions, in all possible areas.

However, in my opinion, especially as a partner for industry, it is always worth starting with us to make changes. Decarbonization is the first of the three main pillars of the Dalkia Group's new strategy until 2026, and this includes efforts to decarbonize our business, including all

locations through the development of district heating networks, accelerating the transition away from coal in industry and in housing. Through the activities we carry out within our structure, we have a good understanding of our customers' needs and the challenges they face.

RIISING ENERGY PRICES ARE CHALLENGING THE INDUSTRIAL SECTOR BY IMPACTING THE PRODUCTION COSTS OR THE VERY MAINTENANCE OF PLANTS. CAN WE EXPECT A REVERSAL OF THIS TREND IN THE NEAR FUTURE?

At the beginning of August, electricity rates on the Polish Power Exchange for next year's delivery approached the limit of PLN 1,700 per MWh. Whilst getting used to rising prices, there is much we can do to ensure that the increases remain relatively less severe. This is especially important since costs related to its supply and use can account for as much as 70% of all fixed charges in the industrial sector. Making energy use more efficient is the first and most important step that can realistically reduce the cost of energy consumption. In other words, efficient use of energy aims to reduce the amount of energy necessary to achieve a given utility effect. In this regard, Poland is still dependent on imports. In fact, we still base our economy, including industry, on non-renewable energy sources, including imported ones. We should give priority to reducing its consumption and increasing the energy efficiency of the production process, installations, or facilities.

Outcome of scenarios that we can adopt towards the energy transition process show that the fastest increase in the cost of electricity generation, is expected in the next decade. This can mean a more than doubling of generation costs as early as 2020-2030 in the implementation scenarios of the "Fit for 55" package. The largest increase in costs occurs in the scenario assuming high fuel prices and restrictions on the availability of natural gas, which seems extremely likely given the current crisis.

The key, therefore, is to unlock investment in renewable



energy as soon as possible, while securing new methods in this market, such as direct Power Purchase Agreements (PPA) between renewable energy producers and industrial consumers, unlocking the potential of "direct line" in a direct relationship between producer and industrial consumer, and cable pooling (e.g., the sharing of the transmission grid by a wind farm and a photovoltaic farm).

HOW TO ACHIEVE ENERGY EFFICIENCY? ARE THERE UNIVERSAL METHODS TO ACHIEVE IT?

Analysis should always be the starting point. Any collaboration with a client, no matter what industry he or she represents, starts with a meticulous audit that allows

us to identify which industrial processes consume the greatest number of utilities, heat, and energy. Doing so is the basis for introducing further measures and determining how to generate further savings. Methods to improve energy efficiency in industry can be many. For one customer, thermal insulation of industrial installations will be key, for another, energy recovery in processes or greater automation, while others will need a combination of all these actions.

Any entrepreneur who runs a medium - or large-scale industrial plant, where combustion plants of up to and 50 MW are used, and who is looking for ways to reduce consumption of energy carriers, production costs and reduce the carbon

footprint, should be interested in this topic.

IN INDUSTRY, ENERGY DEMAND VARIES WIDELY. EACH PLANT NEEDS AN INDIVIDUAL APPROACH AND SOLUTIONS BASED ON SOUND ANALYSIS. HOW TO PERFORM SUCH AN ANALYSIS AND HOW TO EFFECTIVELY IMPLEMENT THE APPROPRIATE SOLUTIONS?

Let me use the example of an industrial plant in the agro-food industry, which aimed not only to improve energy efficiency, but also to generate financial savings related to production costs. In such a case, cooperation should begin with an audit, allowing us to get to know the specifics of the client, identify the most energy-intensive areas of its operations,

check the technological infrastructure, and compare it with expectations. Following the analysis stage, our team prepares solution proposals, an implementation plan and an estimation of their efficiency and benefits of modernisation.

In the aforementioned case, this resulted in the development of a solution to insulate the steam plant, which will save the entrepreneur nearly PLN 1 million a year. Sometimes the fear of taking action in the area of efficiency is the need for a financial investment, so let me add that, as Dalkia, we help the client to obtain the appropriate funds - the cost of the mentioned investment was fully financed by obtaining white certificates.

CAN DIVERSIFICATION OF ENERGY SOURCES BE KEY FOR BUSINESSES? HOW RENEWABLE ENERGY SOURCES CAN PLAY A ROLE IN A COMPANY'S ENERGY MIX?

Yes, indeed. Whenever we think about the competitiveness of our business, we always consider the fixed costs that our company generates. Among them, energy-related costs are a significant part. Increasing energy independence, investing in our own sources or energy from RES, and thus building an energy mix, increases the security of our business. We also look at the energy mix on a macro scale, where we pay attention to avoid becoming dependent on one type of raw material. Hence, when we talk about the energy

transition at the global level, we pay attention to the role of the atom, the potential of green hydrogen, biomass-based technologies with the ability to capture and store CO₂, all of this to take advantage of the potential of different sources.

DALKIA OFFERS AN ENERGY OUT-SOURCING SERVICE, WHAT DOES IT CONSIST OF?

This service involves the supply of energy utilities, including electricity and heat, waste heat, process steam, refrigeration, compressed air, etc., generated as part of the energy transition of a given industrial plant. This activity is closely related to DBOOT's new energy transition financing scheme. As part of the DBOOT service, Dalkia carries out the analysis and conceptualisation of the project with full design and administrative permits (Design), builds and implements (Build), provides full CAPEX financing, and maintains the facility (Own), operates, maintains, and optimizes over the operating life of 5 to 15 years (Operate), then transfers the facility to the customer after the contractual life (Transfer). What is important from a business perspective is that we guarantee the achievement of the specified KPIs of the plant (plant efficiency, operating parameters, energy production levels, etc.) and undertake to supply the contractual volume of utilities. Thus, the customer can count on full support at every stage of the project.

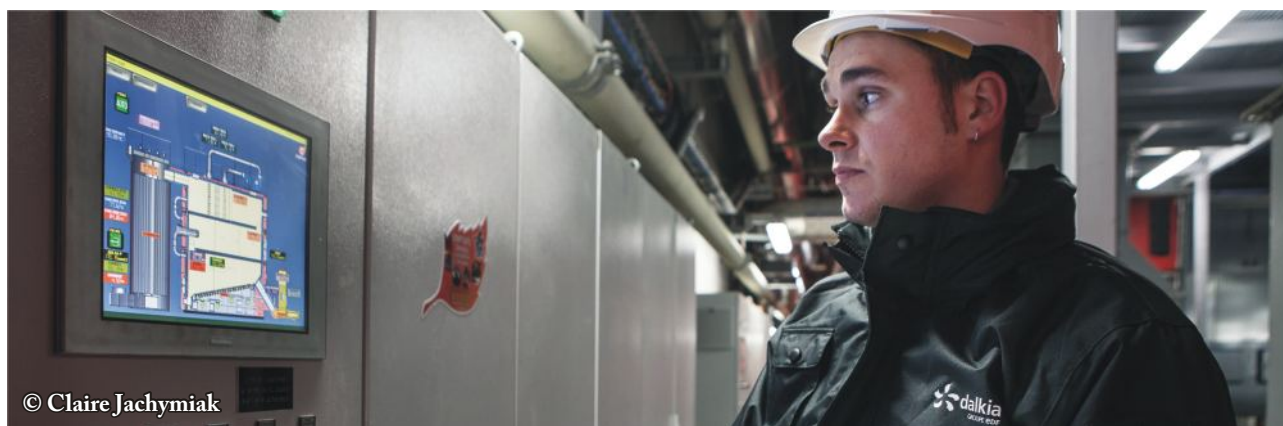
ONE LAST QUESTION - DALKIA HAS ALWAYS SUPPORTED WOMEN AND RECOGNISED THEIR ROLE IN THE ENERGY SECTOR. PLEASE TELL US MORE ABOUT YOUR COOPERATION WITH THE SILESIAN UNIVERSITY OF TECHNOLOGY WITHIN THE "WOMEN'S ENERGY IN TRANSITION - POLISH EDITION" PROJECT?

The energy sector is one of the more masculinised ones which proves for example, a recent study carried out by the International Renewable Energy Agency IRENA, which found that women make up only 22% of the workforce in the oil and gas sector and 32% in the renewable energy sector.

This is a massive disparity, not least in the face of an energy transition that will require innovative solutions and a larger share of a diverse talent pool. Thus, the role of women in the energy sector can hardly be overestimated.

Inspired by Dalkia's program in France, we decided to launch the Polish edition of the Women's Energy In Transition award for the best dissertations defended in 2021-2022, on the subject of energy transition, written by female energy-related students. The winners will be offered an internship at one of the companies in the Dalkia Poland Group, as well as cash prizes. We believe that the program will become the beginning of many female careers and a real support for talent in our sector.

Jacek Chodkowski – CEO of Dalkia Polska Sp. z o.o. General Director of Dalkia Polska Group. He graduated from the Faculty of Power and Aeronautical Engineering of the Warsaw University of Technology. He obtained the EMBA title after completing his studies at the Warsaw University of Technology Business School. He started his professional career in 2004 at Vattenfall Heat Poland, in the Warsaw Heat and Power Plants. In the years 2009–2013 he was the manager of production plants in Warsaw. In 2013, he became the director of the Siekierki Heat and Power Plant in Warsaw. In 2015, he joined the management board of PGNiG Termika. In 2018, he joined the Dalkia Polska group as the CEO of Dalkia Polska Energia in Katowice. At the beginning of July 2021, he became the CEO of Dalkia Polska and the General Director of Dalkia Polska group.



© Claire Jachymiak

Trustworthy retail and residential developer in Poland



Retail

- ✓ **>270,000 m²**
of retail GLA
- ✓ **>400,000 m²**
of retail GBA
- ✓ **>800 units**
- ✓ **>90 ha**
of plots developed
- ✓ **13 cities**
throughout Poland



Residential

- ✓ **>40,000 m²**
of residential PUM
- ✓ **>700 units**
developed
- ✓ **2,500 units**
pipeline of city studios

Program InPost Green City

Rola biznesu na rzecz zrównoważonego rozwoju polskich miast

W obecnych czasach ochrona środowiska jest kwestią wymagającą szczególnej uwagi – stoimy u progu kryzysu klimatycznego, który staje się jednym z najbardziej znaczących wyzwań współczesnego świata. Efekty postępu technologicznego, globalne zmiany społeczno-ekonomiczne i demograficzne sprawiły, że musimy zrewidować nasz stosunek do środowiska i wypracować nowe strategie działania wobec nieuchronnych zmian klimatycznych.

W InPost, mamy silne poczucie odpowiedzialności za środowisko naturalne, gdyż jako dostawca usług logistycznych mamy realny wpływ na środowisko na różnych poziomach, między innymi poprzez emisję CO₂ podczas logistyki ostatniej mili. Dlatego podejmujemy szereg inicjatyw, mających na celu ograniczenie emisji dwutlenku węgla do atmosfery oraz poprawę jakości życia społeczności lokalnych. W jego realizacji pomaga nam nasza wyjątkowa usługa – dostawa do maszyny Paczkomat®, która nie tylko znacznie ułatwia życie konsumentom, ale jest najbardziej przyjazną dla środowiska metodą dostawy, obniżającą emisję CO₂ o 75%.

Nasze obecne działania wpisują się w długofalową strategię, która obejmuje szeroki zakres innowacji i inicjatyw ekologicznych. Naszą flagową inicjatywą, z którą wychodzimy do miast i lokalnych samorządów jest program InPost Green City. Powstał on z myślą o wspieraniu samorządów miast, wsi oraz województw w realizacji nowoczesnych, ekologicznych inwestycji i zielonej transformacji a także w odpowiedzi na potrzeby mieszkańców, których głosem są dla nas ich przedstawiciele w miastach.

Wdrożenie programu InPost Green City wynika z chęci realizacji założeń Smart City – koncepcji inteligentnych miast, która odnosi się do wielu obszarów ich funkcjonowania oraz koncepcji zazieleniania naszych polskich miast. Wspólnym mianownikiem tej idei jest technologia, będąca narzędziem do osiągnięcia kluczowych celów: lepszej jakości życia, lepszej organizacji przestrzeni miejskiej oraz ochrony środowiska i wspierania tym samym koncepcji miast 15 minutowych.

We współczesnych miastach technologia i natura koegzystują z sobą, co czyni je nie tylko smart, ale również zielonymi i zrównoważonymi.

Program InPost Green City wspiera rozwój miast zgodnie z ideą „Smart City” poprzez zapewnienie mieszkańcom nowoczesnych usług ekologicznej sieci naszych urządzeń oraz podejmowanie inicjatyw na rzecz ochrony klimatu.

Jednym z przykładów takich działań jest zazielenianie urządzeń, jakim jest Paczkomat® panelami z bluszczu czy też

montaż rozchodników na ich dachach. Bluszcz i rozchodniki to rośliny oczyszczające powietrze, gromadzące wody deszczowe, obniżające temperaturę wewnątrz, co przekłada się finalnie na oszczędność energii. Dodatkowo, w miastach roślinność jest schronieniem dla ptaków, motyli oraz innych owadów. Zazielenione urządzenia stanęły już w miastach partnerskich programu m.in.: we Wrocławiu, Gnieźnie, Skarżysku Kamiennej i w Warszawie.



W InPost stawiamy również na rozwój usług ekologicznych i przekonujemy, że warto wybrać nie tylko dostawę do maszyny Paczkomat®, ale także odbierać przesyłki zawsze przy okazji (w drodze z pracy czy szkoły). Wiemy, że wiele osób porusza się po mieście na rowerze, dlatego na prośbę mieszkańców miast partnerskich programu, zdecydowaliśmy się na montaż stojaków, które są dostępne nie tylko przy naszych maszynach, ale także w przestrzeni miejskiej, dzięki czemu zachęcamy jeszcze większą liczbę mieszkańców miast i wsi do odbioru przesyłek rowerem lub jednośladem.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom mieszkańców, poza stojakami na rowery – montujemy także ławki. Wspólnie z naszymi partnerami samorządowymi podejmujemy działania na rzecz zwiększania komfortu życia mieszkańców polskich miast – przez rozwój mobilnego dostępu do usług miejskich, wspieranie ekologicznego transportu, ograniczanie ruchu samochodowego, czy ochronę powietrza.



W walce o czystość miejskiego powietrza szybka elektryfikacja floty kurierskiej to działanie niezbędne. To nie tylko kupno samochodów. Wymaga ona także przygotowań

na poziomie infrastruktury ładowania. Dlatego też we Wrocławiu i Łodzi, miastach partnerskich w bliskiej odległości od naszych urządzeń staną ładowarki elektryczne spełniając tym samym główny cel Programu, a mianowicie ograniczenie emisji CO₂ i ruchu samochodów w centrach miast, a tym samym zagwarantowanie mieszkańcom przebywania i poruszania się w czystej a także nowoczesnej przestrzeni miejskiej.

Dbamy również o integrację naszych urządzeń z najbliższym otoczeniem, łącząc ich funkcjonalność i estetykę. Dedykowana okleina nawiązuje do motywów ekologicznych, pozostając w harmonii z miejskim klimatem. Jesteśmy także otwarci na zaadoptowanie tej powierzchni na potrzeby kampanii społecznych miasta. Poniżej przykład okleiny na urządzeniach w Sopocie.



Angażujemy się na rzecz lokalnych społeczności. W ramach świętowania wejścia Lublina do programu InPost Green City, zostaliśmy partnerem strategicznym Festiwalu Przyrody w Lublinie, którego współorganizatorem był Urząd Miasta Lublin. Wydarzenie było przestrzenią do wymiany doświadczeń między ekspertami od lat zajmującymi się tematem przyrody, a także dało możliwość dotarcia z edukacją do młodszych mieszkańców - dzieci i młodzieży, w której rękach spoczywać będą przyszłe losy naszej planety.



Od lat podejmujemy kluczowe działania w wielu ważnych obszarach społeczno-środowiskowych. Nie startujemy od zera: mamy najbardziej zrównoważony model biznesowy, co doceniają zarówno nasi klienci jak i partnerzy biznesowi. Wspieramy aktywność zawodową kobiet, osiągnięcia sportowców, wdrażamy rozwiązania ograniczające emisję CO₂, poprawiamy efektywność logistyczną. Stworzyliśmy kompleksową strategię Zrównoważonego Rozwoju po to, aby zapewnić strukturę ramową dla naszych działań i określić jasne cele na przyszłość. Mamy na myśli nie tylko strukturalne programy i inicjatywy, które zamierzamy realizować, ale także rozwijanie koncepcji ładu korporacyjnego, zgodnie z którą będziemy kształtować nasze relacje z interesariuszami zewnętrznymi i wewnętrznymi.

www.greencity.pl

InPost (AEX: INPST) to wiodąca platforma dostaw dla e-commerce w Europie. Założony przez Rafała Brzoskę InPost to obecnie wiodąca platforma dostaw dla e-commerce, która zrewolucjonizowała rynek przesyłek w Polsce. Jej pierwsze automaty paczkowe (Paczkomat®) oznaczone żółto-czarnym logo pojawiły się w Krakowie w 2009 roku i bardzo szybko stały się charakterystycznym elementem polskich miast. Dziś oparta o te urządzenia jest największą i najwygodniejszą automatyczną siecią odbioru i nadawania przesyłek w Europie – to łącznie ponad 22 tysięcy nowoczesnych urządzeń, z czego już niemal 18 tysięcy w Polsce. InPost świadczy także usługi kurierskie i fulfillment dla sprzedawców e-commerce w Polsce, współpracując z ponad 40 000 e-sprzedawców. Tylko w roku 2021 firma w ramach usług kurierskich i w automatach paczkowych obsłużyła 517,6 milionów przesyłek. Od samego początku ambicją Rafała Brzoski było wyjście daleko poza granice kraju i stworzenie największego sukcesu biznesowego Polski na arenie europejskiej. Usługi InPost są dziś dostępne także dla klientów w Wielkiej Brytanii, Francji, Włoszech, Hiszpani, Portugalii i krajach Beneluxu. W lipcu 2021 roku InPost przejął za 513 mln euro francuskiego potentata logistycznego Mondial Relay, co było największą polską prywatną inwestycją zagraniczną. Wejście firmy w 2021 roku na giełdę EURONEXT -Amsterdam było największym debiutem europejskiej spółki technologicznej w historii kontynentu. Urządzenia Paczkomat® InPost zapewniają konsumentom tańszą, elastyczną, wygodną, przyjazną dla środowiska i bezdotykową opcję dostawy. Dzięki temu InPost tworzy najbardziej ekologiczne rozwiązanie logistyczne dla handlu elektronicznego – dostarczenie do Paczkomatu redukuje emisję CO₂ o dwie trzecie w porównaniu z dostawami kurierskimi na obszarach miejskich i aż o 90% na obszarach wiejskich. Ponadto pozwala na zmniejszenie zatorów komunikacyjnych, a także zapewnienie wygodniejszego rozwiązania w zakresie dostarczania paczek konsumentom w trybie 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu i bez konieczności oczekiwania na przesyłkę w domu. Aplikacja mobilna InPost „InPost Mobile” to jedna z najpopularniejszych aplikacji w Polsce. Więcej informacji na: www.inpost.pl

Program Green City by InPost

Role of business in sustainable growth of Polish cities



In present times environmental protection is a subject requiring special attention – we are on the brink of a climate crisis, which is becoming one of the most significant challenges of the modern world. The effects of technological progress, demographic and global socio-economic changes have created a situation where we must reassess our attitude towards the environment and work out new strategic actions regarding climate change.

We at InPost have a strong sense of responsibility for the natural environment, since we as a provider of logistics services, have real influence on the environment on different levels, such as through CO₂ emissions during logistics last mile. This is why we are undertaking a series of initiatives that aim to reduce carbon dioxide emissions into the atmosphere, and to improve the quality of life for the local communities. In helping to realize this aim, we provide a unique service – shipping to our vending machine Paczkomat®, which not only makes consumers life a lot easier, but it is the most environmentally friendly delivery method, one that lowers CO₂ emissions by 75%.

Our current ventures are part of our long term strategy that encompasses a wide range of ecological innovations and initiatives. Our flagship initiative which we are introducing to cities and local governments is the InPost Green City program. It was created with the idea to support of local authorities, towns and Voivodeships in realizing innovative, ecological investments and green investments, also to be able to address citizen's needs, because their voices are represented by the government representatives.

Implementing the InPost Green City program is a result of the desire to establish Smart Cities – it's the idea of intelligent cities, which refers to any areas of their functioning and the concept of making Polish cities green. The common denominator of this idea is technology, being the tool for achieving key aims: better quality of life, better organization of the local expanse and environmental protection, at the same time promoting the concept of 15 minute cities.

In modern cities technology and nature coexist with one another, so that makes them not only smart, but also green and sustainable.

InPost Green City program promotes growth of cities with respect to the idea of a "Smart City" through guaranteeing their citizens innovative services through ecological networks of our equipment, as well as taking the initiative for sake of climate protection.

One example of such actions take is making our

Paczkomat® vending machine, green by panels of ivy or mounting sedums on their rooftops. Ivy and sedums are plants that clean the air, they are able to store water from rainfall, which lowers the outside temperature, which conclusively translates to energy saving. Additionally, greenery in cities is a safe refuge for birds, butterflies and other insects. Greened up vending machines are already in use in our program partner cities such as: Wrocław, Gniezno, Skarżysko Kamienna and Warszawa.



At InPost we also put emphasis on growth of ecological services and we are convincing that it is worth selecting the option of delivery to the Paczkomat®, but at the same time pick up parcels along the way (to work or school). We realize that a lot of people move about the city by bicycle, why by request of citizens of program partner cities, we have decided to mount bicycle stands, which are located not only right by our machines, but in urban spaces as well, we see this as an opportunity to invite greater number of inhabitants of cities and towns to pick up parcels by bicycle or other two wheel transport.

Meeting expectations of residents, apart from bicycle stands – we are also mounting benches. In partnership with our local government partners we are undertaking actions for sake of increasing the comfort level of Polish residents lives – through growth of mobile access to city services, promoting environmentally friendly transport, reducing street traffic or keeping the air clean.

In constant struggle for clean air in cities, quickly switching to electric powered courier vehicles is imperative. It's not only purchasing cars. It requires preparations for charging infrastructure as well. This is exactly why In Wrocław and Łódź, being our partner cities, in close vicinity from our machines there will be electrical chargers that will meet the aims of the Program, notably reducing the CO₂ emissions and car traffic in city centres and by this guaranteeing residents a clean and modern urban space to live and move around in.



In constant struggle for clean air in cities, quickly switching to electric powered courier vehicles is imperative. It's not only purchasing cars. It requires preparations for charging infrastructure as well. This is exactly why In Wrocław and Łódź, being our partner cities, in close vicinity from our machines there will be electrical chargers that will meet the aims of the Program, notably reducing the CO₂ emissions and car traffic in city centres and by this guaranteeing residents a clean and modern urban space to live and move around in.

We take to make sure to integrate our devices with the surroundings, by combining their functionality and aesthetics. A dedicated veneer references ecological motives, remaining in harmony with the urban climate. We are also open to adapting these surfaces for needs of social campaigns in the city. Below is an example of such a veneer that we have on devices in Sopot.



We get involved in supporting local communities. As part of the celebrations of Lublin entering the InPost Green City program, we have been named a strategic partner in the Nature Festival in Lublin, which was co-organized by the Lublin City Office. The event was a great place for experts on the topic of wildlife to share experiences, also gave a chance for young people to educate themselves on the topic – kids, teenagers, who will bear the responsibility for the future fate of our planet.



For years we have been undertaking key actions in many important socio-environmental fields. We do not start from scratch: we have the most sustainable business model, which is valued by both our clients and business partners. We support the professional activities of women, athletes accomplishments, we are implementing solutions that reduce CO₂ emissions, improving logistics processes. We created a comprehensive Sustainable Growth strategy in order to ensure our framework structure for our activities and clearly define aims for the future. What we have in mind is, not only structural programs and initiatives, which we intend to realize, but also developing the concept of corporate order, with respect to which we will shape our relations with our internal and external stakeholders.

www.greencity.pl

InPost (AEX: INPST) the leading platform for deliveries for e-commerce in Europe. Founded by Rafał Brzóska, InPost is currently the leading platform for deliveries for e-commerce, which has revolutionized the delivery market in Poland. Their first automated platform for parcels (Paczkomat®) identified by a yellow and black logo first appeared in Krakow in 2009 and very quickly became a characteristic element of Polish cities. Today it is supported by equipment within the biggest and most convenient automatic network of pick up and shipping of parcels in Europe – that is over 22 thousand modern devices, out of which nearly 18 thousand in Poland. InPost also provides courier and fulfilment services for e-commerce retailers in Poland, cooperating with over 40 000 e-retailers. In 2021 alone the company within its courier services and vending machines served 517,6 million parcels. From the very beginning Rafał Brzóska's ambition was to go way beyond the borders of this country and create the biggest business success for Poland in the European arena. InPost services are available today for clients in Great Britain, France, Italy, Spain, Portugal and Benelux countries. In July 2021 InPost bought out the French logistics giant Mondial Relay for 513 million euros, which was the biggest Polish private investment abroad. In 2021, upon entering the EURONEXT-Amsterdam stock exchange, set the record as the biggest debut for a European technological company in history of the continent. InPosts Paczkomat® devices assure consumers a cheaper, more flexible, convenient, environmentally friendly and touch-free delivery option. Thanks to this InPost creates the most ecological solution for logistics for electronic commerce – delivering to the Paczkomat reduces CO₂ emissions by two thirds in comparison to courier deliveries within city limits and by 90% in small towns and villages. On top of that allows for decreasing of commuter traffic, and guarantees a more convenient solution in the field of parcel delivery to consumers in the round-the-clock mode, 7 days a week and without need to wait for a courier to show up at the doorstep. InPost's Mobile application "InPost Mobile" is one of the most popular applications in Poland. More information at: www.inpost.pl

W BOLIX S.A. społeczna odpowiedzialność nie jest tylko hasłem

Społeczna odpowiedzialność biznesu to strategia zarządzania, zgodnie z którą przedsiębiorstwo działa w taki sposób, aby w jak największym stopniu uwzględniać interesy społeczne, aspekty środowiskowe, a także utrzymywać dobre relacje z różnymi grupami interesariuszy, w szczególności z pracownikami.

W BOLIX S.A. traktujemy tę społeczno – ekonomiczną ideę, nie jako encyklopedyczne hasło, ale jako szansę na progres, który zaspokajając potrzeby współczesnych, nie będzie jednocześnie ograniczał możliwości rozwojowych przyszłych pokoleń.

Dobrze wiemy, że bycie społecznie odpowiedzialnym oznacza inwestowanie w zasoby ludzkie, w ochronę środowiska, relacje z bliższym i dalszym otoczeniem firmy, a także prowadzenie odpowiedniej polityki informacyjnej. Te działania, nie tylko są logiczne i pożądane z punktu widzenia prowadzenia biznesu, ale przyczyniają się również do wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa i kształtowania warunków dla zrównoważonego rozwoju społecznego i ekonomicznego.

30 LAT MINĘŁO. BOLIX WCZORAJ I DZIŚ

Historia BOLIX S.A. to jednocześnie historia polskich przemian gospodarczych ostatnich trzech dekad. W zeszłym roku obchodziliśmy okrągły jubileusz 30-lecia działalności. Ta rocznica skłania do refleksji – jaką drogę przeszła polska gospodarka przez ten czas i jak nasza firma potrafiła się odnaleźć w tej skomplikowanej rzeczywistości.

BOLIX od samego początku swojego istnienia stawiał na innowacyjność i wysoką jakość produkowanych wyrobów. Pierwsze profesjonalne maszyny do produkcji chemii budowlanej pojawiły się już w roku 1997. Z pewnością był to niezwykle ważny moment, który zbiegł się w czasie z wprowadzeniem kontroli jakości produktów, odpowiedniego systemu komunikacji oraz organizacji handlowej.

Od samego początku działalności jednym z głównych celów było unowocześnianie i automatyzowanie procesu produkcyjnego, co w połączeniu z zaawansowaną kontrolą jakości, przekładało się na zaspokojenie potrzeb naszych odbiorców i ich satysfakcję.

Dziś BOLIX to nowoczesny zakład, obecny nie tylko w Polsce ale w prawie całej Europie, wytwarzający najwyższej jakości produkty.

JESTEŚMY CZĘŚCIĄ ŚRODOWISKA

Na przestrzeni lat BOLIX S.A. zawsze zwracał baczność na aspekty środowiskowe, które obecne są na każdym etapie działalności i stanowią integralną część firmowej strategii odpowiedzialnego biznesu. Na każdym etapie przykładamy ogromną uwagę do relacji z otoczeniem i dokładamy wszelkich starań, aby maksymalnie ograniczyć lub wyeliminować negatywne wpływy naszej działalności na środowisko naturalne. Ważna jest dla nas świadomość i drobiazgowa kontrola jakości, która decyduje o bezpieczeństwie produktów dla użytkowników i środowiska.

Przyszłe generacje będą płaciły rachunki zaciągnięte przez nas i tylko od naszej odpowiedzialności zależy, czy nasze obecne decyzje będą oceniane pozytywnie, czy odwrotnie – przyniosą nam dezaprobatę i wstyd.

Z tych powodów BOLIX S.A. w swojej strategii biznesowej umieścił zrównoważony rozwój oraz ideę społecznej odpowiedzialności na poczesnym miejscu. Pojęcie to, kształtując naszą misję, jest jednocześnie obecne w codziennych wyborach.

CSR W BOLIX S.A.

Już na etapie tworzenia strategii naszego przedsiębiorstwa uwzględniliśmy interesy społeczne, ochronę środowiska, a także zadaliśmy o dobre relacje z różnymi grupami społecznymi.

W swoim działaniu dążymy do permanentnej poprawy nie tylko jakości naszych produktów, ale także sposobów ich wytwarzania, metod pracy, która musi przynosić, oprócz zapewnienia godziwego bytu, satysfakcję i zadowolenie osobom ją wykonującym.

Cele, które postawiliśmy przed sobą w ramach CSR są niewątpliwie ambitne, ale jesteśmy pewni, że dzięki wierze w ich osiągnięcie ziszczą się.

For BOLIX S.A. corporate social responsibility is not just a catchphrase

Corporate social responsibility is a management strategy, where a company, to the extent possible, acts in a manner benefiting society and environment and is committed to maintaining good relations with different stakeholder groups, and employees in particular.

At BOLIX S.A. this social and economical idea is not just a buzzword, but we regard it as an opportunity for progress, which, meeting the needs of the present, will not compromise the ability of future generations to develop and meet their own needs.

We are well aware that being socially responsible means our commitment to human resources, protecting the environment, building and maintaining relationships with the company's closer and further environment, as well as ensuring open information policy. These actions, in addition to being logical and desirable from a business point of view, also help the company to gain a competitive advantage and contribute to social and economic sustainability.

30 YEARS HAVE PASSED. BOLIX YESTERDAY AND NOW

The history of BOLIX S.A. is part of the history of great economic changes that have taken place in Poland over the last three decades. Last year we celebrated the company's 30th anniversary. It is a great occasion to reflect on the long way the Polish economy has travelled over this time and how our company has been able to find its way in this complex reality.

From the very beginning, BOLIX has focused on innovation and the high quality of its products. The first professional machines for the production of building chemicals appeared as early as 1997. This was certainly an extremely important moment in company's history and it came together with the introduction of product quality control, building an effective communication system and organisation of sales. From the outset, the company's main aim has been to modernise and automate the production process, which, combined with advanced quality control, resulted in products meeting the needs of our customers and customer satisfaction.

Now, BOLIX is a modern company operating not only in Poland, but across Europe and manufacturing top-quality products.

WE ARE A PART OF THE ENVIRONMENT



Over the years, BOLIX S.A. has been devoted to environmental concerns. They are part of the company's responsible business strategy are addressed at every step of the company's processes. We care about the relations with the environment and make every effort to minimise or eliminate the negative impacts of our activities on the environment. Our company is quality-oriented. We strictly control the quality of our products, making sure that they are safe for the users and the environment.

Future generations will pay the price for our actions today, and thus we need to take a responsible approach, making every effort that the decisions we make now, will bring a positive change, not a disapproval and shame.

For these reasons, at BOLIX, sustainability and the idea of social responsibility are embedded in our business strategy. This idea, while driving our mission and vision, is present in our everyday decisions.

CSR IN BOLIX S.A.

We included social interests, environmental protection and good relations with various social groups in our corporate strategy, already at the stage of its development.

We are constantly striving to improve not only the quality of our products, but also the manufacturing and working methods, not only to ensure a decent standard of living, but also satisfaction and contentment to the people involved in the company's processes.

We are aware that the goals we have set for ourselves within the framework of CSR are very ambitious, but we trust that we are able to achieve them.

NAJWIĘKSZA DACHOWA ELEKTROWNIA FOTOWOLTAICZNA W POLSCE



Wykonawca **MAAT4**

4485 kW

Gliwice (budynek Ferrostalu Łabędy)

Projekt pod klucz + serwis.

Ilość wytworzonej energii: 4140 MWh/rok.

Roczna oszczędność ponad 6,8 mln zł*.

*Cena megawatogodziny (MWh) na TGE z dnia 08.08.2022, kontrakt BASE Y-2023: 1649,46 PLN

www.maat4.pl



ZESKANUJ KOD
i sprawdź ofertę
szkoleń

SIĘGAJ PO WIĘCEJ!



MARCUS
ACADEMY
MARKETING
COURSES 360



**Doświadczeni
trenerzy**



**Indywidualne
podejście**



**Wiedza
praktyczna**



**Warsztaty
i case study**



Zainwestuj w rozwój swojego zespołu.

Podnieś kompetencje zawodowe pracowników pod okiem ekspertów – praktyków.
Sięgnij po specjalistyczne kursy marketingowe **MARCUS Academy** i przenieś swoich ludzi
na wyższy poziom efektywności, zaangażowania i motywacji.

2016 r.



Doświadczenie
szkolimy od 2016 r.

700+



Zaufanie
liczba kursantów

4,7/5,0



Jakość
wysoka ocena szkoleń

Sprawdź ofertę kursów:

MARCUS Digital Project Management
MARCUS Digital Production

MARCUS Brand Communication
MARCUS Silver Marketing
MARCUS Creative

MARCUS Digital Ad
MARCUS Multiscreen Ad
MARCUS Social Media

MARCUS E-commerce
MARCUS UX & CX Design

marcusacademy.pl

powered by **ONE**House

OKNA PIONOWE FAKRO Innoview

Budynki, w których mieszkamy i pracujemy, powinny być nie tylko funkcjonalne, ale też trwałe i estetyczne. Potrzebujemy do tego niezawodnych produktów, które będą nam służyły przez długie lata i cieszyły nasze oko. Firma FAKRO od kilku lat oferuje ekskluzywne, drewniano-aluminiowe okna pionowe Innoview, które zupełnie zmieniają spojrzenie na domową przestrzeń. Dzięki zastosowaniu nowoczesnych rozwiązań dajemy możliwość tworzenia pięknych wnętrz otwartych na otaczający nas świat.



Produkty FAKRO INNOVIEW to nowe spojrzenie na domową przestrzeń
FAKRO INNOVIEW products offer a new look at living space

JAKOŚĆ I TRWAŁOŚĆ

Drewno to materiał ponadczasowy, a odpowiednio zabezpieczony może służyć przez wiele lat. Profile okien, wykonane z drewna tworzą klasyczny i naturalny klimat wnętrz. Z zewnątrz są one skutecznie chronione przez aluminiową okładzinę, która stanowi solidne i stylowe wykończenie produktu. Profile drewniane i aluminiowe dostępne są w wielu kolorach, co pozwala na nadanie każdemu pionowemu przeszkleń indywidualnego charakteru. Dzięki innowacyjnemu i trwałemu połączeniu drewna z zewnętrzną aluminiową okładziną, okna Innoview nie wymagają renowacji, a użyte do ich produkcji materiały są najwyższej jakości. Cechuje je wysoka odporność na ekstremalne warunki atmosferyczne, co pozwala na długoletnie użytkowanie. W oknach zastosowane są najnowocześniejsze okucia firmy Siegenia, które także gwarantują bezawaryjność i trwałość stolarki okiennej Innoview. Okna posiadają poczwórny system uszczelnienia gwarantujący bezwarunkową szczelność.



Innowacyjne połączenie drewna i aluminium w produktach INNOVIEW to inżynieria jutra, którą możesz cieszyć się już dziś.

The innovative combination of wood and aluminium in INNOVIEW products is the engineering of tomorrow that you can enjoy today

WYGODA I FUNKCJONALNOŚĆ

Fasadowe okna drewniano-aluminiowe Innoview to okna szyte na miarę. W oknach tych można skomponować wszystko indywidualnie. Do wyboru mamy trzy warianty profili aluminiowych, które można zamówić w dowolnym kolorze. Do tego możemy dobrać ramę z drewna dębowego, sosnowego lub egzotycznego meranti – wszystkie w dwóch kształtach profili drewna. Do tego pełna paleta RAL w dwóch typach: mat i satyna, w połączeniu ze specjalnie zaprojektowanymi strukturami kryjącymi pozwala na pełną swobodę w projektowaniu okna. Estetyki dopełnia idealnie gładka powierzchnia drewna bez widocznych mikrowczepów. Wybrać również można pakiety szybowe. Jeśli chodzi o rozmiary to w tej kwestii do każdego zamówienia podchodzimy indywidualnie. Technologia łączenia drewna z aluminium sprawia, że konstrukcja takich okien zapewnia unikalną trwałość i sztywność, co pozwala na wykonanie ich w nawet bardzo dużych rozmiarach. W ofercie mamy drzwi tarasowe HST, które mogą osiągać 12m szerokości i 2,8m wysokości. Są to drzwi wielkopowierzchniowe o konstrukcji podnoszoneo-przesuwnej, które mimo swoich gabarytów są niezwykle komfortowe w użytkowaniu, a dzięki dużym przeszkleńom wpuszczają do wnętrza mnóstwo promieni słonecznych. Jeszcze więcej naturalnego światła dostarczą drzwi tarasowe HST Sky, w których pakiet szybowy części nieotwieranej osadzony jest bezpośrednio w progu i ościeżnicy. Takie rozwiązanie znacząco zwiększa powierzchnię przeszkleń

i ilość światła wpadającego do wnętrza pomieszczenia. Dodatkowo zapewnia niezrównaną estetykę oraz sprawia, że granica między wnętrzem a otoczeniem zupełnie zanika.

W wielkogabarytowych drzwiach tarasowych zastosowane są unikatowe rozwiązania, które podnoszą komfort ich obsługi i użytkowania. Wykorzystany system soft close to mechaniczne rozwiązanie, które pozwala na wyhamowaniu ruchu skrzydła w końcowej fazie pracy, a następnie dociska je do ramy drzwi przesuwnych. Na uwagę również zasługuje niski próg (ma on zaledwie 5mm wysokości) eco pass, który ułatwia przemieszczanie się między wnętrzem pomieszczenia a tarasem.

Do domów inteligentnych polecamy elektryczne drzwi przesuwne HS sterowane za pomocą aplikacji ze smartfona z dowolnego miejsca na ziemi, będącego w zasięgu internetu.



Do każdego budynku można dobrać indywidualne i spersonalizowane produkty, które nadadzą wnętrzu wyjątkowego charakteru.

Individual and personalised products can be chosen for each building that give the interior a unique touch

ENERGOOSZCZĘDNOŚĆ

W oknach Innoview stosujemy energooszczędne pakiety szybowe, które dają nam niesamowity widok na zewnątrz, a jednocześnie skutecznie pozwalają zaoszczędzić na ogrzewaniu. Pakiety szybowe mają ciepłe ramki dystansowe TGI. Dodatkowo szyby posiadają powłoki niskoemisyjne, które zatrzymują ciepło wewnątrz domu. Przestrzeń pomiędzy szybami wypełniona jest gazem szlachetnym - argonem, który ma mniejszą przewodność cieplną niż powietrze, dzięki temu uzyskujemy efekt znacznego poprawienia współczynnika przenikania ciepła. Okna dostępne są z pakietami dwu-, a nawet trzykomorowymi. Wraz ze wzrostem ilości komór w pakiecie szybowym, wzrasta również grubość drewnianej ramy. Poprawia to parametry termoizolacyjne okien. Należy również pamiętać, że wielkowymiarowe okna pionowe są elementem pasywnego nagrzewania wnętrza w słoneczne, zimowe dni. Pomieszczenia znajdujące się od stron południowej lub południowo-zachodniej mają bardzo dobrą ekspozycję na słońce. W naturalny więc sposób są nagrzewane ciepłymi promieniami. Zmniejsza to zapotrzebowanie na ogrzewanie budynku podczas zimowych dni.

Należy zwrócić uwagę, że duże przeszklenia w domu to nagrzewanie wnętrza. Budując dom, warto pomyśleć o osłonach zewnętrznych, które skutecznie mogą ograniczyć to niekorzystne zjawisko. W ofercie FAKRO można znaleźć markizy zewnętrzne, które zamontowane na oknach fasadowych, w znacznym stopniu podnoszą komfort przebywania w budynku podczas upalnych dni. Markizy absorbują promienie słoneczne już przed szybą i emitują ciepło na zewnątrz, chroniąc w ten sposób przed nadmiernym nagrzewaniem pomieszczeń, jednocześnie zapewniając widok na zewnątrz. Markiza ogranicza zużycie energii, gdyż zastępuje urządzenia klimatyzacyjne. Co więcej, rozwinięta w czasie chłodnych nocy, chroni wnętrze przed stratami ciepła, poprawiając współczynnik przenikania ciepła okna aż do 16%. W ten sposób obniżamy rachunki za ogrzewanie.



W pomieszczeniach usytuowanych od strony południowej warto zastosować markizy zewnętrzne, które skutecznie chronią przed nadmiernym nagrzewaniem.

South-facing living rooms should be equipped with external awning blinds that ensure effective protection against overheating.

MINIMALIZM ARCHITEKTONICZNY

Filozofia stworzenia stolarki Innoview zakładała indywidualne, spersonalizowane rozwiązania, które nadadzą wnętrzom wyjątkowości i idealnie wpasują się w bryłę budynku. Nasze domy powinny być nie tylko funkcjonalne, ale też trwałe i estetyczne. Aby skutecznie realizować to założenie, potrzebujemy niezawodnych produktów współpracujących ze sobą zarówno pod względem użytkowym, jak i wizualnym. Dlatego też firma FAKRO posiada w swojej ofercie bogaty wybór bram garażowych oraz drzwi wejściowych, które kompleksowo „zamkną” dom. Zaletą produktów od jednego producenta jest to, że są utrzymane w tej samej stylistyce oraz barwach. Tak skomponowana oferta pozwala na ich idealne dopasowanie co gwarantuje niezwykłą minimalistyczną estetykę budynku.

<https://www.fakro.pl/innoview/okna-pionowe/>



Produkty FAKRO INNOVIEW to spersonalizowane rozwiązania, które z łatwością wpasujemy w bryłę naszego domu.
FAKRO INNOVIEW products are customised solutions that fit easily into any shape of the building.



VERTICAL WINDOWS FAKRO Innoview

The buildings we live in and work should not only be functional, but also durable and aesthetically pleasing. To accomplish these goals, we need reliable products that will serve us for many years to come and delight our eyes. FAKRO has been offering exclusive, wooden and aluminium Innoview vertical windows for several years now which stand behind a completely new look at living space. Applying modern solutions allowed us to create outstanding interiors open to the surrounding world.

QUALITY & DURABILITY

Wood is a timeless material and, if properly preserved, can last for a very long time. Wooden window profiles form a classic and natural indoor climate. The aluminium cladding protects windows effectively from the outside, providing a sturdy and stylish finish to the product. Wooden and aluminium profiles are available in a number of colours, therefore each vertical glazing can get an individual character. Innoview windows do not require renovation thanks to the advanced and durable combination of wood with the external aluminium cladding, while the materials used in their production process feature the ultimate quality. They are characterised by high resistance to extreme weather conditions, thus their long-term use is possible. The latest hardware elements provided by Siegenia secure trouble-free use for a long period of time. Windows are equipped with a quadruple sealing system for excellent tightness.

CONVENIENCE & FUNCTIONALITY

Innoview vertical wooden and aluminium windows are tailor-made products manufactured to suit individual projects. Customers can choose from three types of aluminium profiles (in any colour). Frames are available in oak, pine or exotic Meranti wood – all in two shapes of wooden profiles. In addition, with a complete RAL range available in mat and satin versions it is now possible to create an infinite number of window options. Aesthetics is complemented by a perfectly smooth wood surface without visible micro-dovetail joints. Glazing units can also be chosen. As far as sizes are concerned, each order is approached individually. The technology of combining wood with aluminium provides unique durability and stiffness to the structure, making it possible to manufacture windows in even very large sizes. Our offer comprises HST terrace doors that can be 12 m wide and 2.8 m high. These are large-sized doors featuring lift and slide design, which despite their dimensions are extremely comfortable to operate, while their huge glazed areas bring plenty of natural light to the room. Even greater amount of daylight is delivered by HST Sky terrace doors as the glazing unit in the fixed sash is fitted directly on the threshold and profiles of the frame. This solution significantly increases the glazed area and the amount of light entering the room. Moreover, it guarantees impeccable aesthetics and makes the boundary between the interior and surrounding environment disappear.

Unique solutions incorporated to large-sized terrace doors increased the comfort of their operation and use. The soft close system is a mechanical solution that slows down the movement of the sash in the final stage of closing and then gently presses it against the frame of slide doors. Another important feature to be taken into account is the eco pass low threshold (only 5 mm high), allowing the resident to move freely between the building interior and terrace.

For smart homes, we recommend HS electric sliding doors that can be controlled via a smartphone app from any place in the world with the Internet connection.

ENERGY-EFFICIENCY

Innoview windows come with energy-efficient glazing units equipped with warm TGI spacers that offer spectacular views to the outside and at the same time effectively save heating costs. In addition, panes feature low-emission coatings that store the heat inside the house. The glazing cavity is filled with an inert gas, namely argon, featuring lower thermal conductivity than air, thus contributing to remarkably enhanced heat transfer coefficient. Windows are available with double and triple chamber glazing units. As the number of chambers in the glazing unit increases, so does the thickness of the wooden frame to result in improved thermal insulation performance. Large-sized vertical windows also act as means of passive heating on sunny winter days. Living rooms with the south or south-west elevation feature very good exposure to the sun. Naturally, warm rays heat up the room, reducing heat demand in the building during winter days.

It should be noted that large glazed areas mean a considerable heat gain inside. When building a house, it is worth considering external accessories that can effectively reduce this unfavourable phenomenon. The FAKRO product range includes external awning blinds, which fitted on vertical windows significantly enhance the comfort of your stay in the building on hot days. Awning blinds absorb solar radiation before it reaches the glazing and emit the heat to the outside, thus protecting rooms against overheating and providing a view to the outside. The awning reduces energy consumption as it replaces air conditioning systems. What is more, when rolled down during cold nights, it protects the interior from heat loss and improves the U_w heat transfer coefficient by up to 16%. That's how we reduce heating bills.

MINIMALIST ARCHITECTURE

The philosophy of creating the Innoview vertical windows and doors assumed individual, customised solutions that would make the interiors unique and fit perfectly into the building. Our houses should not only be functional, but also durable and aesthetic. In order to achieve this goal successfully, we need reliable products that harmonise with each other both in terms of use and appearance. Therefore, FAKRO product range comprises a wide choice of garage and entrance doors to complete the house. The advantage of products from one manufacturer is that they are in the same design and colours. The offer composed in this way allows for their perfect match to ensure an exceptionally minimalist aesthetics of the building.

<https://www.fakro.pl/innoview/okna-pionowe/>



ROHLIG SUUS Logistics z pierwszym raportem ESG

ROHlig SUUS Logistics, największy polski operator logistyczny, opublikował swój pierwszy raport ESG, skupiający się na kwestiach wpływu na środowisko, społecznej odpowiedzialności oraz ładu korporacyjnego. Firma upubliczniła też swój ślad węglowy, obliczony dla wszystkich trzech zakresów emisji.

Pierwsze wydanie SUUSTAINABILITY REPORT to podsumowanie minionego roku finansowego i uwzględnia działania środowiskowe oraz na rzecz pracowników, klientów, kontrahentów, lokalnych społeczności. Raport został przygotowany zgodnie z standardem GRI, na poziomie „Core”. Jest to najczęściej wykorzystywany standard raportowania zrównoważonego rozwoju na świecie, dzięki czemu informacje w raporcie ROHLIG SUUS Logistics są mierzalne i porównywalne.

- Kwestie ESG stanowią nieodłączną część naszej nowej strategii biznesowej. Stawiamy w niej przede wszystkim na satysfakcję pracowników i klientów, dla których kontekst ekologiczny i społeczny mają istotne znaczenie w wyborze pracodawcy i partnera biznesowego. Uważamy, że regularne raportowanie i ambitne cele w obszarze społecznym i środowiskowym stanowią warunek konieczny prowadzenia odpowiedzialnego biznesu w dzisiejszych czasach – komentuje Piotr Iwo Chmielewski, członek Zarządu ROHLIG SUUS Logistics.

Wraz z publikacją raportu ESG firma upublicznia, po raz pierwszy, swój ślad węglowy, który został obliczony dla wszystkich trzech zakresów emisji. Do obliczeń wykorzystano metodykę GLEC (ang. Global Logistic Emissions Council) przeznaczoną dla firm transportowych oraz logistycznych. Co ważne, zastosowane podejście jest zgodne z GHG Protocol, normami PN-EN ISO 14064-1 i PN-EN ISO 16258.

W ramach kolejnych działań firma planuje informować klientów o śladzie węglowym operacji logistycznych, ale też udostępnia im prognozy wpływu na środowisko już w momencie wyceny oraz dalej rozwijać ekologiczne usługi logistyczne. Dzięki temu klienci będą mogli porównać rozwiązania, nie tylko pod kątem ceny, ale też generowanego śladu węglowego.

Raport jest dostępny na stronie www.suus.com/csr





ŁĄCZYMY ŻYWIOŁY W TRANSPORCIE

RÖHLIG

SUUS»
LOGISTICS

www.suus.com

ROHLIG SUUS Logistics with first ESG report

ROHLLIG SUUS Logistics, Poland's largest logistics operator, has published its first ESG report, focusing on environmental impact, social responsibility and corporate governance. The company also made public its carbon footprint, calculated for all three emission ranges.

The first edition of the SUUSTAINABILITY REPORT is a summary of the past financial year and takes into account environmental activities and for the benefit of employees, customers, contractors, local communities. The report was prepared in accordance with the GRI standard, at the 'Core' level. It is the most widely used sustainability reporting standard in the world, making the information in the ROHLIG SUUS Logistics report measurable and comparable.

- ESG issues are an integral part of our new business strategy. Here, we focus primarily on the satisfaction of employees and customers, for whom the environmental and social context are important in their choice of employer and business partner. We believe that regular reporting and ambitious social and environmental targets are a

prerequisite for running a responsible business nowadays, comments Piotr Iwo Chmielewski, Board Member of ROHLIG SUUS Logistics.

With the publication of the ESG report, the company is making public, for the first time, its carbon footprint, which has been calculated for all three emission ranges. The GLEC methodology was used for the calculations. Global Logistic Emissions Council) for transport and logistics companies. Importantly, the approach used is in line with the GHG Protocol, EN ISO 14064-1 and EN ISO 16258 standards.

As part of its next steps, the company plans to inform customers about the carbon footprint of logistics operations, but also to make environmental impact forecasts available to them already at the time of pricing and to further develop green logistics services. This will enable customers to compare solutions, not only in terms of price, but also the carbon footprint generated.

The report is available at www.suus.com/csr



packaging

creative

print

gifts

ads

Fold

Zielona transformacja w świecie finansów



ANDRZEJ STOSIO

Adwokat, Partner Współkierujący
Departamentem Globalnych
Rynków Finansowych,
Clifford Chance, Warszawa

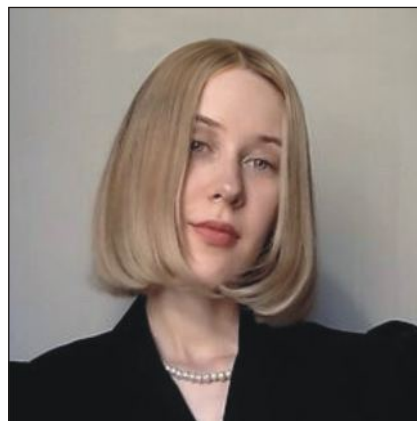
Advocate, Partner, Co-Head of the
Global Financial Markets,
Clifford Chance Warsaw



MAKSYMILIAN JARZĄBEK

Adwokat, Senior Associate,
Departament Globalnych
Rynków Finansowych,
Clifford Chance, Warszawa

Advocate, Senior Associate,
Global Financial Markets,
Clifford Chance Warsaw



ALEKSANDRA SIERAC

Prawnik,
Departament Globalnych
Rynków Finansowych,
Clifford Chance, Warszawa

Lawyer,
Global Financial Markets,
Clifford Chance Warsaw

Zielona transformacja znajduje się obecnie w centrum zainteresowania uczestników rynków finansowych na całym świecie. Czy w Państwa praktyce również na polskim rynku widoczne jest zwiększone zainteresowanie „zielonymi” finansowaniami?

Część kredytobiorców oraz sponsorów była świadoma istnienia kryteriów ESG (ang. Environmental, Social and Governance), natomiast jeszcze niedawno kryteria te były częściej postrzegane bardziej jako element strategii marketingowej niż faktycznie istotny element struktury transakcji finansowania. Od kilku lat ten stan rzeczy ulega bardzo dynamicznej zmianie i nie dzieje się tak bez powodu. Skrót "ESG" wszedł do mainstreamu i na dobre zakorzenił się w świadomości uczestników rynku. Spółki efektywniej zarządzające ryzykami ESG zwykle są przez finansujących postrzegane jako mniej ryzykowne, wskutek czego coraz czę-

ściej cieszą się również dostępem do tańszego finansowania. Co więcej, szacuje się, że realizacja wspomnianej „zielonej transformacji”, czyli między innymi Celów Zrównoważonego Rozwoju 2030 sformułowanych przez ONZ będzie wymagała globalnych inwestycji w wysokości nawet 7 bilionów dolarów rocznie, stanowiąc ponad jedną trzecią wszystkich inwestycji na świecie. Wraz ze wzrastającą podażą projektów wpisujących się w sferę zrównoważonego rozwoju, wzrastać będzie udział w rynku oraz rola kapitału określanego jako "zielony". Długoze rynki finansowe bardzo kreatywnie odpowiedziały na wyzwania związane z realizacją celów zrównoważonego rozwoju, tworząc szereg produktów związanych z tą sferą po stronie obligacji, kredytów, a ostatnio coraz częściej również produktów faktoringowych i instrumentów pochodnych. W zależności od przyjętych kryteriów podziału, można wyróżnić od kilku do kilkunastu kategorii produktów oferowanych przez uczestników

polskiego i europejskiego rynku finansowego. Co ciekawe, produkty dłużne związane ze zrównoważonym rozwojem mogą być uznane za jeden z nielicznych przykładów innowacji finansowych, gdzie ton nadają europejskie a nie amerykańskie rynki finansowe.

POJĘCIA „ZIELONE FINANSOWANIA” I „ZRÓWNOWAŻONE FINANSOWANIA” SĄ PRZEZ WIELE UŻYWANE ZAMIENNE. CZY JEST TO PRAWIDŁOWE PODEJŚCIE, CZY TEŻ MOŻE POJĘCIA TE NIE SĄ SYNONIMAMI?

Pojęcia te są ze sobą nierozdzielnie związane, przy czym można przyjąć, że zielone finansowania stanowią subkategorię pojęcia "zrównoważonego finansowania". Na wysokim poziomie ogólności zielone finansowania można opisać jako proces obejmujący pozyskiwanie środków na cele związane z ochroną klimatu i środowiska, natomiast zrównoważone finansowania uwzględniają kwestie i ryzyka związane nie tylko ze środowiskiem, ale również społeczeństwem i dobrymi praktykami corporate governance - służą zwiększeniu wolumenu inwestycji w zrównoważone działania i projekty gospodarcze.

To rozróżnienie znajduje również odbicie w sferze finansowań kredytowych, gdzie rosnącym zainteresowaniem cieszą się dwa odrębne rodzaje produktów. Z jednej strony mamy do czynienia z zielonymi kredytami (eng. green loans), których głównym wyróżnikiem jest cel finansowania – środki z kredytu muszą zostać przeznaczone na realizację „zielonego projektu”. Mogą to więc być np. przedsięwzięcia dotyczące energii odnawialnej, zapobiegania zanieczyszczeniom, zachowania różnorodności biologicznej, czystego transportu lub budowy „zielonych” budynków. Z uwagi na ambitne plany dotyczące m.in. redukcji emisji i osiągnięcia neutralności klimatycznej w obszarze UE, potrzeby kapitałowe na realizację takich inwestycji oczywiście będą wzrastały, natomiast ograniczona liczba projektów, w które inwestorzy czy kredytodawcy mogliby zaangażować swoje środki oraz fakt, że większość spółek, z uwagi na przedmiot swojej działalności, nie ma możliwości realizowania takich inwestycji sprawia, że green loan nie jest najbardziej uniwersalnym instrumentem finansowania.

Osobną kategorię stanowią kredyty powiązane ze zrównoważonym rozwojem (eng. sustainability-linked loans). Kryterium wyróżniającym ten typ produktu nie jest cel kredytu, lecz powiązanie poziomu marży z realizacją pewnych wskaźników, tzw. KPIs, czyli uzgodnionych pomiędzy kredytodawcą a kredytobiorcą parametrów związanych ze zrównoważonym rozwojem, do których realizacji zobowiązuje się kredytobiorca. Może to być np. redukcja emisji czy poprawa ogólnego ratingu ESG. Istotne jest jednak, aby uzgodnione parametry były ściśle związane z główną działalnością kredytobiorcy i miały realne przełożenie na stopniowe polepszanie jego profilu ESG. W zależności od tego, czy kredytobiorca osiągnie wyznaczone cele – określane jako tzw. sustainability performance targets (SPTs) – marża ulegnie zmniejszeniu lub zwiększeniu. Sustainability-linked loans (SLLs) najczęściej udzielane są w formule kredytów odnawialnych z przeznaczeniem na bieżące potrzeby korpo-

racyjne kredytobiorcy, co jest kolejnym z wielu powodów, dla których SLLs cieszą się rosnącą popularnością.

JAK WOBEC TEGO NOWE RODZAJE INSTRUMENTÓW FINANSOWANIA WPŁYNĄ (LUB JUŻ WPŁYWAJĄ) NA PROCES TRANSAKCYJNY?

Modyfikacjom ulegają pewne elementy na właściwie każdym etapie transakcji. Zaczynając od rozszerzenia zakresu badania due diligence o weryfikację kryteriów związanych z ESG, przez zwiększenie różnorodności instrumentów finansowania dostępnych na etapie strukturyzacji transakcji - strony finansowania w zależności od potrzeb mogą zdecydować się na wykorzystanie obligacji zielonych, niebieskich (tj. związanych z projektami mającymi na celu ochronę gospodarki morskiej i oceanicznej) czy społecznych (tj. związanych z finansowaniem usług społecznych) oraz wspomnianych wcześniej kredytów zielonych albo związanych ze zrównoważonym rozwojem. Śledząc najnowsze projekty legislacyjne Komisji Europejskiej, spodziewamy się również, że finansujący będą uwzględniali kryteria ESG w swoich procesach decyzyjnych w coraz większym stopniu. Ze szczególną uwagą przyglądamy się propozycjom dotyczącym obowiązku przypisywania przez banki zwiększonej wagi ryzyka w odniesieniu do finansowania projektów związanych z szeroko rozumianą branżą paliw kopalnych.

WSPOMNIELI PAŃSTWO, ŻE WYŁĄCZNIE CZĘŚĆ KREDYTOBIORCÓW I SPONSORÓW JEST ŚWIADOMA ZNAČZENIA KRYTERIÓW ESG. CO Z TYMI UCZESTNIKAMI RYNKU FINANSOWEGO, KTÓRZY NIE BĘDĄ ZAINTERESOWANI ANGAŻOWANIEM SWOICH ZASOBÓW I UWZGLĘDNIANIEM W SWOJEJ DZIAŁALNOŚCI KRYTERIÓW ESG?

W skrajnych przypadkach, w odniesieniu do niektórych instytucji niewypełnienie nałożonych na nie obowiązków dotyczących tzw. raportowania niefinansowego tj. kwestii związanych z ESG, mogłoby doprowadzić do nałożenia sankcji przewidzianych we właściwych przepisach karnych. Wśród bardziej powszechnych skutków nieuwzględniania w działalności spółek kryteriów ESG będą z pewnością trudności z pozyskaniem finansowania przez spółki, których działalność nie kwalifikuje się jako wnosząca istotny wkład w łagodzenie zmian klimatu (oraz jednocześnie niewyrządzająca szkód względem pozostałych celów środowiskowych). Obecnie nie wynika to jeszcze z "twardych" przepisów prawodawstwa unijnego czy polskiego, natomiast może być skutkiem samoregulacji podmiotów udzielających finansowania w zakresie dotyczącym dążenia przez nie do zwiększenia udziału zaangażowania finansowego w inwestycje realizujące Cele Zrównoważonego Rozwoju 2030. Dążenia te mogą przybierać formę zwiększenia zaangażowania w projekty kwalifikujące się jako powiązane ze zrównoważonym rozwojem przy jednoczesnym finansowaniu tzw. projektów "brązowych" albo poprzez całkowitą rezygnację z finansowania tych ostatnich. Choć należy w tym miejscu wspomnieć, że nieumiejętne uwzględnianie w swojej działalności kryteriów ESG również stanowi równie poważne zagrożenie biznesowe i prawne.

TAKIE PODMIOTY NARAŻAJĄ SIĘ WÓWCZAS NA POWSZECHNE OBECNIE ZARZUTY O GREENWASHING. CZY OBAWA PRZED WYNIKAJĄCYMI Z TAKICH OSKARŻEŃ SZKÓD REPUTACYJNYCH NIE ZNIECHĘCI INSTYTUCJI DO ANGAŻOWANIA SIĘ I INFORMOWANIA O SWOICH DZIAŁANIACH W OBSZARZE ESG?

Greenwashing w kontekście zrównoważonego finansowania odnosi się do sytuacji, w których dane produkty czy instrumenty wykorzystywane przez instytucje finansowe określane są jako "zielone", "zrównoważone" lub wywierające "zrównoważony wpływ" bez zastosowania jasnych kryteriów, które pozwoliłyby na faktyczne udowodnienie tego wpływu lub nawet uczynienie go mierzalnym. Jest to bez wątpienia zjawisko negatywne, będące przedmiotem wielu kontrowersji na rynku i powodem krytyki, która nieraz bywa kierowana do

szeroko rozumianego rynku ESG finance. Nie dziwi więc wzmożone tempo prac legislacyjnych mających na celu standaryzację produktów oraz kryteriów oceny w taki sposób, aby trudniej było pod szyldem "zieloności" przemycić działania niewiele mające wspólnego ze zrównoważonym rozwojem. Niewątpliwie kluczowym instrumentem w walce z nadużyciami będzie Taksonomia UE oraz akty z nią powiązane. Spodziewamy się, że regulacje powstałe w wyniku tych prac przyczynią się z jednej strony do wzmocnienia transparentności rynku, jednak z drugiej strony będą wielkim wyzwaniem dla jego uczestników – będą bowiem nakładały szereg obowiązków, głównie sprawozdawczych, które niełatwo będzie wypełnić bez wsparcia ekspertów. Doradcy prawni oraz firmy konsultingowe mogą się więc spodziewać napływu zleceń ze strony klientów, którzy znajdą się w kręgu oddziaływania owych nowych regulacji.

Green transformation in the world of finance

Green transformation is currently in the spotlight of financial market participants around the world. In your practice, is there also an increased interest in 'green' finance in the Polish market?

While some borrowers and sponsors were aware of ESG (Environmental, Social and Governance) criteria, until recently these criteria were perceived more as part of the marketing strategy than an actual material element of the structuring of financing transactions. For several years this has been changing dynamically, and not without reason. The abbreviation "ESG" has entered the mainstream and become firmly rooted in the consciousness of market participants. Companies that manage ESG risks more effectively are perceived as less risky by financing parties, as a result of which they even more often also enjoy lower costs of financing. Moreover, it is estimated that implementing the aforementioned 'green transformation', i.e. including achievement of the 2030 Sustainable Development Goals formulated by the UN, will require global investments of up to USD 7 trillion a year, accounting for more than a third of all investment globally. With the increasing supply of sustainability-related projects, so-called 'green' capital will have an increasing share of and role on the market. Debt financial markets have very creatively responded to the challenges of achieving sustainable development goals, by creating a number of products related to that area for bonds and loans, and recently increasing often also factoring products and derivatives. Depending on the breakdown criteria, from several to more than 10 categories of products offered by participants of the Polish and European financial markets can be distinguished. Interestingly, debt financing products related to sustainable development can be considered one of the few examples of financial innovation where European, and not American, financial markets are leading the way.

THE TERMS 'GREEN FINANCE' AND 'SUSTAINABLE FINANCE' ARE USED INTERCHANGEABLY BY MANY. IS THIS CORRECT, OR ARE THOSE TERMS NOT SYNONYMOUS?

The terms are inextricably linked to each other, and it can be assumed that green finance is a sub-category of the term 'sustainable finance'. At a very general level, green financing can be described as a process involving the raising of funds for goals related to climate and environmental issues, while sustainable finance takes into account issues and risks related not only to the environment but also to society and corporate governance and serves to increase the volume of investment in sustainable economic activities and projects.

This distinction is also reflected in the area of credit financing, where there is increasing interest in the two separate types of products. On the one hand we are dealing with green loans whose main distinguishing feature is the purpose of the financing – the funds must be allocated to the implementation of a 'green project'. They may therefore be projects for renewable energy, pollution prevention, biodiversity conservation, clean transport or the construction of 'green' buildings. Owing to the ambitious plans concerning, inter alia, reductions in emissions and achieving carbon net zero in the EU, the capital needs for such investments will increase, but the limited number of projects in which investors or lenders could commit their funds and the fact that most companies, due to the nature of their business, do not have the capacity to make such investments means that a green loan is not the most versatile financing instrument.

Sustainability-linked loans are a separate category of loans. The criterion differentiating this type of product is not the purpose of the loan but the linking of the level of the

margin to the achievement of certain indicators, KPIs, i.e. sustainable-development-related parameters agreed on by the lender and the borrower that the borrower must attain. This could be, for instance, a reduction in emissions or an improvement in its general ESG rating. However, it is essential that the agreed parameters be strictly related to the borrower's core business and that they translate into a tangible gradual improvement of its ESG profile. Depending on whether the borrower achieves the goals set – which are termed sustainability performance targets (SPTs) – the margin will decrease or increase. Sustainability-linked loans (SLLs) are most often granted as revolving loans designated for the day-to-day corporate needs of the borrower, which is another of the many reasons why SLLs are becoming increasingly popular.

SO HOW WILL THE NEW TYPES OF FINANCING INSTRUMENTS AFFECT (OR ARE ALREADY AFFECTING) THE TRANSACTION PROCESS?

Certain elements are being modified at virtually every stage of the transaction. Starting with the expansion of due diligence to include verification of ESG-related criteria, through increasing the variety of financing instruments available at the stage of structuring transactions – financing parties may choose to use green, blue (i.e. related to projects aimed at protecting the marine and oceanic economy) or social bonds (i.e. related to projects aimed at financing social services), and the aforementioned green or sustainability-linked loans, depending on their needs. Following the European Commission's latest legislative proposals, we also expect that financing parties will take ESG-related criteria into account in their decision-making processes to an increasingly greater degree. We are closely observing proposals concerning the obligation that banks attribute an increased risk weighting to the financing of projects in the fossil fuel industry in a broad sense.

YOU MENTIONED THAT ONLY A PART OF BORROWERS AND SPONSORS ARE AWARE OF THE MEANING OF ESG CRITERIA. WHAT WILL HAPPEN TO THOSE FINANCIAL MARKET PARTICIPANTS WHO ARE NOT INTERESTED IN INVOLVING THEIR RESOURCES AND IN TAKING ESG CRITERIA INTO ACCOUNT IN THEIR ACTIVITY?

In extreme cases, if some institutions fail to fulfil their obligations concerning so-called non-financial reporting, i.e. the ESG-related requirements, penalties provided for in the applicable criminal provisions of law could be imposed on them. Some more commonly encountered consequences of not taking ESG criteria into account in a company's activity will definitely entail difficulties in obtaining financing by the companies whose activity does not qualify as activity making a material contribution to the mitigation of climate changes (and, at the same time, not causing damage to other environmental goals). This is not yet a result of 'hard' provisions of the EU or Polish law, but it may be a consequence of self-regulation of financing parties in order to increase their financial involvement on investment implementing the 2030

Sustainable Development Goals. This may take the form of increased involvement in projects qualified as related to sustainable development and simultaneous financing of so-called "brown" projects or the form of a total resignation from the financing of the latter. However, it must be mentioned here that a misapplication of ESG criteria in one's activity also constitutes an equally serious business and legal risk.

SUCH ENTITIES EXPOSE THEMSELVES THEN TO CURRENTLY COMMON ACCUSATIONS OF GREENWASHING. WON'T THE FEAR OF REPUTATIONAL DAMAGE RESULTING FROM SUCH ACCUSATIONS DISCOURAGE INSTITUTIONS FROM INVOLVEMENT IN ACTIONS CONCERNING ESG AND FROM INFORMING THE PUBLIC ABOUT THESE ACTIONS?

In the context of sustainable finance, greenwashing refers to situations in which given products or instruments used by financial institutions are defined as "green" or "sustainable" or exerting "sustainable influence" without the application of clear criteria which would allow the actual proving of such influence or would allow such influence to be measured. It is undoubtedly a negative phenomenon that has been the subject of many controversies on the market and a reason for criticism that at times has been directed at the broadly understood ESG finance market. The increased pace of legislative works aimed at standardising products and assessment criteria in such a way as to hinder greenwashing are therefore unsurprising. A key instrument in the fight against abuses will be the Taxonomy of the EU and the acts of law related to it. We expect that the regulations arising as a result of those works will contribute on the one hand to the strengthening of market transparency, while on the other they will pose a major challenge for its participants – because they will impose a number of requirements, mainly reporting requirements, that it will be difficult to satisfy without the support of experts. Legal advisers and consultancy firms can therefore expect an influx of mandates on the part of clients who are among those affected by the new regulations.



Energia elektryczna pod kontrolą

Podnoszenie efektywności działania i optymalizowanie procesów, to cele każdego przedsiębiorstwa. Najprostszą i najbardziej skuteczną metodą na ich osiągnięcie jest monitorowanie i obniżanie kosztów funkcjonowania, zwłaszcza kosztów stałych, ponoszonych na bieżącą działalność.

W zakładach produkcyjnych wykorzystujących nośniki energii (np. prąd) brak nadzoru nad zużytymi mediami prowadzi do strat i nieplanowanych kosztów, związanych np. z karami za przekroczenia parametrów przyłączeniowych zawartych w umowach. W innych branżach, takich jak np. nieruchomości, usługi czy galerie handlowe dostęp do pełnej informacji o zużywanych zasobach daje możliwość dokonywania analizy, poszukiwania potencjalnych źródeł oszczędności, a następnie rozsądnieszego podejmowania decyzji i lepszego planowania wydatków na inwestycje.



Pomiary przepływu nośników energii nie ograniczają się tylko do bieżącego wolumenu. W przypadku energii elektrycznej oprócz aktualnego poboru mocy, ważne są także parametry jakościowe i takie, które wynikają z charakterystyki przedsiębiorstwa – np. rodzaje i cykl pracy stosowanych urządzeń, zmienność pracy czy zapotrzebowanie szczytowe na moc. Oszczędzanie, które powinno być cechą każdego przedsiębiorcy, należy zacząć od poznania profilu zużycia mediów we własnej firmie i dopiero na tej podstawie należy budować plan optymalizacji. Za realizację tych zadań odpowiada system OMNITORUS – rozwiązanie dla wszystkich tych, którzy chcą mieć kontrolę nad zużyciem, wydatkami i kosztami w przedsiębiorstwie.

System OMNITORUS, w połączeniu z zaawansowanymi licznikami energii elektrycznej (rozwiązania Grupy Apator), umożliwia precyzyjny pomiar i zdalne rejestrowanie wyników w usługach chmurowych. System pokaże zarówno proste pomiary energii mogące służyć do rozliczeń z najemcami lub

podnajemcami np. lokali usługowych w galeriach handlowych, lokali mieszkalnych, apartamentów, garaży lub obiektów użyteczności publicznej, jak również dokładne opomiarowanie poszczególnych linii produkcyjnych, maszyn lub urządzeń w przedsiębiorstwach produkcyjnych. OMNITORUS oferuje m.in. bezpośredni pomiar mocy czynnej i biernej. Uzyskiwane przez system dane pozwalają na tworzenie analizy parametrów sieci oraz profilu obciążenia, które możemy otrzymywać nawet co piętnaście minut.

OMNITORUS posiada funkcję tzw. strażnika mocy, czyli ograniczania mocy, pozwalającą chronić instalację przed zbyt dużym obciążeniem (np. w przypadku awarii) lub przekroczeniem mocy zamówionej. Funkcja jest realizowana przez możliwość zdalnego sterowania stycznikami i rozłączania poszczególnych torów prądowych oraz automatyczne powiadomienia poprzez SMS oraz e-mail. Dzięki temu istnieje możliwość szybkiego przejęcia kontroli nad monitorowanym obiektem bez konieczności osobistej interwencji, co jest szczególnie ważne w przypadku wystąpienia zdarzeń niepożądanych na liniach produkcyjnych. Jednocześnie przedstawienie danych w postaci wykresów i tabel pozwala na szybkie zlokalizowanie linii lub urządzeń przekraczających swoje średnie parametry i wcześniejsze wykrycie ewentualnych usterek.

Precyzyjne dane o zużyciu mediów w przedsiębiorstwie umożliwiają przeprowadzenie zmian w infrastrukturze energetycznej. Wymiana urządzeń na bardziej energooszczędne, o większej sprawności, instalacja własnych odnawialnych źródeł energii czy przejście na bardziej dopasowaną do potrzeb taryfę energii poprawia efektywność energetyczną przedsiębiorstwa i może stanowić podstawę do starania się o odpowiedni certyfikat w Urzędzie Regulacji Energetyki.

W dobie niepewnej sytuacji na rynkach paliw i energetycznych, skuteczne i efektywne zarządzanie energią elektryczną jest nie tylko kwestią maksymalizowania zysków. System OMNITORUS może okazać się narzędziem pozwalającym na zachowanie ciągłości produkcji i utrzymanie konkurencyjności.

Kontakt:

Ireneusz Wendelski
Menedżer Regionu, Apator SA
tel. +48 506 009 228
ireneusz.wendelski@apator.com

www.apator.com

Electricity under control

Increase of operational efficiency and optimisation of processes are the goals of each and every enterprise. Monitoring and reducing operational costs, in particular fixed costs of on-going operation, is the simplest and most efficient way of achieving those goals.

In the case of production plants using energy carriers (e.g. electricity), no supervision over consumed utilities leads to losses and unplanned costs related to, for example, fines for exceeding the connection parameters specified in contracts. In the case of other sectors, such as real estate, services or shopping malls, the access to complete information on the consumed resources allows you to make an analysis, look for potential savings, and then to make more rational decisions and plan investment expenditure better.

Flow measurements of energy carriers are not limited only to the on-going volume. As far as electricity is concerned, apart from the actual power consumption, quality parameters and parameters resulting from enterprise specificity – e.g. types and working cycle of equipment used, shift work system or peak power demand – are also important. Saving, which should be practised by every entrepreneur, needs to begin from learning about the utility consumption profile at your own company and on this basis an optimisation plan should be prepared. Those tasks are carried out by the OMNITORUS system – a solution for everyone who wants to have control over the consumption, expenditures and costs at their enterprise.

The OMNITORUS system, combined with advanced electricity meters (Apator Group solutions), allows for precise metering and remote recording of results in cloud services. The system shows simple energy measurements that can be used for the settlement of payments with lessees or sublessees of, for example, commercial units in shopping malls, flats, apartments, garages or state-owned facilities as well as precise measurements of individual production lines, machines or equipment at production plants. OMNITORUS offers, among other things, direct metering of active and reactive power. The data obtained by the system allow you to analyse grid parameters and load profile, even every 15 minutes.

OMNITORUS has the so-called “power guard” (power limit) feature protecting the installation against overloading (e.g. in the event of failures) or exceeding the ordered power. The function is realised through remote contactor control and disconnection of individual current circuits as well as

automatic SMS and e-mail notification. This way, you can quickly take control over the monitored facility without the necessity of personal intervention, which is particularly important in the case of undesired events at the production lines. In addition, the presentation of data in the form of charts and tables allows you to quickly identify lines or machines exceeding their average parameters and detect possible defects earlier.



Thanks to the precise data on utility consumption at your enterprise, you can introduce changes in the energy infrastructure. Replacing your machines with more energy-saving and efficient ones, installing your own renewable energy sources or shifting to a tailored energy tariff increases energy efficiency of your enterprise and can make it possible for you to apply for a relevant certificate in the Energy Regulatory Office.

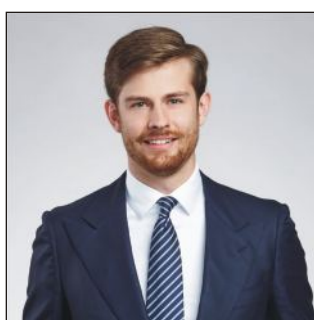
Taking into account the unstable situation on fuel and energy markets, efficient and effective electricity management is not only about maximising the profits. The OMNITORUS system could prove to be a tool that would allow you to maintain production continuity and remain competitive.

Contact details:

Ireneusz Wendelski
Region Manager
Apator SA
tel. +48 506 009 228
ireneusz.wendelski@apator.com

www.apator.com

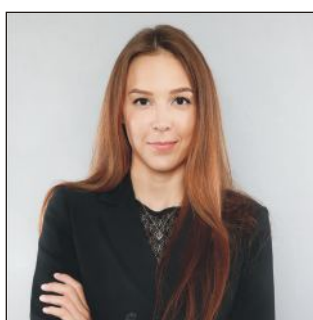
Jak informować o aspektach ESG w przedsiębiorstwie



**MACIEJ
GNIEWOSZ**

Adwokat, członek zespołu rozwiązywania sporów oraz zespołu ESG w kancelarii WKB

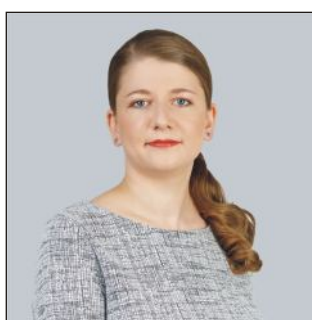
Advocate, member of the dispute resolution team and the ESG team at WKB law firm



**ALEKSANDRA
HYLA**

Prawnik, członek zespołu prawa ochrony konkurencji i prawa konsumenckiego oraz zespołu ESG w kancelarii WKB

Lawyer, member of the Competition & Consumer law team and the ESG team at WKB law firm



**HANNA
PRZEWICKA-KAMDAR**

Radca prawny, członek zespołu prawa energetycznego oraz zespołu ESG w kancelarii WKB

Legal counsel, member of the energy law team and the ESG team at WKB law firm



**ALEKSANDRA
STĘPNIEWSKA**

Adwokat, współprowadząca zespół prawa karnego w biznesie w kancelarii WKB

Advocate, co-leader of the business criminal law team at WKB law firm

ESG i zrównoważony rozwój to coraz częstsze tematy rozmów i dyskusji, nie tylko tych prowadzonych w salach konferencyjnych przedsiębiorstw. Z roku na rok zwiększa się świadomość w tym zakresie, zarówno wśród członków organów korporacyjnych, jak i klientów-konsumentów. Coraz częściej przedsiębiorcy pytani są o zrównoważony charakter swojej działalności, a niekiedy sami udzielają takich informacji o oferowanych przez siebie produktach. Dlatego ważne jest, by wiedzieć, jak uniknąć ryzyk związanych z niepełnym bądź niewłaściwym informowaniem, w jakim stopniu dany produkt jest „zrównoważony”. Budowanie korporacyjnej kultury ESG, w tym odpowiedniej polityki informacyjnej i procedur informowania, może mieć duże znaczenie w procesie uzyskiwania przewagi konkurencyjnej.

PRAWO DO INFORMACJI ESG W KORPORACJI

Przedsiębiorcy z różnych branż, w szczególności sektora finansowego czy energetycznego, już teraz poddawani są

obowiązkowi raportowania ESG. Na znaczeniu zyskują też roszczenia o ujawnienie informacji dotyczących wdrażania standardów ESG.

W Polsce, w 2021 roku Zarząd Enea S.A. został zobowiązany przez sąd do udzielenia akcjonariuszom informacji o rentowności budowy opalanego węglem bloku C elektrowni w Ostrołęce. Na walnym zgromadzeniu Enea S.A. w 2018 roku, na którym głosowano zgodę na realizację inwestycji, na pytanie jednego z akcjonariuszy o opłacalność bloku C, Zarząd udzielił ogólnej informacji.

W konsekwencji na skutek pozwu akcjonariusza Zarząd miał udzielić bardziej szczegółowych informacji.

W Polsce, w 2021 roku Zarząd Enea S.A. został zobowiązany przez sąd do udzielenia akcjonariuszom informacji o rentowności budowy opalanego węglem bloku C elektrowni

w Ostrołęce. Na walnym zgromadzeniu Enea S.A w 2018 roku, na którym głosowano zgodę na realizację inwestycji, na pytanie jednego z akcjonariuszy o opłacalność bloku C, Zarząd udzielił ogólnej informacji. W konsekwencji na skutek pozwu akcjonariusza Zarząd miał udzielić bardziej szczegółowych informacji.

Informowanie o ESG nie dotyczy jedynie współników lub akcjonariuszy. Grono odbiorców jest o wiele szersze, a zagadnienie ESG może pojawić się również w procesach przepływu informacji między organami spółki.

W tym obszarze członkowie rady nadzorczej uzyskują od 13 października 2022 r. dodatkowe narzędzie oddziaływania, tzn. możliwość żądania od zarządu, osób zatrudnionych w organizacji lub wykonujących dla niej pracę na innej podstawie niż stosunek pracy - informacji i dokumentów dotyczących funkcjonowania spółki – pod rygorem odpowiedzialności karnej (por. art. 5871 oraz art. 5872 k.s.h). Brak przekazania informacji lub dokumentów, przekazanie informacji nierzetelnych lub zatajenie informacji – niezależnie od tego czy będące wynikiem działania umyślnego lub nieumyślnego – będzie stanowić przestępstwo.

Wzrasta zatem ryzyko odpowiedzialności karnej za brak raportowania lub brak rzetelności w raportowaniu wewnątrz organizacji. W ujęciu szerszym nieprawidłowości w przekazywaniu informacji ogółowi interesariuszy mogą rodzić ryzyko reputacyjne. Rzetelna informacja o realizacji celów ESG może być z kolei elementem decydującym o większej konkurencyjności przedsiębiorstwa. Konsumenci bardziej świadomi ekologicznie sięgną bowiem po te produkty i usługi, które są tworzone w sposób zrównoważony.

Dlatego też kluczowe staje się prawidłowe zorganizowanie procesu opracowywania informacji na temat działalności organizacji, w tym realizacji przez nią jej strategii i celów ESG – i jej komunikacji interesariuszom.

Krokami milowymi przy tworzeniu lub przeglądzie tego procesu mogą być następujące działania:

- identyfikacja zagadnień, które będą podlegać raportowaniu,
- przegląd istniejących procesów związanych z przygotowywaniem dokumentów oraz ich obiegiem w organizacji,
- przypisanie odpowiedzialności i zadań związanych z opracowywaniem informacji i dokumentów, ich obiegiem i komunikacją;
- decyzja w zakresie przyjęcia odrębnej procedury regulującej kwestie związane z raportowaniem.

ESG A INFORMOWANIE KONSUMENTÓW

Działania przedsiębiorców podejmowane w obrocie z konsumentami są bardzo istotne z punktu widzenia prowadzenia działalności „w duchu” ESG. Coraz większa liczba konsumentów deklaruje, że w swoich wyborach zakupowych kieruje się troską o środowisko i zwraca uwagę na etyczną postawę przedsiębiorców. Z kolei ustawodawcy podejmują inicjatywy

legislacyjne, by wzmocnić pozycję konsumentów w realizacji przyjętych przez ONZ 17 Celów Zrównoważonego Rozwoju (w tym zrównoważonej konsumpcji).

Przedsiębiorcy chcący przedstawiać swoją działalność jako zrównoważoną będą musieli przestrzegać coraz to nowych przepisów prawnych. Przykładowo, dostarczanie konsumentom właściwych informacji ma sprawiać, że będą mieli oni możliwość wyboru bardziej trwałych, możliwych do dłuższego wykorzystania towarów, dlatego w projektowanych na poziomie UE przepisach prawnych rozszerza się m. in. obowiązek informacyjny przedsiębiorcy o informacje dotyczące zrównoważoności oferowanych dóbr.

Niezależnie od tego trzeba mieć na uwadze, że niektóre nieuczciwe praktyki mogą być zwalczane już teraz, na podstawie obowiązujących przepisów. Jedną z nich jest greenwashing polegający na wywoływaniu u konsumentów wrażenia, że dany produkt lub przedsiębiorstwo go wytwarzające działają zgodnie z założeniami zrównoważonego rozwoju, mimo że informacja ta jest nieprawdziwa lub niemożliwa do zweryfikowania. Komunikaty typu „eko”, „przyjazny środowisku”, „biodegradowalny” są traktowane jako narzędzia marketingowe, a ich nieprawidłowe stosowanie może doprowadzić do wprowadzenia konsumentów w błąd i podjęcia interwencji przez Prezesa UOKiK mogącej zakończyć się dotkliwymi sankcjami dla przedsiębiorcy. Dzieje się tak dlatego że informacje dostarczane konsumentowi mają duży wpływ na podjęcie przez niego ostatecznej decyzji o zawarciu umowy, dlatego powinny być zrozumiałe i prawdziwe.

Prowadzenie działalności zgodnie z założeniami ESG to nie chwilowy trend, tylko aktualny sposób prowadzenia działalności, który w obrocie konsumenckim może przynieść wiele korzyści.

Projektowane na arenie europejskiej rozwiązania mają za zadanie sprawić, że pozycja rynkowa przedsiębiorców prowadzących działalność w sprzeczności z czynnikami ESG będzie spadać. Z tego względu ważne jest, by już teraz podejmować działania zmierzające do zapewnienia zgodności prowadzonej działalności z przepisami dotyczącymi obrotu konsumenckiego w aspekcie ESG.

Możliwe jest podjęcie m.in. następujących działań:

- weryfikacja prowadzonej komunikacji skierowanej do konsumentów z perspektywy ryzyka stosowania greenwashingu,
- bieżące monitorowanie nadchodzących zmian przepisów, w celu przygotowania się do ich wdrożenia z odpowiednim wyprzedzeniem.

W zmieniającym się otoczeniu prawnym i biznesowym, kwestie związane z ESG, w tym z przekazywaniem informacji o działalności przedsiębiorstwa różnym podmiotom, będą zyskiwać na znaczeniu. Warto już teraz rozpocząć budowanie przewagi konkurencyjnej w tym aspekcie i wypracować w organizacji skuteczny i zgodny z prawem sposób postępowania w tym zakresie.

How to inform about ESG aspects in the companies?

ESG and sustainable development are more and more often topics of conversation and discussion, not only conducted in conference rooms of the companies. Year by year, awareness in this regard is increasing, both among members of corporate bodies and among clients-customers. More and more entrepreneurs are asked about the sustainable nature of their activity and sometimes they provide themselves such information about the products they offer. Therefore, it is important to know how to avoid the risks related to incomplete or inadequate information and to what extent is a given product „sustainable“. Building a corporate ESG culture, including an appropriate information policy and information procedures, may be of great importance in the process of gaining a competitive advantage.

THE RIGHT TO ESG INFORMATION IN THE CORPORATION

Entrepreneurs from various industries, in particular the financial and energy sectors, are already subjected to ESG reporting obligations. Claims for disclosure of information concerning the implementation of ESG standards are also gaining in importance. In Poland, the Management Board of Enea S.A. in 2021, was obliged by the court to provide information to shareholders on the construction profitability of a coal-fired block C of the power plant in Ostrołęka.

At the general meeting of Enea S.A. in 2018, during which the consent to implement the investment was voted on, the Management Board provided general information on a question from one of the shareholders about the profitability of block C. Consequently, as a result of the shareholder's lawsuit, the Management Board was to provide more detailed information.

Information about ESG does not only concern partners or shareholders. The group of recipients is much wider and ESG issue may also appear in the processes of information flow between company bodies. In this regard, from 13th October 2022, the members of the Supervisory Board will receive an additional tool of influence, i.e. the possibility of requesting from the Management Board, persons

employed in the organization or performing work for it on a basis other than an employment relationship – information and documents regarding the company's activity - under pain of criminal liability (see Art. 5871 and Art. 5872 of the Code of Commercial Partnership and Companies). Lack of providing information or documents, providing unreliable information or withholding information - regardless of whether it is the result of wilful or unintentional actions – it will be a criminal offense.

Therefore, the risk of criminal responsibility for the lack of reporting or the lack of reliability in reporting within the organization is increasing. In a broader sense, abnormalities in providing information to stakeholders in general may create reputational risk. Reliable information on the implementation of ESG goals can be then a decisive element for the greater competitiveness of the enterprise. Consumers who are more environmentally aware will reach for those products and services that are created in a sustainable way.

Therefore also, it becomes crucial to properly organize the process of developing information about the activities of the organization, including the implementation of its ESG strategy and goals – and its communication to stakeholders.

The following activities can be milestones in creating or reviewing this process:

- identification of issues that will be subject to reporting;
- review of existing processes related to the preparation of documents and their circulation within the organization;
- assigning responsibilities and tasks related to information and document development, circulation and communication;
- decision in terms of adopting the procedure regulating issues related to reporting.

ESG AND INFORMING CONSUMERS

The actions of entrepreneurs taken in trade with consumers are very significant from the point of view of running a business

„in the spirit“ of ESG. An increasing number of consumers declare that they are guided by environmental concerns in their purchasing choices and that they pay attention to the ethical attitude of entrepreneurs. In turn, legislators take legislative initiatives to strengthen the position of consumers in the implementation of the 17 Sustainable Development Goals adopted by the United Nations (including sustainable consumption).

Entrepreneurs who want to present their activity as sustainable, will have to respect newer and newer legal rules. For example, providing appropriate information to customers is to enable them to choose more long-lasting goods so that can be used for a longer period of time. Therefore, in the legal rules designed at the EU level, there is an expansion of, among others, the entrepreneur's information obligation to provide information on the sustainability of the goods offered.

Regardless of that, it should be kept in mind that some unfair practices can be combated now, on the basis of the applicable regulations. One of them is greenwashing, which is about making an impression on consumers that a given product or a given company that produces it, is operating in accordance with the principles of sustainable development, even though the information is false or impossible to verify. Messages such as „eco“, „environmentally friendly“, „biodegradable“ are treated as marketing tools and their incorrect use can lead to misleading consumers and taking an intervention by the President of UOKiK, which may result in severe sanctions for an entrepreneur. This is because the information provided to the consumer has a large impact on

his/her final decision to conclude a contract, therefore it should be understandable and true.

Running a business in accordance with the ESG assumptions is not a temporary trend, but an actual way of running a business, which can bring many benefits in consumer turnover.

The solutions designed in the European arena, are meant to make the market position of entrepreneurs who run a business in contradiction with ESG factors decrease.

In the interest of that, it is important to take measures now in order to ensure compliance of the conducted activities with the legal rules on consumer trade in terms of ESG.

The following activities are possible to undertake:

- verification of the communication aimed at consumers from the perspective of the risk of using greenwashing;
- current monitoring of upcoming changes to the legal rules in order to prepare for their implementation sufficiently in advance.

In the changing legal and business environment, the issues related to ESG, including the transfer of information about the company's activity to various entities, will gain more in importance. It is worth starting now to build a competitive advantage in this aspect and work out an effective and legal procedure within the organization in this regard.



Jak podnieść świadomość finansową Polaków



Wielu z nas dotkliwie doświadcza obecnej sytuacji finansowo-gospodarczej panującej w naszym kraju. Rosnąca inflacja i podnoszone co chwila stopy procentowe przez Narodowy Bank Polski, niejednej rodzinie spędzają sen z oczu, a przecież polskie społeczeństwo do tej pory dość entuzjastycznie korzystało z wszelkiego rodzaju kredytów. Co powinniśmy zmienić, abyśmy nie byli „mądrymi Polakami po szkodzie” i świadomie, a także w porę, podejmowali decyzje finansowe?

JAK PODNIEŚĆ ŚWIADOMOŚĆ FINANSOWĄ POLAKÓW?

Zdaniem metodyków z Czepczyński Family Foundation, polskiej fundacji zajmującej się m.in. wprowadzaniem edukacji finansowej do programu nauczania, aby nasze społeczeństwo zaczęło rozważniej rozporządzać swoim budżetem i z pełną odpowiedzialnością akceptować umowy kredytowe, potrzebna jest edukacja. Edukacja ta musi być holistyczna, czyli włączona w program nauczania już od wczesnych lat, szczególnie istotny jest tu etap przedszkolny i wczesnoszkolny.

JAKIE SĄ KORZYŚCI Z EDUKACJI FINANSOWEJ OD MAŁEGO?

Na rynku widzimy coraz więcej produktów finansowych tworzonych przez banki, a które są kierowane do dzieci. Nie powinien więc nas dziwić fakt zaistnienia potrzeby edukacji finansowej właśnie dzieci, które często posiadają już swoje subkonta do kont bankowych rodziców, dysponują własnym kieszonkowym lub próbują oszczędzać na aktualne potrzeby, czy po prostu są ciekawe dorosłego świata. Edukacja ekonomiczna i finansowa rozpoczęta na tak wczesnym etapie, nie tylko zaspokaja dziecięcą ciekawość i wyjaśnia podstawowe zagadnienia z naszego otoczenia, ale też buduje filary, które rozwijane w późniejszych latach mogą skutkować kreowaniem przedsiębiorczych postaw i społeczeństwa świadomego zachodzących procesów i zasad ekonomiczno-społecznych.

ALE JAK ROZMAWIAĆ Z NAJMŁODSZYMI O PIENIĄDZACH?

Czepczyński Family Foundation opracowało kompleksowy pakiet edukacyjny skierowany do przedszkoli oraz szkół podstawowych, wspierający nauczycieli i wychowawców w przejściu przez te niełatwe zagadnienia. Projekt „ABC Ekonomii” składa się z książki „ABC ekonomii, czyli pierwsze kroki w świecie finansów”, a także dodatkowych materiałów dydaktycznych (karty pracy uczniów, infografiki, plakaty, scenariusze lekcji). Dzięki przygotowanym materiałom dzieci w przystępny sposób, razem z bohaterami opowiadania – Zosią i Maksem – dowiadują się tego, czym jest pieniądź, skąd się bierze (i dlaczego nie z bankomatu), co znaczy oszczędzać, a także dlaczego mama codziennie wychodzi do pracy.

EDUKACJA FINANSOWA NA POZIOMIE EUROPEJSKIM

Metodycy Czepczyński Family Foundation wprowadzają projekt „ABC Ekonomii” do polskich placówek edukacyjnych od wielu lat, jednak nie tylko nasz kraj potrzebuje wsparcia w tym obszarze. „ABC Ekonomii” zostało przetłumaczone m.in. na język angielski, niemiecki, hiszpański, włoski czy portugalski, i funkcjonuje już za granicą w ponad 50 placówkach. Większość państw Unii Europejskiej boryka się z podobnym problemem, w wyniku czego eksperci Fundacji Rodziny Czepczyńskich zostali zaproszeni do przedstawienia swoich doświadczeń i wniosków przed Komisją Europejską i OECD, organizacjami tworzącymi europejskie ramy kompetencji finansowych dla dorosłych, a w kolejnym kroku również dla dzieci i młodzieży. Temat ten został również podniesiony podczas majowego posiedzenia Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego, podczas którego Czepczyński Family Foundation miała możliwość podzielić się polskimi praktykami i doświadczeniami związanymi z wprowadzaniem edukacji finansowej od najmłodszych lat.



How to raise financial awareness of Poles



Many of us have been painfully affected by the current economic and financial situation in our country. Rising inflation and constantly increasing interest rates by the National Bank of Poland, many people have experienced sleepless nights, but Polish people until now have taken advantage of different types of loans quite enthusiastically. What should we change so we are not „smart Poles after the fact” and consciously, with good timing made financial decisions?

HOW DO YOU RAISE FINANCIAL AWARENESS OF POLES?

Methodologists at Czepczynski Family Foundation, Polish foundation that deals with i.e. implementing financial education into the school curriculum, so that our society handles their budget more responsibly and with full responsibility accepting loan contracts, you need to be educated in that field. This learning process should be holistic, in other words, included into the school curriculum from an early age, especially important are preschool and early elementary phases.

WHAT ARE THE BENEFITS OF FINANCIAL EDUCATION FROM A YOUNG AGE?

On the market we see more and more financial products created by banks which are directed at children. We should not be surprised by the need for financial education for children, who often have their own junior bank accounts pinned to their parents bank accounts, they have allowance to their disposal or they try to save up for current necessities, or they are just curious about adult life. Economic and financial education introduced at that early stage not only satisfies a child's curiosity and explains basic subjects from our surrounding environment but also builds pillars, which when developed later in life may result in creating entrepreneurial mind-sets and a society conscious of forthcoming processes and socio-economic rules or regulations.

BUT HOW DO YOU TALK WITH THE YOUNGEST ABOUT MONEY?

Czepczynski Family Foundation has worked up a comprehensive educational package directed at preschools and elementary schools, supporting teachers and caregivers in going through these topics that are not easy. The „ABC's of Economy” project includes a book called „ABC of Economy, or first steps in the world of finance”, and also additional didactic materials (students progress cards, infographics, posters and lesson scripts). Thanks to prepared materials for children in a understandable manner, along with main characters in the story – Zosia and Max – they discover what is money, where does it come from (and why not an ATM), what it means to save and why mom goes to work everyday.

FINANCIAL EDUCATION ON THE EUROPEAN LEVEL

Methodologists at Czepczynski Family Foundation have been introducing the „ABC's of Economy” project to Polish educational institutions for many years, although not only our country needs help in this matter. „ABC's of Economy” have been translated to english, german, spanish, italian and portugese and is functioning abroad in over 50 schools. Most countries in the European Union is fumbling with a similar problem, this resulted in our experts from Czepczynski Family Foundation have been invited to present their experiences and conclusions in front of the European Commission and OECD, organizations creating a european framework of financial competences for adults and in turn also for children and teenagers.

This topic was touched on during the Socio-Economic Committee meeting in May, during which Czepczynski Family Foundation had the opportunity to share the Polish side of experience and how it works in practice when introducing financial education from a young age.





Kajima Poland

Łączymy japoński etos pracy oraz dążenie do perfekcji
z polską energią i nieszablonowym myśleniem.



Kajima Poland jest japońską korporacją budowlaną. W Polsce działamy od 2001 roku. Trzonem naszych usług jest generalne wykonawstwo obiektów kubaturowych w formule design & build. Specjalizujemy się w krótkich terminach budowy oraz w prowadzeniu rozbudowy funkcjonujących obiektów bez zakłócania ich aktywności produkcyjnej bądź logistycznej. Większość realizacji przygotowujemy do wielokryterialnej certyfikacji BREEAM. Działamy zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju, a następnie poddajemy te działania ocenie na uznanej międzynarodowej platformie ratingowej Ecovadis. W 2022 roku uzyskaliśmy srebrny medal.

Oferujemy:

- generalne wykonawstwo w formule design & build;
- analizę inwestycji i techniczne wsparcie przy wyborze lokalizacji (due diligence);
- opracowanie budżetu inwestycji;
- kompleksowe i wielobranżowe projektowanie;
- koordynację projektu w systemie BIM;
- przygotowanie inwestycji do certyfikacji w standardach zrównoważonego budownictwa BREEAM i LEED.



Nasz zespół tworzą międzynarodowi specjaliści z wielu branż: inżynierowie, architekci, prawnicy, finansiści, pracownicy administracji, marketingu oraz IT. W codziennej pracy stawiamy na dobre relacje, indywidualny rozwój a także na stabilność zatrudnienia. Poza wspólną realizacją celów biznesowych łączy nas potrzeba wspólnych działań na rzecz ochrony środowiska, różnych grup społecznych, a także zwierząt.



Zapraszamy na kajima.pl, LinkedIn, Facebook.

eMI.GOLF

Trener golfa na wyciągnięcie ręki

Golf jest bardzo trudnym technicznie i wymagającym sportem. Podczas swingu golfowego golfista wykorzystuje ponad 120 mięśni, które powinny być wyuczone i zsynchronizowane, aby wykonać poprawne uderzenie. Istotnym zatem elementem w nauce jest praca z trenerem, pamięć mięśniowa, a także biomechanika ciała w sporcie i ćwiczeniach ruchowych. Każdy człowiek ma inne możliwości fizyczne - to, że jedna osoba będzie w stanie zrobić odpowiednio daleki zamach, zaangażować wszystkie mięśnie, wcale nie oznacza, że inna również.

Analizując topowych golfistów można określić pewne stałe czynniki definiujące swing. Nie istnieje jednak swing idealny - ruch ten powinien zostać dopasowany do golfisty na podstawie jego budowy ciała, sylwetki czy możliwości. Właśnie dlatego **eMI.GOLF podkreśla znaczenie trenera**, który jest w stanie ocenić, jakie elementy należy zmienić bądź poprawić, aby wpłynąć na tor lotu piłki w konkretnym obszarze. Praca z trenerem opiera się nie tylko o ćwiczenia, ale w dużej mierze jest to analiza elementów, których się uczymy. Otóż bardzo często po opanowaniu jednego z elementów, należy dokonać korekty poprzedniego, np. poprzez minimalnie inne ułożenie dłoni na kiju. Zdarza się także, że zapominamy o poprzednich ustaleniach. Innymi słowy trener dokonuje oceny, czy nasze postępy w nauce wpłynęły na inne, dopracowane już elementy naszego swingu i podpowiada, nad czym należy w pierwszej kolejności popracować.

TECHNOLOGIA WSPIERAJĄCA NAUKĘ GRY W GOLFA NA PŁASZCZYŹNIE TRENER - GOLFISTA.

Praca z trenerem najczęściej przyjmuje formę stacjonarną, np. spotkania, czy treningu na strzelnicy golfowej - Driving Range lub na Polu Golfowym. Oczywiście istnieją narzędzia, które starają się wspierać pracę na odległość, jednak pomimo znacznego rozwoju technologii, nie istniało do tej pory dedykowane rozwiązanie, które pozwoliłoby w pełni tę pracę utrzymywać i usprawniać. Kilka lat temu w Polsce powstał start-up, który próbował dokonywać analizy swingu za pomocą systemu motion capture - technologii umożliwiającej

przechwycenie ruchów człowieka i przeniesie ich do przestrzeni 3D. Było to jednak bardzo drogie, mało wygodne i niedostępne dla większości osób.

Właśnie dlatego **eMI.GOLF wykorzystuje możliwości technologiczne ogólnodostępnych urządzeń na rynku - smartphonów**, które człowiek najczęściej posiada przy sobie. Narzędzie łączy dwa najważniejsze elementy: analizę gry na polu oraz swingu, czyli samego zamachu i uderzenia oraz możliwość współpracy z trenerem na odległość, bez spadku jego wydajności i efektów treningu.

Założeniem rozwiązania jest to, aby trener - ćwicząc z golfistą na treningu stacjonarnym - powiedział, nad czym powinien on pracować w pierwszej kolejności. Następnie, za pomocą narzędzia, zapisuje on metodą bieżącego celu nauki, określając przy tym punkty i działania charakterystyczne. Opisuje on, co powinno się wydarzyć i jakie odchylenia są akceptowalne a system sam analizuje ich poprawność.

Narzędzie eMI.GOLF umożliwia automatyczne mierzenie odległości oraz kąta między poszczególnymi punktami, a także przeanalizowanie ruchu w płaszczyźnie. Dlatego po otrzymaniu informacji, że po wdrożeniu naszej nauki dany pomiar powinien mieścić się w konkretnym zakresie, golfista może w prosty sposób sprawdzić efekty swoich działań na własnym treningu, bez angażowania trenera. Część analizy wykonywana jest w sposób manualny, gdyż golfista musi nagrać swoje uderzenie, żeby następnie trener mógł zapoznać się z nagraniem i dokonać odpowiedniej analizy. Wiele z parametrów analizowanych jest automatycznie co usprawnia pracę trenera. Za pomocą narzędzia trener może nanieść klatka po klatce elementy statyczne typu linie, punkty, koła, kwadraty - na obraz lub dokonywać automatycznych pomiarów na podstawie wykrytych punktów. W ten sposób system wraz z trenerem wskazuje, nad czym golfista powinien popracować, aby utrzymać prawidłowe ustawienie ciała, tak aby swing był prawidłowy.

Dzięki rozwiązaniu eMI.GOLF, możliwe jest śledzenie postępów i treningów golfisty przez trenera, korelacja wyników z pola z postępami treningów, a także, sprawdzanie historii nauki oraz statystyk z pracy golfisty. W ten sposób trener optymalizuje swoją pracę i czas poświęcany na poszczególnych kursantów.

Dokonuje on analizy nie tylko stacjonarnie, ale również zdalnie - tym samym może trenować w ciągu dnia więcej osób, nie tracąc na jakości treningów.

Więcej informacji na temat narzędzia eMI.GOLF znajduje się na stronie internetowej: www.emi.golf



Nazwa pomiaru

Wybrane punkty:

L1 L2 L3

Wybierz metodę pomiaru:

☒ Odległość
 ☐ Kąt
 ☐ Płaszczyzna

Wartość:
 Dewiacja:

Wybierz moment pomiaru:

☒




eMI.GOLF

The golf coach is at your fingertips

Golf is a very technically challenging and demanding sport. During a golf swing, a golfer uses over 120 muscles that must be learned and synchronized to make the correct stroke. Therefore, an essential element in learning is working with a coach, muscle memory, as well as biomechanics of the body in sports and movement exercises. Everyone has different physical abilities - the fact that one person will be able to make a sufficiently long swing, and engage all muscles, does not mean that another person will be able to do it either.

By analyzing top golfers, you can identify certain constant swing factors. However, there is no perfect swing - this movement should be tailored to the golfer based on his body build, figure or abilities. **This is why eMI.GOLF emphasizes the importance of a coach** who is able to assess what elements need to be changed or improved to influence the ball's trajectory in a specific area. Working with a coach is based not only on exercises but to a large extent, it is an analysis of the elements that we learn. Well, very often, after mastering one of the elements, you need to correct the previous one, e.g. by placing your hand slightly differently on the golf club. It also happens that we forget about previous arrangements. In other words, the coach assesses whether our learning progress has influenced other, already refined elements of our swing and suggests what to work on in the first place.

TECHNOLOGY SUPPORTS LEARNING TO PLAY GOLF, AND CONTACT BETWEEN COACH AND GOLFER.

Working with a coach most often takes a stationary form, e.g. meetings or training on a golf shooting range - Driving Range or on a Golf Course. Of course, there are tools that try to support remote work, but despite the significant development of technology, so far there has not been a dedicated solution that would allow this work to be fully maintained and improved. A few years ago, a start-up was established in Poland that tried to analyze swings using the motion capture system - a technology that could capture human movements and transfer them to 3D space. However, it was very expensive, inconvenient, and inaccessible to most people.

That is why eMI.GOLF uses the technological possibilities of generally available devices on the market -

smartphones that people most often have with them. The tool combines two most important elements: the analysis of the game on the field and the swing, and the ability to cooperate with the coach at a distance, without reducing his performance and training effects.

The assumption of the solution is that the coach - while practicing with the golfer in stationary training - tells what he should work on in the first place. Then, with the help of the tool, it writes down the methodology of the current learning goal, specifying points and specific activities. It describes what should happen and what deviations are acceptable, and the system analyzes their correctness itself.

The eMI.GOLF tool allows you to automatically measure the distance and angle between individual points, as well as analyze the movement in the plane. Therefore, after receiving information that after the implementation of our learning, a given measurement should be within a specific range, a golfer can easily check the effects of his actions during his own training, without involving the coach. Part of the analysis is done manually because the golfer has to record his stroke so that the trainer can read the recording and make the appropriate analysis. Many of the parameters are analyzed automatically, which improves the trainer's work. With the help of the tool, the trainer can apply frame-by-frame static elements such as lines, points, circles, and squares - to the image or make automatic measurements based on the detected points. In this way, the system and the coach indicate what the golfer should work on to maintain the correct body alignment so that the swing is correct.

Thanks to the eMI.GOLF solution, it is possible to track the progress and training of a golfer by the coach, correlate the results from the course with the progress of training, as well as check the history of learning and statistics from the golfer's work. In this way, the coach optimizes his work and the time devoted to individual students. **It performs analysis not only stationary but also remotely** - thus it can train more people during the day without losing the quality of training.

For more information on eMI.GOLF, please visit: www.emi.golf



praca50.plus

nowy serwis z ofertami pracy

Dojrzyj potencjał w największej i najszybciej rosnącej grupie na rynku pracy – osobach po 50. roku życia. Dzięki nowemu portalowi **praca50.plus** zyskasz dostęp do doświadczonych i zaangażowanych pracowników.

Rynek pracy dojrzał wraz z pracownikami



Dojrzały do pracy

Według danych GUS obecnie w Polsce żyje 14 mln osób powyżej 50. roku życia, co stanowi 37 proc. wszystkich mieszkańców kraju. Ta liczba ciągle rośnie! Tymczasem zmienia się postawa wobec aktywności zawodowej. Coraz więcej ludzi deklaruje chęć pracy w wieku emerytalnym odpowiedniego ze względu na potrzebę utrzymania statusu materialnego oraz poczucia przynależności do grupy.

Pracodawco, jakiś problem?

Trudności w pozyskiwaniu pracowników to rzeczywistość większości firm. Ciężko o wartościowe CV, z których można wyłonić kandydatów na rozmowę rekrutacyjną.



14 mln
osób 50+
w Polsce¹



29
zawodów
deficytowych²



14,5%
aktywność
zawodowa
w grupie 50+³

Dojrzyj nowe możliwości

Pracodawco, w świetle tych zmian, warto pozyskać do swojej organizacji lojalnych i doświadczonych pracowników. Dojrzyj potencjał grupy osób 50+, które zapewnią stabilny rozwój Twojej firmie. Bądź otwarty na tworzenie zespołów zróżnicowanych wiekowo.

Praca50.plus to adres z ogromnym potencjałem dla pracodawców szukających pracowników.

W serwisie Praca50.plus znajdziesz dojrzałych i kompetentnych pracowników umysłowych i fizycznych na terenie całej Polski.

Wypróbuj Praca50.plus za darmo! Załóż konto pracodawcy i wykorzystaj pakiet bezpłatnych ogłoszeń. Włącz do swojego zespołu wartościowych pracowników 50+!



Wejdź na Praca50.plus
i znajdź pracowników

¹Źródło: GUS

²Źródło: BAROMETR ZAWODÓW 2021

³Źródło: GUS

Jak waloryzować publiczne kontrakty budowlane? KKLW



**PRZEMYSŁAW
WIERZBICKI**

Adwokat | Partner
w KKLW Legal Kurzyński Wierzbicki
Advocate | Partner
at KKLW Legal Kurzyński Wierzbicki

Branża budowlana stoi obecnie na skraju wyczerpania. Rynek najpierw borykał się ze skutkami pandemii, a obecnie branży doskwierają także daleko idące skutki wojny w Ukrainie. Głównym problemem sektora budowlanego jest przede wszystkim gwałtowny i znaczny wzrost cen materiałów budowlanych, ograniczenie dostępności surowców, odpływ kadry pracowniczej składającej się w znacznej mierze z obywateli Ukrainy. To wszystko sprawia, że zawarte wcześniej kontrakty budowlane nie tylko nie przynoszą zysku, ale dodatkowo także firmy muszą dokładać do prowadzonych przez siebie inwestycji. W rezultacie palącym problemem i jednym z najważniejszych wyzwań stała się waloryzacja kontraktów budowlanych.

DWIE DROGI DO WALORYZACJI

Zwiększenie wynagrodzenia wykonawcy może odbyć się zasadniczo:

- bez wdawania się w spór sądowy z zamawiającym,
- w ramach sporu sądowego zainicjowanego przez wykonawcę przeciwko zamawiającemu.

KOŁO RATUNKOWE RZUCONE WYKONAWCOM

Wynagrodzenie wykonawcy może ulec zwiększeniu w oparciu o zawartą w umowie klauzulę waloryzacyjną.



**MARTA
EWIAK – KAWECKA**

Adwokat
w KKLW Legal Kurzyński Wierzbicki
Advocate
at KKLW Legal Kurzyński Wierzbicki

Szkopuł jednak w tym, że nie we wszystkich publicznych kontraktach budowlanych wprowadzona została klauzula waloryzacyjna. Dopiero bowiem nowa ustawa prawo zamówień publicznych, która weszła w życie w styczniu 2021 r., nakłada na zamawiających publicznych obowiązek stosowania klauzul waloryzacyjnych w kontraktach budowlanych zawartych na okres dłuższy niż 12 miesięcy. Kontrakty budowlane zawarte na gruncie poprzedniego prawa zamówień publicznych zasadniczo nie zawierały klauzul waloryzacyjnych.

Obecnie publiczne kontrakty budowlane, mimo iż zawierają klauzule waloryzacyjne, nierzadko nie spełniają oczekiwań rynku. Wykonawcy w wielu przypadkach skarżą się bowiem na pozorność klauzul waloryzacyjnych i wskazują, że wprowadzone do umów klauzule waloryzacyjne nie spełniają swej podstawowej funkcji. Uzasadniając swoje stanowisko wykonawcy odwołują się do stosowanego często przez zamawiających maksymalnego limitu waloryzacji na poziomie 5% wartości wynagrodzenia, który to limit w obecnej, kryzysowej sytuacji na rynku budowlanym, może być dalece niewystarczający.

Firmom budowlanym na ratunek może przyjść art. 455 ust. 1 pkt 4 obecnej ustawy prawo zamówień publicznych

(art. 144 ust. 1 pkt 3 poprzedniej ustawy prawo zamówień publicznych). Komentowana regulacja umożliwia zwiększenie wynagrodzenia wykonawcy, w przypadku gdy konieczność zmiany umowy spowodowana jest okolicznościami, których zamawiający, działając z należytą starannością, nie mógł przewidzieć. W kontekście wskazanej przesłanki, Urząd Zamówień Publicznych w wydanej w marcu 2022 r. opinii prawnej podkreśla, że konflikt zbrojny w Ukrainie, jego zasięg oraz transgraniczne, gospodarcze skutki, zakwalifikować można jako zewnętrzne zjawisko, którego nie można było przewidzieć, pomimo zachowania należytej staranności.¹

Regulacja art. 455 ust. 1 pkt 4 PZP może zatem posłużyć do urealnienia wynagrodzenia wykonawcy. Na podstawie komentowanej regulacji możliwe jest:

- a) zwiększenie wynagrodzenia wykonawcy:
 - i. gdy w kontrakcie nie przewidziano klauzuli waloryzacyjnej,
 - ii. gdy w kontrakcie zawarta została klauzula waloryzacyjna, ale jest ona niewystarczająca do zniwelowania skutków spowodowanych zmianą okoliczności realizacji kontraktu,
- b) wprowadzenie do kontraktu klauzuli waloryzacyjnej albo zmodyfikowanie przewidzianej w kontrakcie klauzuli waloryzacyjnej, np. poprzez zwiększenie maksymalnego limitu waloryzacji.²

Warto dodać – za stanowiskiem Prokuratury Generalnej RP – iż odmowa zwiększenia wynagrodzenia wykonawcy, w sytuacji gdy spełnione zostały ustawowe przesłanki do zwaloryzowania wynagrodzenia, może być uznana za działanie niegospodarne. Ryzyko postawienia zamawiającemu takiego zarzutu może skutecznie skłonić zamawiających publicznych do podwyższania wykonawcom wynagrodzenia.

SPÓR SĄDOWY

W niektórych przypadkach zwiększenie wynagrodzenia wykonawcy możliwe będzie jedynie na drodze sądowej. Zdarzyć się może bowiem tak, że zamawiający konsekwentnie odmawiał będzie wykonawcy waloryzacji wynagrodzenia. W takich sytuacjach na pomoc może przyjść tzw. klauzula rebus sic stantibus.

KLAUZULA REBUS SIC STANTIBUS – CZYLI CO?

Brzmiąca tajemniczo klauzula rebus sic stantibus umożliwia sądowi „ingerowanie” w treść łączącej strony umowy, np. właśnie poprzez podwyższenie wynagrodzenia wykonawcy.

Klauzula ta uregulowana została w Kodeksie cywilnym w dwóch przepisach – art. 632 § 2 oraz 357 [1], przy czym w przypadku kontraktów z wynagrodzeniem ryczałtowym

zastosowanie znajdzie art. 632 § 2 Kodeksu cywilnego, zaś w przypadku pozostałych kontraktów podstawą domagania się podwyższenia wynagrodzenia będzie art. 357 [1] Kodeksu cywilnego.

OD CZEGO ZACZĄĆ?

Przed złożeniem pozwu o podwyższenie wynagrodzenia należy zweryfikować czy możliwość podwyższenia wynagrodzenia w oparciu o klauzulę rebus sic stantibus nie została wyłączona w kontrakcie. Regulacje art. 632 § 2 oraz 357 [1] Kodeksu cywilnego mają bowiem charakter dyspozytywny, co oznacza że dopuszczalne jest umowne wyłączenie ich stosowania.

KIEDY MOŻNA PÓJŚĆ DO SĄDU I O ILE WYNAGRODZENIE WYKONAWCY MOŻE ULEC ZWIĘKSZENIU?

Zwiększenie wynagrodzenia na podstawie klauzuli rebus sic stantibus wymaga spełnienia określonych przesłanek. Przede wszystkim nastąpić musi zmiana stosunków, której nie dało się przewidzieć (np. nagły, gwałtowny, niespodziewany, znaczny wzrost cen materiałów budowlanych). Jednocześnie wykonanie kontraktu powinno grozić wykonawcy rażącą stratą. Odwołanie się do rażącej straty wskazuje, iż chodzi o stratę, która niweczy przeprowadzoną przez wykonawcę kalkulację, z uwzględnieniem zwykłego ryzyka kontraktowego. Rażącej straty nie można utożsamiać z utratą zakładanego zysku, gdyż utrata zysku mieści się w zakresie zwykłego ryzyka kontraktowego.

Sądowe podwyższenie wynagrodzenia powinno obejmować tę część straty, która wykracza poza zwykłe ryzyko kontraktowe. Klauzula rebus sic stantibus nie ma bowiem na celu zrekompensowania całej straty, lecz zniwelowanie jej do takiego poziomu, który nie będzie rażący.

WNIOSKI

Jak wskazaliśmy na wstępie, zwiększenie wynagrodzenia wykonawcy w obecnych realiach rynkowych nie musi wiązać się z poddaniem sprawy pod rozstrzygnięcie sądu. Stanowisko zaprezentowane przez Urząd Zamówień Publicznych w wydanej opinii prawnej, jak również stanowisko Prokuratury Generalnej RP może stanowić skuteczny sposób do nakłonienia zamawiającego publicznego do waloryzacji wynagrodzenia wykonawcy. Jeżeli jednak polubowne rozwiązanie sprawy zawiedzie – wykonawca może domagać się podwyższenia wynagrodzenia przez sąd.

¹ Opinia Urzędu Zamówień Publicznych z dnia 24 marca 2022 r. „Dopuszczalność zmiany umowy w sprawie zamówienia publicznego na podstawie art. 455 ust. 1 pkt 1 i 4 oraz art. 455 ust. 2 ustawy Pzp”.

² Stanowisko Prokuratury Generalnej Rzeczypospolitej Polskiej z lipca 2022 r. „Zmiana umowy z uwagi na nadzwyczajny wzrost cen (waloryzacja wynagrodzenia)”.

Kancelaria KKLW – oferuje kompleksowe doradztwo prawne przy realizacji skomplikowanych projektów infrastrukturalnych, w tym kontraktów budowlanych. Doradza zarówno na etapie realizacji umów, jak również na etapie trwania postępowań o udzielenie zamówienia publicznego. Reprezentuje prywatnych inwestorów oraz zamawiających publicznych w sporach przed Krajową Izbą Odwoławczą oraz w sporach sądowych.

How to valorize public construction contracts?

KKLW

The construction industry is currently on the brink of exhaustion. The market first faced the impact of the pandemic and now the industry is suffering from the far-reaching effects of the war in Ukraine. The main problem for the construction sector is the sharp and significant increase in the price of construction materials, the reduction in the availability of raw materials and the outflow of a mostly Ukrainian labour force. As a result, not only do previously concluded construction contracts fail to generate a profit, but also companies have to pay extra for their investments. This has made the valorisation of construction contracts a pressing issue and one of the most prominent challenges.

TWO PATHS TO VALORISATION

An increase in the contractor's remuneration can generally take place:

- a) without entering into litigation with the contracting authority,
- b) as part of litigation initiated by the contractor against the contracting authority.

LIFEBELT THROWN TO THE CONTRACTORS

The contractor's remuneration may be increased based on the valorisation clause in the contract. But the trouble is that not all public construction contracts have a valorisation clause introduced. In fact, it is only the new public procurement law, which came into force in January 2021, that requires public procurers to use valorisation clauses in construction contracts signed for more than 12 months. Construction contracts concluded under the previous public procurement law basically did not contain valorisation clauses.

Currently, public construction contracts, despite containing valorisation clauses, often fail to meet market expectations. Contractors in many cases complain about the bogusness of the valorisation clauses and point out that the valorisation clauses introduced into contracts do not fulfil their primary function. In justifying their position, contractors refer to the often applicable by contracting

authorities maximum limit for valorisation of 5% of the remuneration value, which may be insufficient in the current crisis situation in the construction market.

Art. 455.1.4 of the current public procurement law (art. 144.1.3 of the previous public procurement Law) may come to the rescue of construction companies. The commented regulation allows for an increase in the contractor's remuneration where the need to amend the contract is due to circumstances that the ordering party, acting with due diligence, could not have foreseen. In the context of the indicated premise, the Public Procurement Office in a legal opinion issued in March 2022 emphasises that the armed conflict in Ukraine, its extent and cross-border, economic consequences, qualify as an external phenomenon that could not have been foreseen, despite the exercise of due diligence.¹

The regulation of art. 455.1.4. of the PPL may therefore be used to make the contractor's remuneration more realistic. Under the commented regulation it is possible:

- a) to increase the contractor's remuneration:
 - i. when no valorisation clause is provided for in the contract,
 - ii. when an valorisation clause has been included in the contract, but it is insufficient to mitigate the effects caused by a change in the circumstances of contract performance,
- b) to introduce an valorisation clause into the contract or modify the valorisation clause in the contract, e.g. by increasing the maximum limit for valorisation.²

It is worth adding - in line with the position of the General Counsel to the Republic of Poland - that a refusal to increase the contractor's remuneration in a situation where the statutory prerequisites for remuneration adjustment have been met may be deemed to be a wasteful act. The risk of such an allegation being made against the contracting authority may effectively encourage public contracting authorities to increase contractors' remuneration.

LITIGATION

In some cases, an increase in the contractor's remuneration will be possible only through the courts. It may occur that the contracting authority consistently refuses to adjust the contractor's remuneration. In such situations, the rebus sic stantibus clause may come to the rescue.

THE REBUS SIC STANTIBUS CLAUSE - SO WHAT?

The mysterious-sounding rebus sic stantibus clause allows the court to 'interfere' with the content of the contract between the parties, e.g. by increasing the contractor's remuneration.

This clause is regulated in the Civil Code in two regulations – art. 632 § 2 and 357 [1], with art 632 § 2 of the Civil Code applying in the case of contracts with flat-rate remuneration, and art. 357 [1] of the Civil Code being the basis for demanding an increase in remuneration in the case of other contracts.

WHERE TO START?

Before filing a claim for an increase in remuneration, it should be verified that the possibility of an increase in remuneration based on the rebus sic stantibus clause has not been excluded in the contract. In fact, the regulations of art. 632 § 2 and 357 [1] of the Civil Code are dispositive, which means that a contractual exclusion of their application is permissible.

WHEN CAN YOU GO TO COURT AND BY HOW MUCH CAN THE CONTRACTOR'S REMUNERATION BE INCREASED?

An increase in remuneration on the basis of a rebus sic stantibus clause requires the fulfilment of certain conditions. First and foremost, there must be a change in relations that could not have been foreseen (e.g. a sudden, sharp, unexpected, significant increase in the price of construction materials). At the same time, the performance of the contract should threaten the contractor with a gross loss. The reference to gross loss emphasises that it is a loss that nullifies the contractor's calculation, taking into account the normal contractual risks. Gross loss cannot be identified with loss of anticipated profit, as loss of profit falls within the scope of ordinary contractual risk.

A court-ordered increase in remuneration should cover that part of the loss which goes beyond the ordinary contractual risk. The rebus sic stantibus clause is not intended to compensate for the entire loss, but to reduce it to a level that is not gross.

CONCLUSIONS

As we pointed out at the beginning, increasing the contractor's remuneration in the current market realities does not necessarily involve taking the matter to court. The view presented by the Public Procurement Office in its legal opinion, as well as the opinion of the General Counsel to the Republic of Poland, may be an effective way of inducing the public procurer to valorise the contractor's remuneration. However, if an amicable resolution of the case fails - the contractor can demand an increase in remuneration through the courts.

¹ Opinion of the Public Procurement Office of 24 March 2022 „Dopuszczalność zmiany umowy w sprawie zamówienia publicznego na podstawie art. 455 ust. 1 pkt 1 i 4 oraz art. 455 ust. 2 ustawy Pzp”

² Opinion of the General Counsel to the Republic of Poland „Zmiana umowy z uwagi na nadzwyczajny wzrost cen (waloryzacja wynagrodzenia)”.

KKLW Law Firm - offers comprehensive legal advice on complex infrastructure projects, including construction contracts. It advises both at the contract execution stage and at the stage of public procurement proceedings. It represents private investors and public procurers in disputes before the National Appeals Chamber and in court disputes.



NOKIA

Kompleksowe i innowacyjne rozwiązania oraz urządzenia biznesowe dla firm w świecie po pandemii.

Od pandemii COVID-19 każda branża w pewnym stopniu przyjęła pracę hybrydową. Pandemia na zawsze zmieniła sposób, w jaki pracujemy. Połączenie tradycyjnego środowiska biurowego z niespotykanym dotąd poziomem pracy zdalnej oznacza, że innowacyjne rozwiązania cyfrowe i urządzenia, które je bezpiecznie obsługują, będą odgrywać kluczową rolę.

Ponieważ granice pracy wykraczają poza biuro, dla firm kluczowe jest korzystanie z rozwiązania Enterprise Mobility Management (EMM), które jest proaktywne, a nie reaktywne, oraz równie niezawodnych urządzeń mobilnych.

Rozwiązanie EMM – globalny zasięg i europejskie wartości

W HMD Global europejskie wartości spotykają się z globalnym zasięgiem w zakresie bezpieczeństwa i prywatności w rozwiązaniach mobilnych. Oprócz urządzeń i akcesoriów HMD Global oferuje pakiet usług dla przedsiębiorstw, które wciąż przesuwają granice innowacji w dziedzinie IoT i bezpieczeństwa. Jednym z nich jest HMD Enable Pro, rozwiązanie EMM, które realizuje skandynawskie wartości, niezawodność i zaufanie. Stworzone i utrzymywane w Centrum Kompetencji HMD w Tampere w Finlandii, łączy w sobie doświadczenie w zakresie smartfonów z systemem Android oraz rozwiązań dla urządzeń mobilnych stosowanych w przedsiębiorstwach. HMD Enable Pro pozwala firmom optymalizować urządzenia mobilne pod kątem konkretnych zastosowań, zarówno do użytku osobistego, jak i IoT. Opiera się na najnowszych funkcjach systemu

Android Enterprise i umożliwia firmom rejestrowanie urządzeń i centralne zarządzanie nimi, niezależnie od tego, czy są one własnością firmy, czy pracownika (Bring Your Own Device - BYOD). Rozwiązanie jest przeznaczone do zastosowań korporacyjnych i IoT i zapewnia niezawodne zarządzanie z jednego miejsca. Organizacje mogą zdalnie zarządzać i monitorować flotę urządzeń z systemem Andro-

w którym 70% pracowników korzysta z firmowych urządzeń mobilnych do pobierania osobistych aplikacji.

Urządzenia Nokia w programie Android Enterprise Recommended – pewność działania

HMD Global z dumą oferuje również najszerszą na świecie gamę produktów spełniające kryteria programu Android Recommended, spełniając oczekiwania każdy sektora: finanse, opieka zdrowotna, produkcja, logistyka, sektor publiczny i inne. Firma HMD Global dołączyła do programu urządzeń Android Enterprise Recommended od samego początku. Oznacza to, że urządzenia objęte programem Android Enterprise Recommended spełniają surowe wymagania firmy Google dotyczące sprzętu, oprogramowania i wdrażania.

Wszystkie smartfony Nokia objęte programem Android Enterprise Recommended otrzymują co najmniej dwie aktualizacje systemu operacyjnego Android i trzyletnie, comiesięczne aktualizacje zabezpieczeń.

Urządzenia Nokia G, X-series i tablet Nokia T20 otrzymują comiesięczne aktualizacje zabezpieczeń, co zdecydowanie przekracza wymóg Android Enterprise Recommended aktualizacji kwartalnych, dzięki czemu doskonale radzą sobie z nowymi lukami w zabezpieczeniach.



Nokia G60 5G

Nokia T20 to pierwszy tablet z programem Android Enterprise Recommended, który obsługuje 2-letnie aktualizacje systemu operacyjnego, dzięki czemu jest na bieżąco z najnowszymi innowacjami Androida. Oferuje 3-letnie comiesięczne aktualizacje zabezpieczeń od momentu wprowadzenia na rynek. Opcjonalnie może być objęty czwartym rokiem aktualizacji zabezpieczeń, co jest dodatkową wartością dla firm w zakresie bezpieczeństwa.

Dzięki niezawodnym urządzeniom Nokia i innowacyjnym usługom, HMD Global umożliwia przedsiębiorstwom na całym świecie osiągnięcie celów biznesowych przy wykorzystaniu najnowszych trendów w zakresie bezpieczeństwa i mobilności pracy.



Nokia XR20

id, instalować potrzebne aplikacje, definiować różne ustawienia łączności i zabezpieczeń oraz korzystać z funkcji, takich jak Android SafetyNet, aby szybko identyfikować urządzenia, które są potencjalnie zagrożone w zakresie bezpieczeństwa. Ma to coraz większe znaczenie w świecie,

A black Nokia G60 5G smartphone is shown from a rear perspective, angled diagonally across the frame. The phone's camera module, located in the top-left corner of the back, features four lenses and a flash, with the text "50MP AI Camera" printed below them. The "NOKIA" logo is visible in the bottom-left corner of the phone's back. The phone is surrounded by clear plastic waste, including a large, crumpled plastic bottle and a plastic cap, which are partially visible in the background and foreground. The entire scene is set against a dark blue background.

NOKIA

Play the long game

Nokia G60 5G

Trwała konstrukcja z materiałów
pochodzących z recyklingu.
3 lata gwarancji, uaktualnienia systemu
operacyjnego i comiesięczne
aktualizacje zabezpieczeń.

HMD Global Oy is the exclusive licensee of the Nokia brand for phones & tablets.
Nokia is a registered trademark of Nokia Corporation.

NOKIA

Comprehensive and innovative enterprise solutions and devices for successful businesses in a post-pandemic world

Since the COVID-19 pandemic, every industry has embraced hybrid working to some degree and pandemic has changed the way we work forever. Combining traditional office environments with unprecedented levels of remote work means innovative digital solutions - and devices that run them securely - will play an integral role.

As work borders expand beyond the office, for companies it can be crucial to benefit from an innovative Enterprise Mobility Management (EMM) solution, that is proactive rather than reactive, and devices that are equally reliable.

European values and global innovation in EMM solution

At HMD Global European values meet global innovation for security and privacy in mobile solutions. In addition to devices and accessories, HMD Global offers a suite of enterprise services that continue to push the boundaries of innovation in IoT and security. One of those is HMD Enable Pro, EMM solution which embodies Nordic values of reliability, dependability and trust, and as it is created and maintained at HMD's Tampere Centre of Excellence in Finland it combines expertise in both Android smartphones as well as Enterprise solutions. HMD Enable Pro lets businesses optimise enterprise

devices for specific use cases, whether for personal or IoT use. It is based on the latest Android Enterprise capabilities and allows companies to enrol and centrally manage their devices, whether they are company-owned or Bring Your Own Device (BYOD) based. The solution is for IoT and enterprise use and provides a one stop shop for reliable mobile connectivity. Organisations can manage and monitor a fleet of Android devices remotely, install needed applications,

define various connectivity and security settings, and benefit from features like Android SafetyNet to quickly identify devices that are potentially compromised on security. This is increasingly vital in a world where 70% of employees use com-

pany-issued tablets to download personal apps.

Android Enterprise Recommended Nokia devices for better business

HMD Global is also proud to offer the world's broadest Android Recommended range, supplying every area of business - from public sector, to finance, healthcare, manufacturing, and logistics. HMD Global joined the Android Enterprise Recommended device programme from the very beginning. This means that the devices that are part of the Android Enterprise Recommended programme meet Google's strict enterprise requirements for hardware, software, and deployment.

All Nokia smartphones in the Android Enterprise Recommended program receive at least two Android OS upgrades and three years of monthly security updates.

Nokia G, X-series devices, and Nokia T20 tablet receive monthly security updates, rather than the minimum Android Enterprise Recommended requirement of quarterly updates, so they are constantly equipped to tackle new cybersecurity vulnerabilities.

Nokia T20 is the first Android Enterprise Recommended tablet that supports 2 years of OS upgrades, keeping you up to date with the latest Android innovation, and offers 3 years of monthly security updates from global launch. Plus, an optional 4th year of quarterly security updates for enterprises as a Value-Added Service. Internal

With all these reliable Nokia devices and innovative service offerings, HMD Global empowers enterprises all over the world to achieve their business goals while keeping up with the latest innovation trends.



Nokia XR 20



Nokia G60 5G



**BROKER
UBEZPIECZENIOWY**



Nord Partner to:

- zespół ludzi, dla których Klient i jego potrzeby są najważniejsze,
- doświadczeni brokerzy o wysokich kwalifikacjach i wiedzy,
- pracodawca godny zaufania, odpowiedzialny, zaangażowany społecznie,
- marka doceniana przez Klientów i partnerów biznesowych,
- obecna w branży energetycznej, finansowej, transportowej.

**Ponad 20 lat
dbamy o bezpieczeństwo
naszych Klientów.**

87-100 Toruń, ul. Lubicka 16
tel. 56 651 43 00, 654 76 97
fax 56 651 43 01
torun@np.com.pl

BIURO ZARZĄDU

01-230 Warszawa
ul. Skierniewicka 14
tel. 22 507 80 80, 646 44 18
fax 22 646 44 53
warszawa@np.com.pl

www.nordpartner.pl

Masz dług? Uciekaj w chmurę



**TOMASZ
SOBOL**

Cloud Product Manager, OVHcloud, CEE region

Dług technologiczny hamuje innowacyjność i rozwój polskich przedsiębiorstw. Tak twierdzą managerowie.

Opóźnienia rynkowych premier, spirala prób modernizacji IT i narastające koszty, to jedno z wyzwań polskich i zagranicznych przedsiębiorstw. Diagnoza? Dług technologiczny, czyli nieoptymalne rozwiązania techniczne, wdrożone doraźnie celem szybkiego zaadresowania biznesowych potrzeb. Niewykryty bądź nieuregulowany dług utrudnia wprowadzanie potrzebnych zmian oraz prawidłową pracę przedsiębiorstwa, zwiększając koszty operacyjne oraz zmniejszając elastyczność operacyjną. Konsekwencje

wynikające z braku regularnych aktualizacji infrastruktury IT odczuwa już ponad połowa managerów (aż 59 proc.) przebadanych przez OVHcloud organizacji¹. Skoro to tak powszechna bolączka, jak się przed nią uchronić?

PROFILAKTYKA PRZED WSZYSTKIM

W badaniu zaledwie 16 proc. ankietowanych uznało, że w ich firmie nie widać symptomów zaciągniętego długu technologicznego. 16 proc. badanych managerów odpowiadających za IT wskazało, że zna pojęcie długu technologicznego, a co trzecia firma uwzględnia to zjawisko w ramach zarządzania sferą IT. Co ciekawe aż 60 proc. badanych deklaruje, że korzysta wyłącznie z rozwiązań w modelu on-premise, czyli maszyn u siebie, na miejscu. Oznacza to, że cały ciężar utrzymania, aktualizacji, adaptowania do zmieniających się potrzeb i wreszcie wymiana systemów oraz infrastruktury spoczywa wyłącznie na barkach działów IT. Działania na rzecz minimalizowania skutków zadłużenia technicznego zależą od zdiagnozowanych potrzeb firmy i jej gotowości na wprowadzanie zmian.

Zadłużenie technologiczne jest powszechnym zjawiskiem niemal w każdej firmie, bez względu na jej wielkość. Do głównych przyczyn powstawania długu zalicza się: oszczędność, pośpiech wdrażanych projektów oraz wiedza w organizacji. Kluczem w radzeniu sobie z nim jest przyjęcie świadomego i procesowego podejścia, by zapewnić płynny rozwój organizacji. Zaplanowane działania, jak przegląd oraz aktualizacje istniejących rozwiązań w celu ich dostosowania do architektury, uproszczenie interfejsów aplikacji, wdrażanie rozwiązań pozwalających na unikanie błędów w kodzie, a także w niektórych przypadkach usunięcie zbędnych aplikacji czy baz danych i zastąpienie ich nowymi rozwiązaniami, to tylko niektóre sposoby zmierzenia się z długiem – zauważa Tomasz Sobol, Cloud Product Manager w OVHcloud, CEE.

DŁUG NAD WISŁĄ

Aż 34 proc. rodzimych przedsiębiorców twierdzi, że infrastruktura jest odświeżana częściej niż co 5 lat. Jednak niemal co czwarty pytany (24 proc.) przyznaje, że wymienia sprzęt rzadziej. Najczęściej, bo aż w 40 proc. odpowiedzi pada, że wymiana następuje „co 5 lat”. Tyle samo managerów (40 proc.) deklaruje, że w przypadku komputerów służbowych obowiązują okresy krótsze niż pięcioletnie.

Z badania wynika jednoznacznie, że stojąc przed problemem zadłużenia technologicznego, niemal co czwarta polska firma szuka wsparcia w outsourcingu IT. Dokładnie 24 proc. przebadanych przyznało, że stwierdzenie zadłużenia wpłynęło na przyspieszenie decyzji o sięgnięciu po outsourcing IT. W przypadku 5 proc. respondentów dotyczyło to przeniesienia całości infrastruktury, w kolejnych 7 proc. tylko serwerów. Następne 12 proc. zdecydowało się na outsourcing samego tworzenia oprogramowania.

Managerowie przebadanych firm doceniają chmurę w roli rozwiązania problemu kontrolowania długu technologicznego przedsiębiorstwa. Aż 35 proc. przyznaje, że potencjał wsparcia w tym zakresie zachęca do sięgnięcia po technologię cloud. Warto przy tym wspomnieć, że aż 71 proc. respondentów, którzy deklarują, że chmura im w tym zakresie pomaga, już teraz korzysta z cloud. Kolejne 29 proc. firm postrzegających chmurę jako rozwiązanie (albo przynajmniej wsparcie w temacie zadłużenia) dopiero planuje jej wdrożenie.

Stosując podejście unikania długu technologicznego w obszarze infrastruktury IT, kluczową rolę odgrywa planowanie długofalowe, zarówno w obszarze wyboru technologii, dostawców, aplikacji, kompetencji i składów zespołów, a także podejmowanie strategicznych decyzji biznesowych, które uwzględniają ryzyko zmian. Odwlekanie, czy też bagatelizowanie kwestii długu technologicznego w organizacji to bardzo niebezpieczne zjawisko, które często kończy się o wiele większym kosztem i niepotrzebną presją czasu. Obserwujemy, że klienci, stojący przed wizją konieczności poczynienia szybkich zmian, a więc i poniesienia wielkich inwestycji coraz częściej szukają oparcia w chmurze obliczeniowej. Korzystanie z potężnych zasobów obliczeniowych w formie usługi zdejmuje dużo odpowiedzialności z barków działu IT, a o aktualizacje, o których mowa troszczy się dostawca. Jak rzadko w życiu, ta ucieczka przed problemami niesie ze sobą wiele korzyści. – zauważa Tomasz Sobol.

¹ Badanie przeprowadzone przez Datat Tribe na zlecenie OVHcloud w lipcu 2022 r.

O firmie OVHcloud. OVHcloud jest globalnym i wiodącym w Europie dostawcą chmury, zarządzającym 400 000 serwerów w 33 własnych centrach danych na czterech kontynentach. Od dwudziestu lat Grupa stosuje zintegrowany model, który zapewnia jej pełną kontrolę nad łańcuchem wartości: począwszy od projektowania własnych serwerów, poprzez zarządzanie należącymi do niej centrami danych, po budowanie i utrzymywanie własnej globalnej sieci światłowodowej. To unikatowe podejście umożliwia OVHcloud wspieranie, w sposób niezależny, potrzeb 1,6 miliona klientów z ponad 140 krajów. OVHcloud oferuje klientom rozwiązania najnowszej generacji, łączące wysoką wydajność, przewidywalną cenę i pełną kontrolę nad danymi, wspierając w ten sposób ich nieograniczony rozwój. <https://corporate.ovhcloud.com>

Do you have debt? Escape to the cloud

Technological debt is slowing down innovativeness and growth of Polish enterprises. According to managers

The delay of market product debuts, the never-ending attempts to modernize IT and increasing costs are just some of the challenges for Polish and foreign enterprises. Diagnosis? Technological debt, or unsatisfactory technical solutions, implemented with meeting business needs quickly. Transparent or unregulated debt makes it difficult to put in motion necessary changes or correct operations of enterprises, increasing operating costs and decreasing operational elasticity. Consequences resulting from regular updating of IT infrastructure is felt by over half of managers nationwide (59%), from organizations polled by OVHcloud¹. If it is such a frequent obstacle, how do you safeguard yourself from it?

PREVENTION ABOVE ALL

In conducting the poll, only 16% declared that in their company technological debt symptoms are not noticeable. 16% of polled managers responsible for IT pointed out that they are aware of what technological debt is, and one in three companies takes into account this phenomenon within the structure of managing IT. What is interesting, 60% of those polled, declared that it uses on premise solution models exclusively, or their own devices, on the spot. That means, the entire weight of maintaining, updating, adapting to oncoming needs and finally, to upgrading systems and infrastructure rests solely on shoulders of IT departments. Actions taken for the sake of minimizing impact of technological debt depend on specified company needs, and their readiness to put changes in motion.

Technological debt is a common occurrence in nearly every company, regardless of their size. Main causes of accumulated debt include: cost reduction, implementing projects too quickly into the organization. The key to dealing with the debt is instilling a conscious process approach, to assure smooth growth of an organization. Planned actions, such as observing and updating existing solutions with aim to interpolate them into the design, simplifying interface of applications, applying solutions that allow for avoiding mistakes in the code and in some situations getting rid of superfluous applications or database, and replacing them with new solutions. These are just some methods for dealing with debt – Tomasz Sobol, Cloud Product Manager at OVHcloud, CEE, notices.

DEBT BY THE VISTULA

Even 34% of domestic entrepreneurs thinks that infrastructure is refreshed more frequently than every 5 years. However nearly a quarter of those polled (24%) admits that they replace equipment less frequently. Most frequently, even 40% say that they replacing takes place “every 5 years”. That same number of managers (40%) declares that in the case of company computers, this takes place more frequently than every 5 years.

Study also concludes that when facing the problem of technological debt, nearly a quarter of Polish companies looks to outsource its IT support. Exactly 24% of those polled admitted that affirmation of debt influenced their decision to speed up the process of using IT outsourcing services. In the case of 5% of respondents this meant

outsourcing the entire infrastructure, in 7% it meant only for servers to be outsourced. Another 12% decided to outsource only the programming aspect.

Managers of polled companies value the cloud when it comes to finding solutions in controlling technological debt of enterprises. Even 35% admit that the potential for support in this respect encourages the use of cloud technology. It is worth mentioning that 71% of respondents that declare that the cloud helps them in that respect, also uses the Cloud. Another 29% of companies perceiving the cloud as a solution (or at least support in the matter of debt) is just now planning to implement it.

Applying the approach to avoiding technological debt in the area of IT infrastructure, long term planning plays a key role, in the areas of selection of proper technology, suppliers, applications, competences and team members, and also undertaking strategic business decisions which take into account risk of changes. Postponing or downplaying the matters technological debt in an organization is a very dangerous phenomenon, which frequently results in much greater costs and unnecessary time constrain. We observe that clients, that are faced with the necessity to progress with quick changes, and in turn bear huge investments, more often search for support in a computing cloud. Taking advantage of powerful computing resources in the form of services, takes away a lot of responsibility off the shoulders of the IT department, and regarding updates, they lie with the suppliers. As seldom in life, this escape from problems, gives a lot of benefits. –Tomasz Sobol notices.



About OVHcloud. OVHcloud is a global player and the leading European cloud provider operating 400,000 servers within over 33 data centers across four continents. For 20 years, the Group has been leveraging an integrated model that provides complete control of our value chain, from designing our servers to managing our data centers to orchestrating our fiber-optic network. This unique approach enables OVHcloud to independently cover the full spectrum of use cases for our 1.6 million customers across 140 countries. OVHcloud now offers customers the latest-generation solutions that combine high performance, predictable pricing, and complete data sovereignty to support their unfettered growth.

<https://corporate.ovhcloud.com>



ZBUDUJMY RAZEM COŚ NIEZWYKŁEGO

**SOLIDNY PARTNER
PRZY REALIZACJACH**

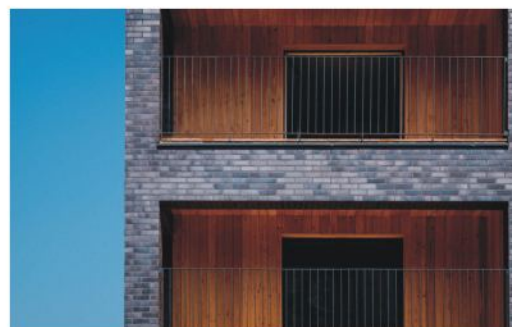
DEWELOPERSKICH

INDYWIDUALNYCH



REALIZUJEMY

- ✓ TARASY DREWNIANE / KOMPOZYTOWE
- ✓ PERGOLE / CARPORTY
- ✓ DOMY SZKIELETOWE / KONSTRUKCJE
- ✓ SPRZEDAŻ HURTOWA DREWNA



ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

+48 12 345 03 31

+48 577 195 833

+48 733 195 833

kontakt@drewnodladomu.pl

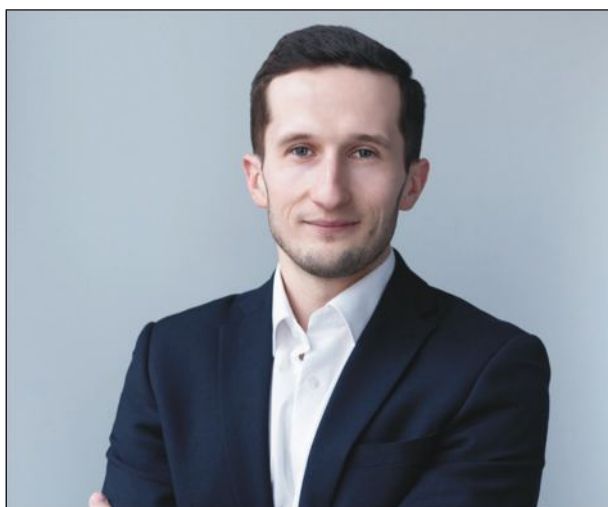
W ramach akcji #miliondrzewwpolsce "Drewno Dla Domu" jest marką o zerowym śladzie węglowym dzięki posadzeniu 10 tys. drzew we współpracy z www.polskielasytlenowe.com.

OxygenForest
P O L A N D



WWW.DREWNODLADOMU.PL

Nadal mamy problem z ochroną danych osobowych



**SZYMON
BĄK**

Specjalista ds. ubezpieczeń cybernetycznych
z EIB S.A.

Cyber Insurance Specialist
from EIB S.A.

Choć RODO obowiązuje już ponad 4 lata, to nadal sporo firm popełnia podstawowe błędy w stosowaniu przepisów. Czy można się ubezpieczyć od ich skutków? Tak, za pomocą cyberpolis i ubezpieczeń D&O.

Większości osób wydaje się, że najbardziej „błędogennym” jest korzystanie z zebranych danych i sposób informowania ich właścicieli o sposobie ich przetwarzania. Okazuje się jednak, że sporo problemów mamy też z zupełnymi podstawami.

BAZUJEMY NA STARYCH ZASADACH

Wiele firm nadal stosuje zasady wywodzące się z Polityki Bezpieczeństwa i Instrukcji Zarządzania Systemem Informatycznym, a to przepisy sprzed około 15 lat niezgodne z RODO! Ponadto, od tamtego czasu drastycznie zmienił się sposób przechowywania i przetwarzania wszelkich danych, w tym

osobowych. Dziś wszystkie procesy uległy cyfryzacji. To oznacza, że mamy do czynienia z innym rodzajem ryzyka ich wycieku, które w dodatku jest znacznie większe niż w czasach dominacji papieru. W tej sytuacji czołową rolę pełni cyberbezpieczeństwo.

BŁĘDNIIE INTERPRETUJEMY DEFINICJĘ DANYCH OSOBOWYCH

Tu znów nie możemy się „odzwycząić” od starych zasad. Wcześniej za dane osobowe uznawało się wyłącznie informacje identyfikacyjne. Zgodnie z definicją zapisaną w RODO, dane osobowe to wszystkie informacje o zidentyfikowanej lub możliwej do zidentyfikowania osobie fizycznej. To znaczy, że chodzi nie tylko o imię, nazwisko, datę urodzenia, płeć i podobne. Dane osobowe to np. również informacje o posiadanych nieruchomościach czy pojazdach. A także zdjęcia i tagi zamieszczane w portalach społecznościowych!

DANE OSOBOWE PRZETWARZAMY NIEZGODNIE Z PRAWEM

Błędy powstają też na skutek zawiłości formalnych. Aby przetwarzanie danych odbywało się zgodnie z prawem, musi spełniać warunki zapisane w konkretnych artykułach RODO – 6 i 9. Gdzie zatem można popełnić błąd? Stosując je rozłącznie. Art. 6 jest podstawą, a 9 to tylko jego uzupełnienie, w przypadku danych szczególnych, tzw. „wrażliwych”.

UBEZPIECZENIE KOŁEM RATUNKOWYM?

Podstawą jest ubezpieczenie od skutków zdarzeń cybernetycznych. Umożliwia ono m.in. wypłatę środków na pokrycie kosztów związanych z zabezpieczeniem i odtworzeniem zasobów cyfrowych, jeśli dojdzie do wycieku w efekcie ataku hakerskiego czy błędu ludzkiego. Co jednak ważniejsze, ubezpieczenie zakłada pokrycie kosztów działań wymaganych przez RODO, czyli przeprowadzenia akcji informacyjnej wśród potencjalnych ofiar wycieku. Ponadto zapewnia zwrot kosztów związanych z postępowaniami administracyjnymi i sądowymi oraz wypłatę odszkodowań. Na ogół cyberpolisa może uwzględniać też zapłacenie kar nałożonych w myśl RODO.

Dobrze skonstruowany program ochrony powinien uwzględniać jeszcze jeden rodzaj polis – D&O, czyli odpowiedzialności cywilnej członków kadry menedżerskiej, w końcu nieprawidłowości w tworzeniu dokumentacji, definiowaniu danych osobowych i przetwarzaniu ich zgodnie z prawem to zazwyczaj rezultat niewłaściwej decyzji, podjętej przez konkretną osobę. Właściciele firmy czy akcjonariusze mogą zatem wystąpić z roszczeniami wobec decydentów,

którym będą chcieli przypisać odpowiedzialność za straty. Przykładowo, mogą oczekiwać zrefundowania kar administracyjnych czy wyrównania innych szkód wynikających z incydentu RODO. A ubezpieczenie D&O zapewni „oskarżonym” menedżerom pokrycie kosztów obrony oraz innych strat, jeśli rzeczywiście okaże się, że wynikają one z zaniedbań.

We still have a problem with data protection

Although GDPR has been in force for more than four years now, there are still quite a few companies making basic mistakes in applying the regulations. Is it possible to insure against their consequences? Yes, with the help of cyber insurance and D&O insurance.

For most people, it seems that the most 'erroneous' issue is the use of the data collected and how the data subjects are notified about how the data are being processed. However, it turns out that we also have a lot of problems with the complete basics.

WE RELY ON THE OLD RULES

Many companies still apply rules derived from the Security Policy and IT System Management Instructions, and these are rules which date back about 15 years and are not in line with RODO! Moreover, the way all data, including personal data, is stored and processed has changed drastically since then.

Today, all processes have become digitalised. This means that we face a different type of risk of their leakage, which, in addition, is much higher than in the days when paper was in dominance. In this situation, cyber security plays a crucial role.

WE MISINTERPRET THE DEFINITION OF PERSONAL DATA

Here again, we cannot 'wean ourselves off' the old rules. Previously, only identifying information was considered personal data. According to the definition set forth in the GDPR, personal data is all information about an identified or identifiable natural person. This means that it is not only about name, surname, date of birth, gender and the like. Personal data include also, for example, information about properties or vehicles owned. And also photos and tags posted on social networks!

WE PROCESS PERSONAL DATA UNLAWFULLY

Mistakes also made as a result of formal complexities. In order for data processing to be lawful, it must comply with the conditions set forth in specific articles of the GDPR - 6 and 9. Where, then, can mistakes be made? By applying them separately. Article 6 is the basis and Article 9 only supplements it in the case of specific, so-called "sensitive" data.

INSURANCE AS A LIFELINE?

Cyber insurance is the backbone. Among other things, it allows for a payout to cover the costs associated with securing and restoring digital assets if a leak occurs as a result of a hacking attack or human error. More importantly, however, the assumption behind the insurance is that it covers the costs of the actions required to be taken under the GDPR provisions, i.e. carrying out an information campaign among potential victims of a leak. In addition, it provides for reimbursement of the costs associated with administrative and judicial proceedings and the payment of damages. In general, a cyber policy may also include coverage of fines imposed under the GDPR.

A well-designed protection scheme should include yet another type of policy - D&O, or Directors' and Officers' liability insurance. After all, irregularities in records keeping, personal data defining and processing of data in accordance with legal regulations are usually the result of an inappropriate decision made by a specific individual. The company's owners or shareholders may therefore bring claims against the decision-makers whom they want to hold accountable for their losses. For example, they may expect to be reimbursed for administrative fines or compensated for other damages resulting from a GDPR incident. And a D&O insurance will ensure that the managers held 'liable' are covered for defence costs and other losses if these are indeed found to result from negligence.

Ponad 750 tysięcy złotych dla Polskiej Akcji Humanitarnej i Fundacji Centrum Praw Kobiet.

Branża nieruchomości łączy siły podczas JLL 11. Charytatywnego Turnieju Siatkówki Piłkowej Branży Nieruchomości 2022

Pandemia przyspieszyła cichą rewolucję ESG, a skala tych zmian jest współmierna do szans, jakie stoją przed firmami, które będą umiały ten proces umiejętnie przeprowadzić. Spotęgowana pracą zdalną potrzeba socjalizacji, a także poszukiwanie przez pracowników wyższego celu podejmowanych działań sprawiło, że powrót największego wydarzenia sportowo-charytatywnego branży nieruchomości stał się faktem. Tak jak w poprzednich latach, również w tym roku, głównym założeniem 11. edycji Charytatywnego Turnieju Siatkówki Piłkowej Branży Nieruchomości 2022 było wspólne działanie w szczytnym celu.

4 sierpnia br. na trzech boiskach MONTA BEACH VOLLEY CLUB w Warszawie zmierzyły się 54 drużyny przedstawicieli branży real estate. W finale drużyna gospodarzy grała przeciwko teamowi Savills. JLL zajął drugie miejsce, a po zwycięstwo sięgnęli przedstawiciele Savills. Reesco zajęło trzecie miejsce na podium.

„Cieszę się, że mogliśmy znowu zobaczyć się na boisku podczas 11. Charytatywnego Turnieju Siatkówki Piłkowej Branży Nieruchomości 2022, by razem poddać się sportowej rywalizacji i wspierać najbardziej potrzebujących. Gratulujemy wszystkim uczestnikom, a w szczególności tegorocznym zwycięzcom. Do zobaczenia w przyszłym roku” – mówi **Mateusz Bonca, CEO, JLL Polska.**

Jako gest solidarności z naszymi sąsiadami z Ukrainy, środki zgromadzone z opłat wpisowych oraz pozyskane podczas aukcji charytatywnej przekazane zostały na zbiórkę Polskiej Akcji Humanitarnej. Stawiając w centrum zainteresowania obszar różnorodności, wsparcie finansowe otrzymała również Fundacja Centrum Praw Kobiet. Łącznie na cele charytatywne uzbierano ponad 750 tysięcy złotych.

„Ponad 750 tysięcy to suma, jakiej nie bylibyśmy w stanie osiągnąć bez hojności naszych gości obecnych na wydarzeniu. Cieszymy się, że turniej cieszy się aż tak dużym zainteresowaniem. Dziękujemy raz jeszcze za otwarte serca, a także za wspólne kibicowanie i pozytywne emocje, jakie towarzyszyły nam wszystkim podczas rozgrywek siatkarskich i licytacji” – komentuje **Paulina Smaszcz, Head of Marketing & PR, JLL Polska.**



Wieczorna aukcja charytatywna otwarta została przez gości specjalnych turnieju, Andriya Chesnokova, Wiceministra ds. Integracji Europejskiej i Oleksiya Perevezentseva, Sekretarza Stanu Ministerstwa Młodzieży i Sportu Ukrainy. Swoją obecnością zaszczyliła także Tamila Shutak, Pierwsza Sekretarz Ambasady Ukrainy w Polsce. Wśród obecnych na wydarzeniu znaleźli się również przedstawiciele reprezentacji Polski w piłce siatkowej mężczyzn, zawodnicy Legii Warszawa, a także przedstawiciele Polskiego Związku Piłki Siatkowej. Wieczorem wystąpiły Vlada Muravets i Kayah. Łącznie 11. edycja Charytatywnego Turnieju Siatkówki Piłkowej Branży Nieruchomości 2022 zgromadziła około 2500 osób.

Jako Executive Magazine, mieliśmy wielką przyjemność być partnerem medialnym XI edycji Charytatywnego Turnieju Siatkówki Piłkowej Branży Nieruchomości. Od wielu lat chętnie wspieramy tego rodzaju inicjatywy oraz angażujemy się w akcje charytatywne.



More than PLN 750 000 raised for Polish Humanitarian Action and the Women's Rights Centre Foundation.

The real estate industry comes together for the JLL 11th Real Estate Charity Beach Volleyball Tournament 2022

The pandemic has accelerated a quiet ESG revolution, and the scale of this change is commensurate with the opportunities facing companies that will know how to manage this process skilfully. Amplified by remote working, the need for employees to seek a higher purpose for the activities they undertake as well as being able to socialise has made the return of the property industry's biggest sporting and charity event a reality. As in previous years, the main premise of the JLL 11th Real Estate Charity Beach Volleyball Tournament 2022, was for real estate companies to work together for a good cause.

On August 4, 54 teams representing companies from the real estate industry competed on three courts at the MONTA BEACH VOLLEY CLUB in Warsaw. In the final, Savills faced off against JLL, with the Savills team emerging victorious. Reesco took third place on the podium.

"I am delighted that we could see each other on the court again at the JLL 11th Real Estate Charity Beach Volleyball Tournament 2022 to participate in this sports competition together and support those most in need. Congratulations to all participants and especially to this year's winners. See you next year," says **Mateusz Bonca, CEO, JLL Poland**.

As a gesture of solidarity with our neighbours in Ukraine, the funds raised from entry fees and those raised during the charity auction were donated to the Polish Humanitarian Action. Putting the spotlight on the area of diversity, financial support was also received by the Women's Rights Centre Foundation. In total, more than PLN 750,000 was raised.

"More than PLN 750,000 is a sum we would not have been able to achieve without the generosity of our guests who attended the event. We are pleased that the tournament proved to be so popular. We would like to thank all of you once again for your open hearts, as well as the cheering and positive atmosphere that accompanied all of the volleyball matches and the auction," comments **Paulina Smaszcz, Head of Marketing & PR, JLL Poland**.

The evening charity auction was opened by the tournament's special guests, Andriy Chesnokov, Deputy Minister for European Integration, and Oleksiy Perevezentsev, State Secretary of the Ministry of Youth and Sports for

Ukraine. Tamila Shutak, First Secretary of the Embassy of Ukraine in Poland, also graced the event with her presence. Other attendees included representatives of the Polish men's national volleyball team, players from Legia Warszawa, as well as representatives of the Polish Football Association. What is more, Vlada Muravets and Kayah performed in the evening. In total, the JLL 11th Real Estate Charity Beach Volleyball Tournament 2022 saw around 2,500 people attend the event.

As the Executive Magazine, we had a great pleasure to be a media partner of the 11th JLL Real Estate Charity Beach Volleyball Tournament-2022. For many years we have been honoured to support this type of initiatives and participate in charity actions.



RELACJA Z VIII EDYCJI KONFERENCJI SUSTAINABLE ECONOMY SUMMIT

30-31 maja 2022 roku, w hotelu Sheraton Grand Warsaw, odbyła się VIII edycja konferencji „Sustainable Economy Summit”, podczas której zrealizowane zostały liczne panele dyskusyjne oraz prezentacje, na których eksperci omówili zagadnienia związane ze zrównoważonym rozwojem oraz odpowiedzialnym prowadzeniem biznesu. Zwieńczeniem wydarzenia była wieczorna gala rozdania nagród „Diamentów Sustainable Economy”.

Podczas pierwszego wystąpienia na scenę został zaproszony Pan Prof. Witold Orłowski, ekonomista oraz wykładowca Szkoły Biznesu Politechniki Warszawskiej, który przedstawił prezentację pt. „Czy widać już granicę wzrostu gospodarczego?” Omówił on zagadnienia wzrostu gospodarczego oraz jego zależności od wzrostu ludności świata. Dodatkowo padło pytanie, czy wzrastająca liczba ludności może doprowadzić do braku żywności na świecie, zwłaszcza w niektórych regionach Afryki Północnej oraz Bliskiego Wschodu.

Następnie mieliśmy przyjemność wysłuchać wystąpienia Pana Kamila Wyszowskiego, przedstawiciela i Dyrektora Wykonawczego UNGC Network Poland, który poruszył zagadnienia związane z wojną na Ukrainie. Określił ją mianem „największego kryzysu humanitarnego”.

Po wystąpieniach rozpoczął się pierwszy panel dyskusyjny, który prowadzony był przez Pana Roberta Adamczyka, ESG Advisor z EBOR i dotyczył zielonego finansowania. Prelegenci zastanawiali się wówczas jak zwiększyć skalę inwestycji przyjaznych środowisku dzięki zielonym produktom finansowym. Poruszyli również tematykę transformacji sektora bankowego w kierunku zrównoważonych modeli finansowania. W debacie udział wzięli: Pan Dr Hab. Marcin Liberadzki – Prof. SGH z Kolegium Zarządzania i Finansów, Pani Ewa Mochocka – Associate Partner z EY-Parthenon, Pan Michał Popiołek – Prezes Zarządu z mInvestment Banking, Pan Mariusz Samordak – Dyrektor Zarządzający kierujący Pionem Ekologii, Taksonomii i Analiz z BOŚ, Pan Andrzej Stosio – Partner, Współkierujący Departamentem Bankowości i Finansów z Kancelarii Clifford Chance oraz Pan Paweł Strączyński – Wiceprezes Zarządu z Pekao.

Po przerwie networkingowej swoją prezentację o „Wsparciu zrównoważonego rozwoju przy pomocy transformacji cyfrowej” wygłosił Pan Mateusz Buczkowski, Lider Zespołu Konsultantów i Dyrektor Krajowy Produktu z SoftwareOne. Poruszył on tematy związane z transformacją cyfrową oraz przedstawił zagadnienia związane ze wsparciem technologii dla zrównoważonego rozwoju.

W dalszej kolejności przyszedł czas na drugi panel pt. „Neutralność klimatyczna w biznesie”. Moderatorem była

Pani Dr Hab. Halina Brdulak – Profesor Nadzwyczajny Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Katedra Zarządzania Międzynarodowego oraz Przewodnicząca Rady Klimatycznej przy UNGC. W dyskusji zaś udział wzięli: Pan Sebastian Anioł – Dyrektor Innowacji Logistycznych z firmy InPost, Pan Ireneusz Borowski – Country Manager z Dassault Systèmes, Pan Michał Janik – Dyrektor Warsaw Site z Astra Zeneca Pharma Poland, Pan Andrzej Losor – Dyrektor Rozwoju Sprzedaży i Marketingu, Członek Zarządu z Górażdże Cement, Pani Małgorzata Malinowska – Dyrektor ds. współpracy z Klientami Korporacyjnymi z Lyreco Polska oraz Pan Wiesław Szafranski – Dyrektor Zarządzający ds. Operacyjnych z Polregio. Prelegenci zastanawiali się jak zmniejszać negatywne oddziaływanie na środowisko na każdym etapie wytwarzania produktu. Dyskutowali też o innowacyjnych technologiach oraz nowoczesnych systemach w gospodarce odpadami i recyklingu.

Po przerwie lunchowej nadszedł czas na ostatni panel tego dnia pt. „Firma przyjazna i odpowiedzialna społecznie”. Moderatorem dyskusji był Pan Prof. Dr Hab. Bolesław Rok, Katedra Przedsiębiorczości i Etyki w Biznesie, Akademia Leona Koźmińskiego. W dyskusji udział wzięli Pani Renata Bem – Zastępca Dyrektora Generalnego, UNICEF Polska, Pani Karolina Błońska – Starsza Menadżerka ds. Społecznej Odpowiedzialności Biznesu, Jeronimo Martins, Pan Łukasz Dominiak – Dyrektor ds. Public i Government Relations, Pani Iwona Jacaszek-Pruś – Dyrektorka ds. Korporacyjnych, Kompania Piwowarska, Pani Dorota Kuligowska – Dyrektor HR AstraZeneca Pharma Poland oraz Pani Jolanta Wiewióra – Dyrektor Zarządzająca Pionem HR i Komunikacji w BGK. Rozmówcy debatowali głównie nad tym, jak CSR wpływa na lojalność wobec organizacji. Ponadto, zastanawiali się jaką wagę przybrały fundacje społeczne podczas pandemii Covid-19 i wojny w Ukrainie. Poruszyli oni także tematy różnorodności jako elementu kultury organizacyjnej przyjaznej firmy a także siły managementu kobiet.

Drugi dzień konferencji otworzyliśmy wystąpieniem Gościa Specjalnego: Pana Dr Guya Standinga, brytyjskiego profesora, ekonomisty oraz specjalisty w zakresie badań nad rozwojem. Wygłosił on przemówienie pt. „After the Pandemic and a Barbaric War: Building an Ethical Market Economy”. Następnie swoją prezentację wygłosił Pan Andrzej Grzymała – Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Zarządzający, Reverse Logistics Group o „Efektywnych kosztowo rozwiązaniach wspierających transformację w stronę gospodarki cyrkularnej”.

Po obu wystąpieniach rozpoczął się pierwszy panel dyskusyjny, którego tematem przewodnim była gospodarka obiegu zamkniętego. Moderatorem dyskusji był Pan Prof. Dr Hab. inż. Krzysztof Pikoń – Wydział Inżynierii Środowiska i Energetyki, Katedra Technologii i Urządzeń Zagospodarowania Odpadów. W panelu udział wzięli Pan Robert Chciuk – Dyrektor Departamentu Gospodarki

Odpadami, Ministerstwo Klimatu i Środowiska, Pan Robert Daniluk – Dyrektor ds. Zrównoważonego Rozwoju, Jakości i Bezpieczeństwa, Lyreco Polska, Pan Andrzej Grzymała – Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Zarządzający, Reverse Logistics Group, Pan Jacek Kostrzewa – Prezes Zarządu Skotan, Pan Michał Mikołajczyk – Prokurent, Dyrektor ds. sprzedaży i marketingu, Rekopol oraz Pan Paweł Nowak – Prezes Zarządu Goodvalley. Rozmówcy dyskutowali nad zagadnieniami związanymi z ograniczaniem ilości wytwarzanych odpadów na każdym etapie procesu produkcji oraz zastanawiali się na czym polega racjonalne wykorzystanie surowców i zarządzanie zasobami w świetle GOZ.

Po przerwie nadszedł czas na drugi panel o „Zrównoważonej energetyce”. Moderatorem był Pan Waldemar Szulc – Dyrektor TGPE. Udział w dyskusji wzięli Pan Jarosław Broda – Prezes Zarządu Baltic Power Orlen, Pan Prof. Jacek Kijński – Profesor Zwyczajny, Wydział Budownictwa Mechaniki i Petrochemii, Politechnika Warszawska, Pan Mirosław Kowalik – Prezes Zarządu Westinghouse Electric Poland, Pan Krzysztof Ławryjaniec – Dyrektor Działu OZE, MAAT4, Pan Arkadiusz Musielewicz – Wiceprezes, Dyrektor ds. Inwestycji i Rozwoju, Ecological Projects Poland oraz Pan Michał Skorupa – Prezes Zarządu, E.ON Foton, Grupa E.ON Polska. Panowie poruszyli tematykę polityki proekologicznej w polskiej branży energetycznej. Zastanawiali się, które technologie pozwolą na zmniejszenie eksploatacji zasobów naturalnych i oszczędność kosztów. Podczas dyskusji poruszony został również temat roli energetyki jądrowej jako niezbędnej części niskoemisyjnego miks energetycznego.

Po drugim panelu swoją prelekcję przedstawił Pan Michał Sapota – Prezes, HRE Investments o „Inwestowaniu w nieruchomości jako ochronie kapitału”. Poruszył on temat inwestycji w ziemię, która jak ocenił – „w ciągu paru lat uzyska na cenie, a inwestowanie w mieszkanie, jest sposobem, które najlepiej chroni nasz kapitał”.

Ostatni panel dotyczył „Zrównoważonego budownictwa”, którego moderatorem była Pani Ewa Kowalska-Ocneanu – Szefowa działu Zrównoważonego Rozwoju Polskiego oddziału WSP. W dyskusji udział wzięli: Pan Adam Ambrozik – Dyrektor ds. Korporacyjnych VELUX Polska, Pan Bartłomiej Baran – prawnik, Zastępca Dyrektora Departamentu Architektury, Budownictwa i Geodezji w Ministerstwie Rozwoju i Technologii, Pan Władysław Grochowski – Twórca i Właściciel Grupy Arche, Pan Andrzej Losor – Dyrektor Rozwoju Sprzedaży i Marketingu, Członek Zarządu, Górażdże Cement, Pan Michał Sapota – Prezes, HRE Investments oraz Pan Grzegorz Głasek – SPS Construction. Paneliści rozmawiali o budownictwie neutralnym klimatycznie, zastanawiali się jakie nowe rozwiązania technologiczne w budownictwie pomagają zredukować negatywne oddziaływanie na środowisko naturalne i mieszkańców oraz czy inwestycja w zielone projekty z punktu widzenia dewelopera jest długofalowo bardziej opłacalna.

Pierwszy dzień konferencji zakończył się wieczorną galą „Diamentów Sustainable Economy”, którą otworzyło wystąpienie Gościa Specjalnego: Pana Dr Guya Standinga. Punktem kulminacyjnym gali było rozdanie statuetek w 10 kategoriach konkursowych dla najlepszych przedsiębiorstw, wybitnych menedżerów i liderów biznesu, którzy wdrażają najwyższe standardy odpowiedzialnego biznesu.

Laureaci „Sustainable Economy Awards”:

LIDER ZRÓWNOWAŻONEJ PRODUKCJI

- Biedronka
- Ceramika Paradyż – wyróżnienie

LIDER ZRÓWNOWAŻONEGO BUDOWNICTWA

- Grupa Górażdże

LIDER EKOLOGII W ENERGETYCE

- Orsted Polska
- Polskie Sieci Elektroenergetyczne – wyróżnienie
- E.ON Foton – wyróżnienie

LIDER TECHNOLOGII DLA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

- Żabka
- Seen Technologie – wyróżnienie

LIDER NEUTRALNOŚCI KLIMATYCZNEJ

- CCC

LIDER DORADZTWA DLA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

- Clifford Chance
- Krajowa Agencja Poszanowania Energii – wyróżnienie

LIDER ZRÓWNOWAŻONEGO FINANSOWANIA

- Bank Ochrony Środowiska
- mBank – wyróżnienie

LIDER SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI

- InPost
- Smiethfield Polska
- Fiberhost – wyróżnienie

LIDER ETYKI W BIZNESIE

- AstraZeneca Pharma Poland
- Hilti Polska – wyróżnienie

WIZJONER ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU

- Dorota Hryniewiecka- Firlej, Prezes Pfizer Polska





8TH EDITION OF THE SUSTAINABLE ECONOMY SUMMIT CONFERENCE

30-31 May 2022, at the Sheraton Grand Warsaw hotel, took place the 8th edition of the „Sustainable Economy Summit” conference, during which some discussion panels and presentations were realized, where the experts talked issues over related to sustainable development and responsible running a business. The event was crowned with the evening gala of the „Sustainable Economy Diamonds” awards ceremony.

During the first appearance, Mr. Professor Witold Orłowski, economist and lecturer at the Business School of the Warsaw University of Technology, was invited on the stage. He made the presentation entitled „Is the economic growth limit already visible?”. He discussed the economic growth issues and its dependents on the world population growth. In addition, one question was raised whether a growing number of people could lead to a lack of food in the world, especially in some regions of North Africa and the Middle East.

Later we had a pleasure to listen to the speech of Mr. Kamil Wyszowski, representative and Executive Director of UNGC Network Poland, who raised issues related to the war in Ukraine. He called it „the greatest humanitarian crisis”.

After the appearances, the first discussion panel started that was led by Mr. Robert Adamczyk, ESG Advisor from the EBRD and concerned green financing. Then the speakers wondered how to increase the scale of environmentally friendly investments thanks to green financial products. They also brought up the topic of the transformation of the banking sector towards sustainable financing models. The debate was attended by: Dr Hab. Marcin Liberadzki - Prof. SGH from the College of Management and Finance, Ms. Ewa Mochocka - Associate Partner from EY-Parthenon, Mr. Michał Popiołek - President of the Management Board from mInvestment Banking, Mr. Mariusz Samordak - Managing Director of the Ecology, Taxonomy and Analysis Division from BOŚ, Mr. Andrzej Stosio - Partner, Co-head of the Banking and Finance Department from the law firm of Clifford Chance and Mr. Paweł Strączyński - Vice-President of the Management Board from Pekao.

After the networking break, Mr. Mateusz Buczkowski, Consultant Team Leader and Product Country Manager from SoftwareOne made his presentation about „Supporting sustainable development by the aid of digital transformation”. He broached the subject related to digital transformation and he presented the issues related to the support of technology for sustainable development.

Subsequently, the time came for the second panel entitled „Climate neutrality in business”. The moderator was Dr Hab. Halina Brdulak - Associate Professor of the Warsaw School of Economics, Department of International Management and Chair of the Climate Council at UNGC. The discussion

was attended by: Mr. Sebastian Anioł - Logistics Innovation Director from InPost, Mr. Ireneusz Borowski - Country Manager from Dassault Systèmes, Mr. Michał Janik - Director of the Warsaw Site from Astra Zeneca Pharma Poland, Mr. Andrzej Losor - Director of Sales and Marketing Development, Member of the Management Board from Górażdże Cement, Ms. Małgorzata Malinowska - Director for cooperation with Corporate Clients from Lyreco Polska and Mr. Wiesław Szafrński - Managing Director for Operations from Polregio. The speakers wondered how to reduce the negative impact on the environment at every stage of the product's manufacturing. They also discussed innovative technologies and modern systems in waste management and recycling.

After the lunch break, the time came for the last panel this day, entitled „A socially friendly and responsible company”. The moderator of this discussion was Prof. Dr Hab. Bolesław Rok, Department of Entrepreneurship and Ethics in Business from Leon Koźmiński Academy. The discussion was attended by: Ms Renata Bem - Deputy Director General, UNICEF Polska, Ms Karolina Błońska - Senior Manager for Corporate Social Responsibility from Jeronimo Martins, Mr Łukasz Dominiak - Public and Government Relations Director, Ms Iwona Jacaszek-Pruś - Corporate Affairs Director from Kompania Piwowarska, Ms Dorota Kuligowska - HR Director from AstraZeneca Pharma Poland and Ms Jolanta Wiewióra - Managing Director of the HR and Communication Department from BGK. The interlocutors mainly debated how CSR have an influence on loyalty to the organization. Moreover, they wondered what importance the social foundations had assumed during the Covid-19 pandemic and the war in Ukraine. They also brought the issues on the floor about diversity as an element of the organizational culture of a friendly company and the strength of women's management.

The second day of the conference was opened with a speech by a Special Guest: Dr Guy Standing, a British professor, economist and specialist in development research. He gave a speech entitled “After the Pandemic and a Barbaric War: Building an Ethical Market Economy”. Then, Mr. Andrzej Grzymała - Vice-President of the Management Board, Managing Director from Reverse Logistics Group gave his presentation on “Cost-effective solutions supporting the transformation towards circular economy”.

After both performances, the first discussion panel on the circular economy began. The discussion was moderated by Prof. Dr Hab. Eng. Krzysztof Pikoń - Faculty of Environmental and Power Engineering, Department of Waste Management Technology and Devices. The panel was attended by Mr. Robert Chciuk - Director of the Waste Management Department from Ministry of Climate and Environment, Mr. Robert Daniluk - Director for Sustainable

Development, Quality and Safety from Lyreco Polska, Mr. Andrzej Grzymała - Vice-President of the Management Board, Managing Director from Reverse Logistics Group, Mr. Jacek Kostrzewa - President of the Management Board from Skotan, Mr. Michał Mikołajczyk - Proxy, Sales and Marketing Director from Rekopol and Mr. Paweł Nowak - President of the Management Board from Goodvalley. The interlocutors discussed the issues related to the reduction of the amount of waste generated at each stage of the production process and wondered what is the rational use of raw materials and resource management in the light of circular economy.

After the break, the time came for the second panel on "Sustainable Energy". The moderator was Mr. Waldemar Szulc, Director from TGPE. The discussion was attended by Mr. Jarosław Broda - President of the Management Board from Baltic Power Orlen, Prof. Jacek Kijeński - Full Professor, Faculty of Civil Engineering, Mechanics and Petrochemistry, Warsaw University of Technology, Mr. Mirosław Kowalik - President of the Management Board from Westinghouse Electric Poland, Mr. Krzysztof Ławrywjaniec - Director of the RES Department, from MAAT4, Mr. Arkadiusz Musielewicz - Vice-President, Director of Investments and Development from Ecological Projects Poland and Mr. Michał Skorupa - Board Chairman, E.ON Foton from E.ON Polska Group. They boarched the subject of pro-ecological policy in the Polish Energy sector. They wondered which technologies could reduce the exploitation of natural resources and save costs. During the discussion, the role of nuclear energy as an essential part of the low-emission energy mix was also raised.

After the second panel, Mr. Michał Sapota - President from HRE Investments, presented his lecture on „Investing in the real estate as capital protection”. He broached the subject of investment in land, that as he assessed - „in a few years it will get a price and real estate investing is the way that best protects our capital”.

The last panel concerned the "Sustainable construction" moderated by Ms. Ewa Kowalska-Ocneanu - Head of the Sustainable Development Department from the Polish branch of WSP. The discussion was attended by: Mr. Adam Ambrozik - Director for Corporate Affairs from VELUX

Polska, Mr. Bartłomiej Baran - lawyer, Deputy Director of the Department of Architecture, Construction and Surveying from the Ministry of Development and Technology, Mr. Władysław Grochowski - the Founder and Owner of the Arche Group, Mr. Andrzej Losor - Sales and Marketing Development Director, Board Member from Górażdże Cement, Mr. Michał Sapota - President, HRE Investments and Mr. Grzegorz Głasek from SPS Construction. The panellists talked about climate-neutral construction, wondered what new technological solutions in construction help reduce the negative impact on the natural environment and residents, and whether investing in green projects is more profitable from the developer's point of view.

The first day of the conference was crowned with the evening „Sustainable Economy Diamonds” gala, which was opened by a speech of a Special Guest: Dr Guy Standing. The highlight of the gala was the awarding of statuettes in 10 competition categories for the best companies, outstanding managers and business leaders who implement the highest standards of responsible business.

Laureates of the „Sustainable Economy Awards”:

SUSTAINABLE PRODUCTION LEADER

- Biedronka
- Ceramika Paradyż - distinction

SUSTAINABLE CONSTRUCTION LEADER

- Górażdże Group

ECOLOGY LEADER IN THE ENERGY INDUSTRY

- Orsted Polska
- Polskie Sieci Elektroenergetyczne - distinction
- E.ON Foton - distinction

TECHNOLOGY LEADER FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

- Żabka
- Seen Technologie - distinction

CLIMATE NEUTRALITY LEADER

- CCC

ADVISORY LEADER FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT

- Clifford Chance
- Krajowa Agencja Poszanowania Energii - distinction

SUSTAINABLE FINANCING LEADER

- Bank Ochrony Środowiska
- mBank - distinction

SOCIAL RESPONSIBILITY LEADER

- InPost
- Smiethfield Polska
- Fiberhost - distinction

ETHICS LEADER IN BUSINESS

- AstraZeneca Pharma Poland
- Hilti Polska - distinction

RESPONSIBLE BUSINESS VISIONARY

- Dorota Hryniewiecka- Firlej, President of Pfizer Polska





PIONIER W ZRÓWNOWAŻONYM DOSTARCZANIU TEGO, CZEGO POTRZEBUJE TWOJE MIEJSCE PRACY

NASZA STRATEGIA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU 2026



PLANETA

90% naszych obrotów pochodzi z produktów i usług wytwarzanych zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju



LUDZIE

90% pracowników jest dumnych z pracy dla Lyreco



POSTĘP

Współpracujemy z naszymi partnerami, aby rozwijać się w sposób zrównoważony



Executive Club

X EDYCJA

EXECUTIVE INNOVATION FORUM

2022



28 LISTOPADA 2022
SHERATON GRAND WARSAW