



MAGAZYN
DLA BIZNESU



NR 4/2019

www.executive-club.com.pl

Cyfrowa i autonomiczna kolej przyszłości

Wywiad z Krzysztofem Celińskim,
Prezesem Zarządu Siemens Mobility

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

jako droga do poprawy jakości
życia przyszłych pokoleń?

ROBERT DOBRZYCKI

ROZMOWA Z CEO
PANATTONI EUROPE

Czy sieć 5G zmieni
oblicze biznesu?

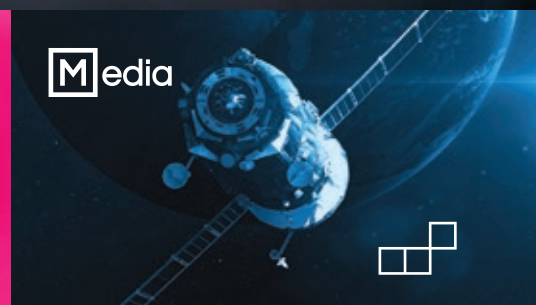
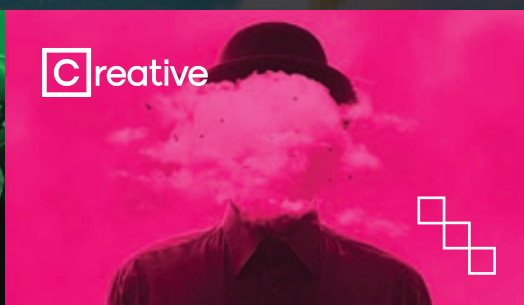
NOWOCZESNY PRZEMYSŁ
W PIGUŁCE – RELACJA Z VIII
EDYCJI TOP INDUSTRY SUMMIT

JAK BIZNES W POLSCE
MOŻE WSPIERAĆ DZIAŁANIA
HUMANITARNE?

ZAZIELENIANIE MIAST DLA ADAPTACJI
DO ZMIAN KLIMATU. JAKĄ ROLĘ MOŻE
ODEGRAĆ BIZNES?

Odkryj nowy poziom marketingu!

ONE House to firma, która w jednym miejscu oferuje kompleksowe usługi ze wszystkich obszarów komunikacji marketingowej, aby jak najlepiej odpowiadać na każdą potrzebę naszych Klientów.



Zapraszamy do kontaktu:

Marcin Pieciewicz
CEO
+48 505 809 123
marcin.pieciewicz@one-house.pl

Mikołaj Kubicz
Marketing Communications Manager
+48 602 459 059
mikolaj.kubicz@one-house.pl

All for marketing.



Droży Czytelnicy

Z wielką przyjemnością składam na Państwa ręce ostatni już tegoroczny numer „EC Magazynu dla biznesu”. Na większe podsumowanie mijającego roku przyjdzie jeszcze czas w pierwszym noworocznym wydaniu, ale zdecydowanie był to udany czas dla Executive Club. Zupełnie nowe wydarzenia, wprowadzenie Programu Usług Wzajemnych i nowoczesna strona internetowa w budowie to kilka naszych nowych inicjatyw. Cieszymy się, że zostały one dostrzeżone, a Państwa pozytywne opinie tylko uświadczają nas w przekonaniu, iż idziemy w dobrym kierunku i za wszystkie te serdeczne słowa dziękuję w imieniu całego Zespołu.

Przechodząc już do zawartości magazynu, zacznę od nowego działu, który się w nim pojawił – jest to dział CSR. Publikacje w nim umieszczone opisują tematy społecznego i odpowiedzialnego biznesu.

Od ostatniego wydania magazynu zorganizowaliśmy dużą konferencję (Top Industry Summit), dwie debaty klubowe (Firma ponad granicami i Digital People), a także EC Summer Party. Wszystkie te wydarzenia cieszyły się ogromnym zainteresowaniem, obfitowały w inspirujące debaty oraz interesujące wystąpienia, o czym dowiedzą się Państwo z relacji. Wierzymy, że dla tych, którzy nie mieli okazji być z nami podczas tych wydarzeń będą one zachętą do zawitania do nas w najbliższej przyszłości.

Relacje i sekcja CSR to jednak nie wszystko, co znajdą Państwo w obecnym numerze. Tradycyjnie już w dziale Okiem Eksperta omawiamy najciekawsze i najbardziej aktualne tematy z perspektywy prowadzenia przedsiębiorstwa. Last but not least, czyli dział wywiady, a w nim pełne inspiracji i ciekawostek rozmowy z przedstawicielami czołowych polskich i zagranicznych przedsiębiorstw. Gościem naszej okładki jest CEO niekwestionowanego, globalnego lidera sektora powierzchni magazynowych, Pan Robert Dobrzycki z Panattoni Europe. Na ten wywiad i wiele innych artykułów zapraszam Państwa niczym na wspaniałą podróż w myśl sentencji św. Augustyna mówiącą, że „jeśli świat jest książką to ci, którzy nie podróżują, czytają tylko jedną stronę”.

Życzę udanej lektury,

Michał Mazurczak
Redaktor Prowadzący



„Jeśli świat jest książką
to ci, którzy nie
podróżują, czytają tylko
jedną stronę”
– św. Augustyn

Dear Readers

It is a great pleasure that I can present you the last issue of this year's EC Magazine for Business. For a greater summary of the passing year the time will come in the first New Year's edition, but it was definitely a successful time for the Executive Club. Completely new events, the introduction of the Mutual Services Program and a modern website under construction are some of our new initiatives. We are glad that they have been noticed and your positive opinions only prove us that we are going in the right direction and thank you for all these cordial words on behalf of the whole Team.

Moving on to the contents of this magazine, I will start with the new section that appeared in this issue – CSR section. The publications contained in it describe the topics of social and responsible business.

Since the last issue of the magazine, we have organized a large conference (Top Industry Summit) two club debates (Company Across Borders and Digital People) as well as the EC Summer Party. All these events were very popular, full of inspiring debates and interesting speeches, as you will learn from the reports. We believe that for those who did not have the opportunity to be with us during these events, they will be an incentive to visit us in the near future.

Reports and CSR section are not everything that you will find in this issue. Traditionally, in the Expert's Comment section, we discuss the most interesting and current topics from the perspective of running a business. Last but not least, i.e. the interviews section, and in it conversations full of inspiration and curiosities with representatives of leading Polish and foreign companies. Our cover guest is CEO of the undisputed global leader in the warehouse space sector, Mr. Robert Dobrzycki from Panattoni Europe. I invite you to read this interview and many other articles like a for a wonderful journey in line with the sentence of Saint Augustine saying that „if the world is a book, those who do not travel read only one page”.

I wish you a good reading,

Michał Mazurczak
Editor in Chief

„If the world is a book,
those who do not travel
read only one page”
– Saint Augustine

6 ROBERT DOBRZYCKI CEO PANATTONI EUROPE

„Na pewno najciekawszym etapem w mojej karierze był czas po 2008 roku, który nie tylko dla branży ale i dla światowej gospodarki był przełomowy. Rynek raptownie zaczął zmieniać się z boomu w kryzys. Pozwoliło to nam aktywnie zarządzać nastającą sytuacją, nauczyć się wiele i dostosować do nowych warunków”.



WYWIADY

- 11 Joanna Bańkowska, Prezes Zarządu BDO Technology
- 14 Andrzej Czapczuk, V-ce Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny Grupy F.B.I. TASBUD
- 18 Marek Budner, Prezes Zarządu Budner Inwestycje
- 22 Beata Rosiak, Dyrektor Biura Ubezpieczeń Zdrowotnych Towarzystwa Ubezpieczeń INTER Polska SA
- 24 Krzysztof Celiński, Prezes Zarządu Siemens Mobility
- 28 Jarosław Michalak, Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny Michelin Polska SA
- 31 Maciej Pyrka, Country Manager Emirates na Polskę

OKIEM EKSPERTA

- 33 Bezpieczeństwo inwestycyjne w zarządzaniu majątkiem
- 36 Aktualizacje i bezpieczeństwo przyszłością smartfonów dla biznesu
- 38 System AGV. Nieproste wdrożenia
- 40 Nowoczesne technologie transmisyjne

- 44 Big Data źródłem innowacji i motorem rozwoju
- 46 Bo liczy się powietrze! Wspólnie stwórzmy Polskę bez smogu!
- 50 Motor rozwoju Polskiej gospodarki – logistyka XXI wieku
- 52 Coraz lepsze nastroje konsumentów
- 54 Archaiczne przepisy o sprzedaży alkoholu przez Internet blokują rozwój Polskich firm
- 58 Problemy regulacji DLT/Blockchain
- 63 Ocena rozwoju innowacyjności sektora spożywczego w Polsce
- 68 Sztuczna Inteligencja – nie tylko Big Data

CSR

- 72 SEGRO – ekologicznie i społecznie zaangażowany deweloper magazynowy
- 75 Czy ekologiczny wzrost jest możliwy?
- 80 Piękno w szwedzkim stylu Oriflame



EC Magazyn dla Biznesu
EC Magazine for Business

Wydanie: 4/2019
Issue: 4/2019

Executive Club
ul. Puławska 12 lok. 10
02-566 Warszawa
tel.: (+48) 22 409 25 38
e-mail: biuro@executive-club.com.pl

Redaktor Prowadzący / Editor in Chief
Michał Mazurczak

Wsparcie Redakcyjne / Editorial Support
Aleksandra Łapińska

Dyrektor Kreatywny / Creative Director
Łukasz Błędkowski

Druk / Print
Foldruk Media

Pakiety Partnerskie
Mirosław Witkowski
mw@executive-club.com.pl
tel: 510 105 474

Członkostwo w Klubie
Anna Karasińska
annakarasińska@executive-club.com.pl
tel: 570 105 464

Event Management
Marlena Kotowska
marlenakotowska@executive-club.com.pl
tel: 509 844 278

Media
Aleksandra Łapińska
aleksandrałapińska@executive-club.com.pl
tel: 570 105 421

Michał Mazurczak
michalmazurczak@executive-club.com.pl
tel: 509 031 577

Grafika
Łukasz Błędkowski
lukaszbledkowski@executive-club.com.pl
tel: 510 105 479



- 84** Zrównoważony rozwój jako droga do poprawy jakości życia przyszłych pokoleń?
- 88** Odpowiedzialny konsument to świadomy konsument
- 90** Wnosimy radość w życie dzieci
- 92** Zazielenianie miast dla adaptacji do zmian klimatu. Jaką rolę może odegrać biznes?
- 94** Jak biznes w Polsce może wspierać działania humanitarne?
- 96** Zrównoważone biura XXI wieku
- 99** Po pierwsze dialog
- 100** Jak produkt może pomagać? Na przykładzie SOS Wiosek Dziecięcych
- 102** Szlachetna Paczka czyli employer branding, który połączy Millenialsów i pokolenie Baby Boomers

76 KIERUJEMY SIĘ NAJWYŻSZYMI STANDARDAMI

Skuteczna realizacja strategii CSR wymaga pełnego zaangażowania wszystkich interesariuszy: pracowników, dostawców i klientów. Mając to na uwadze, Lyreco podejmuje różnorodne działania na rzecz współpracy, co już przynosi wymierne korzyści.



RELACJE

- 106** Jak letnia integracja to tylko z EC!
- 108** Firma ponad granicami. Jak odnieść sukces na międzynarodowych rynkach?
- 112** Przedsiębiorstwa na cyfryzacyjnym rozdrożu. Debata o trendach i technologiach, które zmieniają biznes
- 120** Gala „Diamenty Top Industry”

56 CZY SIEĆ 5G ZMIENI OBLICZE BIZNESU?

Eksperti zapowiadają, że technologia 5G wywoła prawdziwą rewolucję. Nowa generacja Internetu mobilnego pozwoli na wprowadzenie zaawansowanych technologicznie produktów, usług i modeli biznesowych.



116 NOWOCZESNY PRZEMYSŁ W PIGUŁCE RELACJA Z VIII EDYCJI TOP INDUSTRY SUMMIT

Paneliści zgodnie stwierdzili, że przemysł 4.0 to nie tylko współistnienie maszyn, robotów i człowieka. Składa się na niego 11 technologii, do których zostały dodane ostatnio komputery kwantowe. Następuje też koniec myślenia o zakładzie produkcyjnym jako jednym elemencie. Ujednolica się technologie i języki komunikacji pomiędzy wszystkimi elementami składowymi przedsiębiorstwa.



ROZMOWA Z ROBERTEM DOBRZYCKIM

CEO PANATTONI EUROPE



ROBERT DOBRZYCKI
Chief Executive Officer
Europe, Panattoni Europe



**Z BRANŻĄ POWIERZCHNI
MAGAZYNOWYCH JEST PAN
ZWIĄZANY OD 20 LAT, KTÓRY ETAP
W PANA KARIERZE ZAWODOWEJ
OKAZAŁ SIĘ KLUCZOWY I DLACZEGO?**

ROBERT DOBRZYCKI Na pewno najciekawszym etapem w tej karierze był czas po 2008 roku, który nie tylko dla branży ale i dla światowej gospodarki był przełomowy. Rynek raptownie zaczął zmieniać się z boomu w kryzys. Pozwoliło to nam aktywnie zarządzać nastającą sytuacją, nauczyć się wiele i dostosować do nowych warunków. Pomogło nam to w znacznym stopniu, zwłaszcza jeśli chodzi o pozycję rynkową. Okazało się, że po tym kryzysie nasi konkurenci zmienili strategię, zawężili sposób działania i zmniejszyli skalę. My utrzymywaliśmy aktywność na wysokim poziomie i zaraz po latach kryzysowych wyszliśmy na prowadzenie utrzymując pozycję lidera tej pory. Szybki rozwój firmy w latach 2005 – 2008 był bardzo ciekawy, ale rozwijali się wtedy wszyscy. Dopiero 2008 rok pokazał, jak można działać i kto działa w warunkach mocnego kryzysu. Wówczas bardzo szybko dostosowaliśmy się do tego, co działo się na rynku. Dużo budowaliśmy pod klienta i uzyskiwaliśmy płynność dzięki poprawie warunków umowy w negocjacjach z klientem. Szybkość reakcji i obserwowanie tego co się dzieje w danym momencie było kluczowe. Proces decyzyjny jest też u nas krótszy – decyzje podejmowane są na niższych szczeblach oraz lokalnie a większość z nich zapada w Europie, co pozwala na szybką reakcję. W takich chwilach człowiek najwięcej się uczy, a momenty te są najciekawsze – jeśli przeszło się obronną ręką przez jeden z największych kryzysów, to ekspansja w dobrych czasach nie jest przerażająca. To jest moja największa lekcja i ciekawa część kariery.

**OBECNIE PRZEDSIĘBIORSTWA
PRZYKŁADAJĄ DUŻĄ WAGĘ
DO PROWADZENIA FIRMY
W SPOSÓB ZRÓWNOWAŻONY
I ODPOWIEDZIALNY. JAKIE
KONKRETNIE DZIAŁANIA W TYCH
OBSZARACH PODEJMUJE PANATTONI
EUROPE W POLSCE?**

RD Praktycznie wszystkie budynki uzyskały certyfikat BREEAM i myślimy o wejściu na wyższy poziom. Planujemy również podwyższanie specyfikacji budynków, aby lepiej je izolować i redukować zużycie energii. Jest to jedna

z głównych rzeczy, na którą będziemy zwracać uwagę – zależy nam, żeby stać się liderem również w tym obszarze.

**WIELE BRANŻ ZMAGA SIĘ AKTUALNIE
Z LICZNYMI WYZWANIAM I JAK NP.
BRAK WYKWALIFIKOWANEJ KADRY
PRACOWNICZEJ CZY ROSNĄCE CENY
MATERIAŁÓW BUDOWLANYCH. JAKIE
NAJWIĘKSZE WYZWANIA STOJĄ
PRZED PANATTONI EUROPE ORAZ JAK
SOBIE PAŃSTWO Z NIMI RADZICIE?**

RD Faktycznie ostatnie 2-3 lata były ciężkie, ale najgorszy etap, zdaje się mamy już za sobą. W przypadku rynku magazynowego ten problem nie był aż tak widoczny, ponieważ proces budowy jest dużo krótszy. W związku z tym, zmienność i ryzyko zmienności są dużo mniejsze niż przy wieloletnich kontraktach. Dużym graczom łatwiej jest też przekonać do siebie pracownika, wykonawcę czy dostawcę, żeby pracował właśnie dla nich. Dzięki skali wiele rzeczy udaje się adresować w lepszy sposób.

**KTÓRE Z PAŃSTWA OSTATNICH
REALIZACJI BYŁY NAJISTOTNIEJSZE
I NAJBARDZIEJ SATYSFAKCUJĄCE
ORAZ DLACZEGO? BYĆ MOŻE
JEST JAKIŚ PROJEKT, KTÓRY BYŁ
WYJĄTKOWYM WYZWANIEM?**

RD Zdecydowanie jest to centrum logistyczne Amazon w Gliwicach – największa inwestycja tego typu w Polsce na rynku przemysłowym pod względem wartości, materiałów i środków. W tym samym czasie realizowaliśmy też dwie

mniejsze inwestycje i trafiliśmy na ciężki okres, jeśli chodzi o wykonawców i dostępność materiałów. Sprostanie temu wyzwaniu nie było łatwe i na pewno to doświadczenie okazało się bardzo ciekawe.

**RYNEK MAGAZYNOWY W POLSCE
OBECNIE DYNAMICZNIE SIĘ ROZWIJA.
Z CZEGO WYNIKA TEN TREND
WEDŁUG PANA I JAK DŁUGO ON
POTRWA?**

RD W całym sektorze nieruchomości ten rynek rozwija się najbardziej dynamicznie w skali globalnej. Przyczyną jest handel w internecie, czyli e-commerce. Przesuwa on procesy z retailu właśnie do naszej działalności. Dzięki temu pod jednym dachem mamy dwa sektory – przemysł i handel. To jest główna przyczyna rozwoju na całym świecie. Ważnym elementem jest też nasz region, który bardzo dynamicznie się rozwija i zmniejsza dystans w rozwoju między Europą Środkową a Zachodnią. Bliskość Niemiec powoduje również, że to nadganie postępuje bardzo szybko ze względu na przepaść w kosztach pracy i bardziej elastyczny kodeks pracy w Polsce. Dzięki temu mamy gwałtowny napływ inwestycji. Początkowo była to zachodnia część kraju, która dynamiczniej się rozwija, a teraz infrastruktura pozwala przesunąć ten środek ciężkości w głąb Polski. Przybliżyła to czasowo Polskę Wschodnią i Centralną do Niemiec. Znajdujemy się więc w bardzo szczęśliwym okresie rozwoju tej branży.

**SYTUACJA W BRANŻY FAKTYCZNIE
WYGLĄDA BARDZO DOBRZE, ALE
CZY WIDZI PAN JAKIEŚ ZAGROŻENIA
DLA TEGO BIZNESU W NAJBLIŻSZYM
CZASIE?**

RD E-commerce niejako broni nas przed spowolnieniem, więc nawet jeśli ono wystąpi, nasza branża powinna być najmniej dotknięta. Jednak cały sektor budowlany – deweloperski musi uważać na to, co się dzieje aktualnie na świecie. Wszelkie wojny handlowe jak np. ta USA i Chin oraz ostatnio USA i Europy mogą odbić się na nas bardzo źle. Ma to bezpośredni związek z pełnieniem przez Polskę funkcji zaplecza dostawczego – produkcyjnego i bycia dużym kooperantem największej gospodarki Europy – Niemiec. Już w tej chwili, w Niemczech jest spowolnienie graniczące z recesją, więc trzeba tę sytuację obserwować i trzymać rękę na pulsie.

MIEJSCE URODZENIA:

ŁÓDŹ

KUCHNIA:

INDYJSKA

KSIĄŻKA:

„THE SNOWBALL”, WARREN BUFFET

HOBBY:

ŻEGLARSTWO I TENIS

WYMARZONE WAKACJE:

BEZ KONKRETNEGO MIEJSCA, ABY NIE BYŁO ZASIĘGU

MUZYKA:

FILMOWA

PANATTONI EUROPE TO OBECNIE NAJAKTYWNIJSZY DEWELOPER NA RYNKU NIERUCHOMOŚCI MAGAZYNOWYCH W POLSCE. JAK WYGLĄDAJĄ PLANY INWESTYCYJNE SPÓŁKI NA KOŃCÓWKĘ TEGO ROKU ORAZ NA KOLEJNY ROK?

RD Jeśli chodzi o konkretne inwestycje to ciężko wskazać jedną, ponieważ starujemy z wieloma na raz. Na pewno będziemy otwierać nowe lokalizacje i nie boimy się wchodzić tam jako pierwsi. Widzimy naszą przyszłość wolumenową w Polsce, w mniejszych ośrodkach, które nie są jeszcze tak bardzo spenetrowane przemysłem. Dzięki temu możemy zaoferować klientom lokalizacje, które są bardzo atrakcyjne z punktu widzenia zatrudnienia pracownika.

PAŃSTWA FIRMA AKTYWNI DZIAŁA ZA GRANICĄ, M.I. IN. W NIEMCZACH, CZECHACH I NA SŁOWACJI. JAKIE KORZYŚCI PŁYNĄ Z EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ I CZY MOŻNA JUŻ PAŃSTWA NAZWAĆ MIANEM "GLOBALNEGO GRACZA"?

RD Żeby być globalnym graczem na naszym rynku, trzeba być w USA, Ameryce Północnej, Europie i w Azji. Jeżeli chodzi o wolumeny, które budujemy to nie wiem, czy ktoś prowadzi taki rejestr, ale podejrzewam, że jesteśmy globalnie numerem jeden, w przypadku nowych powierzchni. W dalszym ciągu nie jesteśmy jednak w Azji, ale to jest kwestia czasu kiedy zainteresujemy się tym rynkiem. Mamy do penetracji kilka nowych rynków w Ameryce Północnej i Europie jak np. odpowiednio New Jersey i Hiszpania oraz Holandia. Wciąż przed nami też rynek Francuski.

JAK ZBLIŻAJĄCY SIĘ W TEORII BREXIT WPŁYNIE NA PAŃSTWA DZIAŁALNOŚĆ W WIELKIEJ BRYTANII?

RD Już w tej chwili wpływa, ponieważ generuje niepewność i to jest moim zdaniem najgorszy okres Brexitu. Zależy nam więc na tym, aby sytuacja stała się klarowna, bo nawet po wyjściu Wielkiej Brytanii z UE, ten kraj wciąż będzie w ogromnym stopniu korzystał z e-commerce. Z powodu Brexitu wiele decyzji jest wstrzymywanych, ale też dzięki temu przez ostatnie dwa lata udało się nam wejść na ten rynek, który wydawał się bardzo hermetyczny. Oczekujemy więc na koniec tej niepewności i gdy to już nastąpi, to moim zdaniem będzie to jeden z najlepszych naszych rynków globalnie. ●



INTERVIEW WITH ROBERT DOBRZYCKI

CHIEF EXECUTIVE OFFICER EUROPE, PANATTONI EUROPE

YOU HAVE BEEN INVOLVED WITH THE WAREHOUSING INDUSTRY FOR 20 YEARS. WHICH STAGE OF YOUR CAREER TURNED OUT TO BE THE MOST CRUCIAL AND WHY?

ROBERT DOBRZYCKI Certainly the most interesting stage in my career was the time after 2008, which was groundbreaking not only for the industry, but also for the global economy. The market rapidly changed from boom to crisis. This allowed

PLACE OF BIRTH:

ŁÓDŹ

CUISINE:

INDIAN

BOOK:

"THE SNOWBALL" BY WARREN BUFFET

HOBBY:

SAILING AND TENNIS

DREAM HOLIDAYS:

NO SPECIFIC PLACE, BUT WITHOUT MOBILE RECEPTION

MUSIC:

MOVIE SOUNDTRACKS

us to actively manage the resulting situation, learn a lot, and adapt to the new circumstances. It helped us a lot, especially when it comes to our market position. It turned out that after the crisis our competitors changed their strategy, narrowed operations, and reduced scale. We maintained our activity at a high level and, immediately after the crisis years, took the lead, which we've managed to retain to this day. The rapid development of the company in the years 2005-2008 was very interesting, but everyone was developing then. It was only 2008 that showed what was really possible and who was able to operate under a severe crisis. At that time, we quickly adapted to what was happening on the market. We were building a lot specifically for our clients and achieved liquidity by improving contractual terms during negotiations with clients. It was crucial to react quickly and observe what was happening at any given moment. Our decision-making process is also shorter – decisions are made at lower levels and locally, mostly in Europe, which enables a quicker response. In such times one can learn the most, and these moments are the most interesting – if you managed to withstand one of the greatest crises, then it's not as scary to expand when the times are good. This is my greatest lesson and an interesting part of my career.

COMPANIES CURRENTLY ATTACH GREAT IMPORTANCE TO SUSTAINABLE AND RESPONSIBLE OPERATION. WHAT SPECIFIC ACTIONS DOES PANATTONI EUROPE TAKE IN THESE AREAS IN POLAND?

RD Virtually all buildings are BREEAM certified and we are thinking about going a level higher. We are also planning to increase the specifications of the buildings to insulate them better and reduce energy consumption. This is one of the main things that we will focus on – we want to become a leader in this area as well.

MANY INDUSTRIES ARE CURRENTLY FACING NUMEROUS CHALLENGES, SUCH AS THE LACK OF QUALIFIED STAFF OR RISING PRICES OF CONSTRUCTION MATERIALS. WHAT ARE THE BIGGEST CHALLENGES FACED BY PANATTONI EUROPE AND HOW DO YOU DEAL WITH THEM?

RD The last 2-3 years were really hard, but the worst part seems to be behind us. These problems were not as visible on the Warehouse space market, because the construction process is much shorter. Therefore, volatility and risk of volatility are much lower than for contracts lasting several years. It is also easier for large players to convince employees, contractors, or suppliers to work for them. Scale helps address many issues in a better way.

WHICH OF YOUR RECENT PROJECTS WERE THE MOST IMPORTANT AND MOST SATISFYING AND WHY?

PERHAPS THERE IS A PROJECT THAT CONSTITUTED A UNIQUE CHALLENGE?

RD It is definitely the Amazon logistics center in Gliwice – the largest investment of this type in Poland on the industrial market in terms of value, materials, and resources. At the same time we were also implementing two smaller investments, and we came across a difficult period in terms of contractors and availability of materials. Meeting this challenge wasn't easy and certainly this experience turned out to be very interesting.

THE WAREHOUSING MARKET IN POLAND IS CURRENTLY DEVELOPING RAPIDLY. WHERE DOES THIS TREND COME FROM, IN YOUR OPINION, AND HOW LONG WILL IT LAST?

RD In the entire real estate sector, this market is developing most dynamically on a global scale. The reason is online commerce, i.e. e-commerce. It shifts processes from retail to our business. As a result we have two sectors under one roof – industry and trade. This is the main reason for this development all over the world. Another important element is our region, which is developing very dynamically and reducing the distance between Central and Western Europe. The proximity of Germany also means that this catching up progresses very



City Logistics Łódź I



quickly due to the huge gap in labor costs and a more flexible labor code in Poland. This causes a rapid inflow of investments. Initially it was the western part of the country which was developing more dynamically, but now the infrastructure allows us to shift this center of gravity deeper into Poland. This temporarily brings Eastern and Central Poland closer to Germany. So we are in a very favorable period in the development of this industry.

THE SITUATION IN THE INDUSTRY REALLY LOOKS VERY GOOD, BUT DO YOU SEE ANY THREATS TO THIS BUSINESS IN THE NEAR FUTURE?

RD In a way, e-commerce protects us against slowdown, so even if it occurs, our industry should be the least affected. However, the entire construction and development sector must be careful about what is currently happening in the world. All trade wars, such as the one between the USA and China as well as, recently, between the USA and Europe, can have a very bad impact on us. This is directly related to Poland's function as a supply and production base as well as a significant partner for Europe's largest economy – Germany. Even now Germany is

experiencing a slowdown bordering on recession, so we need to monitor this situation and keep our finger on the pulse.

PANATTONI EUROPE IS CURRENTLY THE MOST ACTIVE DEVELOPER ON THE WAREHOUSE PROPERTY MARKET IN POLAND. WHAT ARE THE COMPANY'S INVESTMENT PLANS FOR THE END OF THIS YEAR AND FOR THE NEXT YEAR?

RD When it comes to specific investments, it's hard to choose one, as we are initiating several at once. We will definitely be opening new locations and we are not afraid to be the first ones to enter. We see the future of our volume in Poland, in smaller centers that are not as penetrated by industry yet. This gives us the opportunity to offer clients locations that are very attractive in terms of employment.

YOUR COMPANY IS ACTIVE ABROAD, AMONG OTHERS IN GERMANY, THE CZECH REPUBLIC, AND SLOVAKIA. WHAT ARE THE BENEFITS OF FOREIGN EXPANSION AND ARE YOU ALREADY A "GLOBAL PLAYER"?

RD In order to be a global player on our market, you have to be present

in the USA, North America, Europe, and Asia. As for the volumes we are building, I don't know if anyone keeps such a record, but I suspect that we are the global number one in terms of new space. We are still not present in Asia, but it's a matter of time before we become interested in this market. We have several new markets to penetrate in North America and Europe, such as New Jersey, Spain, and the Netherlands, respectively. The French market is still ahead of us.

HOW WILL THE THEORETICALLY UPCOMING BREXIT AFFECT YOUR BUSINESS IN THE UK?

RD It is already affecting it, as it's generating uncertainty, which is, in my opinion, the worst period of Brexit. So we want the situation to become clear, because even after the UK leaves the EU, this country will continue to greatly benefit from e-commerce. Because of Brexit many decisions are being withheld, but this also helped us enter this market, which seemed very hermetic, within the last two years. So we are waiting for this uncertainty to end, and when that happens, I believe it will be one of our best markets globally. ●



● Amazon Gliwice



ROZMOWA Z JOANNA BAŃKOWSKĄ

PREZES ZARZĄDU BDO TECHNOLOGY



JOANNA BAŃKOWSKA

Prezes Zarządu, BDO Technology
President of the Board, BDO Technology

JEST PANI W BIZNESIE ZNANĄ I SZANOWANĄ OSOBĄ, WYNIKA TO Z FAKTU WIELOLETNIICH DOŚWIADCZEŃ SPRAWOWANIA STANOWISK ZARZĄDCZYCH, Z UWAGI NA TO CHCIELIBYŚMY ŻEBY PODZIELIŁA SIĘ PANI SVOJĄ REFLEKSJĄ DOTYCZĄCĄ ŚCIEŻKI KARIERY Z PERSPEKTYWY KOBIETY. CZY UWAŻA PANI, ŻE ŚCIEŻKA KARIERY KOBIETY JEST TRUDNIEJSZA OD ŚCIEŻKI MĘŻCZYZNY?

JOANNA BAŃKOWSKA Kiedy zaczynałam pracę, nie było Internetu ani mediów społecznościowych, więc ten temat można powiedzieć, że w ogóle nie istniał. Nie zastanawiałam się więc nad tym. Nigdy nie musiałam jakoś bardzo rozpierać się łokciami, mimo że od początku pracowałam w męskim środowisku informatycznym. Raz się zdarzyło, że przy pierwszym awansie mój kolega z mniejszym stażem i zasługami dostał pierwszy propozycję. Wtedy trzeba było uderzyć pięścią w stół i zawalczyć o swoje. Drugim takim momentem, był proces przejmowania firmy, w której pracowałam. Nie jest łatwo być przejmowanym, bo gdzie pieniądze tam władza, a z nowym właścicielem mamy całkiem nową sytuację, wszystko tak naprawdę zaczyna się od początku.



JESTEŚCIE PAŃSTWO FIRMĄ Z GRUPY BDO W POLSCE, JAK USŁUGI TRANSFORMACJI CYFROWEJ I BEZPIECZEŃSTWA WSPÓŁGRAJĄ Z AUDYTEM FINANSOWYM?

JB Nasza firma wchodzi w skład BDO, czyli firmy matki, której główną działalnością jest audyt finansowy. Na polskim rynku jest obecna od 20 lat, a w zeszłym roku zajęła czwartą pozycję w rankingu firm audytorskich w Polsce. Oprócz tego w grupie BDO są następujące firmy: prawnicza, świadcząca usługi outsourcingowe dla księgowości i usprawniająca procesy przemysłowe. Natomiast BDO Technology jako najmłodsze dziecko całej grupy zajmuje się cyberbezpieczeństwem i transformacją cyfrową. Nie ma więc czegoś takiego, że działamy wspólnie, ponieważ ustawa o biegłych rewidentach nie pozwala w trakcie audytu finansowego na wykonywanie przez daną firmę innych usług na rzecz audytowanego. Naruszałoby to zasadę bezstronności. Poza tym mamy zupełnie inną specyfikę, łączy nas marka i najwyższa możliwa jakość usług.

KTÓRA Z OFEROWANYCH PRZEZ PAŃSTWA USŁUG JEST NAJBARDZIEJ WYMAGAJĄCA?

JB Działamy w wielu wymagających obszarach, m.in. w transformacji cyfrowej, cyberbezpieczeństwie, bezpieczeństwie IT, ochronie danych osobowych oraz zarządzaniu ryzykiem. Wszystko to składa się na audyt, gdzie w optymalnym działaniu na początku jest Analiza Łuk. Rozpoczynając pracę u klienta sprawdzamy układ nerwowy firmy, czyli systemy informatyczne, bez IT nie ma biznesu. Po takim wstępnym przeglądzie wydajemy zalecenia. Priorytetem jest szukanie zgodności ze światowymi standardami i zastanowienie się jak luki możemy wypełnić optymalnie, podczas wspólnych działań. Nie kontrolowanie i szukanie błędów, a zewnętrzne spojrzenie co może działać lepiej. O jednym trzeba jednak pamiętać – nie da się zabezpieczyć przed złą wolą i zawsze najsłabszym ogniwem będzie człowiek. Statystyki są bezwzględne, większość działań na szkodę przedsiębiorstwa oraz ataków hakerskich odbywa się od środka. Punktem kiedy menagerowie i pracownicy zwrócili uwagę na bezpieczeństwo, a przede wszystkim w obszarze ochrony danych osobowych przyniosło ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych potocznie znane jako RODO. Część firm ograniczyła się tyl-

ko do aspektów prawnych, ale jest też dużo takich, które robią dużo więcej np. usprawniają swoje systemy informatyczne, które są nieodłącznym elementem przetwarzania danych, tak jak i całego realizowanego biznesu.

CZY MOGŁABY PANI PRZYTOCZYĆ NAJCIĘKAWSZE WYZWANIA I OSIĄGNIĘCIA FIRMY W OSTATNIM CZASIE?

JB Zdecydowanie był to kompleksowy długookresowy i wieloetapowy projekt dotyczący kryptowalut z firmą Bitbay. W ramach niego dokonano opisu procesów biznesowych, analizy ryzyka, wdrożenie elementów polityki bezpieczeństwa informacji i elementami antykorupcyjnymi. Firma ta przekształciła się w tym czasie z niewielkiej spółki w ogromny zespół z własnym biurowym i biometrycznym dostępem. Innym ciekawym działaniem był też pięcioletni, szeroko rozumiany audyt bezpieczeństwa spółki MPWiK usprawniający bezpieczeństwo HR, ciągłość działania, zarządzanie ryzykiem i bezpieczeństwo IT. Bardzo pozytywnym okazał się też audyt RODO w Polskiej Akademii Nauk. Jest to świetnie z informatyzowaną jednostką naukową – badawcza posiadająca wybitnych specjalistów. Wielu ludziom wydaje się też, że robimy ciągle to samo i muszę temu kategorycznie zaprzeczyć, ponieważ regularnie wchodzimy w nowe branże i otoczenia co sprawia, że każdy projekt ma inny, ciekawy wymiar.

JAKIE SĄ PLANY I ASPIRACJE FIRMY NA 2020 ROK?

JB W tym roku skierujemy na rynek nowy katalog szkoleń m.in. Agile'owych (innowacyjne szkolenie dot. prowadzenia projektów) oraz szkoleń w obszarze których nigdy nie dosyć kompetencji i wiedzy tj. cyberbezpieczeństwa. Jest to dobry czas na przeprowadzenie szkoleń, mija powakacyjny natłok zadań, planujemy nowe projekty, weryfikujemy potrzeby i jest czas na podniesienie umiejętności, wygrywają zawsze dobrze przygotowani i kompetentni. Jak już wspomniałam organizacja to ludzie i największa wartość każdej firmy. Wszystkie organizacje realizują swoje cele przy wsparciu technologii i mówiąc o transformacji cyfrowej często mówimy o wykorzystaniu narzędzi – chmurze, czy sztucznej inteligencji, ale trzeba pamiętać, że bez człowieka to nie jest właściwy kierunek. Transformacja cyfrowa bez wątplenia korzystnie

wpływa na firmy, trzeba jednak właściwie się do niej przygotować, rozumieć, działać planowo. Cel nadrzędny to przygotować firmę i jej pracowników, na nadchodzące nieuniknione wyzwania i zmiany. Jednak jak na wstępie w opisie audytu łuk, nie szukamy problemów, a przygotowujemy firmy, tak aby zmiany były dla nich szansą, a nie problemem, a nikt nikomu nie mówił, że będzie łatwo. ●

INTERVIEW WITH JOANNA BAŃKOWSKA

PRESIDENT OF THE BOARD OF BDO TECHNOLOGY

YOU ARE A WELL-KNOWN AND RESPECTED PERSON IN BUSINESS, IT RESULTS FROM THE FACT THAT YOU HAVE MANY YEARS OF EXPERIENCE IN HOLDING MANAGERIAL POSITIONS, SO WE WOULD LIKE YOU TO SHARE YOUR REFLECTION ON YOUR CAREER PATH FROM THE WOMAN'S PERSPECTIVE. DO YOU THINK THAT A WOMAN'S CAREER PATH IS MORE DIFFICULT THAN A MAN'S?

JOANNA BAŃKOWSKA When I started work, there was no Internet or social media, so this topic can be said to have never existed. So I didn't think about it. I have never had to throw an elbow, even though I had to work in the male IT environment from the beginning. It happened once that on the first promotion my colleague with less seniority and merit got the offer first. So I had to hit the table with my fist and fight for my own. The second such a moment was the acquisition process of the company I worked for. It's not easy to be taken over, because where the money are there is power, and with the new owner we have a completely new situation, everything starts from beginning.

YOU ARE THE MEMBER OF THE BDO GROUP IN POLAND, HOW DO DIGITAL TRANSFORMATION AND SECURITY SERVICES INTERACT WITH THE FINANCIAL AUDIT?

JB Our company is a part of BDO, which is a parent company whose main activity



is financial audit. It has been present on the Polish market for over 20 years and last year it took the fourth position in the ranking of financial audit companies in Poland. In addition, the BDO group includes the following companies: law firm, outsourcing services for accounting and improving industrial processes. BDO Technology, as the youngest child of the whole group, deals with cyber security and digital transformation. Therefore is no such thing that we act together, because the Act on Statutory Auditors does not allow a company to

a client we check the company's nervous system, i.e. IT systems, without IT there is no business. After such an initial review, we issue recommendations. The priority is to search for compliance with global standards and to consider how we can fill in the gaps optimally during joint activities. Not controlling and looking for non conformity, but showing the area for improvement. One thing you have to remember – you cannot protect against bad will and always the weakest link will be the human being. Statistics are absolute, most

JB Definitely, it was a comprehensive long-term and multi-stage project concerning cryptocurrency with the Bitbay company. It includes a description of business processes, risk analysis, implementation of information security policy elements and anti-corruption elements. They developed from a small company into a huge team with its own building and biometric access. Another interesting project was also a five-month long, security audit of the MPWiK company, improving HR security, business continuity, crisis management and IT security. The RODO audit at the Polish Academy of Sciences also turned out to be very positive. It is a highly computerized scientific and research unit with outstanding specialists. Many people also think that we do the same thing all the time but I would like to outline, that we regularly go into the new industries and surroundings, which makes each project different, interesting and unique.

WHAT ARE THE COMPANY'S PLANS AND ASPIRATIONS FOR 2020?

JB This year we will direct to the market a new catalogue of training courses, including Agile (innovative training on project management) and training in the area of which there is never enough competence and knowledge, i.e. cyber security. It is a good time to conduct trainings, a multitude of post-holiday tasks passed. For our customers we plan new training projects, which consist of many valuable knowledge and upskilling people. As I have already mentioned, the organization is people but also the greatest value of any company. All organizations implement their goals with the support of technology and talking about digital transformation, we often talk about using tools – cloud or artificial intelligence, but we have to remember that without a human it is not the right direction. Digital transformation undoubtedly has a positive impact on companies, but it is necessary to prepare properly, understand and act in a planned way. The overriding goal is to prepare the company and its employees for the upcoming unavoidable challenges and changes. However, we do not look for problems, but we prepare companies in such a way, that these changes are an opportunity for them. ●

perform other services for the benefit of the audited organization during the financial audit. This would violate the principle of impartiality. In addition, we have a completely different specificity, we are united by brand and the highest possible quality of services.

WHICH OF THE SERVICES OFFERED BY YOU IS THE MOST DEMANDING?

JB We operate in many demanding areas, including digital transformation, cyber security, IT security, personal data protection and risk management. All this contributes to the audit, where in the optimal operation at the beginning is the Gap Analysis. Starting work for

of the activities against the company like hacker attacks take place from the organization inside. The break event point when everybody paid attention to the security, was the GDPR regulations. During the implementation process some companies have limited themselves to legal aspects only, but there are also many that do much more, for example, improve their IT systems, which are an integral part of data processing, as well as the whole business.

COULD YOU QUOTE THE MOST INTERESTING CHALLENGES AND ACHIEVEMENTS OF THE COMPANY IN RECENT YEARS?



ROZMOWA Z ANDRZEJEM CZAPCZUKIEM

V-CE PREZESEM ZARZĄDU I DYREKTOREM GENERALNYM GRUPY F.B.I. TASBUD



DR INŻ. ANDRZEJ CZAPCZUK

V-ce Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny Grupy Kapitałowej F.B.I. TASBUD
V-ce President and Managing Director of Capital Group F.B.I. TASBUD

Z BRANŻĄ BUDOWLANĄ JEST PAN ZWIĄZANY OD KILKUNASTU LAT. KTÓRY ETAP W PANA KARIERZE ZAWODOWEJ OKAZAŁ SIĘ BYĆ KLUCZOWY?

ANDRZEJ CZAPCZUK Zawsze wyznawałem zasadę, że najważniejsze to nie stać w miejscu, ale nieustannie się rozwijać tak, aby to, co robimy było naszą pasją i sprawiało przyjemność każdego dnia. Współpraca z interesującymi, kreatywnymi ludźmi, podejmowanie nowych wyzwań i stawianie sobie ambitnych celów to elementy, które motywują mnie do działania, dodają „wiatru w żagle”. Nie mogę jednoznacznie wskazać, który moment był kluczowy – każdy był niezaprzeczalnie ważny, nie-

zbędny i kształtował mnie pod względem zarówno zawodowym, jak i osobistym. Były to interesujące i pouczające lekcje, tak jak z pewnością wszystkie kolejne, które są jeszcze przede mną.

ZAWODOWO DUŻĄ WAGĘ PRZYKŁADA PAN DO PRACOWNIKÓW I ICH KOMPETENCJI. JAKI JEST PANA PRZEPIS NA KIEROWANIE ZESPOŁEM W TAK DUŻEJ FIRMIE?

AC W naszej Grupie Kapitałowej F.B.I. TASBUD o międzynarodowym spectrum działania zawsze wierzyliśmy w to, że to właśnie ludzie są kluczem do świetnie prosperującego przedsiębiorstwa. To oni

nadają firmie charakter, budują ją i scalają każdego dnia. Odpowiednio dobrany zespół to największa siła spółki i wartość nie do przecenienia. Nasza filozofia jest bardzo czytelna – stawiamy na pracowników na każdym etapie współpracy. Wspieramy ich rozwój, wierzymy w nich i umożliwiamy rozpostarcie zawodowych skrzydeł. W naszych szeregach jest wielu pracowników, którzy zaczęli z nami pracę jako młodzi, niedoświadczeni pracownicy. Dziś, zajmują oni stanowiska kierownicze i dyrektorskie. Jest to idealne odzwierciedlenie naszej filozofii – inwestujemy w naszą kadrę, a ona odwdzięcza się nam lojalnością i wielkim zaangażowaniem. To



Zakończona inwestycja dla Echo Investment przy ul. Konstruktorskiej w Warszawie
Completed investment for Echo Investment at ul. Konstruktorska in Warsaw

właśnie dzięki nim wypracowaliśmy stabilność biznesową i bezcenny zespół. Mimo, że firma stale się rozrasta, nie popadliśmy w korporacyjną rutynę. Stawiamy na przyjacielskie kontakty i bazujemy na rodzinnej atmosferze, nie bez kozery otrzymaliśmy tak wiele wyróżnień i nagród właśnie za nasze wartości i partnerskie kierowanie biznesem. Jestem przekonany, że czynnikiem, który wyróżnia nas na tle innych firm jest właśnie zespół – zgrany, mogący na siebie liczyć i niepoddający się w trudnych chwilach. To jest największy skarb pracodawcy.

POZA PRACOWNICZĄ FILOZOFIĄ BARDZO SILNIE ANGAŻUJĄ SIĘ PAŃSTWO TAKŻE W PROJEKTY PROSPOŁECZNE I CHARYTATYWNE

AC Pomaganie ludziom zawsze było istotnym elementem Grupy F.B.I. TASBUD. Zgłasza się do nas wiele indywidualnych osób, potrzebujących wsparcia. Każdego wysłuchujemy i staramy się wspomóc, jeśli to tylko jest możliwe. Co roku nasi pracownicy organizują zbiórkę dla dzieci z Domów Dziecka oraz Domów Samotnej Matki. Firma chętnie wspiera także szkoły, angażując się w różne formy pomocy materialnej. Zawsze służymy też poradą z dziedziny, na której znamy się najlepiej – budownictwa. Od wielu lat współpracujemy m.in. z fundacją AKOGO, mając swój udział w rozbudowie Kliniki Budzik. Wykonywaliśmy także prace na rzecz Domu Dziecka nr 2 im. Janusza Korczaka w Warszawie. Jesteśmy

przekonani, że dobro i okazane serce wraca ze zdwojoną siłą.

PRZEDSIĘBIORSTWA PRZYKŁADAJĄ OBECNIE DUŻĄ WAGĘ DO PROWADZENIA FIRMY W SPOSÓB ZRÓWNOWAŻONY I ODPOWIEDZIALNY. JAKIE DZIAŁANIA W TYM OBSZARZE PODEJMUJE GRUPA F.B.I. TASBUD?

AC Jako świadomy gracz na rynku staramy się rozsądnie podejmować wszelkie decyzje związane z rozwojem naszej Grupy. Wnikliwie analizujemy ryzyka, obserwujemy gospodarkę zarówno w Polsce, jak i poza granicami naszego kraju – wszystko po to, aby być zawsze przygotowanym na ewentualne zmiany, zawsze o krok przed wyzwaniem i konkurencją. Zdajemy sobie sprawę, że sektor budownictwa wyjątkowo mocno wpływa na środowisko naturalne, dlatego ważne jest aby jako czołowy, polski Generalny Wykonawca, czujemy się w obowiązku podejmować kroki w celu ograniczenia wpływu na zasoby środowiskowe. Zrównoważony rozwój naszego przedsiębiorstwa jest częścią naszych planów biznesowych. Mamy ambicję do tego, aby poprawiać i udoskonalać nasze procesy. Dobieramy podwykonawców tak, aby ulepszać standardy ochrony środowiska, używane do budowy materiały zawsze wybierane są pod kątem ekologii i energooszczędności. Dbamy też o recykling, zarówno we wszystkich jednostkach biurowych, jak i na budowach. Chcemy aby nasze inwestycje były wizytówką i wzorem.

WIELE BRANŻ ZMAGA SIĘ Z LICZNYMI TRUDNOŚCIAMI, M.IN. BRAKIEM WYKWALIFIKOWANEJ KADRY PRACOWNICZEJ. JAKIE WYZWANIA STOJĄ PRZED F.B.I. TASBUD?

AC Rynek budowlany nigdy nie był prosty i jednostajny – dużo się na nim dzieje. Staramy się ze znacznym wyprzedzeniem przygotowywać na zmiany i zawirowania w sektorze, a biznes prowadzić tak, by niedogodności przekształcać w możliwości, przewagi Grupy nad konkurencją. Aktualnie jako generalny wykonawca prowadzimy równocześnie powyżej 20 inwestycji w samej Warszawie, dochodzą do tego te w pozostałych częściach kraju, a także poza jego granicami, np. w Szwecji gdzie rozwijamy budownictwo eksportowe – wszystkie nasze budowy mają zapewnione profesjonalne zaplecze, zarówno pracownicz, jak i materialne. Co ważne, są one realizowane terminowo i z odpowiednią starannością, a to potwierdza, że potrafimy poprawnie prosperować mimo rynkowych przeciwności. Po 35 latach nasza Grupa mocno stoi na nogach i przyciąga najlepszych specjalistów, których posiadamy w swoich zasobach, z czego jestem najbardziej dumny.

F.B.I. TASBUD S.A. TO OBECNIE JEDEN Z NAJAKTYWNIJSZYCH GENERALNYCH WYKONAWCÓW NA RYNKU W POLSCE. JAK WYGLĄDA PLAN INWESTYCYJNY SPÓŁKI NA TEN ROK?

AC Cieszymy się, że nasza aktywność jest coraz szerzej zauważalna, a nasza mocna pozycja na rynku widoczna. Grupa nieustannie się rozwija, tak by w każdej dziedzinie budownictwa prowadzić coraz to ciekawsze inwestycje. Duże znaczenie mają dla nas także rynki międzynarodowe, na których nasza Grupa jest coraz aktywniejsza jako generalny wykonawca. Dla przykładu w Szwecji jesteśmy jedynym polskim Generalnym Wykonawcą z tak dużym doświadczeniem i aktualnie prowadzonymi realizacjami. Dużą wagę przykładamy do silnego rozwoju Pionu Prefabrykacji, a motorem do stosowania nowych technologii i inteligentnych systemów na poszczególnych budowach jest Pion Naukowo-Badawczy, prężnie działający w naszych strukturach. Jest to z pewnością element wyróżniający nas na tle konkurencji, a także ogromne wsparcie podczas realizacji kolejnych inwestycji.

PAŃSTWA FIRMA AKTYWNIE DZIAŁA TAKŻE POZA GRANICAMI POLSKI. JAKIE KORZYŚCI PŁYNĄ Z EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ? CZY MOŻNA NAZWAĆ JUŻ PAŃSTWA MIANEM „GLOBALNEGO GRACZA?”

AC Nadawanie takich określeń nie leży w naszej gestii, nie mniej jednak jesteśmy wdzięczni za docenienie naszych wieloletnich działań, ponieważ od zawsze mieliśmy międzynarodowe ambicje. Dla stabilności Grupy ogromne znaczenie ma dywersyfikacja. Stąd właśnie nasza dotychczasowa historia – wybudowane obiekty w Libii, jak również aktualna działalność m.in. na rynku skandynawskim. Jesteśmy kompleksowym generalnym wykonawcą realizującym inwestycje w konwencji Design&Build w technologii prefabry-

kowanej, czego przykładem jest osiedle, np. w mieście Olofström. Dzięki prężnie działającemu Polskiemu Klastrowi Eksporterów Budownictwa, F.B.I. TASBUD jest liderem prekursorskiego projektu o nazwie Polski Szpital Modułowy, dedykowanego na rynki rozwijające się. Wychodzimy na przeciw potrzebom i możliwościom sektora budowlanego bazując na wieloletnim doświadczeniu oraz zespole wyspecjalizowanych profesjonalistów, implementując innowacyjne rozwiązania i technologie na naszych realizacjach. ●

INTERVIEW WITH ANDRZEJ CZAPCZUK V-CE PRESIDENT AND MANAGING DIRECTOR, F.B.I. TASBUD GROUP

YOU HAVE BEEN INVOLVED IN THE CONSTRUCTION INDUSTRY FOR SEVERAL YEARS. WHICH STAGE OF YOUR PROFESSIONAL CAREER TURNED OUT TO BE CRUCIAL?

ANDRZEJ CZAPCZUK I have always believed that the most important thing is not to stand still, but to constantly develop, to make sure that what we do is our passion and a source of pleasure every day. Cooperation with interesting, creative people, taking up new challenges and setting ambitious goals are the elements that motivate me to act and push me to go further. I can't put my finger on any specific moment that was crucial; each of them was

undeniably important, necessary and helped me develop both professionally and personally. These were interesting and enlightening lessons, and so will be all the other lessons that are still ahead of me.

YOU ATTACH GREAT IMPORTANCE TO YOUR EMPLOYEES AND THEIR QUALIFICATIONS. WHAT IS YOUR RECIPE FOR MANAGING A TEAM IN SUCH A LARGE COMPANY?

AC In F.B.I. TASBUD Capital Group, with its international scope of operations, we have always believed that people are the key to a thriving company. They are the ones who give the company its character, build it and integrate it every day. A team comprising carefully selected members is the greatest asset of the company and its importance cannot be overestimated. Our philosophy is very clear – we focus on our employees at every stage of cooperation. We support their development, believe in them and enable them to spread their wings. There are many employees who started working with us when they were young and inexperienced. Today, they hold management positions. This is a perfect reflection of our philosophy – we invest in our staff, and they return the favour by showing loyalty and great commitment. It is thanks to them that we have developed business stability and a priceless team. Although the company is constantly growing, we did not fall into a corporate routine. We focus on friendly contacts based on partnership and family atmosphere, which is confirmed by many awards and distinctions we received in recognition of our values and management style. I am convinced that our team is what distinguishes us from



Innowacyjny budynek z ruchomymi panelami elewacji DK Kadr
Innovative building with movable modules DK Kadr



Osiedle mieszkalne Moderna realizowane na zlecenie Dom Development na warszawskim Targówku
Moderna housing estate implemented on behalf of Dom Development in Warsaw's Targówek

other companies. A good team that can count on each other and does not give up in difficult moments is of greatest value for the employer.

APART FROM THIS PRO-EMPLOYEE PHILOSOPHY, YOU ARE ALSO VERY STRONGLY INVOLVED IN SOCIAL AND CHARITY PROJECTS.

AC Helping people has always been important for Group F.B.I. TASBUD. Many individuals address us and ask for support. We listen to everyone and try to help them if we can. Every year, our employees organize a fund raiser for children from orphanages and single mothers' homes. The company also supports schools by engaging in various forms of material aid. We always provide advice in the field we know best, i.e. construction. For many years we have been also cooperating with the AKOGO Foundation and we contributed to the expansion of the Alarm Clock Clinic. We have also performed some work for Janusz Korczak Orphanage in Warsaw. What goes around comes around and we are convinced that acts of kindness count double.

TODAY, COMPANIES ATTACH GREAT IMPORTANCE TO RUNNING THEIR BUSINESS IN A SUSTAINABLE AND RESPONSIBLE MANNER. WHAT MEASURES IS F.B.I. TASBUD TAKING IN THIS AREA?

AC As a conscious market player, we strive to make informed decisions about the development of our Group. We thoroughly analyse risks and observe the economy both in Poland and abroad in order to be always prepared for possible changes, we always want to be one step

ahead of the challenges and competitors. We are aware that the construction sector has an exceptionally strong impact on the natural environment, therefore, as one of Poland's leading general contractors, we feel obliged to take steps to reduce our environmental footprint. Sustainable development is part and parcel of our business plans. It is our ambition to improve and refine our processes. We select subcontractors so as to improve our environmental standards, and the materials used are always selected in terms of ecology and energy efficiency. We are also committed to recycling, both in all offices and on construction sites. We want our investments to be a showcase and a model for others.

MANY INDUSTRIES ARE STRUGGLING WITH NUMEROUS DIFFICULTIES, INCLUDING THE SHORTAGE OF QUALIFIED STAFF. WHAT ARE THE CHALLENGES FACING F.B.I.TASBUD?

AC The construction market has never been simple and uniform – there is a lot going on. We try to prepare in advance for changes and turbulences in the sector and do business in such a way that the inconveniences are transformed into opportunities and competitive advantages of the Group. Currently, as a general contractor, we run simultaneously more than 20 investments in Warsaw alone, there are also those in other parts of the country, as well as abroad, e.g. in Sweden, where we develop export construction – all our construction sites have professional resources, both employees and materials. What is important, they are implemented on time and with due diligence, which

means we can thrive despite market adversities. After 35 years, our Group is well-established and attracts the best specialists, which I am most proud of.

F.B.I. TASBUD GROUP IS CURRENTLY ONE OF THE MOST ACTIVE GENERAL CONTRACTORS ON THE POLISH MARKET. WHAT IS THE COMPANY'S INVESTMENT PLAN FOR THIS YEAR?

AC We are glad that our activity is more and more visible and our strong position on the market is recognised. The Group is constantly developing in order to carry out more interesting investments in every field of construction. International markets, where our Group is becoming increasingly active as a general contractor, are also of great importance to us. For example, in Sweden we are the only Polish general contractor with such extensive experience and projects underway. We attach great importance to the development of the Prefabrication Division and the dynamic Research and Development Division which is the driving force behind the application of new technologies and intelligent systems on individual construction sites. It is certainly an element that distinguishes us from the competition and helps us implement further investments.

YOUR COMPANY IS ALSO ACTIVE ABROAD. WHAT ARE THE BENEFITS OF FOREIGN EXPANSION? CAN WE CALL YOU A "GLOBAL PLAYER"?

AC Assigning such labels is not up to us, but we are grateful for the appreciation of our multifaceted efforts, we have always had international ambitions. Diversification is of paramount importance for the Group's stability, hence our history to date including facilities in Libya, our current activity in the Scandinavian market and more. We are a comprehensive general contractor implementing investments in the Design&Build system in prefabricated technology, an example of which is a housing estate, e.g. in the city of Olofström. Thanks to the dynamically operating Polish Cluster of Construction Exporters F.B.I. TASBUD is the leader in a pioneer project called the Polish Modular Hospital, dedicated to developing markets. We try to anticipate the needs and opportunities of the construction sector based on many years of experience and thanks to a team of specialized professionals, implementing innovative solutions and technologies based on our projects. ●



KOMFORT OSZCZĘDNOŚCI CZASU

ROZMOWA Z MARKIEM BUDNEREM,
PREZESEM ZARZĄDU BUDNER INWESTYCJE



MAREK BUDNER

Prezes Zarządu, Budner Inwestycje
President of the Board, Budner Inwestycje

LUKSUS W NIERUCHOMOŚCIACH MOŻNA INTERPRETOWAĆ NA WIELE SPOSOBÓW...

MB Coraz więcej ludzi poprzez komfort rozumie naturalne otoczenie i przestrzeń, która daje mieszkańcom poczucie bezpieczeństwa i spełnia ich potrzeby, a te przecież mogą być bardzo indywidualne. Dla jednego luksus to przestronne apartamenty, a dla drugiego niewielkie mieszkanie, a przy tym doskonale zlokalizowane, skomunikowane i otoczone miejską infrastrukturą. Nowe inwestycje w Gdańsku inicjujemy między innymi dlatego, że pozyskaliśmy działki w lokalizacjach, które dają komfort łączący w sobie te cechy: śródmiejską zabudowę, jednak w enklawach, pozwalających na bliski kontakt z naturą, a zarazem świetnie skomunikowanych. Zarówno Oliwa, jak i Letnica, gdzie prowadzimy inwestycje dają takie możliwości.

ZATEM CISZA I SPOKÓJ, ALE JEDNOCZEŚNIE MIASTO DOSTĘPNE DOSŁOWNIE W ZASIĘGU RĘKI

MB Patrząc na naszą działalność z perspektywy przyszłości i ekologii, inwestycje te pozwalają nam oferować odpowiedzialne społecznie rozwiązania. Przez lata w Polsce zachwycaliśmy się życiem podmiejskim, jednak intensywność ruchu w szczycie komunikacyjnym wymusza zrewidowanie przyzwyczajeń. Szybko okazuje się, że zjawisko dogęszczania miast zapewnia luksus oszczędności czasu, który obecnie jest jednym z najcenniejszych zasobów. Możliwość życia w pobliżu miejsca pracy, gdzie w nieznacznej odległości jest przedszkole czy szkoła, a w okolicy jest świetnie organizowana komunikacja miejska to dla wielu z nas najważniejsze korzyści. Często z żoną korzystamy właśnie z tej formy życia. Powrót z filharmonii czy te-

atru spacerem do domu nie tylko sprzyja bardziej jakościowej formie spędzania czasu z najbliższymi, ale i wpływa na jego oszczędność. Nie wspominając już o aspektach ekologicznych i zdrowotnych.

ŻYCIE W CENTRUM MIASTA TO RÓWNIEŻ ŻYCIE W WIĘKSZYM STOPNIU W PEWNEJ SPOŁECZNOŚCI SĄSIEDZKIEJ.

MB Dokładnie. Jednak wszystko wymaga balansu. Duże blokowiska powodują, że wielu mieszkańców widuje się raz na kilka czy kilkanaście tygodni. Kameralne osiedla pozwalają na budowanie lepszych relacji międzyludzkich i ponownie mają lepszy wpływ na jakość życia. Mieszkańcy takich osiedli szybciej się integrują, więc dobry wybór miejsca do życia może również skutkować otwarciem zupełnie nowych perspektyw przed ich mieszkańcami.

TO CHYBA RÓWNIEŻ KWESTIA DOBREGO I PRZEMYSŁANEGO POMYSŁU NA PROJEKT OSIEDLA?

MB Rola architektów, którzy śledzą trendy i potrafią projektować z myślą o przyszłości jest bardzo ważna. Szczególnie w segmencie premium. Klienci są bardzo świadomi i często szukają projektu, który odpowie na ich szczegółowe potrzeby, również te związane z ekologią. Deweloperzy nie muszą więc obawiać się inwestowania w nowoczesne ekologiczne rozwiązania, ponieważ te wpisują się w zapotrzebowanie rynku. Klienci również wiedzą, że dobry projekt oznacza dla nich spore oszczędności w zakresie wykorzystywania zasobów, a obecnie budowane osiedla powinny być przygotowane na rozwiązania, które popularne staną się dopiero za kilka

lat. Dostosowanie ich do powszechnego ładowania pojazdów elektrycznych jest najprostszym przykładem. Oliva Koncept jest naszym projektem premium, co oznacza, że klientom będzie bardzo trudno znaleźć lepiej dopracowane i przemyślane pod względem technologii i jakości zastosowanych materiałów osiedle.

PREMIUM MOŻNA ROZUMIEĆ NA WIELE SPOSOBÓW?

MB Na rynku budowlanym funkcjonujemy od 30 lat. Wiemy więc dokładnie jakie technologie są trwałe i zasadne, dzięki czemu zapewniamy klientom najwyższą jakość wykonania. Po drugie stosujemy sprawdzone i najlepsze materiały. Chcemy, aby Oliva Koncept była inwestycją flagową, co traktujemy jako najwyższy poziom zobowiązania wobec naszych klientów. Wprowadzamy nowoczesne systemy odzyskiwania ciepła i energii oraz inteligentnego domu,

sterowane w bardzo intuicyjny sposób z poziomu smartfona. Trzydziestoletnie doświadczenie na rynku budowlanym daje nam olbrzymią przewagę, ponieważ na przestrzeni lat mieliśmy okazję przetestować praktycznie każde rozwiązanie budowlane. We własnych projektach wprowadzamy te, pod którymi sami chcemy się podpisać. ●

TIME SAVING COMFORT

INTERVIEW WITH MAREK BUDNER,
PRESIDENT OF THE BOARD,
BUDNER INWESTYCJE

LUXURY REAL ESTATE MAY HAVE MULTIPLE INTERPRETATIONS...

MAREK BUDNER More and more people see comfort as being surrounded

with nature and space, which provides residents a sense of security and caters to their needs, and these tend to be very individual. One will define luxury as spacious apartments, while for the other it will be a small place, but perfectly located, connected and surrounded with urban infrastructure. We launch new investments in Gdańsk, because, among other reasons, we have acquired building plots in locations providing comfort of these blended features: downtown buildings in enclaves, staying in touch with nature, and staying well connected at the same time. Both Oliwa and Letnica, where we run investments, provide such opportunities.

THUS, PEACE AND QUIET, BUT AT THE SAME TIME THE CITY CLOSE AT HAND.

MB Looking at our activity from the perspectives of the future and ecology, these projects allow us to offer solutions in line with our corporate social



Oliva Koncept ●



responsibility. For years in Poland, we have been delighted with the suburban life, but the intensity of traffic at peak hours makes us reconsider our habits. It soon turns out that what the phenomenon of densifying the city provides, is the desired saved time, a resource considered as one of the most valuable nowadays. The possibility of living near the workplace, where there is a kindergarten or school in the vicinity, and well-run public transport in the area are the most important advantages for many of us. My wife and I often take advantage of this lifestyle. Walking back home from the concert hall

relationships and again, improve the quality of life. Residents of such estates integrate faster, so many new prospects may arise as a result of choosing the place to live.

PERHAPS IT'S ALSO A MATTER OF A GOOD, WELL THOUGHT-OUT IDEA OF A HOUSING ESTATE DESIGN?

MB The role of architects who follow trends and are able to create forward-looking designs is crucial. Especially in the premium segment. Customers are extremely aware and often look for a design that will meet their specific

our premium project, which means that customers will find it difficult to come across a more refined and well thought-out estate in terms of technology and quality materials used.

PREMIUM CAN BE SEEN IN MANY DIFFERENT WAYS?

MB We have been a part of the construction industry for 30 years. So we know exactly which solutions are durable and justified, we provide our customers with the highest quality workmanship based on that knowledge. Secondly, we use the best proven materials. We want



● Star Tower

or theatre allows for quality time spent with the loved ones, but it also contributes to saving time. Not to mention the ecological and health benefits.

LIVING IN THE CITY CENTER ALSO MEANS BEING A PART OF SOME NEIGHBORHOOD COMMUNITY.

MB Exactly. Still, it all requires balance. Residents of large block apartment houses see one another once every couple of weeks. The more intimate estates enable creating stronger interpersonal

needs, including those related to ecology. Developers do not need to hesitate to invest in cutting edge ecological solutions because they meet the market demand. Customers also know that a good design will benefit them in terms of saving resources, and the housing estates which are currently under construction should already be implementing solutions that will start gaining popularity in a few years time. The simplest example – including a universal system of charging electric vehicles. Oliva Koncept is to be

Oliva Koncept to be our flagship project, which we treat with the highest level of commitment towards our customers. We launch modern heat and energy recovery systems and an intelligent home, controlled in a very intuitive way with a smartphone. Our thirty years of experience in the construction market is our huge advantage, because over the years we have had the opportunity to test virtually every solution. In our own designs, we implement the ones we wish to be seen under our name. ●



WYGODNIE W KAŻDYM KIERUNKU

Na skraju lasu w zabytkowej Oliwie



Gdańsk Oliwa | 882 437 486
www.olivakoncept.pl



REKLAMA



 PANATTONI

**Modern space for
manufacturers**

Check our solutions at
www.panattonieurope.com

UBEZPIECZENIA ZDROWOTNE PRACOWNIKA A ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

O GRUPOWYCH UBEZPIECZENIACH ZDROWOTNYCH ROZMAWIAMY
Z BEATĄ ROSIAK, DYREKTOR BIURA UBEZPIECZEŃ ZDROWOTNYCH
TOWARZYSTWA UBEZPIECZEŃ INTER POLSKA SA



BEATA ROSIAK

Dyrektor Biura Ubezpieczeń Zdrowotnych
Towarzystwa Ubezpieczeń INTER Polska SA
Director of Health Insurance Bureau
Towarzystwo Ubezpieczeń INTER Polska SA



**JEDNYM Z ZAŁOŻEŃ
ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU
JEST IDEA ZASPOKOJENIA
PODSTAWOWYCH POTRZEB LUDZI.
TAKĄ POTRZEBĄ JEST DOBROBYT
ZDROWOTNY.**

BEATA ROSIAK Tak, zrównoważony rozwój to między innymi dążenie do zapewnienia poczucia bezpieczeństwa i dobrobytu obywatelom, rozumianego jako tworzenie warunków sprzyjających ich zdrowiu fizycznemu i psychicznemu.

Cykliczne raporty na temat stanu systemu ochrony zdrowia w Polsce wskazują, że poziom państwowej służby zdrowia oraz poziom satysfakcji z niej, stale maleją. Zgodnie z opublikowanym raportem Euro Health Consumer Index (EHCI) za rok 2018, Polska znalazła się na 32. miejscu spośród 35 badanych krajów pod względem oceny wydajności opieki zdrowotnej.

**NIESTETY, POPRAWA TEJ SYTUACJI TO
DŁUGOLETNI PROCES.**

BR Dokładnie, dlatego jednym z najbardziej cenionych pozapłacowych benefitów oferowanych pracownikom, jest ubezpieczenie zdrowotne. INTER Polska stawia na jakość – oferuje szeroki zakres świadczeń w ramach Grupowego Ubezpieczenia Zdrowotnego INTER VISION. Oferta ta daje ubezpieczonym pełną swobodę wyboru lekarza oraz placówki, bez limitów ilościowych oraz konieczności posiadania skierowania do specjalisty. Dodatkową wartością są e-konsultacje z lekarzami popularnych specjalizacji oraz wizyty domowe lekarza i pielęgniarki, czy pakiet assistance medyczny, zapewniający pomoc w razie nagłego zachorowania lub wypadku. Wyższe pakiety INTER VISION obejmują także pełen zakres usług stomatologicznych – jedyne takie rozwiązanie na rynku. Wierzę, że dzięki takim udogodnieniom firma kompleksowo zabezpiecza zdrowie pracowników, którzy czują większą satysfakcję z pracy, co przekłada się na ich zaangażowanie i lojalność w stosunku do pracodawcy.

**UBEZPIECZENIA ZDROWOTNE
NARZĘDZIEM W POLITYCE
PERSONALNEJ FIRM?...**

BR Oczywiście! Oferta szerokiego wachlarza świadczeń zdrowotnych może być orężem firmy podczas procesu rekrutacyjnego.

Prywatna opieka medyczna, a co za tym idzie, utrzymanie dobrego stanu zdrowia pracowników, daje wiele

korzyści pracodawcom. Jedną z nich, dzięki łatwemu i szybkiemu dostępowi do specjalisty, jest obniżenie absencji chorobowej pracowników.

Według raportu „The workforce view in Europe 2018” firmy ADP co czwarty ankietowany Polak skarży się na codzienny stres, a co dziesiąty badany z tego powodu rozważa zmianę miejsca pracy. Co gorsze, co trzeci polski pracownik uważa, że jego pracodawca nie jest zainteresowany jego dobrostanem psychofizycznym.

Bogaty pakiet medyczny od firmy jest sygnałem, że pracodawcy zależy na naszym zdrowiu. Dla firmy natomiast jest to jednym z elementów budowania strategii społecznej odpowiedzialności biznesu. ●

EMPLOYEE HEALTH INSURANCE AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT

**WE TALK ABOUT GROUP
HEALTH INSURANCE WITH
BEATA ROSIAK, DIRECTOR OF
HEALTH INSURANCE BUREAU
TOWARZYSTWO UBEZPIECZEŃ
INTER POLSKA SA**

**ONE OF THE ASSUMPTIONS OF
SUSTAINABLE DEVELOPMENT IS THE
IDEA OF SATISFYING BASIC NEEDS OF
PEOPLE. HEALTH WELFARE IS SUCH
A NEED.**

BEATA ROSIAK Yes, sustainable development is, inter alia, the pursuit of a sense of security and well-being for citizens, understood to mean the creation of conditions conducive to their physical and mental health.

Cyclical reports on the state of the health care system in Poland indicate that the level of the state health care system and the level of satisfaction with it are constantly decreasing. According to the Euro Health Consumer Index (EHCI) 2018, Poland is ranked 32nd out

of 35 countries surveyed in terms of health care performance.

**UNFORTUNATELY, IMPROVING THIS
SITUATION IS A LONG-TERM PROCESS.**

BR Exactly, that is why one of the most valued non-wage benefits offered to employees is health insurance. INTER Polska is committed to quality – it offers a wide range of services under the INTER VISION Group Health Insurance. This offer gives insured persons full freedom of choice of a doctor and a facility, without quantitative limits and the need to be referred to a specialist. Additional value is added by e-consultations with doctors of popular specializations and home visits of a doctor and nurse, or a medical assistance package, providing assistance in the event of sudden illness or accident. Higher INTER VISION packages also include a full range of dental services – the only such solution on the market. I believe that thanks to such facilities, the company comprehensively protects the health of its employees, who feel more satisfied with their work, which translates into their commitment and loyalty to the employer.

**HEALTH INSURANCE AS A TOOL
IN THE PERSONNEL POLICY OF
COMPANIES?...**

BR Of course! The offer of a wide range of health services can be a company's key asset in the recruitment process.

Private healthcare and, consequently, the maintenance of good health condition of employees, gives many benefits to employers. One of them, thanks to easy and quick access to a specialist, is to reduce sickness absence of employees.

According to the report "The workforce view in Europe 2018" According to the ADP survey, one in four Poles complains about everyday stress, and one in ten of those surveyed consider changing their workplace for this reason. Worse still, one in three Polish employees believe that their employer is not interested in their psychophysical well-being.

A comprehensive medical package from the company is a signal that employers care about our health. For the company, on the other hand, it is one of the elements of building a corporate social responsibility strategy. ●

CYFROWA I AUTONOMICZNA KOLEJ PRZYSZŁOŚCI

ROZMOWA Z KRZYSZTOFEM CELIŃSKIM, PREZESEM
ZARZĄDU SIEMENS MOBILITY

W POŁOWIE 2018 ROKU ROZPOCZĘLI PAŃSTWO OFICJALNIE DZIAŁALNOŚĆ JAKO WYODRĘBNIONA SPÓŁKA ZE STRUKTUR SPÓŁKI MATKI. JAKA JEST OBECNIE POZYCJA SPÓŁKI NA POLSKIM RYNKU?

KRZYSZTOF CELIŃSKI Z początkiem lipca zeszłego roku zaczęliśmy funkcjonować jako odrębna polska spółka – Siemens Mobility. Udało nam się utrzymać pozycję lidera m.in. na rynku lokomotyw wielosystemowych w Polsce, systemów pokładowych do sterowania taborem oraz inteligentnych systemów transportowych.

JAKIE NOWE ROZWIĄZANIA W ZAKRESIE AUTOMATYKI KOLEJOWEJ POJAWIAJĄ SIĘ W NAJBLIŻSZYCH LATACH I JAKIE SĄ KLUCZOWE KIERUNKI CYFRYZACJI W TRANSPORCIE KOLEJOWYM?

KC Zdecydowanie głównym trendem, jaki będzie się dalej rozwijać jest transport autonomiczny. Zastosowanie narzędzi pozwalających na autonomiczność nie budzi wątpliwości, chociażby w metrze. Metro to rodzaj transportu, w którym ta autonomiczność została najwcześniej wprowadzona i staje się standardem na całym świecie. Teraz czas na w pełni zautomatyzowane tramwaje, stąd też w Poznaniu trwają prace nad cyfrową zajezdnią tramwajową do obsługi autonomicznych tramwajów.

JAKIE SĄ SZANSE I ZAGROŻENIA ROZWOJU AUTONOMICZNEGO TRANSPORTU W POLSCE?



KRZYSZTOF CELIŃSKI

Prezes Zarządu, Siemens Mobility
CEO, Siemens Mobility

KC Niewątpliwą szansą dla rozwoju autonomiczności jest chęć minimalizowania kolizji, o jakich czytamy w gazetach z udziałem tramwajów. Przy implementowaniu rozwiązań, które pozwalają na samodzielną jazdę pojazdu wszelkie kolizje nie będą miały miejsca, nawet jeżeli te systemy miałyby tylko wspomagać motorniczego, a nie w pełni przejąć kontrolę nad pojazdem. W ten sposób niezawodność transportu szynowego by wzrastała. Pozostaje jednak czynnik ludzki i zachowania pojazdów samochodowych na drogach, których nie zawsze da się niestety przewidzieć.

OSTATNIO CORAZ WIĘCEJ SIĘ MÓWI O ROZWIĄZANIACH NISKOEMISYJNYCH, A CO ZA TYM IDZIE O OCHRONIE ŚRODOWISKA. JAKIE ROZWIĄZANIA STOSOWANE SĄ W PAŃSTWA MASZYNACH, KTÓRE POZWALAJĄ NA OSZCZĘDNOŚĆ ENERGII?

KC Główną rolę w ograniczaniu strat energii odgrywa sposób prowadzenia pojazdów. I tutaj wracamy trochę do autonomiczności, ponieważ cała jazda z wykorzystaniem systemów autonomicznych, tak zwane ecodriving, pozwala na najmniejsze zużycie energii. Inne przykłady naszych rozwiązań niskoemisyjnych



występują w pociągu dużych prędkości – Velaro Novo, który obecnie jest w trakcie testów by wkrótce mogli nim podróżować Brytyjczycy. Podstawowym zadaniem dla tego pociągu będzie zmniejszenie zużycia energii o 15% wobec możliwości osiągnięcia maksymalnie 360 km/h. Jest to możliwe dzięki lżejszemu pociągowi oraz wykonaniu opływowych elementów, które zmniejszą opór powietrza. Warto też dodać, że wszystkie nasze pojazdy szynowe składają się z komponentów, które są poddawane recyklingowi przynajmniej w 95%.

JAK NOWE TECHNOLOGIE MOGĄ SIĘ PRZYCZYNIĆ DO ROZWOJU BEZPIECZNEJ I ZINTEGROWANEJ INFRASTRUKTURY?

KC Może nieco rozwinęmy ten temat na przykładzie systemów ITS, których głównym zadaniem jest upłynnienie ruchu w mieście, a dzięki temu poprawienie bezpieczeństwa na drogach. Inteligentne Systemy Transportowe pozwalają zobaczyć miasto w makroskali i pokazują, które miejsca wymagają upłynnienia ruchu poprzez maksymalne wykorzystanie przepustowości dróg. Poprzez ITS zachęcam także uczestników ruchu do korzystania ze spriorytetyzowanego transportu publicznego, który często jest w stanie przejechać szybciej przez miast, a nawet, tak jak w Białymstoku, „wymusić” sobie światło zielone na najbliższym skrzyżowaniu.

NIEUSTANIE, PRZY OKAZJI TEMATU CENTRALNEGO PORTU KOMUNIKACYJNEGO POWRACA DYSKUSJA O KOLEI DUŻYCH PRĘDKOŚCI. CZY PLANY BUDOWY KDP SĄ REALNE?

KC Na centralnej magistrali kolejowej już dziś pociągi kursują pomiędzy Krakowem a Warszawą w ciągu 2 godzin i 10 minut, więc na odcinku ponad stu kilometrów pociąg jedzie 200 km/h. Mamy więc już obszar, gdzie ta kolej spełnia nasze oczekiwania. Jeżeli chodzi o CPK, to przygotowania do obsługi kolei dużych prędkości już trwają – niedawno modernizowana stacja Łódź Fabryczna przystosowana jest do obsługi pociągów dużych prędkości. Trzeba natomiast poczynić wiele kroków, by mówić o połączeniu planowanego CPK z KDP, chociażby węzeł w regionie Baranowa, którego częścią byłby łącznik z istniejącymi liniami.

JAKIE SĄ PLANY NA PRZYSZŁOŚĆ DLA SIEMENS MOBILITY?

KC Będziemy się skupiać na tych gałęziach, które mamy już rozwinięte, czyli lokomotywy wielosystemowe oraz systemy

sterowania ruchem w mieście i na kolei. Będziemy pracować również nad ulepszeniem automatyki kolejowej w kontekście systemów pokładowych urządzeń. W planach jest też serwisowanie pojazdów oraz kilka nowych przetargów. ●

DIGITAL AND AUTONOMOUS RAILWAY OF THE FUTURE

INTERVIEW WITH KRZYSZTOF CELIŃSKI, CEO OF SIEMENS MOBILITY

IN MID-2018, YOU OFFICIALLY STARTED OPERATING AS A SEPARATE COMPANY FROM THE STRUCTURES OF THE PARENT COMPANY. WHAT IS THE CURRENT POSITION OF THE COMPANY ON THE POLISH MARKET?

KRZYSZTOF CELIŃSKI At the beginning of July last year, we began to operate as a separate Polish company – Siemens Mobility. We managed to maintain the leadership position among others on the market of multi-system locomotives in Poland, on-board systems for rolling stock control and intelligent transport systems.

WHAT NEW RAIL AUTOMATION SOLUTIONS WILL APPEAR IN THE

COMING YEARS AND WHAT ARE THE KEY DIRECTIONS OF DIGITIZATION IN RAIL TRANSPORT?

KC By far the main trend that will continue to develop is autonomous transport. The use of tools that allow autonomy is not in doubt, even in the subway. Metro is a type of transport in which this autonomy was first introduced and is becoming a standard throughout the world. Now it's time for fully automated trams, hence the work on a digital tram depot to service autonomous trams is in progress in Potsdam.

WHAT ARE THE OPPORTUNITIES AND THREATS TO THE DEVELOPMENT OF AUTONOMOUS TRANSPORT IN POLAND?

KC An undoubted chance for the development of autonomy is the desire to minimize collisions, which we read in newspapers with the participation of trams. When implementing solutions that allow independent driving of the vehicle, no collisions will take place, even if these systems would only support the driver, and not take full control of the vehicle. In this way, the reliability of rail transport would increase. However, there remains the human factor and the behavior of motor vehicles on the roads, which, unfortunately, cannot always be predicted.

RECENTLY, MORE AND MORE IS SAID ABOUT LOW-CARBON SOLUTIONS, AND THUS ABOUT ENVIRONMENTAL PROTECTION. WHAT SOLUTIONS ARE USED IN YOUR MACHINES THAT ALLOW YOU TO SAVE ENERGY?





KC The way to drive plays a major role in reducing energy losses. And here we return a little to autonomy, because all driving using autonomous systems, so-called ecodriving, allows the lowest energy consumption. Other examples of our low-carbon solutions occur on the high-speed train – Velaro Novo, which is currently being tested so that the British can travel soon. The main task for this train will be to reduce energy consumption by 15% compared to the possibility of achieving a maximum of 360 km / h. This is possible thanks to the lighter train and the design of streamlined elements that will reduce air resistance. It is also worth adding that all our rail vehicles consist of components that are recycled at least in 95%.

HOW CAN NEW TECHNOLOGIES CONTRIBUTE TO THE DEVELOPMENT OF A SECURE AND INTEGRATED INFRASTRUCTURE?

KC Maybe we will develop this topic a bit on the example of ITS systems, whose main task is to fluidize traffic in the city, and thus improve road safety. Intelligent Transport Systems allow you to see the city on a macro scale and show which places require traffic flow by maximizing the use of road capacity. Through ITS, I also encourage traffic participants to use prioritized public transport, which is often able to drive faster through cities, and even, as in Białystok, "force" green light at the nearest intersection.

CONTINUOUSLY, ON THE OCCASION OF THE TOPIC OF THE CENTRAL COMMUNICATION PORT, THE DISCUSSION ABOUT HIGH SPEED RAIL RETURNS. ARE KDP CONSTRUCTION PLANS REALISTIC?

KC Already on the central railway main line trains run between Krakow and Warsaw within 2 hours and 10 minutes, so the train travels over 200 km / h over a distance of over one hundred kilometers. So we already have an area where this railway meets our expectations. As for CPK, preparations for high-speed rail service are already underway – the recently modernized Łódź Fabryczna station is adapted to support high-speed trains. However, many steps need to be taken to talk about the connection of the planned CPK with KDP, for example the node in the Baranów region, which would include a connector with existing lines.

WHAT ARE THE FUTURE PLANS FOR SIEMENS MOBILITY?

KC We will focus on the branches we have already developed, i.e. multi-system locomotives and traffic control systems in the city and on the railway. We will also work on improving railway automation in the context of on-board equipment systems. There are also plans to service vehicles and several new tenders. ●



Jeden
z największych
producentów
surowców
chemicznych
w Europie

SYNTHOS
synonim
innowacyjnej
POLSKI

synthos
chemical innovations



100
pracowników
naukowych



3000
pracowników



7
zakładów
produkcyjnych



70
lat tradycji

synthosgroup.com

ROZMOWA Z JAROSŁAWEM MICHALAKIEM

PREZESEM ZARZĄDU I DYREKTOREM GENERALNYM MICHELIN POLSKA SA



JAROSŁAW MICHALAK

Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny
Michelin Polska SA

President of the Board and CEO
of Michelin Polska SA

OLSZTYŃSKA FABRYKA OPON MICHELIN, PRODUKUJE PONAD 10 MILIONÓW OPON ROCZNIE. JAK TO MOŻLIWE, ŻE JEDNOCZEŚNIE WYRÓŻNIA SIĘ W REALIZACJI PROJEKTÓW EKOLOGICZNYCH?

JAROSŁAW MICHALAK Fabryka jest przykładem tego, że można pogodzić odpowiedzialność za otoczenie z nowoczesnym zarządzaniem. Konsekwentnie realizujemy przedsięwzięcia ekologiczne, ponieważ ochrona środowiskowa to nasz priorytet. Osiągamy sukcesy dzięki stawianiu na zrównoważony rozwój,

a jednocześnie na konkurencyjność, cyfryzację i autonomię pracowników.

Wracając do projektów ekologicznych, możemy się pochwalić wieloma osiągnięciami. Dla przykładu, dzięki inwestycjom środowiskowym, w naszej fabryce udało się zmniejszyć zużycie wody o połowę.

Jednym z naszych najambitniejszych projektów jest planowane uruchomienie nowego źródła wytwarzającego energię, zgodnego z przyszłymi bardziej restrykcyjnymi, europejskimi normami ochrony środowiska. Przyjazna dla środowiska ciepłownia



Fabryka Michelin w Olsztynie
Michelin Factory in Olsztyn

gazowa w fabryce, ograniczy, a w przyszłości wyeliminuje, istniejące w zakładzie węglowe źródła energii. Projekt będzie realizowany w kilku etapach. Pierwszy to budowa ciepłowni gazowej, która zacznie działać od końca tego roku. Na terenie fabryki powstanie też gazociąg. Planujemy całkowite przejście na gaz do 2030 roku, ale liczymy że ten projekt uda się zrealizować wcześniej.

OSTATNIE INFORMACJE PRASOWE MÓWIĄ O TYM, ŻE FABRYKA MICHELIN W OLSZTYNIE WYKORZYSTUJE TRANSPORT INTERMODALNY ORAZ WYMIENIA FLOTĘ NA AUTA ELEKTRYCZNE.

JM Rzeczywiście, wprowadzamy od października nowoczesne ekologiczne rozwiązania dotyczące transportu opon wyprodukowanych w naszej fabryce. Polega ono na połączeniu transportu kolejowego i kołowego czyli przewożenie opon tirami ładowanymi na pociągach. Rozwiązanie jest wielkim wyzwaniem logistycznym, ale podejmujemy je, gdyż przyczynia się do znacznego zmniejszenia emisji spalin.

Elektromobilność także wpisuje się w naszą strategię środowiskową, stąd decyzja o wymianie floty w transporcie wewnętrznym na auta elektryczne. Rozpocynamy ten proces od zakupu dwóch Renault ZOE, wyposażonych w opony do pojazdów elektrycznych – MICHELIN ENERGY E-V które odpowiadają za 30 proc. energii zużywanej przez pojazdy elektryczne. W zakładzie powstanie kilka stacji ładowania. Kolejne auta elektryczne przyjadą do fabryki jeszcze w tym roku.

WSPOMNIAŁ PAN, ŻE FABRYKA STAWIA NA KONKURENCYJNOŚĆ I CYFRYZACJĘ. JAK W PRAKTYCE REALIZOWANE SĄ TE CELE?

JM Sukces biznesowy na coraz bardziej wymagającym rynku wymaga skupienia się na konkurencyjności, którą rozumiem jako wyprzedzanie konkurentów pod względem jakości oferowanej klientom i wytwarzanie zaawansowanych technologicznie produktów, przy zachowaniu optymalnych kosztów. W przypadku fabryki dochodzi do tego także wyróżnianie się na tle konkurentów terminowością, reaktywnością i elastycznością. Konkurencyjność wymaga stałego wprowadzania nowatorskich rozwiązań, stąd nasze zaangażowanie w cyfryzację.

Dla nas jej istotą jest wspieranie procesów, wzrost reaktywności oraz wspomaganie pracowników poprzez dostarczanie im informacji, które mają bezpośrednie przełożenie na trafność podejmowanych przez nich decyzji. Cyfryzacja wspierając komunikowanie się urządzeń i ludzi może usprawniać pracę na wielu stanowiskach.

Przykładamy też wagę do robotyzacji. Mamy już wiele w pełni zautomatyzowanych maszyn, jednak wprowadzamy kolejne roboty, by usprawnić lub eliminować ciężkie procesy. Do połowy następnego roku podwoimy liczbę robotów do około 20. Chciałbym podkreślić, że żadna maszyna nie zastąpi umiejętności człowieka. Roboty po prostu odciążają pracowników w najcięższych, żmudnych i powtarzających się czynnościach.

SKORO CZŁOWIEK JEST I NADAL BĘDZIE NAJWAŻNIEJSZY PROSZĘ POWIEDZIEĆ

WIĘCEJ O WSPOMNIANEJ ROLI AUTONOMII W ZARZĄDZANIU.

JM Wprowadzenie autonomii pracowników wymagało zmiany myślenia i podejścia do zarządzania. Postawiliśmy na pracę zespołową i autonomię, która naszym zdaniem prowadzi do samorozwoju zespołów, które w efekcie same wyznaczają sobie zadania. Nie potrzebują ciągłego nadzoru, bo pracownicy są proaktywni. Można inwestować w rozwiązania techniczne, ale przecież bez kompetentnych i zaangażowanych pracowników żadna firma nie odniesie sukcesu. ●

INTERVIEW WITH JAROSŁAW MICHALAK PRESIDENT OF THE BOARD AND CEO OF MICHELIN POLSKA SA

MICHELIN TIRE FACTORY IN OLSZTYN PRODUCES OVER 10 MILLION TIRES A YEAR. HOW IS IT POSSIBLE THAT, AT THE SAME TIME, IT EXCELS IN THE IMPLEMENTATION OF ECOLOGICAL PROJECTS?

JAROSŁAW MICHALAK The example of our factory proves that it is possible to reconcile the environmental responsibility with modern management. We are consistent in implementing ecological projects because environment protection is our priority. We are successful because we place importance on sustainability and, at the same time, on competitiveness, digitization and employee autonomy.

Back to ecological projects, we have many achievements to report here. For example, thanks to our environmental investments our factory managed to reduce water usage by half.

One of our most ambitious project is the planned launch of the new energy source, compatible with the future, more restrictive European environmental protection standards. Environmentally friendly gas heating plant at the factory will reduce, and in the future eliminate, existing carbon energy sources. The project will be implemented in several stages. Stage one is a construction of a gas heating plant, which will start operating from the end of this year. A gas pipeline will also be built in the factory. We are planning to switch to gas

heating completely by the year 2030, but we hope to complete the project earlier.

THE RECENT PRESS REPORTS SAY THAT MICHELIN FACTORY IN OLSZTYN USES INTERMODAL TRANSPORTATION AND REPLACES ITS FLEET WITH ELECTRIC CARS.

JM Indeed, starting October we are implementing new, ecological solution for the transportation of tires produced in our factory. It is a combination of rail and road transport, which means the tires manufactured at the factory are transported by trucks loaded on trains. This solution is a big challenge from the logistic point of view, but we take it up because it contributes towards the significant reduction of exhaust emissions.

Electromobility is a part of our environmental strategy, hence our decision to replace the internal transport fleet with electric cars. We start this process with the purchase of two Renault ZOE's equipped with special tires for electric vehicles – MICHELIN ENERGY E-V that are responsible for 30% of energy used by electric vehicles. Several electric car charging stations will be built at the

factory. More electric cars will come to the factory later this year.

YOU MENTIONED THAT THE FACTORY FOCUSES ON COMPETITIVENESS AND DIGITIZATION. WHAT DOES IT MEAN IN PRACTICE, HOW ARE THESE GOALS REALIZED?

JM Business success on an increasingly demanding market requires focusing on competitiveness, which I understand as being ahead of competitors in terms of quality offered to customers and the production of technologically advanced products, while maintaining optimal costs. On top of that, in the case of the factory, there is excelling at timeliness, reactivity and flexibility. Competitiveness requires constant implementation of innovative solutions, hence our involvement in digitization.

For us, the essence of competitiveness is to support processes, increase reactivity and support employees by giving them information that have direct impact on their decision making process. By supporting the communication between facilities and people, digitization may improve the quality of work in a variety of positions.

We also attach importance to robotics. We already have many fully automated machines, and we keep introducing new robots in order to improve or eliminate heavy processes. By the middle of the next year we will double the number of robots to around 20. I would like to stress the fact, that no machine can replace a man and his abilities. Robots are there simply to relieve employees of the heaviest, tedious and repetitive activities.

SINCE THE MAN IS, AND WILL CONTINUE TO BE, THE MOST IMPORTANT PART, PLEASE TELL US MORE ABOUT THE ROLE OF ALREADY MENTIONED AUTONOMY IN MANAGEMENT.

JM Implementation of employee autonomy required the change in thinking and approach to management. We focused on team work and autonomy. In our opinion it leads to self-development of teams, which in effect set the tasks for themselves. They don't need constant supervision because employees are proactive. One can invest in technological solutions, but without competent and dedicated employees no company can succeed. ●

REKLAMA

Szlachetna Paczka z Edenred – dołącz do nas



Karta podarunkowa niezwykłej mocy

Wybierz w te święta szlachetne karty podarunkowe Edenred i zyskaj elegancki prezent, który łatwo przekażesz pracownikom. Dodatkowo otrzymasz potwierdzony certyfikatem status Szlachetnej Firmy, którego możesz używać do wzmocnienia działań CSR oraz Employer Brandingu.

Wejdź na
kartypodarunkowe.edenred.pl
i dołącz do Szlachetnej Drużyny





WYWIAD Z MACIEJEM PYRKĄ

COUNTRY MANAGEREM EMIRATES NA POLSKĘ



MACIEJ PYRKA

Country Manager Emirates
na Polskę
Country Manager Emirates
Poland

JAK WYGLĄDA DZIAŁALNOŚĆ EMIRATES W POLSCE?

MACIEJ PYRKA Polska to dla nas bardzo ważny rynek, a nasz codzienny lot z Warszawy do Dubaju na stałe wpisał się w siatkę połączeń Emirates. Przeloty do Polski rozpoczynaliśmy w 2013 r. a od czasu inauguracyjnego lotu przewieźliśmy na trasie Dubaj-Warszawa-Dubaj ponad 1.1 miliona pasażerów (dane na grudzień 2018). Aktualnie do realizacji połączenia wykorzystujemy Boeinga 777-300ER. Coraz więcej osób z Polski podróżuje bowiem biznesowo i rekreacyjnie do miejsc z naszej rozległej siatki połączeń przez hub w Dubaju.

JAKIE SĄ ZATEM PERSPEKTYWY ROZWOJU BRANŻY LOTNICZEJ W POLSCE I NA ŚWIECIE?

MP Sektor podróży lotniczych w Polsce dynamicznie się rozwija. Zgodnie z kalkulacjami Urzędu Lotnictwa Cywilnego, szacuje się, że do 2030 roku obecna liczba pasażerów w Polsce ulegnie podwojeniu. Według aktualnych statystyk przeciętny Polak lata średnio 0,81 razu w roku. Dla porównania – przeciętny Europejczyk podróżuje samolotem przeszło 2 razy w roku. To pokazuje perspektywę rozwoju na najbliższe 5-10 lat.

Modele biznesowe linii lotniczych będą nadal ewoluować. Do użytku zaczęły wchodzić samoloty umożliwiające jeszcze dłuższe loty bezpośrednie a nowe technologie pozwolą na lepsze dostosowanie i zróżnicowanie oferty. Nie bez znaczenia dla lotnictwa będą także nowe, wschodzące rynki, jak Chiny, niektóre państwa LATAM, Afryki,

a także Europy Centralnej i Wschodniej, które w znaczący sposób wpłyną na przepływ ruchu lotniczego. My również obserwujemy zadowalający poziom zapęnlennia miejsc na trasie do Dubaju oraz do dalszych kierunków.

Globalnie biznes lotniczy będzie nadal rósł. Mam na myśli głównie Chiny, o których już wspominałem. Warto zwrócić również uwagę na Indie, które odwiedza coraz większa liczba osób. Podobnie zresztą jest na trasach do Polski.

Wiąże się to nie tylko z coraz częstszymi podróżami turystycznymi, ale także biznesowymi – regularnie rośnie popularność polskich towarów oraz aktywność naszych przedsiębiorców, co ma bezpośrednie przełożenie na wzrost zainteresowania połączeniami do Pol-



ski. Emirates SkyCargo zapewniają istotne połączenia dla firm, których biznes opiera się na imporcie dóbr, takich jak odzież, artykuły elektroniczne czy sprzęt medyczny. Do najważniejszych produktów eksportowanych należą leki, kosmetyki, świeże owoce oraz części samochodowe. ●

INTERVIEW WITH MACIEJ PYRKA EMIRATES COUNTRY MANAGER FOR POLAND

HOW DO EMIRATES OPERATIONS IN POLAND LOOK LIKE?

MACIEJ PYRKA Poland is an important market for us, and our daily flight from Warsaw to Dubai has become a permanent part of Emirates network. We commenced flights to Poland in

2013, and since our inauguration flight we have transported over 1.1 million passengers (data as of December 2018) on the Dubai-Warsaw-Dubai route, utilizing a Boeing 777-300ER. More and more people travel for business and leisure to destinations within our extensive network via Dubai.

WHAT ARE THE DEVELOPMENT PERSPECTIVES OF THE AVIATION MARKET GLOBALLY AND IN POLAND?

MP Air travel in Poland continues to grow dynamically and according to the Polish Civil Aviation Authority (ULC), the number of passengers in Poland will double by 2030. Current statistics show that the average Pole flies 0.81 times a year. For comparison, the average European more than twice a year. This shows the perspective of growth for the next 5-10 years.

Airline business models will continue to evolve, as new aircraft capable of longer non-stop missions start entering service and airlines start using technology to differentiate and tailor

their product offering, and as new growth economies such as China, parts of LATAM, Africa, and central/eastern Europe start to shift traffic flows.

Globally, the aviation business will continue to grow. First of all, we are talking about China but the number of trips to India is also growing rapidly. And of course, the number of travelers on routes to Poland is constantly growing. We continue to see healthy passenger loads on our Warsaw to Dubai route and to destinations beyond.

This is associated not only with the increasing number of tourist trips, but also business. There is a growing popularity for Polish goods and the growing activity of our entrepreneurs which correlates directly to the popularity of connections to Poland. Emirates SkyCargo operations provide vital links for businesses with major cargo imports of fashion items, electronics, medical equipment and tools as well as major exports of pharmaceuticals, cosmetics, fresh fruit and automotive parts. ●

REKLAMA

Gdziekolwiek jesteś,
dbasz o swoich klientów.

A my dbamy o Wasze rozmowy.

Spółka Inżynierów SIM Sp. z o.o. jest polską firmą technologiczną, producentem systemów informatycznych dedykowanych do nagrywania, archiwizowania i analizy rozmów.

Integrowane z infrastrukturą użytkownika systemy rejestracji rozmów spełniają zalecenia dyrektywy MiFID II, obsługują telefonię tradycyjną, komórkową, łączność IP, wykorzystują narzędzia biometrii głosowej, umożliwiają transkrypcję cyfrowego zapisu dźwięku.

Rozmawiaj skutecznie. Zadzwoń +81 718 78 00
www.sim.com.pl



sim
WE KNOW-HOW





BEZPIECZEŃSTWO INWESTYCYJNE W ZARZĄDZANIU MAJĄTKIEM

Czym jest bezpieczeństwo? Żeby móc je zdefiniować, należy najpierw odpowiedzieć na pytanie co zagraża majątkowi, który z takim trudem gromadzimy. Nasz majątek posiada trzech podstawowych wrogów: 1. Zniszczenie, np. podczas wojny; 2. Konfiskata, np. poprzez nacjonalizację czy nadmierne opodatkowanie; 3. Utrata realnej wartości, czyli groźna inflacja. Pierwszych dwóch wrogów spotykamy na szczęście dość rzadko. I dobrze, ponieważ mało jest środków, które moglibyśmy przedsięwziąć, aby się przed nimi uchronić. Innymi słowy: są poza naszą kontrolą w obszarze zarządzania tym ryzykiem.

INFLACJA ZATACZA KOŁO

Wrogiem, z którym codziennie stajemy oko w oko jest inflacja, czyli utrata realnej wartości naszych środków. Myśląc o niej nie doświadczamy tak skrajnych emocji, jak w przypadku myśli o wojnie czy konfiskacie. Warto jednak pamiętać, że bywały okresy, kiedy inflacja praktycznie zerowała zgromadzone środki, w szczególności wartość gotówki i obligacji. Wysoka inflacja nie dotyczy tylko garstki krajów rozwijających się (hiperinflacja w Zimbabwie), ani tych zmagających się z powojenną traumą (Niemcy, Japonia) lub szokiem transformacji (Polska). Bardzo wiele krajów, w tym najbardziej rozwiniętych (np. USA) doświadcza od czasu do czasu okresów podwyższonej inflacji. Możemy zatem założyć, że na przestrzeni życia prędzej czy później się z nią spotkamy – to zdecydowanie zła wiadomość.

JAK ZARZĄDZAĆ MAJĄTKIEM W CZASACH INFLACJI?

Dobra wiadomość jest taka, że tym ryzykiem da się zarządzić. Akcje, szczególnie globalny portfel, w dłuższym terminie skutecznie chronią przed ry-



JAROSŁAW PRZYBYŁ

Dyrektor ds. produktów inwestycyjnych Private Banking w Alior Banku

Director of investment products of Private Banking at Alior Bank

zykiem inflacji (tutaj kupujemy realny biznes: maszyny, budynki, rosnące z inflacją zyski) i oferują realną stopę zwrotu znacznie powyżej bezpiecznych depozytów czy obligacji skarbowych. Ochrona ta nie jest jednak darmowa. Będą okresy, a nawet lata, kiedy wahania wartości portfela będą znaczące.



Za cenę długoterminowych, wyższych realnych stóp zwrotu płacimy mniejszym lub większym stresem i nerwami. Dla tych, którzy nie są w stanie zaakceptować tej zmienności istnieją obligacje skarbowe indeksowane inflacją.

Musimy pamiętać o jednej rzeczy: bezpieczne inwestycje (depozyty, obligacje skarbowe) gwarantują spokój w krótkim terminie i powinny być częścią portfela inwestora. Aktywa o znacznie większej zmienności lub/i niskiej płynności: akcje, nieruchomości, stresują i martwią w krótkim okresie ale mogą zabezpieczyć pieniądze przed inflacją w dłuższym terminie i mają znacznie większą oczekiwaną długoterminową stopę zwrotu.



JAK PODEJMOWAĆ DECYZJE INWESTYCYJNE?

Na co zatem zwrócić uwagę przy podejmowaniu decyzji inwestycyjnych? Pierwsza rzecz to ustawienie ryzyka portfela na odpowiednim poziomie. Ryzyko musi zostać tak „wycyrklowane”, aby inwestycja nie została zamknięta w momencie największych spadków. Kuszącym mógłby się wydać timing rynkowy, czyli próba tzw. „wycucia” rynku, polegający na dużym zaangażowaniu w akcje, kiedy spodziewamy się wzrostów na rynku i małe zaangażowanie, jeżeli oczekujemy spadków. W teorii wygląda to atrakcyjnie, w praktyce jest jednym z głównych czynników niepowodzenia inwestorów. Zamiast hołdować zasadzie „kup tanio, sprzedaj drogo” w praktyce wygląda to dokładnie odwrotnie – inwestycje kupowane są po wzrostach, a sprzedawane po spadkach.

Dobłą praktyką bankowości prywatnej jest zbudowanie bufora płynnościowego, tworzonego na bieżąco z perspektywą 1-2 lat, składającego się z depozytów, bonów skarbowych i bezpiecznych funduszy krótkoterminowych obligacji. Reszta inwestycji może być traktowana długoterminowo. Nie występuje wtedy konieczność wyciągania środków w najmniej korzystnym momencie, czyli np. w warunkach ostrej recesji (kiedy nasz biznes gorzej sobie radzi) lub gdy straciłmy pracę.

PORÓWNUJ KOSZTY I STOPY ZWROTU

Drugą ważną kwestią są koszty. Jeżeli przykładowo chcemy kupić fundusz ob-

ligacyjny, gdzie rentowność portfela jest niewiele wyższa (lub niższa) niż opłaty, warto rozważyć inną inwestycję. W momencie, gdy fundusz operujący na rynkach akcyjnych wykazuje wysokie opłaty w stosunku do długoterminowych stóp zwrotu z tej klasy aktywów (np. akcji USA czy akcji dużych polskich spółek), również należy rozważyć poszukanie innego, alternatywnego sposobu inwestycji. Trzecia rzecz to unikanie „magicznych” produktów oferujących wysoką stopę zwrotu bez ryzyka, wskazujących na wyjątkowe okazje inwestycyjne. Tego typu inwestycje mogą skończyć się dotkliwą stratą.

Kluczem do sukcesu w zarządzaniu majątkiem jest odpowiednie wymieszanie żywiołów ryzyka i bezpieczeństwa, unikanie błędów behawioralnych oraz kontrolowanie kosztów. Są to rzeczy, nad którymi na co dzień pracujemy z naszymi klientami. ●

INVESTMENT SECURITY IN WEALTH MANAGEMENT

What is security? To be able to define it, you must first answer the question of what threatens the wealth that we gather so hard. Our wealth has three basic enemies: 1. Destruction, e.g. during war; 2. Confiscation, e.g. by

nationalization or overtaxation; 3. Loss of the real value, i.e. dangerous inflation. Fortunately, the two first enemies are quite rare. And that is good because there are very few measures we could take to protect against them. In other words: they are beyond our control in the field of managing this risk.

INFLATION COMES FULL CIRCLE

The enemy, which we face every day, is inflation, i.e. the loss of the real value of our funds. Thinking about it, we do not experience such extreme emotions as in the case of thoughts of war or confiscation. However, it is worth remembering that there were periods when inflation practically zeroed the accumulated funds, in particular the value of cash and bonds. High inflation does not only concern a handful of developing countries (hyperinflation in Zimbabwe), nor those struggling with post-war trauma (Germany, Japan) or the transformation shock (Poland). A very large number of countries, including the most developed ones (e.g. USA) experience periods of higher inflation from time to time. We can therefore assume that we will face it sooner or later – this is definitely a bad news.

HOW TO MANAGE WEALTH IN TIMES OF INFLATION?

The good news is that this risk can be managed. Shares, especially the global portfolio, effectively protect against the risk of inflation in the long run (here we



buy real business: machines, buildings, profits increasing with inflation) and offer a real rate of return well above secure deposits or treasury bonds. However, this protection is not free. There will be periods and even years when the fluctuations in the portfolio value will be significant. We pay more or less stress and nerves for the price of long-term, higher real rates of return. For those who are unable to accept this variability, there are inflation-indexed government bonds.

We must remember one thing: secure investments (deposits, treasury bonds) guarantee peace in the short term and should be part of the investor's portfolio. Assets with much greater variability and/or low liquidity: stocks, real estate, stress and worry in the short term but can protect money against inflation in the long run and have a much higher expected long-term return.

HOW TO MAKE INVESTMENT DECISIONS?

So what should you pay attention to when making investment decisions?

The first thing is to set the portfolio risk at the right level. The risk must be "calculated" so that the investment will not be closed at the time of the biggest drops. Market timing, or an attempt of the so-called "feeling" the market, consisting of high involvement in shares, when we expect increases in the market and low involvement, if we expect drops. In theory, this looks attractive, in practice it is one of the main factors of investors' failure. Instead of adhering to the "buy cheap, sell expensive" principle, in practice it looks exactly the opposite – investments are bought after increases and sold after drops.

A good practice of private banking is to build a liquidity buffer, created on a regular basis with a perspective of 1-2 years, consisting of deposits, treasury bills and safe short-term bond funds. The rest of the investments can be treated long-term. There is no need to withdraw funds in the least favorable time, i.e. in conditions of severe recession (when our business is doing worse) or when we lost our jobs.

COMPARE COSTS AND RATES OF RETURN

Costs are another important issue. For example, if you want to buy a bond fund where the portfolio profitability is slightly higher (or lower) than fees, you may want to consider another investment. At a time when the fund operating on equity markets shows high fees in relation to long-term rates of return on this class of assets (e.g. US shares or shares of large Polish companies), one should also consider looking for another alternative investment method. The third thing is to avoid "magical" products offering a high risk-free rate of return, indicating exceptional investment opportunities. These types of investments can end in a severe loss.

The key to success in wealth management is to mix the elements of risk and security properly, avoid behavioral errors, and control costs. These are the things that we work on with our clients on a daily basis. ●

REKLAMA



PROJECT CARGO. LUDZIE, WIEDZA I DOŚWIADCZENIE.

Kompleksowe rozwiązania w światowym transporcie ładunków wielkogabarytowych.



AKTUALIZACJE I BEZPIECZEŃSTWO PRZYSZŁOŚCIĄ SMARTFONÓW DLA BIZNESU

Czy smartfon może być jak wino, z czasem stając się coraz lepszym? Jeszcze kilka lat temu tak postawiona teza brzmiałaby kontrowersyjnie. Dziś, za sprawą stałych aktualizacji systemu operacyjnego oraz pakietów bezpieczeństwa, urządzenia faktycznie rozwijają się razem z nami, nadążając za postępem technologicznym. Ta właściwość, choć jeszcze nie przoduje w rankingach najważniejszych funkcjonalności smartfonów, staje się dla użytkowników kluczowa. Szczególnie dla klientów biznesowych.

Średni czas użytkowania flagowego urządzenia stale się wydłuża, co możemy zaobserwować na wszystkich rynkach – od Stanów Zjednoczonych, przez Europę, aż po Chiny. Ze swoich smartfonów korzystamy już przeciętnie przez prawie 30 miesięcy. Nic więc dziwnego, że przy wymianie na nowy model, jesteśmy skłonni wydać więcej. Sięgając głębiej do portfela, oczekujemy lepszego produktu. Chcemy, aby przez kolejne 2,5 roku nasz smartfon nie stracił na nowoczesności. Szukamy urządzenia, które z czasem będzie stawiało się lepsze.

Czy to możliwe? W HMD Global wiemy, że tak. Wiele ważnych cech smartfonów, jak szybkość działania czy żywotność baterii, wiąże się wydajnością systemu operacyjnego. Dlatego z dumą podkreślamy, że jako producent telefonów Nokia możemy pochwalić się najszerszą gamą 17 urządzeń w programie Android Enterprise Recommended, który jest katalogiem smartfonów rekomendowanych przez Google dla biznesu. Co więcej, nasze urządzenia będące częścią programu Android One mają zagwarantowane comiesięczne uaktualnienia systemu operacyjnego przez 2 lata oraz pakietów zabezpieczeń aż przez 3 lata.

Obietnice znajdują potwierdzenie w rankingach. Według ostatniego raportu Counterpoint Research „Aktualizacje oprogramowania i zabezpieczeń:

brakujący element smartfonów”, blisko 96% smartfonów Nokia sprzedanych od ostatniego kwartału 2018 r. działa już na Android Pie lub otrzymało aktualizację oprogramowania do tej wersji systemu.

Co to oznacza dla użytkowników? Przede wszystkim pewność, że ich firmowe urządzenia – nie tylko flagowce z najwyższej półki cenowej – będą zawsze bezpieczne i aktualne. ●

UPDATES AND SECURITY ARE THE FUTURE OF BUSINESS SMARTPHONES

Could smartphone be like wine and get better with time? Just a couple years ago this statement would sound controversial. Nowadays, thanks to constant OS and security updates, devices in fact improve with us, following the technologic development. This feature, although it does not stand at the helm of main smartphone functionalities, becomes pivotal for the users. Especially for business clients.

Average using time for flagship device is constantly extends, what can be observed on every market – USA, Europe and even China. We use the same smartphone for almost 30 months on average. No wonder that we are capable to spend more on a new device. Meanwhile we demand a better product. We expect, that for the next 2,5 years our smartphone won't get old. We look for a device, that will just keep getting better with time.

Is it possible? In HMD Global we know it is. Many important smartphone's



ROBERT SIEWIERSKI

General Manager East Europe, HMD Global

features, like operating speed or battery life, is connected to OS efficiency. Therefore, we proudly underline the fact, that as a Nokia phones producent, we have the widest portfolio of 17 devices in Android Enterprise Recommended programme, that is a catalogue of smartphones recommended by Google for business. What's more, our devices being part of the Android One programme, have monthly OS updates guaranteed for 2 years period of time and security updates for 3 years.

The promises are confirmed by the rankings. According to latest Counterpoint Research report "Software and Security Updates: The Missing Link for Smartphones", almost 96% Nokia smartphones sold in the last 2018 quarter works on Android Pie already or received and OS update to this version.

What does it mean to the users? Certainty, that all the devices – not only flagship ones – will always be safe and up to date. ●

NOKIA



**Najnowszy Android™
i comiesięczne aktualizacje
bezpieczeństwa dla
biznesu.**

Oczekuj więcej

Najszersza oferta smartfonów
rekomendowanych dla biznesu. Sprawdź na
nokia.com/phones/business



Nokia 8.1

Nokia 7.2

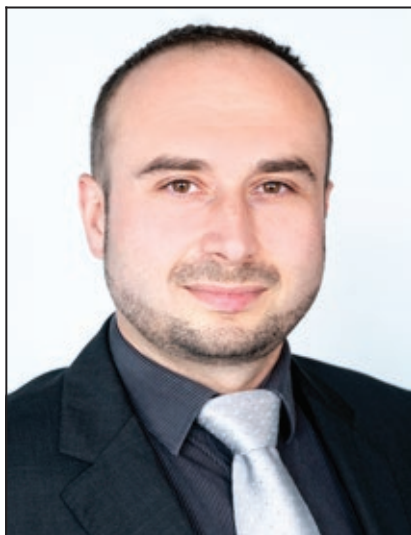
Nokia 6.2



© 2019 HMD Global. Wszelkie prawa zastrzeżone. HMD Global Oy jest wyłącznym licencjodawcą marki Nokia w zakresie telefonów i tabletów. Nokia jest zarejestrowanym znakiem towarowym firmy Nokia Corporation. Android, Google i inne znaki są znakami towarowymi firmy Google Inc.

SYSTEM AGV

NIEPROSTE WDROŻENIA



MARCIN SZCZEBAK

Advanced Logistics Consultant,
Metroplan Polska

Wtematyce automatyzacji procesów logistycznych wiodącym tematem jest nie tylko automatyzacja magazynów, ale i transportu wewnętrznego. Systemy AGV podnoszą poziom standaryzacji procesów logistycznych, niwelują ryzyko pomyłek, zwiększają bezpieczeństwo redukując do zera ilość wypadków, uszkodzeń wózków, słupków itp. Wpisują się bardzo dobrze w filozofię lean m.in. poprzez wizualne uporządkowanie procesów, co skutkuje również redukcją poziomu zapasów. Z zalet tych można natomiast korzystać wyłącznie przy kompleksowym podejściu do wdrożenia SYSTEMU AGV.

Zarówno w języku angielskim jak i niemieckim funkcjonuje określenie „system”, gdy jest mowa o automatyzacji transportu wewnętrznego (FTS – Fahrerloses Transportsystem, AGVS – Automated Guided Vehicle System). Używanie nazwy „system” nie jest bezcelowe, gdyż ilość czynników, które należy uwzględnić kupując AGV jest wielokrotnie większa od ilości warunków przy zakupie standardowego wózka widłowego. AGVS to nie tylko sam pojazd i jego wyposażenie, system nawigacji oraz sterowania, ale również wszelkie peryferia z którymi AGVS musi posiadać odpowiednie interfejsy.

Dwa najczęstsze powody nieudanych wdrożeń systemów AGV to nieodpowiednio dobrany system nawigacji i pozycjonowania wózka AGV oraz brak uwzględnienia warunków systemów peryferyjnych do których należą m.in. miej-

sca pobrania/odstawiania ładunków, rampy, bramy ppoż., windy, podnośniki, dźwigi, wagi, skanery a także warunki budowlane – przede wszystkim posadzka. To właśnie integracja AGV z systemami peryferyjnymi, czy też ich dostosowanie do planowanego typu wózka AGV stanowią nierzadko o całościowych kosztach wdrożenia oraz sukcesie lub porażce projektu.

Pamiętać należy również, iż kupno AGV od jednego producenta przeważnie ogranicza nas do korzystania z jego systemu zarządzania. Jest to mocne zawężenie możliwości rozwojowych systemu. Sprawdzenie wózka oraz systemu AGV to kupno jednej sztuki wózka na testy – jest to często spotykana praktyka, aczkolwiek błędna i kosztowna. Na szczęście postępuje rozwój systemów integrujących rozwiązania różnych producentów, przez co testowanie AGVS można ograniczać kosztowo.

Równie istotna jest metodyka prowadzenia projektów i wdrożeń. Używanie takich narzędzi jak checklista AGV, prawidłowych dokumentów przetargowych, protokołów odbiorów częściowych i całkowitych, testów dostępności i wydajności systemu pozwala na prawidłowe wdrożenie AGVS. Niebagatelny wpływ ma również pełna analiza finansowa oraz jakościowa nie tylko inwestycji, ale również i samego użytkowania systemu AGV. Automatyzacja postępuje, lecz nadal niewielu jest ekspertów w tej dziedzinie i nie zawsze można polegać wyłącznie na doradcy produktowym. ●



AGV SYSTEM NOT SO SIMPLE IMPLEMENTATIONS

In the field of automation of logistics processes, not only warehouse automation, but also internal transport automation is a leading topic. AGV systems increase the standardization of logistics processes, reduce the risk of mistakes, increase safety and reduce to zero the number of accidents, damage to trolleys, poles, etc. The main topic is not only warehouse automation, but also internal transport. They fit the lean philosophy very well, e.g. through the visual arrangement of processes, which also results in a reduction of inventory levels. These advantages can be used only in a comprehensive approach to the implementation of the AGV SYSTEM.

The term 'system' is used in both English and German when referring

to FTS (Fahrerloses Transportsystem) and AGVS (Automated Guided Vehicle System). The use of the name "system" is not meaningless, because the number of factors to be taken into account when buying an AGV is many times greater than the number of conditions when buying a standard forklift truck. The AGVS is not only the vehicle itself and its equipment, navigation and control system, but also all peripherals with which the AGVS must have appropriate interfaces.

The two most common reasons for unsuccessful implementation of AGV systems are inadequately selected system of navigation and positioning of the AGV trolley and lack of consideration of the conditions of peripheral systems, which include places of load pick-up / set-down, ramps, fire gates, lifts, cranes, scales, scanners and construction conditions – primarily flooring. It is the integration of AGV with peripheral systems or their adaptation to the planned type of AGV trolley that often determines the overall cost of implementation and the success or failure of the project.

It should also be remembered that buying an AGV from a single manufacturer usually limits us to using its management system. This is a strong narrowing of the development possibilities of the system. Checking a wheelchair and AGV system means buying one piece of wheelchair for testing – this is a common practice, although it is erroneous and expensive. Fortunately, the development of systems that integrate solutions from different manufacturers is progressing, so that AGVS testing can be cost-restricted.

The methodology of conducting projects and implementations is equally important. The use of tools such as the AGV checklist, correct tender documents, partial and total acceptance protocols, availability and performance tests of the system allows for proper AGVS implementation. The full financial and quality analysis of not only the investment, but also the use of the AGV system itself has a significant impact on the system. Automation is advancing, but there are still few experts in this field and you cannot always rely solely on a product consultant. ●

REKLAMA



87-100 Toruń, ul. Lubicka 16
tel. 56 651 43 00, 654 76 97
fax 56 651 43 01
torun@np.com.pl

**BROKER
UBEZPIECZENIOWY**

Nord
PARTNER

Gwarantujemy:

- wysoki poziom wiedzy merytorycznej w zakresie analizy i wielkości ryzyka,
- dostosowanie warunków ubezpieczenia do indywidualnych potrzeb,
- pełną odpowiedzialność za sporządzoną SIWZ, zakres oraz warunki ubezpieczenia,
- dyspozycyjność ze względu na prowadzone oddziały i przedstawicielstwa na terenie całego kraju,
- nadzór nad realizacją umów ubezpieczenia i likwidacji szkód.



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

NOWOCZESNE TECHNOLOGIE TRANSMISYJNE

W TYM 5G JAKO BODZIEC ROZWOJU DLA POLSKICH FIRM I OBYWATELI



JAN KALISZ

Business Advisor, Fibrain

Wydawałoby się, że superszybkie transmisje w tym 5G nie ma nic wspólnego z hasłem „Przedsiębiorca Podatnik, Pracodawca, Partner” VII edycji Projektu „Nie ma przyszłości bez przedsiębiorczości”.

Ale w przyszłym roku Rząd ma rozpisać Aukcję na zakup częstotliwości przez Operatorów dla tych transmisji. Dlatego w niedługim czasie będziemy musieli się zmierzyć się jedną z niewątpliwie największych rewolucji w świecie komunikacji międzyludzkiej, technologicznej i wymiany danych. Technologia ta będzie olbrzymim narzędziem informatycznym, tak dla przedsiębiorców, obywateli, jak i dla Rządu. Będzie też determinować relacje on-line podatników, pracodawców, partnerów.

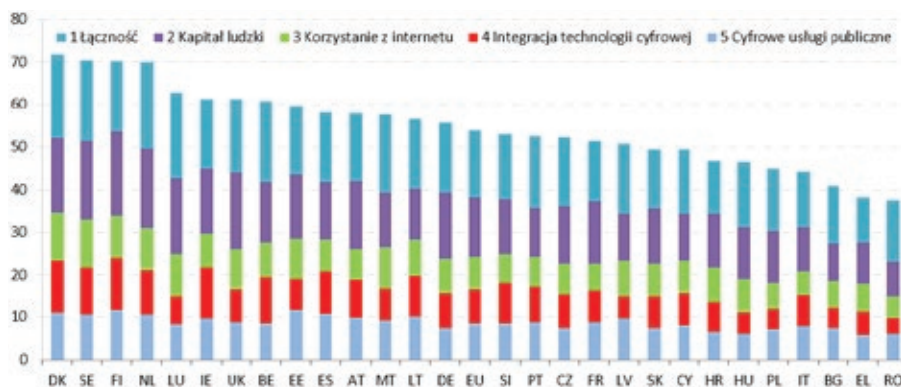
Zastanówmy się nad oczekiwaniami, możliwościami i zagrożeniami tej technologii oraz jej możliwym wykorzystaniem na podniesienie przedsiębiorczości w polskich firmach i włączenia się ich do globalnego rynku.

Tutaj bardzo istotnym elementem będzie kwestia ustawodawstwa

wprowadzona przez Rząd i Samorządy określająca zasady, ramy i harmonogramy wdrożeń tej technologii do aplikacji e-Państwo, e-Urzędy, SmartCity itp.

Nie możemy i nie stać nas na bylejałość wdrożeń aplikacji informatycznych w relacjach Państwo-biznes-obywatel, Samorządy-biznes-obywatel.

W kontekście dnia codziennego przedsiębiorcy, jednym z najbardziej czasochłonných, a zarazem najmniej efektywných biznesowo elementów „walki o przetrwanie” są relacje z szeroko pojętą administracją. Na dzień dzisiejszy widać szereg działań, które mają charakter cyfryzacyjny w tym obszarze, jednak sposób ich wdrażania i funkcjonowania powoduje frustrację, a czasami nawet bezsilność po stronie przedsiębiorców. Przejście z formy papierowej na formę elektroniczną w wielu aspektach jest jedyną słuszną drogą. Proces ten musi jednak podążać równolegle z dostępnymi technologiami i jednocześnie być w odpowiednim tempie przygotowany i wdrażany po stronie administracyjnej. Już 1 maja 2008 r. powstały przepisy pozwalające uruchomić ePUAP, czyli ogólnopol-



Wskaźnik DESI sporządzany przez Komisję Europejską za rok 2018. Polska znalazła się tutaj na 24. miejscu (na 28 krajów UE).

DESI report prepared by the European Commission for 2018. Poland ranked 24th (out of 28 EU countries).

ską platformę teleinformatyczną służącą do komunikacji obywateli z jednostkami administracji publicznej, a jednocześnie podstawowe narzędzie jakim jest UPD – urzędowe potwierdzenie doręczenia, aktualnie nadal stwarza podatnikom wiele problemów interpretacyjnych w ewentualnych sporach z organami administracji publicznej. Niewątpliwie, krokiem w dobrą stronę było wprowadzenie w przestrzeni podatkowej JPK – jednolitego pliku kontrolnego, co w efekcie końcowym pozwoliło ograniczyć ilość fizycznych kontroli krzyżowych, a jednocześnie doprowadzić do ścisłości podatku VAT. Jednak proces wdrażania tego narzędzia pokazał, jaka jest różnica pomiędzy przedsiębiorcami, a administracją skarbową w odnajdywaniu się w nowej rzeczywistości i w nowym środowisku. Analizując doświadczenia i różne przypadki problemów cyfryzacyjnych, to przedsiębiorcy wskazywali i sugerowali wiele zmian i poprawek wdrożeniowych w funkcjonowaniu tego rozwiązania. Poziom uregulowań prawnych dla wdrażanych dużych projektów przedstawianych na tzw. „za pięć 12” powoduje olbrzymi chaos w pierwszej fazie wdrażania, a to odbija się później na efektywności w kolejnych fazach.

Bardzo ciekawym projektem, który niewątpliwie korzysta i będzie w przyszłości korzystał z dobrodziejstw odpowiedniej infrastruktury teleinformatycznej i procesu cyfryzacji są od strony biznesu rozwiązania związane z e-Sprawozdaniem Finansowymi. Przekazywanie dokumentów finansowych w formie elektronicznej, z wykorzystaniem e-PU-AP'u lub certyfikatów kwalifikowanych, jest to jak najbardziej słuszne i niezbędne w dzisiejszych realiach. Jednak brak sprzężenia zwrotnego na styku KRS i Administracja Skarbowa w momencie

realizacji i uruchamiania takich rozwiązań było na początku tego roku deprymujące i znów „pod ścianą” stawiała przedstawicieli biznesu.

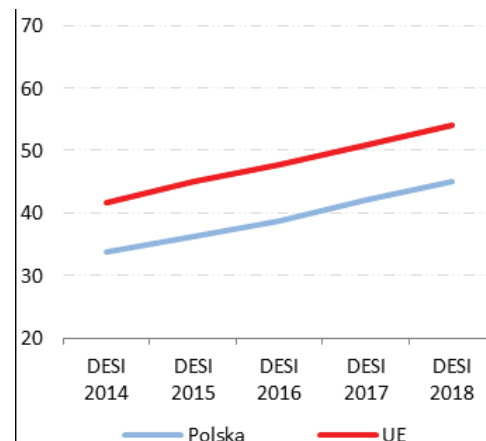
Bieżące, kolejne kroki związane z uszczelnianiem systemu podatkowego, jak np. wprowadzenie „białej księgi podatników” być może da wiele pozytywnych efektów fiskalnych. Jednak poziom równowagi w relacji administracja publiczna (która ma służyć obywatelom), a obywatel (przedsiębiorca) ma w tym przypadku bardzo wysoki poziom dysproporcji. Biznes jako główny generator wpływów do budżetu, zostaje w 100% obciążony dodatkowymi zadaniami, które dla zachowania własnego bezpieczeństwa fiskalnego musi wykonać. Jednocześnie w fazie wdrażania i obowiązywania takiego rozwiązania, poziom informacji, przygotowania i udostępnienia takiego narzędzia po stronie administracji skarbowej praktycznie nie istnieje (podatnicy poprzez wyszukiwarki internetowe szukają „białej księgi podatkowej”).

Dla wykazania jak wiele jeszcze czeka nas pracy, aby współpraca pomiędzy przedsiębiorcami, a administracją publiczną w aktualnym cyfrowym środowisku nabrała charakteru prawdziwego partnerstwa jest proces wdrażania PPK – pracowniczych planów kapitałowych. Jako nowy element systemu emerytalnego w Polsce PPK są konstrukcją, obciążającą finansowo przede wszystkim przedsiębiorców. O ile poziom tych obciążeń przy dobrze rozwijającej się gospodarce jest do zaakceptowania i staje się on ciekawym narzędziem do konkurencji o pracownika, o tyle brak jakiegokolwiek kampanii informacyjnej ze strony instytucji nadzorującej ten projekt (PFR), staje się całkowicie niezrozumiały. Znów wszelkie działania edu-

kacyjne, informacyjne i wdrożeniowe zostały pozostawione przedsiębiorcom, mimo całkowicie publicznego charakteru tego projektu.

Biorąc pod uwagę dużą niechęć do korzystania, przez małe i średnie firmy z aplikacji informatycznych wspomagających zarządzanie firmą, produkcją, należałoby wykorzystać możliwości 5G do ogólnopolskiej strategii aktywizacji informatycznej i technologicznej tych firm, np. utworzenie rządowego „Programu POLSKA 4.0”. Mogłyby się w nim znaleźć środki na wdrażanie aplikacji z grupy ERP, Industry 4.0 itp. Można by się też zastanowić nad ulgami lub zawieszeniem płatności podatku CIT przez okres wdrożenia tych aplikacji.

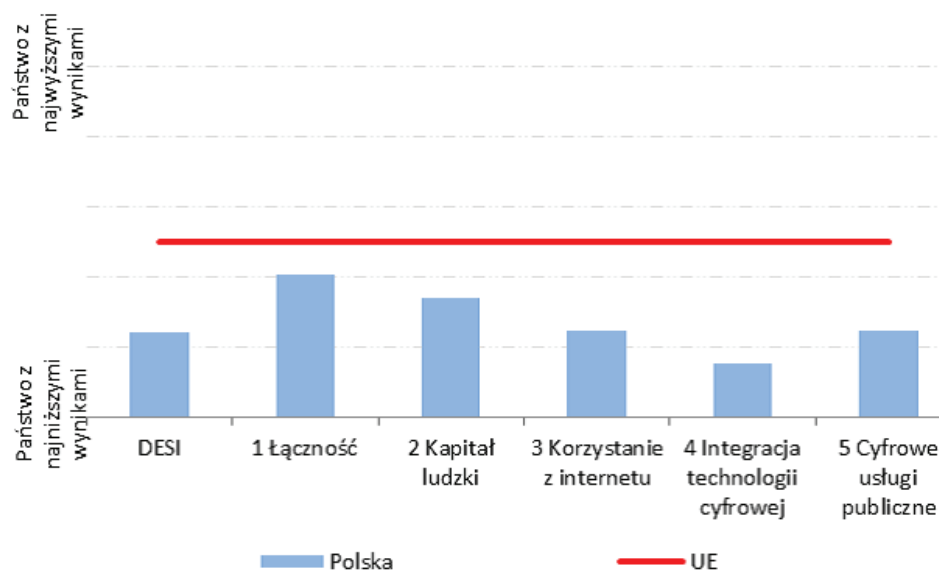
Korzystanie z tej technologii przez przedsiębiorców w codziennej pracy, podniesie ich świadomość technologiczną, a co za tym idzie biznesową, ekonomiczną, da duże możliwości wyjścia na rynki globalne. Ponadto staje się też dużą szansą na dogonienie krajów unijnych w rankingach „Gospodarka i Społeczeństwo Cyfrowe” DESI.



DESI 2018 – zmiany w czasie
DESI 2018 – evolution over time

SZKOLNICTWO

Przy odpowiedniej implementacji tej technologii do szkolnictwa możemy zmienić nasze archaiczne systemy nauczania, począwszy od szkół podstawowych przez średnie i wyższe. Wprowadzając eSzkolę zaszczepimy w uczniach samodzielność, kreatywność, etykę obywatelską, wyższy poziom nauczania. Będziemy posiadali kadrę młodych pracowników bardziej przystosowanych do pracy we współczesnych zautomatyzowanych zakładach pracy. Podniesiemy też poziom kadry dydaktycznej i rozwiążemy problemy jej niedoboru.



DESI 2018 – wyniki w ujęciu względnym i w podziale na dziedziny
DESI 2018 – relative performance by dimension

JEDNAK POWSTANĄ TEŻ NOWE ZAGROŻENIA ZWIĄZANE Z TĄ TECHNOLOGIĄ.

Olbrzymia ilość nieagregowanych informacji będzie powodować zagubienie i wykluczenie społeczne osób nieprzystosowanych informatycznie, w tym też osób starszych. Może też spowodować zabranie lub przeniesienie części osobowości ludzi do wirtualnej sieci globalnej wioski cybernetycznej i ich wyalienowania z udziału w życiu społecznym. Superszybkie transmisje to też nowe, bardziej wyrafinowane możliwości dla przestępstw cybernetycznych. Technologie te będą też dawać niespotykane dotąd możliwości inwigilacji i sterowania zachowaniem osób, grup społecznych i narodów. Powyższe pokazanie części możliwych zagrożeń unaocznia nam jak bardzo istotną rolę we wdrożeniu tych technologii będzie mieć relacja państwo-biznes-samorządy-społeczeństwo w celu ich eliminacji.

Reasumując, posiadając w niedługim czasie coraz bardziej wydajne narzędzia komunikacji i możliwości dobrych rozwiązań systemowych powinna nastąpić istotna zmiana w procesie przygotowania, wdrażania i edukowania po stronie szeroko rozumianej administracji publicznej, biznesu i obywateli. A wszystko po to, aby odejść od naszego narodowego sloganu „jakoś to będzie” i w pełni wykorzystać nadarzającą się okazję postępu technologicznego naszego kraju. ●

MODERN TRANSMISSION TECHNOLOGIES

INCLUDING 5G, AS A STIMULUS OR THE DEVELOPMENT OF POLISH COMPANIES AND CITIZENS

It would seem that super-fast transmissions, including 5G, have nothing to do with the slogan "ENTREPRENEUR, TAXPAYER, EMPLOYER, PARTNER" of the 7th edition of the Project "There is no future without entrepreneurship".

But next year the government is to announce an auction for the purchase of new frequencies enabling such transmissions. Therefore, in the near future we will have to face what will undoubtedly be one of the biggest revolutions in the world of interpersonal communication, technology and data exchange. This technology will be a robust IT tool, both for entrepreneurs, citizens and the government. It will also determine on-line relations between taxpayers, employers and partners.

Let us consider the expectations, opportunities and threats entailed by this technology and its possible application for the purpose of boosting entrepreneurship in Polish companies and entering the global market.

The legislation introduced by the central government and local governments will be a crucial element in that it will define the principles, frameworks and schedules of implementation of this technology in e-state applications, electronic administration, SmartCity, etc.

We cannot afford mediocre implementation of IT applications facilitating relations between the state, business and citizens and between the local government, business and citizens.

In the context of everyday life of an entrepreneur, relations with the broadly understood public administration are one of the most time-consuming and at the same time least business-effective elements of the "struggle for survival". At present we can see a number of digital initiatives in this area, but their implementation and operation causes frustration and sometimes even helplessness on the part of entrepreneurs. The transition from paper to electronic form is, in many respects, the only right way to go. This process must go hand in hand with the available technologies and, at the same time, must be prepared and implemented in administration at the right pace. As early as 1 May 2008, provisions were created to enable the launch of e-PUAP, i.e. a nationwide ICT platform enabling citizens to communicate with public administration units, but at the same time a basic tool such as the official acknowledgement of receipt still creates many interpretation problems for taxpayers in potential disputes with public administration bodies. Undoubtedly, introduction of the Standard Audit File for Tax (SAF-T) was a step in the right direction, enabling to reduce the number of physical cross-checks and enhancing VAT collection efficiency. However, the process of implementing this tool has shown the difference between entrepreneurs and tax administration in adjusting to the new reality and the new environment. Analysing experiences and various problems involved in digitisation, it was the entrepreneurs who suggested many changes and implementation improvements in the operation of this solution. The level of legal regulations for large projects presented at the last minute causes huge chaos in the first phase of implementation, which later affects the effectiveness in subsequent phases.

From the business point of view, solutions related to e-financial statements



are a very interesting project, which undoubtedly benefits and will benefit from appropriate ICT infrastructure and the process of digitalization. Transmission of financial documents in electronic form, with the use of e-PUAP or qualified certificates, is not only the right thing to do, but also a necessity in today's reality. However, the lack of feedback at the National Court Register and Treasury Administration interface when implementing and launching such solutions at the beginning of the year was discouraging and put representatives of business against the wall yet again.

Further steps aimed at tightening the tax system, such as the introduction of the white list of taxpayers, may yield many positive effects. However, balance in the relationship between the public administration (which is to serve the citizens) and the citizens (the entrepreneurs) is skewed. Entrepreneurs, as the main source of budget revenues, are burdened with 100% of additional tasks, which they have to perform for their own fiscal security. At the same

time, at the stage of implementation and operation of such a solution, the level of information, preparation and accessibility of such a tool is virtually non-existent on the part of the tax administration (taxpayers search for a "white tax book" in Internet search engines).

In order to show how much more work lies ahead for cooperation between entrepreneurs and public administration in the current digital environment to become a true partnership, the process of implementing employee capital plans (ECPs) is important. As a new element of the pension system in Poland, ECPs are a structure in which entrepreneurs bear the brunt of the financial burden. While the level of these burdens is acceptable in a well-developed economy and it becomes an interesting tool to compete for employees, the lack of any information campaign from the institution supervising the project (i.e. the Polish Development Fund) makes it completely incomprehensible. Again, entrepreneurs were responsible

for all education, information and implementation activities, despite the public nature of the project.

Considering the reluctance of small and medium enterprises to use IT applications supporting company management and production, it would be advisable to tap into 5G opportunities for the purposes of a nationwide strategy of IT and technological stimulation of such companies, e.g. creation of a governmental "POLAND 4.0 Program". It could include funds for the implementation of ERP, Industry 4.0 and other applications. One could also consider tax reliefs or temporary corporate income tax breaks during the period of implementation of such applications. Using this technology by entrepreneurs in their daily work will raise their awareness of technology, business and economy and will give them great opportunities to enter global markets. Moreover, it also becomes a great opportunity to catch up with other EU countries in the Digital Economy and Society Index (DESI). ●

REKLAMA

ICTALL

doradztwo biznesowe

FIBRAIN

SIECI ŚWIATŁOWODOWE · PROJEKTY · WSPARCIE · WDROŻENIA · PLANOWANIE I OPTIMALIZACJA

JEDEN Z NAJNOWOCZESNIEJSZYCH
PARKÓW MASZYNOWYCH NA ŚWIECIEROZBUDOWANE LABORATORIUM
LICZNE PROJEKTY BADAWCZEKOMPLEKSOWE
PROJEKTY I WDROŻENIA
SIECI ŚWIATŁOWODOWYCHŚWIATOWY ZASIĘG DZIAŁALNOŚCI
40 KRAJÓW NA CAŁYM ŚWIECIECIĄGŁE INWESTYCJE
W MIEJSCA PRACYCAŁKOWITE WSPARCIE
INWESTYCJI - OD PIŁOTAŻU
PO POZYSKANIE FUNDUSZY

www.fibrain.pl

BIG DATA

ŹRÓDŁEM INNOWACJI I MOTOREM ROZWOJU

TEN, KTO POSIADA DOSTĘP DO INFORMACJI, MA MOŻLIWOŚĆ JEJ SKUTECZNEGO WYKORZYSTANIA. SZYBKA OBRÓBKA DANYCH I ICH PRAWIDŁOWA INTERPRETACJA TO WARUNEK PRAWIDŁOWEJ OCENY SYTUACJI, PRZEWIDYWANIA PRZYSZŁYCH ZDARZEŃ I SKUTECZNEGO ZARZĄDZANIA PRODUKCJĄ.

MASZ WIADOMOŚĆ OD... ROBOTA

Predykcyjne utrzymanie ruchu opiera się na optymalnym użytkowaniu maszyn. Wiąże się z koniecznością zbierania informacji na temat stanu poszczególnych urządzeń pracujących w hali produkcyjnej. A stąd już tylko krok do przewidywania trendów, podejmowania działań konserwacyjnych i ogromnych oszczędności.

Technologia wychodzi naprzeciw potrzebom współczesnego rynku. Zarówno obrabiarki CNC, jak i roboty przemysłowe są dobrze przygotowane do współpracy i komunikacji – zarówno ze sobą, jak i z ludźmi zaangażowanymi w produkcję. Dotyczy to operatorów blisko współpracujących z maszynami oraz kadr zarządzających, które zdalnie nadzorują produkcję. Osoby te cenią sobie fakt, że maszyny potrafią wysłać wiadomości w formie sms lub e-mail, w których informują o swoim stanie i zgłaszają ewentualne ryzyko wystąpienia awarii.

FANUC – NIEZASTĄPIONY, ZAWSZE NA CZASIE

Japońska firma FANUC oferuje przedsiębiorcom produkty wraz z pakietem usług internetowych ułatwiają-

cych interakcję z maszynami. Wszystkie urządzenia marki mogą być podłączone do sieci Internet i korzystać z usług takich jak FTP, Telnet, Web Serwer, E-mail.

FIELD – FANUC INTELLIGENT EDGE LINK & DRIVE

FIELD (FANUC Intelligent Edge Link & Drive) to platforma, która łączy ze sobą wszystkie urządzenia produkcyjne w zakładzie w celu konsolidacji informacji służącej poprawie produktywności i podtrzymaniu nieustannej produkcji w zakładzie. W praktyce FIELD pełni rolę inteligentnej „skrzynki”, do której można podłączyć systemy sterowania CNC, maszyny, roboty, a także urządzenia peryferyjne, czujniki a nawet klimatyzację i oświetlenie. Co ważne, system umożliwia podłączenie nie tylko najnowszych produktów marki FANUC, ale też konkurencyjnych maszyn i urządzeń, pracujących w zakładzie.

Eksperti McKinsey & Company twierdzą, że wdrożenie strategii Predictive Maintenance może zaoszczędzić firmie w dłuższej perspektywie od 10 do nawet 40 proc. kosztów związanych z utrzymaniem ruchu oraz zmniejszyć nakłady potrzebne na inwestycje w sprzęt i maszyny o 5 proc. ●



• **JAKUB BAŃCER**

Specjalista ds. nowych projektów, FANUC Polska
New Projects Specialist, FANUC Polska

BIG DATA

A SOURCE OF INNOVATION AND DRIVER OF GROWTH

IF YOU HAVE ACCESS TO INFORMATION, YOU MAY USE IT EFFECTIVELY. QUICK DATA PROCESSING AND PROPER INTERPRETATION ARE PREREQUISITES FOR PROPER EVALUATION OF THE SITUATION, PREDICTION OF FUTURE EVENTS AND EFFECTIVE PRODUCTION MANAGEMENT.

YOU HAVE RECEIVED A MESSAGE FROM... A ROBOT

Predictive maintenance is based on optimal use of machinery. It is connected

with the necessity to gather information on the condition of particular items of equipment in the production hall. That is just a step from prediction of trends, taking maintenance actions and great savings.

The technology meets the needs of the contemporary market. Both CNC machines and industrial robots are well prepared for cooperation and communication, both with one another and with people involved in the production process. It regards operators closely cooperating with machines and managerial staff supervising production on a remote basis. They appreciate the fact that machines are able to send text messages or e-mails with information on their condition and risk of a fault.

FANUC – IRREPLACEABLE, ALWAYS ON TIME

FANUC, a Japanese company, offers its clients products together with a pack of on-line services facilitating interaction with machines. All equipment offered under this brand may be connected to

the Internet and use such services as FTP, Telnet, Web Server, E-mail.

FIELD – FANUC INTELLIGENT EDGE LINK & DRIVE

FIELD (FANUC Intelligent Edge Link & Drive) is a platform that connects all production equipment in a facility for the purpose of consolidation of information aimed at improvement of productivity and maintaining permanent production in the facility. In practice, FIELD serves as an intelligent 'box' to which it is possible to connect CNC systems, machinery, robots, peripheral equipment, sensors, air conditioning and even lighting. What is important, the system does not only allow to connect the latest FANUC products, but also competitive machinery and equipment operated in the facility.

Experts from McKinsey & Company claim that implementation of the Predictive Maintenance strategy may result in saving, in the long term, from 10 to 40 per cent of costs connected with maintenance and reduction of the expenditure for machinery and equipment by 5 per cent. ●

REKLAMA

THE FACTORY AUTOMATION COMPANY

roboINNOWACJE dla konkurencyjności produkcji

Sprawdzony Partner Technologiczny

- 100% jakość FANUC
- wspólna platforma układu serwo i sterowania CNC
- łatwa kastomizacja
- produkty niezawodne, przewidywalne, łatwe do naprawy
- wsparcie w całym cyklu życia produktu
- globalny serwis
- dożywotnia gwarancja napraw

60 lat
doświadczenia

Produkty kreowane
i produkowane w Japonii

WWW.FANUC.PL

FANUC



BO LICZY SIĘ POWIETRZE!

WSPÓLNIE STWÓRZMY POLSKĘ BEZ SMOGU!

WERONIKA MRZYGŁÓD

Specjalista ds. marketingu, Bolix
Marketing Specialist, Bolix

Niewielu z nas zdaje sobie sprawę skąd tak naprawdę bierze się smog. Wydawałoby się, że najbardziej powietrze zanieczyszczają ogromne fabryki z których kominów wydobywa się kłębiący dym, jednak nic bardziej mylnego. Główną przyczyną smogu jest tzw. „niska emisja”, czyli spaliny pochodzące z kotłów i pieców na paliwa stałe w prywatnych gospodarstwach domowych. Biorąc pod uwagę fakt, iż w Polsce na około 5,5 mln budynków mieszkalnych, ponad 5 mln to domy jednorodzinne, możemy stwierdzić, że skala problemu jest naprawdę ogromna.

Większość budynków w Polsce to jeszcze budownictwo PRL-owskie. Budownictwo z tego okresu cechuje się dużo niższymi normami budowlanymi, co przyczynia się do większej emisji smogu. Temat smogu jest ściśle powiązany z problemem ubóstwa energetycznego. Właściciele gospodarstw domowych uciekają przed wysokimi kosztami ogrzewania wybierając tanie rodzaje paliw, co prowadzi do emisji bardzo niebezpiecznych substancji. Termomodernizacja złożona jest z kilku

etapów, pierwszym z nich powinno być ocieplenie domu. Odpowiednio ocieplony budynek zapobiega stratom ciepła, co finalnie przekłada się na mniejsze moce grzewcze kotłów.

Szacuje się zużycie wyjściowe w domu, który nie został poddany kompleksowej termomodernizacji to około 341 PJ, które po wykonaniu kompleksowej modernizacji spada do poziomu około 148 PJ. Czyli dzięki działaniom związanym z ociepleniem domów jednorodzinnych, udało się zaoszczędzić 193 PJ energii, co daje 57% oszczędności energii na cele grzewcze i to w samym sektorze budownictwa jednorodzinnego. Te działania przyczyniłyby się do redukcji szkodliwych pyłów takich jak:

- Benzo(a)pirenu (o 44%)
- PM 2,5 (o 22%)
- PM 10 (o 23%)

TERMOMODERNIZACJA SPOSOBEM NA WALKĘ ZE SMOGIEM! WIELE RAZY WSPOMINAMY O KOMPLEKSOWEJ TERMOMODERNIZACJI, ALE CO TO WŁAŚCIWIE ZNACZY?

W ogólnym podejściu termomodernizacja to działania, które mają na celu zmniejszenie zapotrzebowania i zużycia energii cieplnej w budynku mieszkalnym. W pierwszej kolejności najważniejsza jest

termoizolacja czyli odpowiednie ocieplenie budynku. Proces ten wymaga niewielkich nakładów finansowych, jednak pozwala na oszczędności w przyszłości, ponieważ dzięki odpowiedniej termoizolacji wysokość rachunków za ogrzewanie domów zdecydowanie się obniża. Mało kto jest świadomy, iż jest to najlepszy sposób na poprawę efektywności energetycznej budynków. Oprócz tego, że generuje oszczędności energii potrzebnej do zapewnienia komfortu termicznego to sprawia, że emisja szkodliwych substancji diametralnie się zmniejsza co pozwoliłoby znacznie ograniczyć problem SMOG-u w Polsce.

Dopiero kolejnym krokiem powinna być modernizacja, bądź całkowita wymiana instalacji grzewczej domu. Ponieważ docieplony dom zużywa mniej energii, możliwy jest zakup źródła ciepła (kotła) o mniejszej mocy dzięki temu kocioł taki pracuje w optymalnym zakresie oraz ponosi mniejsze koszty zakupu.

CO DZIEJE SIĘ JEŚLI DOM NIE JEST DOBRZE OCIEPLONY I JAK SPRAWDZIĆ CZY TWÓJ DOM JEST ODPOWIEDNIO OCIEPLONY?

W Polsce budynki, które powinny jako pierwsze być wzięte „pod lupę” to te zbudowane przed 1989 rokiem, używające do

ogrzewania paliw stałych (drewno, węgiel brunatny, kamienny, antracytowy, grafit). Stare budownictwo ma to do siebie, że powoduje duże ubytki ciepła.

Najlepszym sposobem na zobrazowanie jest badanie kamerą termowizyjną, celem takiego badania jest sprawdzenie jakościowe izolacyjności cieplnej domu. Obrazy z takiej kamery mogą wykryć wszelkiego rodzaju braki w izolacji budynku. Najlepiej badanie termowizyjne wykonywać w zimie, gdy temperatura na zewnątrz spada poniżej 0°C.

Dzięki termowizji mamy możliwość zaobserwować rozkład temperatur na badanej powierzchni, oraz miejsca występowania mostków termicznych – są to miejsca, które cechują się zanizoną izolacyjnością termiczną.

W JAKIEJ KOLEJNOŚCI PROWADZONA POWINNA BYĆ TERMOMODERNIZACJA I CZY MA TO WPŁYW NA NASZ DOMOWY BUDŻET?

Aby działania przez nas podejmowane były miarodajne każdy budynek przed rozpoczęciem działań powinien zostać poddany audytowi energetycznemu – czyli oszacowaniu parametrów technicznych i ekonomicznych przedsięwzięcia, który powinien poprzedzić wybór rozwiązania optymalnego. Nie jest to jednak obowiązek co niestety może prowadzić do przewymiarowania np. w wyborze kotła.

Bardzo ważna jest kolejność prowadzonych działań podczas termomodernizacji – najpierw termoizolacja, później wymiana źródła ciepła, w innym przypadku dojdzie do przewymiarowania, czyli wybrania sprzętu nad wymiar potrzeb, gdyż zapotrzebowanie na ciepło w domu, który nie został ocieplony jest co najmniej dwa razy większe.

Te zmiany początkowo wymagają nie małego nakładu finansowego, należy to jednak traktować jako inwestycję w zdrowie, komfort oraz mniejsze rachunki za ogrzewanie w przyszłości, czego niestety wielu z nas nie bierze pod uwagę.

JAKI WPŁYW MAJĄ TE DZIAŁANIA NA POPRAWĘ POWIETRZA?

Najważniejsza jest świadomość, że odpowiednie ocieplenie nowych, oraz poprawa ocieplenia starych budynków przyczynią się do zmniejszenia strat energii co w dalszej perspektywie pozwoli ograniczyć ilość zanieczyszczeń emitowanych podczas spalania paliw kopalnianych,

jest to pierwszy i najważniejszy krok do zmniejszenia SMOG-u w Polsce. Gdyby wszystkie domy w Polsce były odpowiednio ocieplone, do powietrza nie dostawałaby się już tak ogromna ilość szkodliwych pyłów szkodzących naszemu zdrowiu.

Pamiętajmy więc, że problem czystego powietrza dotyczy nas wszystkich, musimy być tego świadomi, że tylko my możemy to zmienić i wspólnie walczyć i starać się stworzyć Polskę bez smogu. ●

CLEAN AIR MATTERS!

LET'S MAKE POLAND FREE OF SMOG!

Not many of us are aware of where smog really comes from. It would seem that the greatest pollution comes from towering factory chimneys, spewing billows of smoke. But nothing more misleading. Since the main contributor to smog is the so called "low-stack emission" i.e. fumes from solid fuel boilers, stoves and furnaces in private households. When we realize that in Poland out of about 5.5 million residential buildings, over 5 million are single-family houses, we can say that the scale of the problem is really huge.

In Poland, buildings that were built in the communist period, are still the majority. They are characterised by much lower construction standards, what contributes to even greater emissions and smog. The smog issue is closely related to the problem of energy poverty. In an attempt to avoid high heating costs, many households choose low-cost fuels, what leads to the emission of highly hazardous substances. Thermal retrofit is the first stage in the process of upgrading the energy efficiency of buildings. A well-insulated building prevents heat loss, what results in lower heat consumption.

It is estimated that the output energy consumption of a house before energy renovation is about 341 PJ, whereas after thermal renovation it falls to the level of about 148 PJ. That is to say, 193 PJ of energy could be saved through thermal retrofit of single-family houses, what gives 57% savings in heat energy for the single-family housing sector alone. Thermal retrofit projects would contribute to the reduction of harmful dusts such as:



- Benzo(a)pyrene (by 44%)
- PM 2.5 (by 22%)
- PM 10 (by 23%)

THERMAL RENOVATION OF HOMES AS A METHOD TO COMBAT SMOG! WE REFER TO THERMAL RENOVATION OR UPGRADE MANY TIMES, BUT WHAT DOES IT ACTUALLY MEAN?

In general, thermal renovation means all measures that are taken with the aim to reduce the heat demand and consumption and to increase energy efficiency of homes. The first thing to do is thermal retrofitting i.e. proper thermal insulation of the building. This project requires a considerable financial outlay, but ensures savings in the future, since thermal insulation leads to a significant reduction on heating bills. Not many are aware of the fact that this is thermal retrofitting that best ensures thermal efficiency improvement.





In addition to savings of energy needed to ensure human thermal comfort, it also contributes to a dramatic reduction of the emission of harmful substances and, in consequence, to the reduction of SMOG in Poland.

The upgrade or replacement of entire heating system in the house should be the next step. Since an insulated house uses less energy, it is possible that a heat source (boiler) with lower output will be needed. Such a boiler would be optimal and the cost of purchase significantly lower.

WHAT HAPPENS WHEN A HOUSE IS NOT INSULATED PROPERLY AND HOW TO CHECK WHETHER YOUR HOME IS WELL INSULATED?

In Poland, the buildings that should be first considered are those, which were built before 1989 and use solid fuels for heating (wood, brown and hard coal, anthracite, graphite). Old buildings are leaky, what leads to extensive heat losses.

The best way to check the quality of thermal insulation of the house is thermal imaging. Thermal photos can detect any

leaks or deficiencies in the insulation of the building. It is recommended to carry out a thermal imaging testing in winter, when the outside temperature drops below 0°C.

Thanks to thermal imaging, we can observe temperature distribution across the tested surface and the location of thermal bridges – locations with lower thermal performance.

WHAT SHOULD BE THE STAGES OF THERMAL UPGRADE AND HOW DOES IT AFFECT OUR HOUSEHOLD BUDGET?

To ensure that the upgrade is efficient, the building should be subject to an energy audit prior to upgrading, i.e. an inspection survey and assessment of technical and economic aspects of the project should be carried out prior to the selection of the optimal solution. This stage is not obligatory, however, resigning from the energy audit may lead to oversizing e.g. wrong boiler selection.

The sequence of actions taken to upgrade thermal performance is crucial here – first thermal retrofitting and the replacement of heat sources should be at a later stage, otherwise the equipment selected may have parameters that are excessive for the needs, as the heat demand in a house that has not been insulated is at least twice as high.

These changes require a considerable financial outlay at initial stage, but this should be seen as an investment in health, comfort and lower heating bills in the future, what unfortunately is not taken into account by many of us.

WHAT IS THE IMPACT OF THERMAL UPGRADE ON AIR QUALITY?

The most important is the awareness that an efficient insulation of new buildings and retrofit insulation of existing buildings will contribute to the reduction of energy losses, what in the long-run will result in the reduction of pollution emitted during combustion of fossil fuels, this is the first and most important step to reduce SMOG in Poland. If all the houses in Poland were properly insulated, the harmful dust would not be produced and released to atmosphere in such a quantity.

Therefore, we should remember that the problem of clean air affects us all and we must be aware that this is us that can change it and we can fight together and try to make Poland smog-free. ●



Nie,
NIE ŚNISZ

FLY BETTER

Możesz robić wszystko na naszych nowo zaprojektowanych siedzeniach 777 w klasie business. Wyjątkowo miękkie tkaniny, możliwość rozłożenia całkowicie na płasko... Nasze nowe plany kulinarne pozwolą Ci jeść to, na co masz ochotę podczas oglądania swoich ulubionych kanałów na 25-calowym monitorze HD.

Odkryj nowy poziom komfortu

EMIRATES BUSINESS



Emirates

MOTOR ROZWOJU POLSKIEJ GOSPODARKI

LOGISTYKA XXI WIEKU

Transport i logistyka to jeden z najszybciej rosnących obszarów polskiej gospodarki. W ubiegłym roku dynamika wzrostu wyniosła niemal 11 proc. Już dziś cały sektor odpowiada za 6 proc. polskiego PKB. Bardzo prędko zwiększa się także dostępna powierzchnia magazynowa, która zaledwie w ciągu ostatnich dwóch lat wzrosła o ponad 40 proc. Sam udział Rohlig Suus Logistics w rynku magazynowym wśród operatorów logistycznych to prawie 15 proc. Tylko w zeszłym roku otworzyliśmy kolejne centra logistyczne o łącznej powierzchni 25 tys. m kw. Rozpoczęliśmy także budowę największego na rynku operatorów logistycznych obiektu magazynowo-przeładunkowego do obsługi logistycznej stolicy i regionu Mazowsza. Nowy obiekt stanie w Sokołowie pod Warszawą i zajmie ponad 48,5 tys. m kw.

Tak dynamiczny wzrost – zarówno w przypadku naszej firmy, jak i całej branży – jest efektem kilku czynników, m.in. poprawy infrastruktury transportowej, potrzeby rynku oraz rozwoju branży e-commerce. Prognozuje się, że ten ostatni element przez najbliższe kilka lat będzie miał kluczowe znaczenia dla wzrostu i specjalizacji rynku magazynowego w Polsce. Rola operatorów logistycznych zmienia się jednak nie tylko ze względu na rodzaj klienta, ale głównie przez ewolucję modelu współpracy. Do niedawna operatorzy logistyczni byli wyłącznie dostawcami powierzchni magazynowej, teraz w ramach modelu współpracy 4PL zapewniają oni swoim klientom przede wszystkim know-how, usługi doradcze, jak i doświadczenie. I to zarówno w przypadku sklepów internetowych, jak i klientów prowadzących sprzedaż tradycyjnymi kanałami.

Operator logistyczny musi być przede wszystkim elastyczny. Dla klientów bardzo ważna jest bowiem jakość i różnorodność świadczonych usług. W związku z tym firmy sektora transportowego muszą

być przygotowane na rosnące oczekiwania klientów. Kluczem do sukcesu w tej branży jest więc nie tylko kompleksowość usług i obsługa całego łańcucha dostaw, ale możliwość szybkiego reagowania i efektywnej implementacji zmian. ●

THE POLISH ECONOMY'S DRIVER OF GROWTH

21ST CENTURY LOGISTICS

Transportation and Logistics is one of the fastest growing industries of the Polish economy. Only last year, the growth dynamics were as high as 11%. Today, this industry accounts for 6% of Poland's GDP. Warehouse space is also experiencing a dynamic expansion, with nearly 40% growth over just the past two years. Among logistics companies, Rohlig Suus Logistics' alone boasts a nearly 15% share of the warehouse market. Just last year, we opened more logistics hubs with a combined surface area of 25 thousand sq. m. We also started a development project to build a storage and cross-docking facility to handle logistics volumes from the capital and the Masovian region – the largest of its kind in the logistics companies market. The new 48.5 thousand sq. m facility will be situated in Sokołów outside Warsaw.

This dynamic growth experienced by our company and the industry as a whole is driven by several factors. Among them are improving transportation infrastructure, market needs and the evolution of e-commerce. It is estimated that over the next several years, the latter will prove to be a key driver of the



• **ANDRZEJ KOZŁOWSKI**

Członek Zarządu Rohlig Suus Logistics
Member of the Board at Rohlig Suus Logistics

growth and specialization in Poland's warehousing market. The role of logistics companies is transforming not only because of changing customer types, but also because the model of cooperation itself is evolving. Until recently, logistics companies were the exclusive providers of storage space. Nowadays, as part of the 4PL model, they mainly provide customers with know-how, consultancy services and experience. This is true for e-stores and for customers who sell via traditional channels.

Any logistics company must first and foremost be flexible. Customers are looking for quality and a versatile range of services. As a result, transportation companies must be ready to address customers' growing expectations. In this industry, success is not just about comprehensive services and total supply chain management; it's also about fast reaction times and effective implementation of changes. ●



Optymalizacja logistyki i produkcji to same korzyści.

Dzięki głębokiej optymalizacji, poprawie procesów logistycznych, a także dostarczeniu optymalnych rozwiązań możliwe jest m.in. znaczące zmniejszenie zapotrzebowania budynku produkcyjnego lub magazynu na energię, wykorzystanie mediów czy też zakup usług.

Wykonaj kolejny krok rozwoju firmy i zacznij optymalizować z Metroplan.

Metroplan | Engineering
Customer
Success

Od 20 lat pomagamy
naszym klientom.

biuro@metroplan.com.pl
+48 600 828 944

CORAZ LEPSZE NASTROJE KONSUMENTÓW



EWA WERNEROWICZ

Prezes Zarządu, Vivus Finance
President of the Board, Vivus Finance

Dobre nastroje konsumentów to fakt, który nie podlega dyskusji – widzimy to na każdym kroku. Dobra koniunktura w gospodarce ma wpływ na dobre samopoczucie, wyższą samoocenę oraz ocenę możliwości finansowych przez klientów. Nie możemy przy tym ignorować również trendów społecz-

nych, które mają duży impact na zmianę oczekiwań w stosunku do oferowanych produktów i usług. Im większa zamożność społeczeństwa, tym też rosną oczekiwania do sektora finansowego, który w dzisiejszych czasach musi być nie tylko technologicznie zaawansowany, ale przede wszystkim elastyczny.

Dyskusja nie może dotyczyć tego, czy klienci pragną więcej zaawansowania technologicznego, wygody, bezpieczeństwa tudzież niższych cen i ładniejszych brandów. Klienci chcą wszystkiego i mają do tego prawo. Nigdy w historii nie było lepszych warunków do tego, by te życzenia spełnić.

Z najnowszych badań przeprowadzonych przez Główny Urząd Statystyczny wynika, że w czerwcu wzrósł zarówno bieżący jak i wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej. Najsilniejsze wzrosty odnotowano dla ocen obecnej sytuacji finansowej gospodarstw domowych i sytuacji ekonomicznej kraju, które urosły odpowiednio o 3,1 pkt proc. i o 2,1 pkt proc. Wyprzedzający wskaźnik ufności konsumenckiej, opisujący oczekiwane w najbliższych miesiącach tendencje konsumpcji indywidualnej, w miesiąc zwiększył się o 2,6 pkt proc. i osiągnął poziom +7,5 pkt co oznacza przyrost o 3,5 pkt proc. r/r. Największe wzrosty odnotowano dla oceny przyszłego poziomu bezrobocia (o 5,3 pkt proc.) oraz oceny możliwości przyszłego oszczędzania pieniędzy (o 3,9 pkt proc.).

Wzrost polskiej gospodarki wyprzedza prognozy i jest najszybszy od 2008 roku. Jej kołem zamachowym jest konsumpcja prywatna, którą napędzają wyższe płace, programy socjalne i spadające bezrobocie. Konsumpcja nie bierze się z powietrza, duży wpływ na polską gospodarkę mają czynniki zewnętrzne, ale ekonomiści są zgodni, że na tym etapie rozwoju cechuje nas także duża odporność na ewentualne perturbacje, których nie



można wykluczyć w przyszłości. To naturalnie zachęca Polaków do zaciągania kredytów i pożyczek.

Istotne jest, że poza zmianą ilościową obserwujemy też dużą zmianę jakościową. Polacy pożyczają większe kwoty i na dłuższe terminy. Tendencja ta będzie się utrzymywała wraz ze wzrostem kwoty średniego dochodu, którym dysponuje statystyczne gospodarstwo domowe.

Polacy zarabiają coraz lepiej, dlatego mogą pozwolić sobie wyższe wydatki, również te związane z obsługą kredytów i pożyczek o wyższej wartości. Finansowy kurs w stronę nowoczesnych technologii ułatwia decyzję o wzięciu pożyczki. Usługi dostępne przez internet pozwalają pożyczać szybko i wygodnie, bez względu na porę dnia i niezależnie od miejsca.

Nie powinno być zaskoczeniem, że największym beneficjentem rozgrzania gospodarki są banki – to tutaj kierują swoje kroki klienci poszukujący pożyczek z przedziału 10-50 tys. zł a takie właśnie kwoty są najczęściej poszukiwane. Nie wielki wzrost odnotowały też instytucje pożyczkowe. Choć z danych Biura Informacji Kredytowej wynika, że rynek pozabankowy w 2018 roku wzrósł o ok. 40% to pamiętajmy, że w dużej mierze wynika to z uszczelnienia systemu raportowania nowej sprzedaży i podłączenia kolejnych firm do baz danych BIK i Biura Informacji Gospodarczej. W tej kwestii zarówno BIK i BIG i same firmy pożyczkowe wykonały sporo pracy i dzięki temu możemy właściwie oceniać trendy zachodzące na rynku pożyczek pozabankowych. Z najnowszych danych BIK wynika, że w maju 2019 r. w porównaniu do maja 2018 r. instytucje pożyczkowe odnotowały spadki w wartości udzielonych pożyczek o 12%, a w liczbie o 8,5%.

Przed sektorem pożyczkowym duże wyzwania, nie tylko związane z regulacją,

ale także ze zmianą oczekiwań po stronie konsumentów. Działajmy na tym rynku, twórzmy go odpowiedzialnie – mając takie podejście, biznes nie będzie miał powodów do obaw. ●

CONSUMER SENTIMENT IS IMPROVING

Good consumer sentiment is an undeniable fact – it is visible at every turn. Good economic situation has an impact on well-being, higher self-esteem, and assessment of the financial capabilities of customers. At the same time we should not ignore social trends, which have a great impact on the changing expectations related to the products and services offered. The greater the wealth of a society, the more is expected of the financial sector, which nowadays not only needs to be technologically advanced, but above all flexible. It is pointless to debate whether customers want more technological advancement, convenience, security, lower prices, or nicer brands. Customers want it all and it is their right. Never before in history have there been better conditions to fulfill these wishes.

The latest research carried out by the Central Statistical Office shows that in June both the current and leading consumer confidence indicators increased. The strongest increases were recorded for the assessments of the current financial situation of households and the economic situation of the country, which went up by 3.1 and 2.1 percentage points, respectively. The leading consumer confidence indicator, describing individual consumption trends expected in the coming months, increased by 2.6 percentage points within a month and reached the level of +7.5 points, which means an increase of 3.5 percentage points YoY. The highest increases were recorded for the assessment of the future level of unemployment (by 5.3 percentage points) and the assessment of future money saving opportunities (by 3.9 percentage points).

The growth of the Polish economy exceeded forecasts and is now the

fastest since 2008. Its flywheel is private consumption, driven by higher wages, social programs, and decreasing unemployment. Consumption does not just come out of nowhere. External factors have a great impact on the Polish economy, but economists agree that at this stage of development we are also highly resistant to certain possible perturbations that cannot be ruled out in the future. This naturally encourages Poles to take loans and credits.

It is important that apart from quantitative changes, we can also observe a significant change in quality. Poles borrow higher amounts and for longer periods. This trend will continue together with the growing average income available to the statistical household.

Poles are earning more and more, which is why they can afford higher expenses, including those related to the servicing of higher loans and credits. The financial course towards modern technologies makes the decision to take a loan easier. Online services provide access to quick and convenient loans, regardless of your location or the time of day.

It should not come as a surprise that the greatest beneficiaries of the warmed-up economy are banks – this is where customers seeking loans in the range of PLN 10-50 thousand usually go first, and these are the amounts requested most frequently. Lending institutions also recorded a slight increase. Although data from the Credit Information Bureau (BIK) shows that the non-bank market in 2018 increased by approx. 40%, we need to remember that this is largely due to the sealing of the new sales reporting system and the connection of additional companies to the databases of BIK and Economic Information Bureaus (BIG). In this matter BIK, BIGs, as well as the loan companies themselves have done a lot of work, which lets us properly assess the trends taking place on the non-bank loans market. The latest BIK data shows that in May 2019, compared to May 2018, lending institutions recorded a decrease in the value of loans granted of 12% and a decrease in their number of 8.5%.

There are great challenges ahead of the loan sector, not only related to regulations, but also to the changing expectations on the part of consumers. We need to be active on this market and develop it responsibly – with such an approach business will have no reason for concern. ●

ARCHAICZNE PRZEPISY O SPRZEDAŻY ALKOHOLU PRZEZ INTERNET BLOKUJĄ ROZWÓJ POLSKICH FIRM

Ustawa o wychowaniu w trzeźwości ma na celu ograniczenie nieodpowiedzialnych zachowań związanych z alkoholem, ale nie ograniczenie zgodnej z prawem sprzedaży i konsumpcji napojów procentowych. Ich legalna sprzedaż jest ważna, bo daje możliwość właśnie odpowiedzialnego i bezpiecznego spożycia. Jest to przeciwieństwem szarej strefy, gdzie trunki o niejasnym składzie, niewiadomego pochodzenia są udostępniane osobom nieletnim lub nietrzeźwym.

Półtora roku po uchwaleniu przepisów, które dały samorządom możliwość ograniczania sprzedaży alkoholu w sklepach, sprawdziliśmy, jak to wygląda w polskich miastach powyżej 100 tys. mieszkańców. Na 39 miast odpowiedziało nam 36 (92%). W 8 miastach są takie ograniczenia godzinowe, w pozostałych 28 nie ma. Pokazuje to duży poziom zrozumienia samorządów, że rozwiązanie problemów wynikających z nadużycia alkoholu nie leży w pozornym zmniejszaniu dostępności, kosztem spokoju i bezpieczeństwa mieszkańców na granicach stref zakazu i wzrostu szarej strefy.

Ustawa o wychowaniu w trzeźwości była tworzona wiele lat temu i niektóre zapisy nie zostały znowelizowane do tej pory. Nie uwzględniają obecnych realiów prowadzenia biznesu i postępu technologicznego. Z dzisiejszej perspektywy zasady te są nierzadko nieprecyzyjne i budzą wątpliwości interpretacyjne. Sprzedaż produktów spożywczych przez internet rozwija się w Polsce w szybkim tempie. Ma na to również wpływ zakaz handlu



MACIEJ PTASZYŃSKI

Dyrektor Polskiej Izby Handlu
Director of Polish Investment & Trade Agency

w niedziele. Ten kanał rośnie i będzie rósł dynamicznie, nie można udawać, że to się nie dzieje, trzeba dostosować przepisy do nowej rzeczywistości. Niestety brakuje precyzyjnych regulacji, które pozwolą na sprzedaż alkoholu przez internet, a opinie prawników są podzielone. Komisja Europejska podkreśla duże znaczenie wykorzystania nowych technologii

dla rozwoju gospodarki poszczególnych państw. Dla Polskich przedsiębiorców niezwykle ważne jest utworzenie nowych, transparentnych zasad regulujących sprzedaż alkoholu w internecie. Tak aby bez ryzyka mogli rozwijać swoją działalność i dorównywać europejskim firmom. Archaiczne przepisy blokują rozwój polskich przedsiębiorców.

W kontekście zmian jakie dokonują się w handlu w Polsce, zwłaszcza po wejściu w życie ograniczenia handlu w niedziele, wykorzystanie handlu internetowego w zakresie produktów spożywczych zaczęło rosnąć i będzie wzrastało nadal wraz zaostrzaniem się tego zakazu. Z tego punktu widzenia zakup legalnego produktu jakim jest alkohol wydaje się być logiczną konsekwencją zmian dotyczących e-handlu. Fakt, że do tej pory odpowiednie zapisy nie znalazły się w polskim systemie prawnym, jest zaniedbaniem wszystkich dotychczasowych ekip rządzących. Jest jednak o tyle zrozumiałe, że kiedy ustawę o wychowaniu w trzeźwości tworzone, nie było mowy o takich formach prowadzenia działalności handlowej. Oczywiście alkohol jest produktem specjalnym w tym znaczeniu, że jego dystrybucja powinna być monitorowana zarówno pod kątem bezwzględnego zakazu sprzedaży osobom nieletnim i w tym celu powinny być wprowadzone stosowne rozwiązania. Polska Izba Handlu od dawna już proponuje, aby wprowadzić bezwzględny wymóg legitymowania każdego kupującego niezależnie od tego na ile lat wygląda. Podobne rozwiązania powinny dotyczyć odbioru alkoholu zamawianego przez internet, co w praktyce wyeliminowałoby ryzyko związane z dostarczeniem alkoholu osobom nieletnim.

Handel ewoluuje i stwarzanie pozorów, że pewne obszary działalności handlowej nie istnieją, nie jest rozwiązaniem. Alkohol jest produktem legalnym i konsumenci mają prawo go kupować przy wykorzystaniu wszystkich dostępnych w handlu narzędzi. ●

ARCHAIC REGULATIONS ON THE SALE OF ALCOHOL VIA THE INTERNET HINDER THE DEVELOPMENT OF POLISH COMPANIES

Act on Upbringing in Sobriety and Counteracting Alcoholism aims to reduce irresponsible alcohol-related behaviours, but not to restrict the lawful sale and consumption of alcohol drinks as

a whole. The legal sale of alcohol is important, as it provides the opportunity for responsible and safe consumption. This is the opposite of the gray market, where drinks of unclear composition and unknown origin are available to minors or unsober.

A year and a half after passing legislation that gave local governments the opportunity to limit the sale of alcohol in stores, we checked how it looks like in Polish cities with population over 100,000. residents. 36 (92%) cities out of 39 responded. In 8 cities there are hourly restrictions, in the remaining 28 there are none. This demonstrates a high level of understanding of local governments that solving problems arising from alcohol abuse is not connected with illusive reducing of accessibility at the cost of peace and security of residents at the borders of the prohibition zones, as well as the increase of the gray market.

The Act on Upbringing in Sobriety was created many years ago and some provisions have not been amended so far. They do not take into account the current realities of running the business and technological progress. From today's perspective, these rules are often imprecise and give rise to interpretation doubts. Online sale of food products is growing rapidly in Poland. This is also affected by the Sunday trade ban. Online sale channel is growing and will grow dynamically, it is impossible to pretend that it does not happen, so there is a need to adapt the regulations to the new reality. Unfortunately, there are no precise provisions that will regulate the sale of alcohol via the Internet. Lawyers' opinions in this field are divided. The European Commission emphasizes the great importance of using modern technologies for the development of individual countries' economy. It is extremely important for Polish entrepreneurs to set new, transparent rules regulating the sale of alcohol via the Internet. Due to this, entrepreneurs will be able to develop their business without risk and to compete with European



companies. Archaic regulations hinder the development of Polish entrepreneurs.

In the context of changes that are taking place in Poland, especially after the entry into force of the trade restriction on Sunday, the use of internet commerce for grocery services has begun to grow and will continue to increase as the ban tightens. From this point of view, buying a legal product like alcohol seems to be the logical consequence of changes in e-commerce. The fact that relevant provisions have not been included in the Polish legal system so far is the ignorance of all previous ruling parties. However, it is understandable that when the Act on Upbringing in Sobriety was set, this form of running business did not exist. Of course, alcohol is a special product, as its distribution should be monitored both in terms of an absolute ban on sales to minors, consequently appropriate solutions should be introduced. The Polish Investment & Trade Agency for a long time has been proposing to introduce an absolute requirement for identifying each buyer regardless of the appearance. Similar solutions should apply to the alcohol ordered online, which in practice would eliminate the risk of providing alcohol to minors.

Trade is evolving and pretending that certain areas of commercial activity do not exist is not an option. Alcohol is a legal product and consumers have the right to buy it, using all commercially available tools. ●

CZY SIEĆ 5G ZMIENI OBLICZE BIZNESU?

EKSPERCI ZAPOWIADAJĄ, ŻE TECHNOLOGIA 5G WYWOŁA PRAWDZIWĄ REWOLUCJĘ. NOWA GENERACJA INTERNETU MOBILNEGO POZWOLI NA WPROWADZENIE ZAAWANSOWANYCH TECHNOLOGICZNIE PRODUKTÓW, USŁUG I MODELI BIZNESOWYCH.

Raport „Tech Trends 2019 – Jak przełamać bariery technologiczne” firmy Deloitte wskazuje sieć piątej generacji jako jeden z czynników, które już w najbliższych miesiącach radykalnie zmienią biznes. Duża przepustowość spowoduje, że będziemy mogli zarządzać informacją i danymi w czasie rzeczywistym. Dla przemysłu oznacza to wiele nowoczesnych rozwiązań i zastosowań.

Dzięki temu przyspieszy np. rozwój autonomicznych samochodów, czy automatyzacja medycyny. 5G pozwoli także na globalny rozwój rozwiązań IoT, w których wdrażaniu Orange jest liderem. W naszym kraju ok. 40% wszystkich kart SIM M2M (1,5 mln sztuk) pracuje w sieci Orange. Choć ich działanie bywa niezauważalne, trudno wyobrazić sobie bez nich dzisiejszy świat. To m.in. terminale płatnicze, samochody pobierające z internetu dane o ruchu drogowym czy inteligentne liczniki prądu.

Komunikacja między urządzeniami to dopiero początek cyfrowej transformacji biznesu. Kolejnymi etapami są automatyczna analiza danych, ich przetwarzanie i raportowanie w przystępny sposób. To dziedzina, w której Orange Polska chce być przewodnikiem dla innych firm.

Jesteśmy przygotowani na nadchodzącą zmianę – z jednej strony inwestujemy w rozbudowę sieci, z drugiej, jako partner w rozwoju cyfrowego biznesu, oferujemy zaawansowane rozwiązania z zakresu analityki danych, telemetrii, API czy robotyki.

KTO BĘDZIE NAJWIĘKSZYM BENEFICJENTEM TELEFONII KOMÓRKOWEJ NOWEJ GENERACJI?

Zmiany związane z wprowadzeniem sieci 5G rozpoczną się od miast, które jako przestrzeń społeczno-industrialna posiadają mnóstwo podłączonych do sieci czujników, urządzeń i obiektów. Dzięki nowej technologii będą mogły one współdziałać ze sobą w zupełnie innym wymiarze. Przez rozwój 5G mogą zmienić się praktycznie wszystkie sektory, które chcą konkurować w oparciu o cyfrowe innowacje i wysokie kompetencje technologiczne, zaczynając od produkcji zaawansowanych technologii, a na rolnictwie kończąc.

SMART CITY – INTELIGENTNA PRZESTRZEŃ MIEJSKA

Szczególnym obszarem, który z jednej strony ma olbrzymi potencjał biznesowy a z drugiej bardzo istotne znaczenie społeczne, jest koncepcja budowy i komercjalizacja inteligentnych przestrzeni miejskich, czyli Smart City. W Orange oferujemy komercyjnie wiele rozwiązań dla miast: inteligentne rowery, oświetlenie uliczne, parkingi, cyfrowe ławki, zdalny odczyt wody, monitoring miejski czy ładowarki elektryczne do aut. Cyfryzacja przestrzeni miejskiej jest już faktem, a potencjał 5G umożliwi wdrożenie inteligentnych rozwiązań na szeroką skalę.



BOŻENA LEŚNIEWSKA

Wiceprezes Zarządu ds. Rynku Biznesowego Orange Polska

Vice President of the Management Board in charge of the B2B Market at Orange Polska

INDUSTRY 4.0 – WIZJA DIGITALIZACJI I ROBOTYZACJI PRZEMYSŁU

W najbliższych latach przemysł będzie jednym z sektorów najbardziej absorbujących innowacyjne technologie i rozwiązania z obszaru: IoT, BDA, AI, machine learning, połączonych urządzeń, robotów i maszyn wyposażonych w tysiące sensorów i funkcjonujących w ramach jednego ekosystemu.

Wizję Industry 4.0 w Orange rozumiemy jako synergiczne połączenie rozwiązań ICT, np. SDN czy cloud computing z innowacyjnymi technologiami. Dzięki wsparciu 5G możliwe będzie osiągnięcie skalowalności rozwiązań wymagających zarządzania olbrzymią ilością danych w czasie rzeczywistym.



PROJEKT Z BRANŻY RETAIL, W JAKIM OBECNIE UCZESTNICZY ORANGE

We współpracy z jednym z naszych partnerów z branży FMCG pracujemy nad innowacyjnym projektem sklepu przyszłości.

Zaproponowaliśmy szereg zaawansowanych rozwiązań m.in. Digital Signage, inteligentne półki, cyfrowe etykiety, aplikację na smartfony i indywidualny program lojalnościowy.

Nasz sklep przyszłości wyposażony będzie w nowoczesne technologie. Oznacza to olbrzymie ilości danych, których skuteczne wykorzystanie w dużej mierze zależy od przekazania ich do baz oraz centrów analityki.

Technologia 5G o dużych przepływnościach, minimalnym opóźnieniu i elastyczności w budowaniu, pozwoli osiągnąć skalę takich rozwiązań, co jest naszym celem.

5G W ORANGE

Za nami już pierwsze pokazy i testy 5G w Orange Polska – w Warszawie i Gliwicach w ubiegłym roku oraz w Zakopanem w lutym tego roku. We wrześniu rozpoczęliśmy testy 5G w Warszawie na niespotykaną dotąd skalę, bo po raz pierwszy zaprosiliśmy do nich także naszych klientów biznesowych. Zależy nam na rzetelnym i kompleksowym sprawdzeniu działania wszystkich elementów nowej sieci. Przed nami kolejne wdrożenie w Lublinie, jeszcze w tym roku. Program 5G pozostaje w synergii z rozbudową sieci światłowodowej. Dzięki największemu w historii firmy programowi inwestycyjnemu łączą o bardzo wysokiej przepustowości dostępne są już w ponad 120 miastach w Polsce. W przyszłości mogą one posłużyć do tworzenia nowych punktów dostępu do sieci 5G. ●

WILL 5G NETWORK CHANGE THE BUSINESS?

EXPERTS ANNOUNCE THAT 5G TECHNOLOGY WILL CAUSE A REVOLUTION. NEW GENERATION OF THE MOBILE INTERNET WILL ALLOW TO INTRODUCE TECHNOLOGICALLY ADVANCED PRODUCTS, SERVICES AND BUSINESS MODELS.

"Tech Trends 2019 – how to break technological barriers" report made by Deloitte shows 5G as one of the

factors that will change business radically. Thanks to huge capacity we will be able to manage information and data in real time. It means many modern solutions for industry.

It will accelerate development of autonomous cars or medicine automation. 5G will also allow the global development of IoT solutions, of which implementation Orange is leader. About 40% of all SIM M2M cards in Poland (1.5 mln) works in Orange. Despite its' function can be unnoticeable it is hard to imagine world without it. Among other things: payment terminals, cars downloading data concerning traffic or intelligent electric meters.

Communication between devices is a beginning of business digital transformation. Next steps are: automatic data analysis, its processing and reporting. In this field Orange Polska wants to be a guide for other companies.

We are ready for the forthcoming changes – on the one hand we invest in network development, on the other hand, as a partner in digital business development, we offer advanced solutions in the field of data analysis, telemetric, API or robotics.

WHO WILL BE THE BENEFICIARY OF NEW GENERATION MOBILE TELEPHONY?

Changes related to introduction of 5G network will start with cities, which as a socially-industrial area have lots of sensors, devices and object connected to the network. Thanks to new technology they will be able to interact in totally different dimension. Almost all sectors willing to compete on the basis of digital innovations and high technological competence, starting with production of advanced technologies to end with agriculture are possible to change due to 5g development.

SMART CITY – INTELLIGENT URBAN AREA

The particular area with huge potential on one hand and very important social meaning on the other is Smart City – concept of building and commercialization of intelligent urban areas. Orange offers commercial solutions for cities: intelligent bikes, street lighting, car parks, digital benches, remote water reading, urban monitoring or chargers for electric cars. Digitalization of urban area is a fact and 5G potential will enable implementation of large-scale solutions.

INDUSTRY 4.0 – VISION OF DIGITALIZATION AND INDUSTRY ROBOTIZATION

In the coming years industry will be one of the sectors mostly absorbing innovative technologies and solutions from the fields: IoT, BDA, AI, machine learning, connected devices, robots and machines equipped with thousands of sensors and functioning in one ecosystem.

In Orange, we understand vision of Industry 4.0 as connection of ICT solutions such as: SDN or cloud computing with innovative technologies. Thanks to 5G support, we will be able to reach scalability of solutions that demand administration of enormous quantity of data in real time.

PROJECT IN RETAIL INDUSTRY THAT ORANGE IS INVOLVED IN

In cooperation with one of our partners from FMCG sector, we work on innovative project of Store of the Future.

We have proposed many advanced solutions such as: Digital Signage, intelligent shelves, digital labels, smartphone application and individual loyalty programme.

Our Store of the Future will be full of modern technologies. It means huge amount of data which effective use of depends on transfer to database and analytics centers.

5G technology with high bit rates, minimal delay and flexibility in building will allow to reach the scale of such solutions, which is our goal.

5G IN ORANGE

We have completed first shows and 5G tests in Orange Polska. Last year in Warsaw and Gliwice and this year in Zakopane. In September, we have started 5G test in Warsaw on huge scale. Our business partners have been invited to be a part of tests for the first time. We want to check all parts of new network earnestly and comprehensively. This year we plan next implementation, in Lublin. 5G program is in synergy with development of fiber optic network. Thanks to the biggest investing program in company's history, connections with very high capacity are available in over 120 cities in Poland. In the future they can be used for creating new access points to 5G network. ●



PROBLEMY REGULACJI DLT/BLOCKCHAIN

Obecnie rozwijają się praktyczne zastosowania technologii blockchain m.in. w organizacji i funkcjonowaniu organów spółki, w rachunkowości, controllingu i audycie, a także w głosowaniu na walnym zgromadzeniu. Rosnąca rola oprogramowania w zarządzaniu firmą, cyfryzacja, stawiają na porządku dnia nowe, ciekawe pytania. Skoro technologia już obecnie umożliwia przejęcie zarządzania przez systemy oparte na algorytmach i sztucznej inteligencji, powstają takie pytania, jak: czy taki wariant jest prawnie dopuszczalny, czy algorytmy mogą wchodzić w rolę organów spółki, jak w tym kontekście należy widzieć problem odpowiedzialności, którą dotychczas prawo przypisuje organom i ludziom?

Prawo spółek stanu Delaware (Delaware General Corporation Law) dopuszcza korzystanie z technologii rozproszonego rejestru (blockchain) do przechowywania akcji i komunikowania się z akcjonariuszami. Autoryzuje zatem konstrukcję i późniejsze zmiany blockchaina przez podmioty

prywatne. Z tej perspektywy regulacja jest dość permisywna. Powstają podstawy ekosystemu, które usuwają wszelką niepewność co do autentyczności akcji, które zostały wyemitowane i są przechowywane w bazie danych opartej na blockchain. W dłuższym horyzoncie czasowym rozwój regulacji zmierza do stworzenia bardziej elastycznej, dynamicznej gospodarki cyfrowej, w której technologia blockchain i inteligentnych umów odgrywa główną rolę.

Ekonomiczny sens modeli biznesowych opartych na tokenizacji ICO (Initial Coin Offerings), a w szczególności STO (Security Token Offerings), polega na wykorzystywaniu efektów sieciowych. Większość projektów ICO jest ukierunkowana na wytworzenie pozytywnych efektów sieciowych, a co za tym idzie, na wzrost wartości u posiadaczy tokenów. Szczególnie silny potencjał wzrostu mają ICO powiązane z rozwojem innowacyjnego oprogramowania typu Open Source Software, co można dostrzec na przykładzie Ethereum. W przypadku tokenów



PROF. DR HAB. WŁODZIMIERZ SZPRINGER

Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie SGH
Wydział Zarządzania UW

Collegium of Business Administration,
SGH Warsaw School of Economics,
Faculty of Management, University
of Warsaw

bardzo ważne jest doprowadzenie do ukształtowania się sieci użytkowników, którzy będą premiowani za ich wkład do sieci, a także innej, dalszej grupy, która będzie chętnie nabywała tokeny, by tą drogą czerpać korzyści z sieci. A zatem ta pierwsza grupa jest dzięki tokenom stymulowana, by dawać swój wkład np. usług dla sieci. Druga grupa interesariuszy ma bodźce do zakupu tokenów, by z tego tytułu odnieść korzyści. Efekty sieciowe powstałe w efekcie ICO mogą mieć przełomowe znaczenie dla danego rynku, nasilając konkurencję, a nawet wypierając z rynku niektórych rywali.

Projekty ICO są obciążone znaczną asymetrią informacyjną. Inaczej, niż to się dzieje z projektami typu venture capital, gdzie może być kilka rund czy faz finansowania, w przypadku ICO inicjatorzy projektu chcą szybko zebrać znaczącą kwotę kapitału i mogą przykładać mniej uwagi do rozwoju sieci. Leży to pozornie w interesie posiadaczy tokenów, których wartość rośnie w sytuacji ograniczenia ich liczby. Niestety, otwiera się również pole do manipulacji i oszustwa. Ideą ICO jest to, że zamiast korzystać z pierwszej oferty publicznej (IPO), firmy mogą poszukiwać niewielkich funduszy początkowych bez należytej staranności, przestrzegania wymogów regulacyjnych, czasu czy mechanizmów powierniczych, których wymagałyby tradycyjne IPO. W przypadku małej firmy zajmującej się niesprawdzonymi lub nieznanymi technologiami, ta alternatywa oferuje możliwości finansowania firmom, które w przeciwnym razie nie kwalifikują się do tradycyjnych metod finansowania. Takie podejście może obfitować w oszustwa.

Mechanizmy typu *bookbuilding* nie mają tutaj zastosowania. Ceny są określane przez inicjatorów projektu na zasadzie „take it or leave it”, przy czym pierwsi inwestorzy z reguły uzyskują rabaty – niekiedy nawet do 40-50%. Inwestorzy, którzy przychodzą później, w gruncie rzeczy nie wiedzą, czy fakt sprzedania pierwszej transzy jest efektem dużego popytu na tokeny i jakości projektu, czy błędów decyzji cenowych podjętych wcześniej przez inicjatorów. Osoby, które negatywnie oceniają projekt, nie wierają zatem wpływu na ceny.

Pojawienie się DLT blockchain jako przełomowej innowacji powoduje konieczność przeglądu istniejącego prawa pod kątem możliwości jego stosowania. Dotyczy to wielu działów regulacji. W USA rozważa się przede wszystkim, czy i jak art.8 Uniform Commercial Code znajduje zastosowanie do papierów wartościowych opartych na blockchain („uncertificated securities”). W konkluzji można stwierdzić, że prawo dotyczące przechowywania, transferowania czy zastawiania papierów wartościowych jest dostatecznie elastyczne, by pokryć również problemy aktywów skonstruowanych w oparciu o blockchain.

Postulaty pod adresem regulatora idą w kierunku skorzystania z już znacznych doświadczeń crowdfundingu, np. w kwestii ochrony inwestorów czy włączenia w procedurę ICO profesjonalnych podmiotów jako pośredników, na wzór banków inwestycyjnych w przygotowaniu i prowadzeniu pierwszej oferty (IPO). W USA wysiłki inwestorów ICO idą w tym kierunku, by rozluźnić gorset narzucony przez SEC w sprawie DAO – traktowa-

nia wszystkich tokenów jako papierów wartościowych w rozumieniu amerykańskiego prawa rynku kapitałowego (test Howeya). Uproszczoną procedurę określono jako SAFT- Concept (Simple Agreement for Future Tokens). Nie tylko zatem w USA, ale także w ramach ESMA, przyjęto warunkową definicję tokenu, którego charakter zależy od badania poszczególnych przypadków.

Ostatnio wiele krajów projektuje regulacje systemów DLT – blockchain. Korea Południowa, Chiny i USA mają na uwadze regulację rynku ICO. Wynika to z rosnącej popularności ofert ICO oraz zaangażowania w nie coraz większych kapitałów. Wymaga to wyjaśnienia charakteru prawnego ICO np. czy w konkretnym przypadku chodzi o waluty, inwestycje czy towary (usługi). Najbardziej korzystne dla kryptowalut i ICO jurysdykcje – to aktualnie Singapur, Hongkong, Szwajcaria, Stany Zjednoczone, Estonia, Malta i Szkocja.

Możliwość oszustw wykorzystujących ICO do oszukania inwestorów jest głównym powodem, dla którego niektóre kraje zakazują ICO w swoich krajach. Amerykańska Komisja Papierów Wartościowych i Giełd (SEC) wydała ostrzeżenie, że spółki publiczne mogą angażować się w systemy ICO w celu manipulowania cenami rynkowymi. Wiele krajów dąży do zmian polityki w celu skodyfikowania przestrzegania zasad przeciwdziałania praniu pieniędzy / znajomości klienta (AML / KYC), wymagania dodatkowego nadzoru, takiego jak rejestracja i oświadczenia o ujawnieniach (*disclosure*). Dodatkowo, jeśli ICO odnosi się do transferów praw własności lub do walut, te ICO mogą podlegać prawu o papierach wartościowych.

Niedawna eksplozja sprzedaży ICO może oznaczać początek szerszej zmiany na publicznych rynkach kapitałowych, podobnej do zmiany w dystrybucji mediów, która rozpoczęła się kilka dekad temu. Blockchain znacząco zmniejsza koszt wymiany wartości i umożliwia każdemu przesyłanie cyfrowych aktywów na całym świecie w wysoce zaufany sposób, podsycając marzenia o prawdziwie globalnych rynkach kapitałowych, które wykorzystują moc blockchain i Internetu do ułatwiania tworzenia i pomnażania kapitału. Wysokiej płynności i efektywności, niskim kosztem transakcyjnym ICO towarzyszą jednak obawy o bezpieczeństwo i brak zaufania.

Interesujący przykład regulacji rynku kryptoaktywów – to Malta. Na Malcie uchwalono trzy ustawy umożliwiające



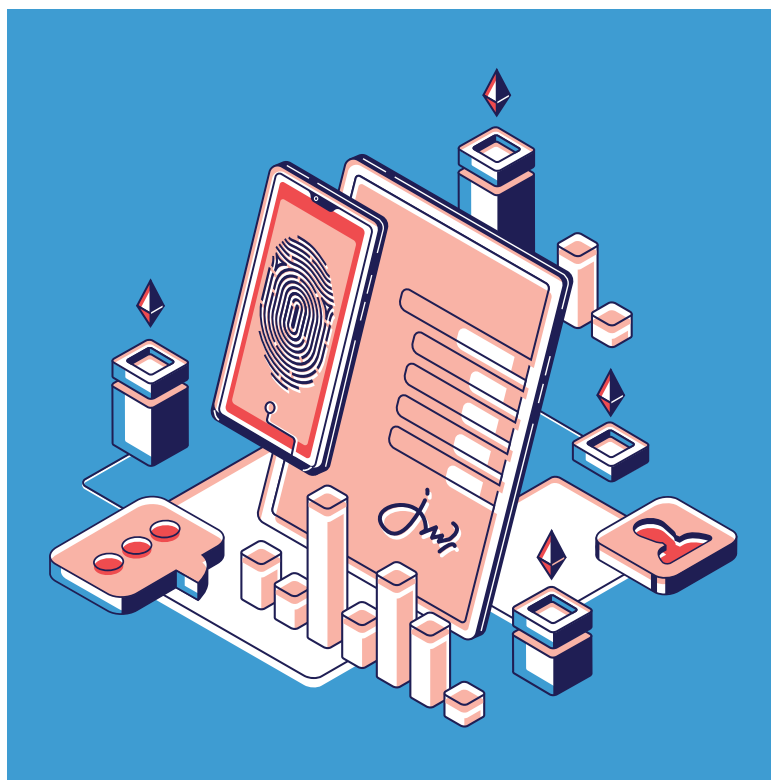
prorowadzenie działalności gospodarczej w oparciu o blockchain (Virtual Financial Assets, Innovative Technology Arrangements and Services, Malta Digital Innovation Authority). Ustawy te stanowią ramy prawne dla gospodarki cyfrowej opartej na DLT blockchain, kryptowalutach i tokenizacji. W orbicie prawa są także inteligentne umowy i sztuczne osoby prawne (DAO), także w celu ochrony uczestników obrotu korzystających z innowacji rynku finansowego.

Istnieje wiele przykładów z praktyki wykorzystania DLT blockchain (np. e-voting), jedną z nich jest implementacja tzw. trwałego nośnika. Informacje zawarte na trwałym nośniku nie mogą się znajdować pod kontrolą żadnej ze stron – ani klienta, ani firmy. Dlatego trwałym nośnikiem nie jest wiadomość wysłana na konto w banku, bo znajduje się w bankowym systemie. Skoro informacja znajduje się poza kontrolą każdej ze stron, to nikt nie może jej samodzielnie usunąć ani zmieniać. Klient zaś musi być aktywnie poinformowany o jej istnieniu, np.

powiadomieniem typu push z aplikacji. W idei trwałego nośnika chodzi zatem o to, aby wzmocnić pozycję klienta. Teoretycznie instytucja mogłaby mu przecież podesłać link do swojego systemu, gdzie po autoryzacji mógłby sprawdzić o co chodzi. W takim wypadku nie mamy jednak pewności, że informacja nie ulegnie zmianie na niekorzyść klienta. Blockchain świetnie zatem trafia w wymagania trwałego nośnika.

W związku z tym, że część banków postawiło na technologię WORM („Write Once, Read Many”), nasuwa się kilka uwag. Wydaje się, że nie jest to kwestia hierarchizacji – DLT blockchain oraz WORM mogą się uzupełniać. Ocena, czy wymogi trwałego nośnika są spełnione, zależy od sposobu wdrożenia. Można odnieść wrażenie, że wyrok Trybunału

Sprawiedliwości UE (BAWAG), a także wątpliwości polskiego UOKiK, czy rozwiązanie oparte na DLT blockchain spełnia kryteria trwałego nośnika, stały się dla niektórych firm technologicznych okazją do promocji własnych produktów bazujących na WORM, bez oglądania się na dobro rynku. Należy podkreślić, że wymogi trwałego nośnika mogą być spełnione w różny sposób: w ramach blockchain, WORM, zaufanej strony trzeciej czy rozwiązań scentralizowanych (np. płatności natychmiastowe). ●



REGULATORY PROBLEMS WITH DLT/BLOCKCHAIN

Practical applications of blockchain technology are currently being developed in such areas as organization and functioning of company governing bodies, accounting, controlling, auditing, as well as voting at general meetings. Digitization and the growing role of software in company management put new interesting questions on the agenda. Since the technology already allows management to be taken over by systems based on algorithms and artificial

intelligence, many questions arise, such as: is this variant legally permissible, can algorithms assume the role of company governing bodies, and how does this affect the issue of liability, which was previously legally assumed by people and governing bodies?

Delaware General Corporation Law allows the use of distributed ledger technology (blockchain) to store shares and communicate with shareholders. Therefore, it authorizes private entities to construct and subsequently introduce changes to the blockchain. From this perspective, the regulation is quite permissive. Foundations are being created for an ecosystem aimed at removing all uncertainty about the authenticity of shares issued and stored in blockchain-based databases. In the longer term, regulatory development is aimed at creating a more flexible, dynamic digital economy in which blockchain technology and intelligent contracts play a major role.

The economic purpose of business models based on ICO (Initial Coin Offerings) tokenization, in particular STO (Security Token Offerings), consists in the use of network effects.

Most ICO projects are focused on creating positive network effects and, thus, on increasing value for token owners. ICOs associated with the development of innovative Open Source Software have an especially high potential for growth, as exemplified by Ethereum. In the case of tokens, it is very important to create a network of users who will be rewarded for their contributions to the network as well as another, more remote group, that will be willing to purchase tokens to benefit from the network in this manner. Therefore, the first group is stimulated with the tokens to contribute, e.g. provide services for the network. The second group of stakeholders is incentivized to buy the tokens to benefit from them. The network effects created as a result of ICO may be groundbreaking for a given market, intensifying competition



and even pushing some rivals out of the market.

ICO projects are subject to significant information asymmetry. Unlike venture capital projects, where there may be several rounds or phases of funding, in the case of ICO project initiators want to quickly raise a significant amount of capital and pay less attention to network development. This is apparently in the interest of token holders, as the value of tokens increases when their number is limited. Unfortunately, there is also room for manipulation and fraud. Thanks to ICO, instead of using initial public offering (IPO), companies can acquire small initial funding without due diligence, compliance with regulatory requirements, time, or fiduciary mechanisms that a traditional IPO would require. In the case of small companies dealing with unproven or unknown technologies, this alternative offers financing opportunities to those who otherwise would not qualify for traditional financing methods. This approach, however, may create opportunities for fraud.

Book building mechanisms do not apply here. Prices are determined by the project initiators based on the "take it or leave it" principle, with the first investors usually getting discounts – sometimes up to 40-50%. Investors who come later do not really know whether the sale of the first tranche resulted from high demand for tokens, the quality of the project, or erroneous pricing decisions made earlier by the initiators. People who negatively evaluate the project have no impact on prices.

The emergence of DLT/blockchain as a groundbreaking innovation makes it necessary to review the existing law in terms of its applicability. This applies to many regulatory areas. In the USA it is under consideration whether and how Article 8 of the Uniform Commercial Code applies to securities based on blockchain ("uncertificated securities"). It can be concluded that the law regarding the storage, transfer, or pledging of securities is sufficiently flexible to also cover the problems of assets constructed on the basis of blockchain.

It is suggested that the regulators take advantage of the already considerable experience with crowdinvesting, e.g. in terms of investor protection or inclusion of professional entities as intermediaries in the ICO procedure, similar to investment banks in the preparation and running of IPOs. In the USA the efforts of

ICO investors are directed at loosening the limitations imposed by the SEC in the case of DAOs – treating all tokens as securities under US capital market law (Howey test). The simplified procedure was defined as the SAFT concept (Simple Agreement for Future Tokens). Not only the USA, but also the ESMA adopted a conditional definition of a token, whose nature depends on the examination of individual cases.

Many countries have been recently preparing regulations for DLT/blockchain systems. South Korea, China, and the USA are focusing on regulating the ICO market. This is due to the growing popularity of ICOs, involving more and more capital. This requires clarification of the legal nature of ICOs, e.g. whether a given case is about currencies, investments, or goods (services). The most favorable jurisdictions for cryptocurrencies and ICOs are currently Singapore, Hong Kong, Switzerland, the United States, Estonia, Malta, and Scotland.

The possibility of fraudulent use of ICOs to deceive investors is the main reason why some countries prohibit ICOs. The US Securities and Exchange Commission (SEC) issued a warning that public companies may become involved in ICO systems to manipulate market prices. Many countries are working on policy changes to codify compliance with anti-money laundering/know your customer (AML/KYC) regulations and introduce the requirement of additional supervision, such as registrations and disclosure statements. In addition, if an ICO is related to transfers of property rights or currencies, this ICO may be subject to securities law.

The recent explosion of ICO sales could mean the beginning of a wider change on public capital markets, similar to the change in media distribution that started a few decades ago. Blockchain significantly reduces the cost of exchanging value and allows everyone to transfer digital assets around the world in a highly reliable way, fueling the dreams of truly global capital markets that leverage the power of blockchain and the Internet to help create and multiply capital. High liquidity, efficiency, and low transaction costs of ICOs are, however, accompanied by concerns about security and lack of trust.

Malta is an interesting example of regulating the market of cryptoassets. Malta adopted three laws enabling business operations based on blockchain

(Virtual Financial Assets, Innovative Technology Arrangements and Services, Malta Digital Innovation Authority). These acts constitute the legal framework for a digital economy based on DLT/blockchain, cryptocurrencies, and tokenization. This legislation also includes intelligent contracts and decentralized autonomous organizations (DAOs), also to protect traders utilizing innovations on the financial market.

There are many examples of practical applications of DLT/blockchain (e.g. e-voting), one of them being the implementation of the so-called durable medium. Information contained on a durable medium cannot be controlled by any of the parties involved – neither the customer nor the company. This means that a message sent to a bank account is not a durable medium, because it is located in the bank's system. If a piece of information is beyond the control of either party, nobody can delete or change it on their own. The customer must be actively informed about its existence, e.g. by a push notification in an application. The idea of a durable medium is, therefore, to strengthen the position of the customer. Theoretically, an institution could send a link to their system, which the customer could access after authorization. But in such a case we cannot be sure that the information is not changed to the detriment of the customer later on. Blockchain perfectly meets the requirements of a durable medium.

Due to the fact that some banks have opted for WORM technology ("Write Once, Read Many"), several remarks are in order. It seems that this is not a matter of hierarchy – DLT/blockchain and WORM can complement each other. Whether the requirements of a durable medium are met depends on the method of implementation. One can get the impression that the judgment of the Court of Justice of the EU (BAWAG) as well as the doubts of the Polish Office of Competition and Consumer Protection on whether a solution based on DLT/blockchain meets the criteria of a durable medium became an opportunity for some technology companies to promote their own WORM-based products, without taking into account the best interests of the market. It should be emphasized that the requirements for a durable medium can be met in various ways: using blockchain, WORM, a trusted third party, or centralized solutions (e.g. instant payments). ●



Zadbaj o zdrowie
swoje i swoich
pracowników

INTER Vision

Grupowe ubezpieczenie zdrowotne dla firm

INTER Vision to ubezpieczenie zdrowotne, które zapewni dostęp do prywatnej opieki medycznej na najwyższym poziomie, w komfortowych warunkach i w dogodnym terminie. Opieka medyczna jest realizowana bezgotówkowo w placówkach renomowanych Partnerów Medycznych na terenie całej Polski lub w dowolnej placówce na zasadach refundacji kosztów.

- szeroki zakres świadczeń oferowanych w ponad 900 placówkach w Polsce
- konsultacje wszystkich specjalistów - bez limitów i skierowań
- badania laboratoryjne i diagnostyczne
- wizyty domowe
- e-konsultacje
- assistance medyczny - pomoc w razie nagłego zachorowania lub wypadku
- pełna opieka stomatologiczna

Dowiedz się więcej:

 **Zadzwoń: 801 803 000**

Więcej szczegółów na www.interpolska.pl

Bądź Inter Odpowiedzialny!

inter
UBEZPIECZENIA

REKLAMA

MOGILSKA
office

 modern office space in Krakow

 excellent public transportation

 over 12.000 sqm of total area

 large glazing and perfect lighting

 terraces accessible from the offices

warimpex

Contact: +48 603 627 474 • www.mogilska-office.com



OCENA ROZWOJU INNOWACYJNOŚCI SEKTORA SPOŻYWCZEGO W POLSCE

Wartykule dokonano analizy rozwoju innowacyjności w polskim przemyśle spożywczym przy użyciu metody SWOT¹. W analizie SWOT porównanie mocnych i słabych stron ma na celu szukanie potencjalnej przewagi strategicznej. Z kolei analiza szans to ocena zasobów, które powinny korzystnie wpłynąć na dalszy rozwój. Zagrożenia występujące w otoczeniu przemysłu spożywczego są definiowane jako uzasadnione prawdopodobieństwo występowania zdarzeń, które mogą hamować dalszy rozwój innowacyjności.

SILNE STRONY

Rozwój polskiego przemysłu spożywczego w XXI wieku zdeterminowany był członkostwem w Unii Europejskiej. Silna konkurencja na rynku UE sprawiła, że wraz ze wzrostem produkcji nastąpiła szybka poprawa efektywności polskiego przemysłu spożywczego. Poprawiła się efektywność nakładów pracy oraz nakładów materialnych i kapitału, co przyczyniło się do zwiększenia nadwyżki ekonomicznej i zysku producentów żywności. Wzrost eksportu wpłynął na rozwój przedsiębiorstw i ich konkurencyjność, a jednocześnie warunkował zwiększenie ich innowacyjności, zapewniając środki finansowe na rozwój tej działalności.

Większość polskich przedsiębiorstw posiada certyfikaty jakości umożliwiające produkcję bezpiecznej i zdrowej żywności. Dzięki temu polska żywność zyskała

uznanie zwłaszcza wśród wymagających konsumentów krajów Europy Zachodniej. Świadczyć o tym może wysoka dynamika eksportu oraz dodatnie saldo w obrotach handlu zagranicznego z tymi krajami.

Jednakże najważniejszymi czynnikami wzrostu eksportu i produkcji kierowanej na krajowy rynek były relatywnie niskie ceny oraz wysoka jakość produktów. Te pierwsze wynikały głównie z niższych kosztów pracy i cen krajowych surowców.

SŁABE STRONY

Niewątpliwie słabą stroną są niskie nakłady finansowe kierowane na rozwój działalności B+R, zarówno w skali całej gospodarki, jak i przemysłu spożywczego. Efektem tego jest niska działalność innowacyjna przedsiębiorstw z kapitałem krajowym, zwłaszcza produktowa, organizacyjna i marketingowa.

Słabą stroną przemysłu spożywczego jest też ciągle jeszcze niedostateczna rozpoznawalność marek polskich na rynku unijnym i światowym, spowodowana głównie przez niewystarczające działania promocyjne oraz zdolność pozyskiwania międzynarodowych kontaktów.

Przedsiębiorstwa przemysłu spożywczego wykazują się słabą współpracą w zakresie działalności innowacyjnej. W latach 2012-2014 taką współpracę zadeklarowało tylko 13,6% firm produkujących artykuły spożywcze oraz 27,9% produkujących napoje. W ramach inicja-



PROF. PIOTR CHECHELSKI

Instytut Ekonomiki Rolnictwa i Gospodarki Żywnościowej, Państwowy Instytut Badawczy
Institute of Agricultural and Food Economics,
National Research Institute

tyw klastrowych współpracowało jeszcze mniej podmiotów, odpowiednio 11,2 oraz 11,8% firm. Większa była jedynie skłonność do współpracy w tym zakresie producentów wyrobów tytoniowych².

SZANSE

Na rynku krajowym wzrost produkcji będzie uzależniony od wzrostu zamożności polskiego konsumenta, który będzie też wymagał bardziej innowacyjnych



produktów i coraz szerszego asortymentu wyrobów.

Szanse rozwoju innowacyjności w przemyśle spożywczym wynikają z możliwości wzrostu produkcji na eksport, już nie tylko do krajów UE, ale także do innych krajów świata. Wzrost eksportu musi być jednak uwarunkowany wzrostem innowacyjności przejawiającym się rozwojem nowych przewag konkurencyjnych produktów eksportowych jak: walorami prozdrowotnymi, smakowymi i rozszerzeniem asortymentu, rozwojem produkcji wyrobów z grupy premium itp.

Narodowe Centrum Badań i Rozwoju uruchamia dwa fundusze, których łączne środki na inwestycje wyniosą 2 mld zł. Fundusze te będą inwestować w nowe, obiecujące przedsięwzięcia firm działających w sektorze nowych technologii, również dotyczących przemysłu spożywczego (obiecujące *start-upy*)³.

Po stronie otoczenia wspierającego innowacyjność przedsiębiorstw wymienianych jest również coraz więcej podmiotów sektora publicznego, jak i prywatnego, z którymi przedsiębiorstwo może podjąć współpracę w celu pozyskania informacji o dostępności nowych rozwiązań, korzyści wynikających z wdrożenia oraz procesu adaptacji i zastosowania w przedsiębiorstwie. W konsekwencji takiej współpracy powinno pojawić się zmniejszenie kosztów jednostkowych wdrożeń i zwiększenie ich liczby.

Szansą będą też inwestycje w roboty i linie automatyczne. Robot, zastępując pracownika, wykonuje swoje zadania wydajniej, szybciej, bardziej powtarzalnie i precyzyjnie, więc łatwiej jest uzyskać bardzo dobrą jakość produktu końcowego.

Rozwój robotyzacji i automatyzacji w przemyśle spożywczym w Polsce jest w dużym stopniu związany z działaniami przemysłu, w którym dominują korporacje transnarodowe, np. piwowarskim, tytoniowym, spirytusowym, cukrowniczym, napojów bezalkoholowych itd. Przemysł piwowarski w naszym kraju zaliczany jest do jednych z najnowocześniejszych w Europie, o czym świadczą jego wyniki w osiąganej wydajności pracy i techniczne uzbrojenie pracy na jednego zatrudnionego. Decyzje o poziomie innowacyjności ich filii w Polsce są zależne od wielu czynników: konkurencyjności i pozycji na rynku lokalnym, kierunków eksportu np. do krajów Europy Środkowo-Wschodniej czy krajów rozwiniętych Zachodniej Europy, modernizacji czy budowy od nowa filii itd.

W branżach, w których dominują krajowe przedsiębiorstwa, inwestycje



w roboty i linie automatyczne są rzadsze, jednak też występują. Na przykład w firmie cukierniczej Tago od 2015 roku 12 robotów tworzy supernowoczesną linię produkcji i pakowania ciastek. Firma od trzech lat na dużą skalę inwestuje w automatyzację pakowania słodczy⁴. Z kolei firma Polmlek otworzyła w 2017 roku w pełni zautomatyzowany zakład przerobu serwatki i laktozy w Lidzbarku Warmińskim.

Inwestycje w działalność B+R oraz wdrażanie innowacji z udziałem kapitału zagranicznego w przemyśle spożywczym, w tym zwłaszcza korporacji transnarodowych, będą odgrywały coraz większą rolę. Powinno to przekładać się na dalszy wzrost konkurencyjności międzynarodowej tego sektora.

ZAGROŻENIA

Dalszy rozwój produkcji i eksportu polskiego przemysłu spożywczego

w nadchodzących latach będzie uzależniony w dużym stopniu od czynników zewnętrznych, związanych ze stanowiskiem Unii Europejskiej wobec takich problemów jak: polityka finansowa (wysokość dotacji do rolnictwa i przemysłu spożywczego, bariery celne itp.), zakres współpracy z innymi ugrupowaniami państw jak np. MERCOSUR-em, ograniczenie spekulacji na cenach surowców rolnych i kursach walut, bezpieczeństwo żywnościowe, rosnące ceny energii, tempo wzrostu zapotrzebowania na żywność krajów rozwijających się, rozwój postępu technicznego i technologicznego w dziedzinie produkcji żywności, transportu i przechowywania itp.

Hamująco na rozwój działalności innowacyjnej w naszym przemyśle spożywczym mogą wpływać również zbyt często zmieniające się regulacje, zarówno krajowe, jak i unijne, coraz szerszy ich zasięg, rosnące wymagania dotyczą-



ASSESSMENT OF THE DEVELOPMENT OF INNOVATION IN THE POLISH FOOD SECTOR

The article analyzes the development of innovation in the Polish food industry using the SWOT method. SWOT analysis compares strengths and weaknesses to find potential strategic advantages. In turn, opportunities analysis focuses on the assessment of the resources which should have a positive impact on future development. The threats occurring in the environment of the food industry are defined as reasonably probable events that may inhibit the further development of innovation.

STRENGTHS

The development of the Polish food industry in the 21st century has been determined by the country's membership in the European Union. As production increased, the strong competition on the EU market resulted in a rapid improvement of the efficiency of the Polish food industry. The efficiency of labor input as well as material and capital expenditure improved as well, which contributed to the increase of the economic surplus and profit of food producers. The growing exports influenced the development of enterprises and their competitiveness, and at the same time stimulated their innovativeness by providing financial resources for the development of this type of activity.

Most Polish enterprises have quality certificates allowing for the production of safe and healthy food. This increased the recognition of Polish food, especially among demanding consumers from Western European countries. This is reflected in high export dynamics and a positive balance in foreign trade turnover with these countries.

However, the most important factors for the growth of exports and production for the domestic market were relatively low prices and high quality of products. The former resulted mainly from lower labor costs and prices of domestic raw materials.

ekspansji na rynki poza UE. Wówczas przemysł spożywczy zmuszony będzie konkurować zarówno z krajami o znacznie wyższym poziomie innowacyjności, jak i z krajami o niższych kosztach siły roboczej.

Z raportu firmy doradztwa strategicznego The Boston Consulting Group⁶ wynika, że firmy nie najlepiej radzą sobie z zarządzaniem talentami i przywództwem, oceną wyników i nagradzaniem najlepszych ludzi oraz z rekrutacją pracowników do działów B+R. Bez ludzi o odpowiednich kwalifikacjach będzie trudno o wzrost innowacyjności nawet przy zwiększonych nakładach i inwestycjach.

PODSUMOWANIE

Generalnie można postawić tezę, że makroekonomiczne determinanty rozwoju innowacyjności w polskim przemyśle spożywczym to pochodna uwarunkowań globalnych i polityki wewnętrznej Unii Europejskiej. Oczywiście pozostaje jeszcze ważna rola państwa w kształtowaniu kierunków priorytetowych dla rozwoju tego sektora i tworzenia dobrego otoczenia biznesowego. Jednakże najważniejszym wydaje się – zwłaszcza w przedsiębiorstwach z kapitałem krajowym – zmiana dotychczasowego myślenia proinnowacyjnego, zarówno w kierownictwie, jak i u pracowników. Powinno ono zawierać: zmiany w kulturze i systemie wartości, wprowadzenie strategii rozwoju innowacyjności, użycie narzędzi motywujących pracowników, demonstrowanie przez naczelne kierownictwo zaangażowania w problem oraz udzielanie przez nie pomocy uczestnikom procesu innowacyjnego. ●

ce ochrony konsumentów, konkurencji i środowiska oraz ich dokumentowania.

Większość ekspertów, a także naukowców ocenia, że współpraca nauki z biznesem nie jest najlepsza. Przede wszystkim niski jest odsetek wdrożeń konkretnych efektów badań opracowanych przez naukowców⁵.

Zagrożeniem jest również presja silnej konkurencji jako rezultat nasycenia rynków, krótszy cykl życia produktu i szybszy rozwój nowych technologii wymagający skrócenia czasu cyklu innowacyjnego od pomysłu do wejścia nowego produktu na rynek.

W dłuższej perspektywie obecnie niskie koszty pracy mogą okazać się niewystarczające do zwiększania, a nawet utrzymania dotychczasowej konkurencyjności tego sektora na rynku krajowym i światowym. Brak innowacyjnych rozwiązań może szczególnie silnie uwiarygodnić się w przypadku konieczności

¹ SWOT – akronim czterech angielskich słów: *Strengths* – mocne strony, *Weaknesses* – słabe strony, *Opportunities* – szanse w otoczeniu, *Threats* – zagrożenia w otoczeniu.

² I. Szczepaniak, *Współpraca w zakresie działalności innowacyjnej...*, op. cit., s. 243–250

³ M. Kołtuniak, *Rządowa agencja łączy siły z korporacjami*, „Rzeczpospolita” z 26.04.2017 r.

⁴ M. Duszczyk, *Słodka robota precyzyjnego robota*, „Rzeczpospolita” z 21.01.2017 r.

⁵ *Współpraca nauki z biznesem przynosi efekty. Innowacyjne rozwiązania dla sektora rolno-spożywczego*, www.portalspozywczy.pl (dostęp: 29.07.2016).

⁶ A. Błaszczak, *Deficyt pracowników może utrudnić rozwój innowacji*, „Rzeczpospolita” z 20.09.2017 r.

WEAKNESSES

Low spending on R&D activity definitely constitutes a weakness, both at the scale of the entire economy and the food industry. This results in low innovative activity on the part of enterprises with domestic capital, especially in terms of products, organization, and marketing.

Another weakness of the food industry is the still insufficient recognition of Polish brands on the EU and global markets, caused mainly by inadequate promotional activities and their inability to acquire international contacts.

Enterprises in the food industry show poor cooperation in the field of innovation. In the years 2012-2014 only 13.6% food producers and 27.9% of beverage producers declared such cooperation. Even fewer entities cooperated under cluster initiatives – 11.2 and 11.8% of companies, respectively. The tendency to cooperate in this area was greater only for the producers of tobacco products¹.

OPPORTUNITIES

The growth of production on the domestic market is going to depend on the increase of the wealth of Polish consumers, who will also require more innovative products and a wider range of goods.

Opportunities for the development of innovation in the food industry result from the possibility of increasing production

for export, not only to EU countries, but also to other countries around the world. However, the increase in exports must result from increased innovation, as manifested by the development of new competitive advantages of export products in terms of, for example, health benefits, flavor, wider assortment, development of premium products, etc.

The National Center for Research and Development is launching two funds with PLN 2 billion in total available for investments. These funds will invest in new, promising undertakings of companies operating in the new technologies sector, also related to the food industry (promising *start-ups*)².

When it comes to the environment supporting innovation in enterprises, there are also more public as well as private entities with whom companies can cooperate to obtain information about the availability of new solutions, conditions for obtaining them, benefits resulting from their implementation and application in companies. Such cooperation should increase the number of implementations and reduce the associated expenses.

Investments in robots and automatic lines also constitute an opportunity. Robots, replacing employees, perform their tasks faster as well as more efficiently, repetitively, and precisely, so it is easier to achieve very high quality of the final product.

The development of robotization and automation in the food industry in Poland is to a large extent tied to the areas dominated by transnational corporations, e.g. brewing, tobacco, spirits, sugar, non-alcoholic beverages, etc. The brewing industry in our country is one of the most modern in Europe, as evidenced by its results in terms of work efficiency and technical equipment per employee. Decisions concerning the level of innovativeness of their branches in Poland depend on many factors: competitiveness and position on the local market, export directions, e.g. to Central and Eastern Europe or developed Western European countries, modernization or construction of a branch from scratch, etc.

In industries dominated by domestic enterprises investments in robots and automatic lines are less frequent, but also present. For example, in the Tago confectionery company 12 robots have been working on a state-of-the-art line for the production and packaging of cookies since 2015. For three years the company has been investing heavily in automating the packaging of sweets³. Another company, Polmlek, opened a fully automated whey and lactose processing plant in Lidzbark Warmiński in 2017.

Investments in R&D and implementation of innovations in the food industry with the participation of foreign capital, especially of transnational corporations, is going to play an increasingly important role. This should translate into a further increase in the international competitiveness of this sector.

THREATS

Further development of production and exports in the Polish food industry in the coming years will largely depend on external factors related to the European Union's position on such issues as: financial policy (subsidies for agriculture and the food industry, customs barriers, etc.), scope of cooperation with other blocs of countries, such as MERCOSUR, limitation of speculation on the prices of agricultural commodities and currency exchange rates, food security, growing energy prices, global economy, growth rate of the demand for food in developing countries, technical and technological development in the field of food production, transport, and storage, etc.





Other factors hindering the development of innovation in our food industry may also include the frequently changing regulations, both domestic and EU, their increasingly wider scope, growing requirements for the protection of consumers, competition, and the environment, as well as all the required documentation.

Most experts and scientists believe that cooperation between science and business is not satisfactory. First of all, the percentage of implementations of specific research results developed by scientists is low⁵.

Other threats include the pressure of strong competition as a result of market saturation, shorter product life cycles, and faster development of new technologies, shortening the duration of the innovative cycle from idea to launch.

In a long-term perspective, low labor costs may not be sufficient to increase or even maintain the existing competitiveness of this sector on the domestic and global markets. The lack of innovative solutions may be particularly visible during expansion to markets

outside the EU. Then the food industry will be forced to compete both with countries with a much higher level of innovation as well as those with lower labor costs.

According to a report prepared by Boston Consulting Group, a strategic consulting firm, companies experience difficulties managing talent and leadership, evaluating results and rewarding the best people, and recruiting employees to R&D departments. Without people with appropriate qualifications, it will be difficult to increase innovation even with higher expenditure and investments⁶.

CONCLUSIONS

In general, it can be argued that the macroeconomic determinants of the development of innovation in the Polish food industry constitute a derivative of global conditions and the internal policy of the European Union. The role of the state in shaping priority directions for the development of this sector and creating a good business environment is, of course, still relevant. However,

the most important aspect, especially for enterprises with domestic capital, is to change their previous approach to innovation, both among management and employees. It should include: changes in culture and value systems, introduction of innovation development strategies, use of employee motivation tools, demonstration of the involvement of top management in the problem, and providing assistance to the participants of the innovation process. ●

¹ I. Szczepaniak, *Współpraca w zakresie działalności innowacyjnej...*, op. cit., p. 243-250

² M. Kołtuniak, *Rządowa agencja łączy siły z korporacjami*, „Rzeczpospolita” of 26.04.2017

³ M. Duszczyk, *Słodka robota precyzyjnego robota*, „Rzeczpospolita” of 21.01.2017

⁴ *Współpraca nauki z biznesem przynosi efekty. Innowacyjne rozwiązania dla sektora rolno-spożywczego*, www.portalspozywczy.pl (date of access: 29.07.2016)

⁵ A. Błaszczak, *Deficyt pracowników może utrudnić rozwój innowacji*, „Rzeczpospolita” of 20.09.2017

REKLAMA

OGRODOWA office



prime offices in the heart of Łódź



excellent public transportation



high quality office space



over 28.000 sqm of total area



attractive retail and services outlets



BREEAM “Very Good” certificate

warimpex



SZTUCZNA INTELIGENCJA – NIE TYLKO BIG DATA



PIOTR ZIÓŁO

Director of Data Science, ORA AI

KRAJOBRAZ INDUSTRY 4.0 I BIG DATA

Wprowadzenie silnika parowego, elektryfikację, a następnie komputeryzację uznaje się za trzy rewolucje przemysłowe, które całkowicie przekształciły gospodarkę świata. W dzisiejszych czasach ma miejsce Czwarta Rewolucja Przemysłowa związana z rozwojem automatyzacji – algorytmów prognostycznych, optymalizacyjnych, decyzyjnych czy sztucznej inteligencji, którym oddajemy coraz więcej odpowiedzialności typowo przynależącej ludziom.

Obecnie maszyny decydują już o naszych gustach filmowych (Netflix, YouTu-

be), czytelniczych i zakupowych (Amazon), decydują, o czym powinniśmy wiedzieć, a o czym nie, przedstawiając takie, a nie inne wyniki wyszukiwania (Google), podejmują decyzje, czy powinniśmy otrzymać kredyt, czy nadajemy się do danej pracy, w jakich godzinach powinniśmy pracować, a czasem nawet zwalniają ludzi z pracy. Z jednej strony jest to duże zagrożenie dla naszej wolności i swobody w kształtowaniu swojego życia. Rewolucja ta przeddefiniuje także zupełnie relacje społeczne, niekoniecznie na lepsze. Z drugiej strony, automatyzacja zadań powtarzalnych przesuwając ludzi w stronę prac bardziej kreatywnych,

wymagających interakcji z ludźmi czy większej uniwersalności, z czym maszyny wciąż sobie nie radzą. Może także docelowo spowodować, że zbliżymy się do wciąż niespełnionej przepowiedni Johna Maynarda Keynesa, iż dzięki automatyzacji ludzie będą musieli pracować jedynie trzy godziny dziennie.

Niezależnie od pozytywnych i negatywnych skutków Czwartej Rewolucji żadna firma nie może sobie pozwolić na ignorowanie tego trendu. Pozostanie konkurencyjnym wymaga coraz dalej idącej automatyzacji procesów powtarzalnych, w tym procesów decyzyjnych. Giganci tego świata, jak Google, Amazon, Microsoft, polegają w tym na ogromnych zbiorach danych (Big Data), np. miliardach wyszukiwań w Google czy YouTube albo decyzji zakupowych dokonywanych każdego dnia przez systemy tych firm. Większość firm nie posiada jednak tak dużych data setów. Dlatego do automatyzacji potrzebują szerszej palety metod.

SYSTEMY DECYZYJNE NA "LITTLE DATA"

Systemy sztucznej inteligencji wykorzystywane przez gigantów technologicznych, oparte na tzw. sieciach neuronowych, są doskonale dostosowane do uczenia się czynności, dla których istnieje duży zestaw przykładów oraz które nie zmieniają się w czasie. Przykładowo, sieć neuronowa przeniesiona w czasie do starożytnego Egiptu i tam nauczona rozpoznawania kotów na zdjęciach radziłaby sobie równie dobrze dzisiaj. Koty wciąż wyglądają tak samo. Dużo trudniej jest nauczyć sieć neuronową sekwencyjnego podejmowania decyzji, tzn. działania, w którym należy podjąć decyzję, poczękać na jej wynik, podjąć kolejną decyzję itd. Tak często uczą się ludzie i nazywa się to metodą prób i błędów. Jednak sieć neuronowa musi od razu uczyć się na dużym zbiorze przykładów, nie potrafi eksperymentować. Można jej dostarczyć przykłady, jak na danym zadaniu radzili sobie wcześniej ludzie, jednak ta metoda ma swoje ograniczenia. Po pierwsze, nie zawsze taki zbiór danych jest dostępny. Po drugie, jeśli rzeczywistość dynamicznie się zmienia, człowiek się zaadaptuje, ale maszyna już nie. Sieć neuronowa konserwuje w sobie przeszłość.

Przykładem takiego sekwencyjnego procesu podejmowania decyzji może być wytwarzanie nowych leków – testujemy jeden skład leku, obserwujemy właściwości, dokonujemy decyzji, jaki skład leku przetestować w kolejnym eksperymencie.

Innym przykładem może być logistyka. Operatorzy z czasem uczą się, gdzie najlepiej posłać ciężarówkę, aby później nie miała pustego przebiegu. Optymalizacja pracy każdej bardziej złożonej maszyny (np. w drukarni, na linii produkcyjnej) to również sekwencyjne podejmowanie decyzji. Ustawiamy „pokrętła” na jedną konfigurację i patrzymy na szybkość pracy, liczbę braków itd. Potem przestawiamy pokrętła, aby poprawić wyniki. Po kilku próbach zostajemy z ustawieniem, które jest wystarczająco dobre. W każdym z tych procesów kluczowe jest, aby wykonać jak najmniejszą liczbę prób i ponieść przy tym jak najmniejsze koszty.

Metody optymalizacji Bayesowskiej (nazwanej tak od nazwiska jednego z ojców statystyki) i tzw. uczenia optymalnego zostały stworzone dokładnie do rozwiązywania tego typu problemów. Jedną z technik jest na przykład tzw. Gradient Wiedzy opracowany przez prof. Warrena Powella z Princeton. Algorytm ten stara się z jednej strony wykorzystać wiedzę, którą już posiadał, aby na bieżąco minimalizować straty bądź maksymalizować zyski, a z drugiej tak dobrać kolejną próbę, aby dowiedzieć się, czy nie ma jeszcze lepszej opcji.

Wyobraźmy sobie, że jesteśmy w kasynie i mamy przed sobą trzy automaty do gry. Powiedzmy też, że to idealny świat, w którym kasyno nie zawsze wygrywa i na co najmniej jednym z tych automatów można zarobić. Nie wiemy jednak na którym. Musimy przetestować każdy, tracąc przy tym pieniądze. Ale ile razy powinniśmy przetestować każdy z nich, aby stracić jak najmniej i znaleźć ten przynoszący zyski? Gradient Wiedzy jest właśnie rozwiązaniem tego problemu.

Prof. Powell z sukcesem zastosował ten algorytm m.in. do znajdowania właściwego składu leków, do zarządzania logistyką samochodów ciężarowych czy do zarządzania siecią energetyczną z uwzględnieniem OZE. Jego największymi osiągnięciami w obszarze zastosowań przemysłowych są systemy zarządzania pracą kierowców ciężarówek oraz zarządzania flotą samochodów ciężarowych dla największych przewoźników w Stanach Zjednoczonych – Swift, Schneider and Hunt, którzy dzięki tym systemom zaoszczędzili dziesiątki milionów dolarów.

Gradient Wiedzy może być także stosowany do dowolnego problemu, w którym należy wielokrotnie podejmować decyzję i w którym ważna jest szybkość uczenia oraz adaptacyjność do zmieniającej się rzeczywistości.

PRZYKŁAD WYKORZYSTANIA UCZENIA OPTIMALNEGO W POLSCE

W Polsce techniki Bayesowskie w połączeniu z innymi metodami uczenia maszynowego stosuje firma ORA AI (oraz jej gałąź skupiona na rynku hotelarskim – RoomSage). Współpracując z prof. Powellem i grupą jego doktorantów stworzyliśmy algorytmy zarządzające stawkami za reklamę w Google Ads. W pierwszej kolejności skupiliśmy się na dostarczeniu rozwiązania dla branży hotelarskiej i dziś nasz algorytm jest wykorzystywany przez kilkadziesiąt hoteli w Europie i Ameryce Północnej. Na większości tego typu kampanii nasza AI podnosi profit o 20-25%, a na niektórych kampaniach nawet o kilkaset. Co więcej, nasze algorytmy wygrały niemal wszystkie testy, gdzie konkurowały z algorytmami Google’a. Natomiast obecnie rozszerzamy naszą działalność na wszystkie branże reklamujące się z pomocą Google Ads i także tutaj pozyskaliśmy już pierwszych klientów.

Docelowo myślimy o sobie jako o firmie technologicznej, potrafiącej stosować tak popularne dziś sieci neuronowe, ale jednak skupionej bardziej na tworzeniu adaptacyjnych algorytmów sztucznej inteligencji opartych na metodach uczenia optymalnego. Wierzymy także, że wiele firm chcących skorzystać z benefitów Czwartej Rewolucji Przemysłowej powinno mocniej zainteresować się tymi metodami, ponieważ zapewniają one istotnie większą elastyczność w rozwiązywaniu problemów automatyzacji. ●

ARTIFICIAL INTELLIGENCE – NOT ONLY BIG DATA

INDUSTRY 4.0 AND BIG DATA

Invention of steam engine, electrification and computerization are regarded as three industrial revolutions which completely transformed the global economy. Nowadays, the Fourth Industrial Revolution is taking place which is focused on automation – forecasting, optimization, decision-making, and artificial intelligence algorithms which are given ever more of responsibilities formerly attributed to humans.

Currently, machines decide which movies we watch (Netflix, YouTube),

POZOSTANIE KONKURENCYJNYM WYMAGA CORAZ DALEJ IDĄCEJ AUTOMATYZACJI PROCESÓW POWTARZALNYCH, W TYM PROCESÓW DECYZYJNYCH

REMAINING COMPETITIVE REQUIRES AUTOMATION OF REPETITIVE TASKS, INCLUDING DECISION-MAKING PROCESSES.

which books we read and which products we buy (Amazon), they decide what we should know by choosing what to show us when we search for information (Google), they decide if we should get a loan, if we are a fit for a job, what times we should work, and sometimes can even fire us. On one hand, it is a serious threat to our freedom in making autonomous decisions regarding our lives. This revolution completely redefines social relationships, not always in a good way. On the other hand, automating repetitive tasks enables humans to focus on performing more creative tasks, usually involving interaction with other human beings or requiring a more universal approach in which machines still lack skills. This revolution may even ultimately bring us closer to the prophecy by John Maynard Keynes that through automation people will need to work only three hours a day.

Regardless of positive and negative aspects of the Fourth Industrial Revolution no business can afford to ignore this trend. Remaining competitive requires automation of repetitive tasks, including decision-making processes. The world's technological giants, such as Google, Amazon, or Microsoft rely on huge datasets (Big Data), e.g. billions of searches in Google or YouTube or shopping decisions made every day through the platforms of those companies. The majority of companies do not have such datasets at their disposal, hence they need a much broader array of available technologies in order to employ automation.

DECISION SYSTEMS BASED ON "LITTLE DATA"

Artificial intelligence systems utilized by global technological giants are based on so-called Artificial Neural Networks (ANN) which are perfectly suited to learn activities for which there exists a large set of examples of how to do them and which do not change over time. For example, an ANN taught to recognize cats in ancient Egypt would perform just as well in recognizing modern cats since cats' appearance did not change much since that time. It is much harder to teach ANN sequential decision-making. It is a process in which we make a decision, observe the outcome, make subsequent decision etc. This is a typical method how people learn, and it is called trial and error method. Since ANNs cannot perform any exploration, they need a large dataset from the get go. Technically, we could supply the networks with information how people perform the same task. In reality, however, this method also has its drawbacks. First, such dataset is rarely available. What's more, if the environment changes rapidly a human will adapt, but a machine will not. ANNs are reflections of the past.

An example of such a sequential decision-making process is the drug discovery process: we try one combination of components in the drug, observe the new drug's properties and make decision about which new combination to try in a subsequent test. Another example is logistics. Managers learn where to send their trucks to avoid dead legs on their way back. Also, optimization of a setup of any factory machine can also be regarded as sequential decision-making process. We set the "nobs" to some position and observe the performance. After trying a few configurations we stick to the one that performs best. In each of the aforementioned examples our goal is to perform as few tests as possible and bear the least of expenditures before arriving at the most optimal decision.

Bayesian optimization methods and the field of Optimal Learning were precisely invented to handle such challenges. One of the techniques studied within this field is Knowledge Gradient, a method invented by prof. Warren Powell from Princeton University. This algorithm on one hand tries to utilize its current knowledge to minimize losses or maximize profits and simultaneously picks its next decision is such a way to learn if there exists an even better solution.



Let's imagine that we are in a casino in an ideal world in which casino not always wins. We have three one-armed bandit machines in front of us and we can make profit on at least one of them. However, we do not know which one that is. We need to test each of them, bearing the cost of playing. How many times should we try each of them in order to learn which one is profitable and not lose too much money in the process? Knowledge Gradient is a solution to that problem.

Professor Powell has successfully implemented this algorithm in finding optimal drug compositions, truck logistics, or power grid management involving renewable energy sources. His most significant achievements in industry are driver scheduling systems and fleet planning systems for the biggest American truckload carriers in the U.S. – Swift, Schneider and Hunt, which saved tens of millions of dollars by using those systems.

This method can also be implemented in any setting in which we need to make a decision multiple times and in which pace of learning and adaptiveness to changing conditions is of utmost importance.

OPTIMAL LEARNING IN POLAND

In Poland the techniques of Bayesian Optimization along with other Machine Learning methods are heavily utilized

by a start-up ORA AI (and its branch dedicated solely to the hospitality industry – RoomSage). By cooperating with prof. Powell and his research team we have managed to develop algorithms for managing bidding processes in Google Ads. We initially focused on providing a solution for the hospitality industry and currently our algorithm is used by a couple dozens of hotels throughout Europe and North America. On such campaigns our AI typically increases profit by about 20-25%, but for some campaigns this figure goes to several hundred percent. Our algorithms have also won nearly all tests in which they competed against Google's algorithms. Currently we expand our business to all industries in which companies advertise themselves through Google Ads and we already have some clients in this vertical too.

Ultimately, we consider ourselves a technological company, able to use so nowadays hyped neural networks, but more focused on developing adaptive artificial intelligence algorithms based on Optimal Learning. We strongly believe that companies which want to leverage the benefits of the Fourth Industrial Revolution should take more interest in these methods, as they provide more flexibility in approaching automation challenges. ●

SEGRO

EKOLOGICZNIE I SPOŁECZNIE ZAANGAŻOWANY DEWELOPER MAGAZYNOWY



WALDEMAR WITCZAK

Dyrektor Regionalny SEGRO
Regional Director of SEGRO

Ekologiczna strona oferty dewelopera to coraz istotniejszy czynnik sprzyjający podjęciu przez klienta decyzji o rozpoczęciu działalności firmy w konkretnym parku logistycznym. Doskonale wie o tym SEGRO, właściciel, zarządca i deweloper powierzchni magazynowych, dla którego zielone budownictwo jest nieodłącznym elementem strategii działania. Strategii, która zakłada realizację projektów w duchu zrównoważonego rozwoju.

Na rynku powierzchni magazynowych, ekologiczne podejście zarówno do budowy, jak i eksploatacji obiektów przestaje być modą, a staje się standardem. Dla dewelopera jest to kluczowe w związku z działaniami z zakresy społecznej odpowiedzialności biznesu, zaś dla klienta przekłada się na oszczędności podczas użytkowania budynku oraz tworzenie przyjaznego środowiska pracy.

PRZED WSZYSTKIM ODPOWIEDZIALNOŚĆ

„Odpowiedzialne SEGRO” to nazwa programu dewelopera z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu na poziomie całej Grupy. Zakłada on troskę o to, aby projekty SEGRO powstawały z korzyścią zarówno dla klientów oraz interesariuszy, społeczności lokalnych, jak i dla środowiska naturalnego. W tym celu firma koncentruje się między innymi na takich aspektach jak zmniejszenie zużycia energii, doskonalenie wykorzystywanych materiałów czy też ograniczanie do minimum eksploatacji zasobów naturalnych. Na poziomie Grupy, w ramach programu SEGRO 2020, deweloper postawił sobie za cel ponowne wykorzystanie lub recykling 80% odpadów budowlanych i 60% odpadów z wykopisk do 2020 roku. Ten cel udało się osiągnąć



już w 2014 roku, czyli na sześć lat przed deklarowanym terminem.

W BLASKU LED

Najwydajniejszy i najbardziej przyjazny środowisku rodzaj oświetlenia, jakim jest LED, to już od kilku lat standard we wnętrzu każdego nowopowstającego projektu deweloperskiego SEGRO. Światło LED wykorzystuje o ponad 30% mniej energii elektrycznej. W porównaniu z tradycyjnymi oprawami, technologia ta zapewnia pięciokrotnie dłuższą żywotność, o 50% większą wydajność, a także o wiele lepszą jakość dostarczanego światła. Dwa lata temu firma zakończyła wymianę oświetlenia zewnętrznego we wszystkich parkach logistycznych w całej Polsce. Łącznie, w ciągu sześciu miesięcy, zainstalowano ponad 3500 nowoczesnych opraw LED, które zastąpiły dotychczasowe oświetlenie fasad, parkingów i ulic. Oprócz znacznych oszczędności, rozwiązanie w istotny sposób zwiększyło bezpieczeństwo i komfort pracy na terenie parków.

MIODOWY INTERES W SŁUŻBIE ŚRODOWISKA

Postępujący rozwój cywilizacyjny oraz industrializacja przyczyniają się do znacznego zmniejszenia populacji pszczół. W trosce o ochronę bioróżnorodności, SEGRO zdecydowało się na włączenie pasiek do prowadzonych już działań z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu. To pierwszy deweloper magazynowy w Polsce, który postawił ule na terenie swoich parków logistycznych. Obecnie znajdują się one w SEGRO Logistics Park Warsaw (Pruszków), SEGRO Logistics Park Poznań (Gądka) oraz SEGRO Logistics Park Gliwice i zamieszkują je ponad pół miliona pszczół. Na wybór tych lokalizacji wpłynęło dogodne położenie parków – ule stanęły stosunkowo blisko upraw, ponieważ pszczoły zapylają aż trzy czwarte głównych roślin uprawnych. Zamieszkujące w pasiekach na terenie parków owady mogą produkować ok. 200 kg miodu rocznie.

ŚWIADOMA BUDOWA WYNAGRADZANA CERTYFIKATAMI

Certyfikacja BREAAAM o międzynarodowym zasięgu, przyznawana budynkom magazynowym, to potwierdzenie zastosowania w nich ekologicznych rozwiązań oraz duży atut w ofercie deweloperów.



Jedna z najnowszych inwestycji zrealizowanych przez SEGRO dla firmy KOMFORT na terenie SEGRO Logistics Park Stryków

One of the latest investments carried out by SEGRO for the KOMFORT company in SEGRO Logistics Park Stryków

W przypadku SEGRO, certyfikacji tej poddawane są wszystkie nowopowstające obiekty, oceniane w kontekście środowiska naturalnego, otoczenia społecznego oraz ekonomii ich prowadzenia. Dotychczas najwyższą ocenę BREEAM EXCELLENT otrzymał liczący 24 000 m² magazyn wybudowany dla firmy Tamda Foods, zlokalizowany w SEGRO Logistics Park Prague w czeskich Hostivicach. Ponadto, wśród niewielu obiektów, którym przyznano w Polsce certyfikat z oceną VERY GOOD, znajdują się trzy zrealizowane przez SEGRO: obiekt produkcyjno-magazynowy Corning w SEGRO Logistics Park Stryków, Centrum Dystrybucyjne TESCO w SEGRO Logistics Park Poznań, Komorniki oraz nowa część budynku C w SEGRO Logistics Park Warsaw, Nadarzyn. ●

SEGRO

AN ENVIRONMENTALLY CONSCIOUS
AND SOCIALLY RESPONSIBLE
WAREHOUSE DEVELOPER

The environmentally-friendly aspect of the developer's offer is an increasingly important factor conducive to the customer's decision to launch

a business in a specific logistics park. SEGRO, the owner, manager and developer of warehouse space, for whom green development is an integral part of the strategy, is very aware of that. SEGRO's strategy assumes implementing projects in the spirit of sustainable development.

On the warehouse market, an environmentally-friendly approach to both the construction and operation of facilities is no longer a fashion yet is becoming a standard. As for developers, it is crucial in connection with corporate social responsibility activities, and as for customers, it translates into savings during the use of the building and the creation of a friendly working environment.

RESPONSIBILITY IN THE FIRST PLACE

"Responsible SEGRO" is the name of the developer's program in the field of corporate social responsibility across the entire Group. It assumes that SEGRO projects will be created for the benefit of both customers and stakeholders, local communities and the natural environment. To this end, the company focuses on aspects such as reducing energy consumption, improving the materials used, and minimizing the use of natural resources. At the Group level,



as part of the SEGRO 2020 program, the developer set itself the goal of reusing or recycling 80% of construction waste and 60% of excavation waste by 2020. This goal was achieved in 2014, i.e. six years before the declared date.

IN THE SPOTLIGHT OF LED

The most efficient and environmentally friendly type of lighting, which is LED, has been a standard in the interior of every newly emerging SEGRO development project for several years. LED lightning consumes over 30% less electricity. Compared to traditional luminaries, this technology provides five times longer lifetime, 50% greater efficiency, and much better quality of light delivered. Two years ago, the company completed the replacement of external lighting in all logistics parks throughout Poland. In total, more than 3,500 modern LED luminaries were installed over six months, replacing the existing lighting of façades, parking lots and streets. In addition to significant savings, the

solution importantly increased the safety and comfort of work in the parks.

HONEY BUSINESS IN THE SERVICE TO THE NATURAL ENVIRONMENT

Progressive civilization development and industrialization contribute to a significant reduction of the bee population. In the interest of protecting biodiversity, SEGRO has decided to include apiaries in existing corporate social responsibility activities. This is the first warehouse developer in Poland that has built beehives in its logistics parks. Currently, they are located in SEGRO Logistics Park Warsaw (Pruszków), SEGRO Logistics Park Poznań (Gądkki) and SEGRO Logistics Park Gliwice and they are inhabited by over half a million bees. The choice of these sites was influenced by the convenient location of the parks – the hives were placed relatively close to crops, because bees pollinate up to three-quarters of the main crop plants. Insects living in the apiaries within the parks can produce about 200 kg of honey annually.

ENVIRONMENTALLY-FRIENDLY FACILITIES RECOGNIZED WITH CERTIFICATES

The international BREAAAM certification granted to warehouse buildings is a confirmation of the use of environmentally-friendly solutions and a big advantage in the developers' offer. In the case of SEGRO, this certification applies to all new facilities assessed in the context of the natural environment, social environment and the economics of their operation. So far, the highest BREEAM EXCELLENT rating was given to a 24,000 sqm warehouse built for Tamda Foods, located in SEGRO Logistics Park Prague in the Czech Hostivice. In addition, among the few facilities that have been awarded the VERY GOOD rating in Poland, there are three that were completed by SEGRO: the Corning production and warehouse facility at SEGRO Logistics Park Stryków, the TESCO Distribution Center at SEGRO Logistics Park Poznań, Komorniki and the new part of the C building at the SEGRO Logistics Park Warsaw, Nadarzyn. ●



Ule zainstalowane w wybranych parkach logistycznych SEGRO
Beehives installed in selected SEGRO logistics parks



CZY EKOLOGICZNY WZROST JEST MOŻLIWY?

Coraz liczniejsi ekonomiści analizując politykę ekologicznego wzrostu formułowaną w raportach Banku Światowego, OECD i UNEP, powątpiewają w ścieżkę wzrostu gospodarczego, która wykorzystuje zasoby naturalne w zrównoważony sposób. Testując teorię Zrównoważonego Rozwoju w świetle istniejących dowodów empirycznych i modeli zależności między PKB a śladem materialnym i emisjami CO₂ stwierdzają, że nie jest to oczywista droga wyjścia z sytuacji zagrożeń ekologicznych.

Ich dociekania wykazują, że prognozy empiryczne nie dowodzą – nawet przy przyjęciu bardzo optymistycznych założeń – istnienia realnej możliwości absolutnego oddzielenia PKB od wykorzystania zasobów w skali globalnej. I chociaż niektóre modele stworzone dla krajów o wysokich dochodach – w skrajnie korzystnych scenariuszach – ukazują taką możliwość, to zarazem prowadzą nas do konstatacji, że przy wzięciu pod uwagę ograniczeń związanych z poprawą wydajności, tendencji takiej nie da się utrzymać w perspektywie długoterminowej.

Wydaje się możliwe osiągnięcie bezwzględnego zmniejszenia zużycia zasobów przy wzroście PKB poniżej 1% rocznie. Jednak, aby osiągnąć redukcje wystarczająco szybkie, by doprowadzić nas do bezpiecznych progów, konieczna byłaby implementacja strategii postwzrostowych (degrowth) – redukcji produkcji i konsumpcji.

Redukcja emisji CO₂ na poziomie 2°C jest możliwa tylko wtedy, gdy globalny wzrost PKB spowolni do mniej niż 0,5%. Redukcje dla 1,5°C są możliwe tylko w scenariuszu zdecydowanego zmniejszenia produkcji i konsumpcji. Szacunki te utrzymują się nawet w warunkach sprzyjających polityk, charakteryzują-

cych się wysokimi podatkami od węgla i wysokimi wskaźnikami innowacji technologicznych. Innymi słowy, chociaż potrzebujemy interwencyonistycznej polityki rządów i innowacji technologicznych, każda udana próba osiągnięcia odpowiedniej redukcji emisji będzie wymagała zmniejszenia skali zagregowanego zapotrzebowania na energię. ●

IS GREEN GROWTH POSSIBLE?

As more and more economists analyse the green growth policy formulated in the reports of the World Bank, OECD and UNEP, they express doubts about the path of economic growth which uses natural resources in a sustainable way. Having tested the theory of Sustainable Development in the light of existing empirical evidence and relationship models of GDP versus material footprint and CO₂ emissions, they conclude that this is not a straightforward way out of the environmental risk situations.

Their research shows that empirical forecasts do not prove there is a genuine possibility to separate GDP completely from the use of resources on a global scale even if very optimistic assumptions are made. Even though some of the models developed for high income countries – in the most favourable scenarios – reveal such a possibility, at the same time, they lead us to find that, given the efficiency improvement constraints, such a trend cannot be maintained over the long term.

Achieving a strict cut in resource use when the GDP growth rate is below 1% per annum seems possible. However,



KRZYSZTOF ŻARNOTA

Pełnomocnik Zarządu ds. GOZ, Synthos SA
Proxy of the Board for Circular Economy, Synthos SA

to achieve reductions which are quick enough for us to reach safe thresholds, it would be necessary to implement degrowth strategies – reduction of production and consumption.

CO₂ emission can be reduced at the 2°C level only when the global GDP growth slows down to below 0.5%. Reductions at the 1.5°C level are possible only in a scenario assuming that production and consumption are substantially cut. These estimations are true even in conditions of advantageous policies which are characterised by high coal tax and high technological innovation coefficients. In other words, although we need an interventionist governmental policy and technological innovations, each successful attempt at achieving sufficient emission reductions will require decreasing the scale of aggregate energy demand. ●

KIERUJEMY SIĘ NAJWYŻSZYMI STANDARDAMI



DR ROBERT DANILUK

Dyrektor Departamentu Jakości, Bezpieczeństwa i Zrównoważonego Rozwoju, Lyreco Polska SA
Quality, Security and Sustainable Development Director, Lyreco Polska SA

Skuteczna realizacja strategii CSR wymaga pełnego zaangażowania wszystkich interesariuszy: pracowników, dostawców i klientów. Mając to na uwadze, Lyreco podejmuje różnorodne działania na rzecz współpracy, co już przynosi wymierne korzyści.

Mając świadomość trendów związanych z rozwojem CSR i oczekiwaniami społecznymi, Lyreco podejmuje szereg aktywności w trosce o klientów i środowisko naturalne. W 2012 roku Lyreco wprowadziło ocenę WSZYSTKICH produktów oferowanych Klientom według kryteriów środowiskowych. Metodyka oceny, oparta na międzynarodowym standardzie ISO1420, została zaakceptowana

przez niezależną międzynarodową organizację SGS oraz jest zgodna z kodeksem praktyk reklamowych opisanych przez Międzynarodową Izbę Handlową (ICC), w celu unikania tzw. zielonych kłamstw (*greenwashing*).

W 2018 roku ok. 15% wszystkich artykułów z oferty Lyreco posiadało certyfikat Zielonego Drzewa. Certyfikat ten przyznawany jest przez Lyreco najlepszym z najlepszych dostawców.

Identyfikacja produktów o realnych korzyściach dla środowiska i klientów od lat przynosi Lyreco wiele korzyści. Sprzedaż produktów z certyfikatem Zielonego Drzewa stanowiła w roku 2018 już 24 % całej sprzedaży Lyreco i z roku na rok wzrasta.



OCENA EUROPEJSKIEGO ŚŁADU ŚRODOWISKOWEGO PRODUKTU

Obecnie Lyreco podejmuje działania, aby stać się pierwszym dystrybutorem w Europie stosującym unijną metodę oznaczania śladu środowiskowego produktu (EU PEF) w odniesieniu do produktów własnej marki. PEF jest metodą porównawczą, która ocenia poziom oddziaływania produktu lub usługi na środowisko w odniesieniu do przeciętnego produktu referencyjnego dostępnego na rynku.

We wrześniu 2019 Lyreco zaprezentowało wyniki oceny swoich detergentów i ogłosiło wprowadzenie procedury oceny dla wszystkich produktów własnej marki: tonerów, materiałów piśmieniowych, papieru i notesów itp. Dzięki zastosowaniu tej metodyki, powstaną jednolite etykiety, które pomogą konsumentom podejmować decyzje zakupowe nie tylko w oparciu o cenę, ale także z uwzględnieniem wpływu produktu na środowisko.

PEF, jako narzędzie operacyjne zachęca Klientów do stworzenia gospodarki obiegu zamkniętego. Metoda ta polega na analizie porównawczej umożliwiającej obliczenie śladu środowiskowego produktów z uwzględnieniem każdego etapu cyklu życia produktu, od produkcji surowców po zakończenie okresu eksploatacji produktu.

Promując nowy standard poprzez własny przykład, Lyreco również zamierza wykorzystać pozycję czołowego dystrybutora w Europie, aby zobowiązać wszystkich swoich dostawców do stosowania metody PEF zanim jeszcze stanie się ona obowiązkowa.

GOSPODARKA OBIEGU ZAMKNIĘTEGO

Proces odpowiedzialności za cały cykl życia tonerów laserowych marki Lyreco, wyznacza również najwyższe standardy w obszarze gospodarki obiegu zamkniętego.

Każdego roku na świecie wyrzuca się ponad 375 milionów pustych tonerów laserowych i atramentowych, które mogłyby być ponownie wykorzystane. Chcąc temu przeciwdziałać Lyreco wprowadziło do swojej oferty tonery refabrykowane, czyli tonery do produkcji których, wykorzystuje się części uprzednio zebranych tonerów oryginalnych. Jednocześnie zaimplementowany został program TLEN, polegający na darmowym odbiorze pustych wkładów

do drukarek od użytkowników. Zebrane tonery rozkładane są na części pierwsze, sprawdzane i testowane. Wszystkie części możliwe do ponownego użycia służą do produkcji tonerów marki Lyreco a zużyte części poddawane są recyklingowi.

Dzięki temu programowi, który obejmuje wszystkie sektory rynku, Lyreco ma olbrzymi wpływ na środowisko. Wspólnie z Klientami, Lyreco wdraża politykę Zero Odpadów na wysypisku, zapobiegając składowaniu tysiącom ton toksycznych substancji na wysypiskach.

ETYKA W CAŁYM EKOSYSTEMIE

Jak podkreślał podczas European Executive Forum, w kwietniu 2016 roku Piotr Mirosław, dyrektor Zarządzający Lyreco Polska, oczekiwania w zakresie działań etycznych w dzisiejszych czasach są kierowane nie do przedsiębiorstw, ale również w stronę całego ekosystemu obejmującego także klientów i dostawców. Okazuje się bowiem, że nieetyczne działania kontrahentów mają negatywny wpływ na finanse przedsiębiorstwa. Potwierdzają to wyniki badań Harvard Business Review Polska *Badanie praktyk stosowanych we współpracy małych,*

średnich firm i dużych korporacji 2016. Według nich ponad połowa wszystkich respondentów wskazuje na negatywny wpływ nieetycznych działań kontrahentów na wynik finansowy firmy [57% T2B KORPO, 54% T2B SME].

W 2010 roku Lyreco wdrożyło dwa kodeksy etyczne, które mają być podstawą pracy wewnątrz i na zewnątrz organizacji. Kodeks etyczny Lyreco skierowany do pracowników zobowiązuje zatrudnionych do przestrzegania zasad etycznych i wdrażania ich w trakcie codziennej pracy i w kontaktach z osobami spoza firmy. Z kolei Kodeks Etyczny dostawcy Lyreco to fundament, na którym firma buduje i utrzymuje wzajemne relacje oparte na uczciwości, zaufaniu, poszanowaniu praw pojedynczych osób, przestrzeganiu prawa i prowadzeniu interesów w sposób zgodny z zasadami zrównoważonego rozwoju z dostawcami.

Dzięki temu Lyreco, jako jedna z pierwszych na rynku firm tworzy od wielu lat spójny ekosystem etycznego współdziałania we współpracy z dostawcami i klientami. Zwiększa to zaufanie i wyniki finansowe całego łańcucha współpracy.



Wagę wdrożenia tego „ekosystemu” potwierdzają również wyniki ankiety, w których wysoko oceniany jest obszar uczciwości i etyki dużych firm [92% T2B] oraz obszar odnoszący się do partnerstwa i wzajemnego szacunku [89% T2B] we wzajemnej współpracy.

ZRÓWNOWAŻONY ŁAŃCUCH DOSTAW

Kolejnym procesem wdrażanym przez Lyreco w ramach CSR są audyty dostawców pod kątem ich odpowiedzialności. Początkowo audyty oparte były głównie na międzynarodowym standardzie SA 8000. W 2013 roku Lyreco wybrało SMETA (*Sedex Members Ethical Trade Audit*) jako potwierdzony standard kontroli społecznej odpowiedzialności fabryk produkujących produkty marki Lyreco. Audyt ten obejmował swoim zakresem: Standardy pracy, BHP, systemy zarządzania, prawo do pracy i funkcjonowanie podwykonawców. W 2017 r. zwiększyliśmy zakres audytu o rozszerzoną ocenę środowiskową oraz etykę biznesu.

Cel 100% fabryk produkujących markowe produkty Lyreco w krajach rozwijających się poddanych audytowi w obszarach CSR, jest realizowany od kilku lat.

Efekt synergii we wdrażaniu CSR przez wszystkich interesariuszy Lyreco doceniają różne ogólnopolskie organizacje. W 2018 Lyreco Polska otrzymało nagrodę Responsible Business Awards w kategorii Lider Etyki w Biznesie przyznawaną przez Executive Club. Nagroda ta podkreśla znaczenie zaangażowania polskich przedsiębiorców w promowanie i wdrażanie idei zrównoważonego i odpowiedzialnego biznesu.

W 2019 roku Lyreco zostało uhonorowane nagrodą Branżowego Lidera Odpowiedzialnego Biznesu w kategorii usługi, handel i transport, zajmując trzecie miejsce w Rankingu Odpowiedzialnych Firm. Jest to jeden z najważniejszych rankingów w Polsce w obszarze CSR, którego organizatorem jest Koźmiński Business Hub, natomiast partnerem merytorycznym jest Forum Odpowiedzialnego Biznesu, a za weryfikację odpowiada Deloitte.

Podczas kilku ostatnich ocen EcoVadis (od 2015 do 2019) Lyreco otrzymało nagrodę „złotego” dostawcy CSR, lokując się w najlepszym górnym 1% ocenianych kilku tysięcy firm ze 110 państw. Potwierdza to wieloletnią efektywną pracę w obszarze społecznej odpowiedzialności biznesu Lyreco.

EcoVadis to niezależna, niefinansowa agencja ratingowa, która monitoruje oceny zrównoważonego rozwoju w globalnych organizacjach. Ocena oparta jest na międzynarodowych standardach CSR – ISO 26000, Global Reporting Initiative i United States Global Compact. Ocena obejmuje 150 kategorii i 21 wskaźników CSR. Oceniane są polityka korporacyjna, inicjatywy i osiągnięcia w obszarach: środowisko, warunki pracy, praktyka uczciwej działalności biznesowej, dostawcy i współpraca z całym łańcuchem dostaw. ●

WE MAINTAIN THE HIGHEST STANDARDS

A successful implementation of the CSR strategy requires the full involvement of all stakeholders: employees, suppliers and customers. Given the aforementioned, Lyreco undertakes various cooperation activities, which are already bringing measurable benefits.

Being aware of trends related to CSR development and social expectations, Lyreco undertakes a number of activities out of concern for the customers and the environment. In 2012, Lyreco introduced an assessment of ALL products offered to the customers according to the environmental criteria. The evaluation methodology, based on the international ISO 1420 standard, has been accepted by SGS, an independent international organisation, and is compliant with the code of advertising practices specified by the International Chamber of Commerce (ICC), in order to avoid the so-called green lies (greenwashing).

In 2018, circa 15% of all articles from the Lyreco offer were Green Tree-certified. This certificate is awarded by Lyreco to the best of the best suppliers.

An identification of the products bringing the real benefits for the environment and customers has for years been advantageous for Lyreco. In 2018, the sale of the Green Tree-certified products accounted for 24% of all Lyreco sale volume, and it is increasing year after year.

EVALUATION OF THE EUROPEAN PRODUCT ENVIRONMENTAL FOOTPRINT OF THE PRODUCT

Currently, Lyreco is taking steps to become the first distributor in Europe that applies the EU method of determining the product environmental footprint (EU PEF) to its private brand products. The PEF is a comparative method that evaluates the level of environmental impact of the product or service in relation to the average reference product available on the market.

In September 2019, Lyreco presented the results of the evaluation of their detergents and announced an introduction of the evaluation procedure for all private brand products: toners,





stationery, paper and notebooks, etc. Thanks to this methodology, uniform labels will be created that will help consumers make purchasing decisions not only based on price, but also taking into account the environmental impact of the product.

The PEF, as an operational tool, encourages customers to create a circular economy. This method consists in a comparative analysis that makes it possible to calculate the product environmental footprint, while considering each stage of the life cycle of the product, beginning from raw material production to the end of the product life.

By promoting the new standard through its own example, Lyreco also intends to use its position as a leading distributor in Europe to require all its suppliers to use the PEF method before it becomes mandatory.

CIRCULAR ECONOMY

The process of responsibility for the entire life cycle of Lyreco laser toners also sets the highest standards in the area of the circular economy.

Every year, more than 375 million empty laser and ink toner cartridges that could be reused are thrown away around the world. In order to counteract the aforementioned, Lyreco has introduced to its offer the refabricated toners, i.e. toners for the production of which parts of previously collected original toners are used. At the same time, the OXYGEN programme has been implemented, consisting of a gratuitous collection of the empty printer cartridges from the users. The collected toner cartridges are broken down into components, verified and tested. All reusable parts are used to produce Lyreco toners and the used parts are recycled.

Thanks to this programme, which covers all market sectors, Lyreco has a huge impact on the environment. Together with its Customers, Lyreco implements the Zero Waste policy at the landfill sites, preventing a storage of thousands of tonnes of the toxic substances at the landfill sites.

ETHICS IN THE ENTIRE ECOSYSTEM

As emphasised during the European Executive Forum in April 2016 by Piotr Mirosław, Managing Director at Lyreco Polska, the expectations regarding the

ethical activities nowadays are directed not towards the enterprises, but also towards the entire ecosystem including the customers and suppliers. It turns out that the unethical activities of the contractors have a negative impact on the corporate finances. This is confirmed by the results of the Harvard Business Review Polska's studies *Badanie praktyk stosowanych we współpracy małych, średnich firm i dużych korporacji* 2016 (Research on Practices applied in the Cooperation between Small, Medium-Sized and Large Companies 2016). According to these studies, more than half of all respondents indicate a negative impact of the unethical activities of the contractors on the financial result of the company [57% T2B KORPO, 54% T2B SME].

In 2010, Lyreco implemented two codes of ethics, which are to be the basis for work inside and outside the organisation. The Lyreco Code of Ethics for the employees obliges the employees to comply with the ethical principles and implement them during their daily work and in dealing with persons outside the company. In turn, the Lyreco Supplier Code of Ethics is a foundation on which the company builds and maintains the mutual relations based on honesty, trust, respect for the rights of the individuals, compliance with the law and doing business in a manner consistent with the principles of the sustainable development with the suppliers.

Thanks to this, Lyreco, as one of the first companies on the market for many years has been creating a consistent ecosystem of the ethical cooperation in a cooperation with the suppliers and customers. This increases confidence and the financial results of the entire cooperation chain.

The importance of the implementation of this "ecosystem" is also confirmed by the results of a survey in which the area of integrity and ethics of the large companies [92% T2B] and the area relating to a partnership and a mutual respect [89% T2B] within the mutual cooperation are highly evaluated.

SUSTAINABLE SUPPLY CHAIN

The audits of the suppliers concerning their responsibility are another process implemented by Lyreco as part of the CSR. At the beginning, the audits have been primarily based on the international SA 8000 standard. In 2013, Lyreco chose

the SMETA (*Sedex Members Ethical Trade Audit*) as a confirmed method for controlling the social responsibility of the factories producing the Lyreco brand products. This audit covered: labour standards, OHS, management systems, right to work and operating of the subcontractors. In 2017, we increased a scope of the audit by the enhanced environmental evaluation and business ethics.

An objective of 100% of the factories producing the Lyreco brand products in the developing countries submitted to an audit in the areas of the CSR has been implemented for several years.

A synergy effect in the implementation of the CSR by all Lyreco stakeholders is appreciated by various nationwide organisations. In 2018, Lyreco Polska received the Responsible Business Awards in the Business Ethics Leader category granted by the Executive Club. This award emphasises the importance of the involvement of Polish entrepreneurs in promoting and implementing the idea of sustainable and responsible business.

In 2019, Lyreco received the Industry Responsible Business Leader award in the services, trade and transport category, taking the third place in the Responsible Companies ranking. This is one of the most important rankings in Poland in the CSR area, organised by the Koźmiński Business Hub, while the Responsible Business Forum is the content partner and Deloitte is responsible for verification.

During the last few assessments (from 2015 to 2019) provided by EcoVadis, Lyreco was granted the "golden" CSR provider award, placing itself in the top 1% of several thousand companies from 110 countries evaluated. This confirms many years of effective work in the area of Lyreco's corporate social responsibility.

EcoVadis is an independent, non-financial rating agency that monitors the sustainability evaluations in the global organisations. The evaluation is based on the international CSR standards – ISO 26000, the Global Reporting Initiative and the United States Global Compact. The evaluation includes 150 categories and 21 CSR indicators. The corporate policy, initiatives and achievements are assessed in the areas of: environment, working conditions, fair business practice, suppliers and cooperation with the whole supply chain. ●



PIĘKNO W SZWEDZKIM STYLU ORIFLAME

Oriflame to firma, skupiająca społeczność osób, które wierzą, że korporacje mają do spełnienia pewną misję. Misję, która kształtuje stosunek do społeczeństwa i środowiska, a także określa cel działania, którym jest spełnienie marzeń w szwedzkim – naturalnym, postępowym i etycznym – stylu. Filozofia Oriflame zakłada, że piękno to zdecydowanie więcej, niż wygląd zewnętrzny. To także styl życia, samopoczucie i sposób postępowania. Obecnie, w Oriflame piękno, to również szeroko pojęta odpowiedzialność.

Jako globalna firma kosmetyczna, sprzedająca i dystrybuująca produkty w ponad 60 rynkach na całym świecie, Oriflame dokonuje wszelkich starań, by wytwarzać bezpieczne i skuteczne kosmetyki, dbając jednocześnie o środowisko.

Celem Oriflame od zawsze było spełnianie marzeń i wspieranie ludzi w dążeniu do osiągnięcia sukcesu. To właśnie dlatego, firma daje wiele możliwości i udostępnia wszelkie potrzebne narzędzia, aby każdy mógł rozwinąć swój po-

tencjał. Stanowi to element filozofii biznesu Oriflame, jednak wykracza poza sam biznes i sięga także działalności charytatywnej. Przejawia się to poprzez wsparcie osób najbardziej bezbronnych – dzieci oraz młodych kobiet w trudnych sytuacjach życiowych. Wszystkie działania prospołeczne zebrane zostały pod szyldem Fundacji Oriflame Polska „Spełniamy Marzenia”, która niesie pomoc kobietom potrzebującym. Beata Pawłowska, Dyrektor Zarządzająca Oriflame Regionu CE oraz jednocześnie prezes Fundacji,



BEATA PAWŁOWSKA

Dyrektor Zarządzająca Regionu CE Oriflame
Regional Director CE Oriflame

podkreśla, że "Pomoc niesiona kobietom potrzebującym to piękne dopełnienie misji marki Oriflame, której celem jest spełnianie marzeń każdej kobiety. Pragniemy sprawić, by uwierzyły w siebie, w swoje możliwości i by nie bały się podejmować ryzyka. Uważam, że kobiety mają w sobie niezwykłą moc do pokonywania trudności i radzenia sobie nawet w tych najtrudniejszych sytuacjach życiowych. Będę szczęśliwa i dumna, jeśli pomożemy choć garstce kobiet pokonać słabości wywalczyć swoją lepszą przyszłość. Każda kobieta zasługuje na szczęśliwe życie i swój własny sukces".

Ponadto, długoterminowym celem Oriflame jest całkowite dostosowanie się do zasad zrównoważonego rozwoju. Oznacza to oszczędne gospodarowanie zasobami planety, jej poszanowanie i działanie na rzecz sprawiedliwego społeczeństwa, w którym każdy może żyć godnie i realizować swoje potrzeby. W praktyce to działania prośrodowiskowe, takie jak zapobieganie wylesieniu, unikanie zanieczyszczeń powietrza, gruntów, dróg wodnych, dekarbonizacja, ochrona zwierząt i napędzanie popytu na produkty, składniki i materiały, pochodzące ze zrównoważonych źródeł.

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ ORIFLAME

Firma dokłada wszelkich starań, by zmniejszyć ogólną wagę materiałów, wykorzystywanych do opakowania produktów i tym samym zredukować liczbę odpadów. Materiały drewnopochodne, stosowane do wytworzenia opakowań,

produkowane są w sposób zrównoważony. Od 2010 roku, marka współpracuje z Rainforest Alliance, stawiając sobie za cel pozyskanie 100% opakowań ze zrównoważonej produkcji. W 2018 roku firma osiągnęła już 80%, co oznacza, że cel jest coraz bliżej!

Kolejnym priorytetem Oriflame, jest całkowite zastąpienie plastikowych opakowań, materiałami, które nadają się do recyklingu i ponownego użycia. Już w tym roku, w portfolio marki ukazały się udoskonalone produkty, których opakowania wytworzone zostały właśnie z plastiku, w większości pochodzącego z recyklingu. Tym samym, firmie udało się zastąpić 120 ton plastiku materiałami PCR!

FORMUŁY KOSMETYKÓW

Marka posiada bogate portfolio naturalnych składników, ekstraktów (masło, woski, oleje), a w wodach toaletowych i sprayach stosowane są alkohole naturalne, które często pochodzą ze sfermentowanego ziarna. Z kolei w kosmetykach pielęgnacyjnych wykorzystywane są technologie roślinnych komórek macierzystych, a pędzle do makijażu zawierają włosie niezwierzęce zarejestrowane w Vegan Society.

TROSKA O KLIMAT

W Oriflame przeanalizowano wpływ firmy na klimat, biorąc pod uwagę cały łańcuch wartości, w tym produkcję, transport i podróże. Zrozumiano, skąd pochodzą emisje i jak niezwykle ważne jest to, aby opracować strategię ich redukcji – do tej pory udało się zmniejszyć je o połowę!

Aby zredukować zanieczyszczenie oceanów, Oriflame produkuje kosmetyki (takie jak żel pod prysznic, szampon do włosów, chusteczki kosmetyczne, maseczki, czy lakiery do paznokci), które są całkowicie biodegradowalne. Dzięki temu, klienci mogą cieszyć się swoimi ulubionymi produktami, jednocześnie dbając o środowisko. To jednak nie wszystko. Oriflame idzie o krok dalej – składniki, zawarte w kosmetykach złuszczeniowych, są w 100% naturalne. Są to głównie: mak, łupiny migdałów, czy sól.

Już w 2010 roku marka rozpoczęła współpracę z lasem deszczowym Alliance, aby pozyskiwać jedynie certyfikowane materiały do wytwarzania kosmetyków. Ponadto, Oriflame jest jedną z wiodących marek, które przyczyniają się do produkowania oleju palmowego tylko ze zrównoważonych upraw.

Szacunek do środowiska to część dziedzictwa marki od samego jej zarania. To właśnie dlatego, produkty inspirowane są naturą, wykorzystując siłę jej składników. Oriflame wierzy, że jeśli każdy z nas zrobi choć jeden mały krok w kierunku dobrej zmiany – razem uda nam się zrobić wiele dobrego dla ludzi i dla środowiska. ●

SWEDISH BEAUTY BY ORIFLAME

Oriflame is a company that brings together a community of people who believe that corporations have a mission to fulfill. This mission shapes attitudes towards society and the environment, while defining the plan of action. This plan is to make dreams come true in the Swedish way: natural, progressive, and ethical. Oriflame's philosophy assumes that beauty is about more than how you look. It's about how you live, feel, and act. Today, more than ever, Oriflame's definition of beauty is about widely understood responsibility.

As a global cosmetics company that sells and distributes products in over 60 markets around the world, Oriflame makes great efforts to produce safe and effective cosmetics while caring for the environment.

Oriflame's goal has always been to make dreams come true and to support people in their pursuit of success. The company provides many opportunities and provides all the tools you need to for everyone to develop to their full potential. This is part of Oriflame's business philosophy, but it goes beyond business as it extends also to charity. This is manifested by Oriflame's support of the most vulnerable people – children and young women in difficult life situations. All pro-social activities have been gathered under one umbrella – the Oriflame Poland Foundation named "We Fulfill Dreams", which helps women in need. Beata Pawłowska, Managing Director of the Oriflame CE Region and at the same time the president of the Foundation, emphasizes that, "Help for women in need is a beautiful complement to the mission of the Oriflame brand, which aims to make every woman's dreams come true. We want to help them believe in themselves





Event Love Nature Day by Oriflame – prośrodowiskowy event, połączony z eko targami, który odbył się w tym roku w Warszawie

Love Nature Day by Oriflame – pro-ecological event, that took place this year in Warsaw

and in their abilities, as well as to not to be afraid to take risks. I believe that women have the extraordinary power to overcome difficulties and cope even in the most difficult life situations. I will be happy and proud if we can help even a few of these women overcome their weaknesses and win their better future. Every woman deserves a happy life and her own success."

Additionally, Oriflame's long-term goal is total compliance with sustainable development principles. This means respecting and saving the planet's resources economically, while working for a society in which everyone can live with dignity and fulfill their needs. In practice, this means pro-environmental measures, such as preventing deforestation, avoiding air, land,

waterway pollution, decarbonisation, animal protection, and fueling the demand for products, ingredients, and materials from sustainable sources.

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF ORIFLAME

The company makes every effort to reduce the overall weight of product packaging materials on an annual basis to reduce the amount of waste. Wood-based materials used to make packaging are produced in a sustainable way. Since 2010, the brand has been working with the Rainforest Alliance to improve the impact of paper and wood-based packaging. In 2018, the company has already reached 80%, which means that the goal is getting closer!

Oriflame's next priority is to completely replace plastic packaging with materials that can be recycled and reused. This year, the brand's portfolio has improved products, the packaging of which was made of plastic, mostly from recycling. Thus, the company managed to replace 120 tons of plastic with PCR materials!

COSMETICS FORMULAS

The product philosophy is based on nature and natural resources. The brand has a rich portfolio of natural ingredients and extracts (butter, waxes, oils), instead of using petroleum-based synthetic alcohols. In Eau de Toilettes and sprays, Oriflame uses natural origin alcohols that often come from fermented grains – a great example of promoting the use of natural raw materials and reducing climate impact.

CARE FOR THE CLIMATE

Oriflame analyzed the company's climate impact, throughout the value chain, including manufacturing, transportation, and travel. It was understood where the emissions come from and how extremely important it is to develop a strategy for their reduction – so far it has been reduced by half!

To reduce ocean pollution, Oriflame produces cosmetics (such as shower gel, hair shampoo, cosmetic wipes, masks, and nail polishes) that are completely biodegradable. Thanks to this, customers can enjoy their favorite products while taking care of the environment. However, this is not all. Oriflame goes a step further – the ingredients contained in the exfoliating cosmetics are 100% natural. They are mainly: poppy seeds, almond shells, olive stones or salt.

In 2010, the brand started working with the Rainforest Alliance to develop a paper strategy and set goals to increase the percentage of certified materials. In addition, Oriflame is one of the leading brands that contribute to the production of palm oil only from sustainable crops.

Respect for the environment has been part of the brand's heritage from the very beginning. This is why products are inspired by nature, using the strength of its ingredients. Oriflame believes that if each of us takes at least one small step towards a positive change, together we can do a lot of good for people and the environment! ●

AUTONOMOUS ASSISTANT AALIA™

✓ **73 MILIONY**

stanowisk pracy w firmach w USA zostało już zautomatyzowanych

✓ **800 MILIONÓW**

stanowisk pracy na świecie zostanie zautomatyzowanych do 2030 r.

✓ **97%**

działań manualnych można zredukować dzięki automatyzacji procesów

✓ **70%**

wzrost wydajności procesów biznesowych



SKORZYSTAJ!

WARSZTAT Z ZASTOSOWANIA **ARTIFICIAL INTELLIGENCE**
DLA PARTNERÓW KLUBU BIZNESOWEGO EXECUTIVE CLUB



Skontaktuj się:
Marcin Nochowicz, T: 22 87 38 100

za 15% wartości



ALFAVOX

AlfavoX
ul. Ziębicka 35, 60-164 Poznań
info@alfavox.com
www.alfavox.com

AlfavoX
Stadttor 1, 40219 Düsseldorf
info@alfavox.com
www.alfavox.com

ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ

JAKO DROGA DO POPRAWY JAKOŚCI ŻYCIA PRZYSZŁYCH POKOLEŃ?

W 2015 roku minął termin realizacji Milenijnych Celów Rozwoju wyznaczonych przez światowych przywódców w 1990 roku. Była to okazja do podsumowań i postawienia pytań o kolejne cele. Czy jednak Cele Zrównoważonego Rozwoju są szansą na dotarcie do najbardziej potrzebujących dzieci? Czy rzeczywiście ich realizacja poprawi jakość życia przyszłych pokoleń?

Dzięki Milenijnym Celom Rozwoju osiągnęliśmy ogromny postęp w poprawie sytuacji dzieci na świecie. Od 1990 roku 2,6 mld ludzi uzyskało dostęp do źródeł czystej wody. Umieralność dzieci poniżej 5. roku życia spadła o ponad połowę. Liczba niedożywionych maluchów zmniejszyła się o 41%. Niestety, mimo tych osiągnięć nadal dzieci z najuboższych rodzin są dwa razy bardziej narażone na śmierć przed ukończeniem 5. roku życia niż ich rówieśnicy z rodzin lepiej sytuowanych. Mają też o wiele mniejsze szanse, by nauczyć się czytać.

Przy obecnej skali postępu oraz rosnącej liczbie ludności na świecie szacuje się, że:

- do 2030 r. o 68 mln wzrośnie liczba dzieci, które umrą z powodu chorób, którym potrafimy zapobiegać;
- w 2030 r. 119 mln dzieci będzie niedożywionych;
- w 2030 r. pół miliarda ludzi na świecie nie będzie miało dostępu do sanitariatów;
- niemal 100 lat upłynie, zanim wszystkie dziewczęta z ubogich rodzin

mieszkających w Afryce Subsaharyjskiej zdobędą wykształcenie średnie.

PRZEKŁADANIE ZOBOWIĄZAŃ W CZYN

Według UNICEF to właśnie dobro najbardziej pokrzywdzonych dzieci wszyscy powinniśmy brać pod uwagę w pierwszej kolejności. Organizacja proponuje usprawnienie procesu gromadzenia danych, by zidentyfikować dzieci najbardziej narażone na wykluczenie. Jednocześnie lepszy system edukacji, opieki medycznej i społecznej są kluczowe, aby zapewnić pomoc większej liczbie dzieci. Z kolei mądre inwestycje dostosowane do potrzeb dzieci mogą przynieść korzyści zarówno w krótszej, jak i dłuższej perspektywie.

Przykładem konkretnych działań jest rejestracja dzieci po narodzeniu, którą UNICEF aktywnie wspiera i promuje. Jest to jednocześnie jeden z celów Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju. Zakłada ona zapewnienie wszystkim osobom tożsamości prawnej. W praktyce dla dzieci oznacza to lepszy dostęp do edukacji i opieki medycznej.

Innym przykładem jest „Deklaracja z Kolonii”, którą w październiku br. podpisało ponad 100 prezydentów miast z 40 krajów świata, w tym z Polski. Zobowiązali się oni do poprawy warunków życia dzieci w miastach, zwiększenia ich szans na rozwój i podniesienia poziomu dobrobytu. Wydarzenie odbyło



MAREK KRUPIŃSKI

Dyrektor Generalny, UNICEF Polska
Executive Director, UNICEF Poland

się podczas zainicjowanego przez UNICEF międzynarodowego Szczytu Miast Przyjaznych Dzieciom. Jest to jeden z nielicznych przykładów przyspieszania postępów w realizacji Celów Zrównoważonego Rozwoju na poziomie lokalnym.

Prawdziwą miarą naszych działań będzie każde dziecko, które przestanie żyć w ubóstwie. Każda matka, która przeżyje poród. Każda dziewczynka, która nie straci dzieciństwa z powodu wczesnego małżeństwa. Dziś równe szanse dla dzieci, to większy postęp globalny jutro. ●



DOŁĄCZ DO PROGRAMU PRZYJACIEL UNICEF

unicef 

dla każdego dziecka



przypiaciel
unicef 

DONATED BY:
unicef 
UNICEF NOT FOR SALE
Customer Ref.: RRM-IDP Response Form

skontaktuj się:
biznes@unicef.pl

SUSTAINABLE DEVELOPMENT AS A WAY TO IMPROVE THE QUALITY OF LIFE FOR FUTURE GENERATIONS?

In 2015, the deadline for achieving the Millennium Development Goals set in 1990 passed. It was an opportunity to summarize and ask questions about further goals. However, are the Sustainable Development Goals an opportunity to reach children in need? Will their implementation really improve the quality of life for future generations?

The Millennium Development Goals have allowed tremendous progress to be made in improving the situation of children in the world. Since 1990, 2.6 billion people have gained access to clean water, the mortality rate of children under the age of 5 has fallen by more than half, and the number of malnourished babies has decreased by 41%. Unfortunately, despite these achievements, children from the poorest families are still twice as likely to die before the age of five than their peers from wealthier families. They also have much less chance to learn reading.

With the current progress and the world's population growth, it is estimated that:

- by 2030, the number of children who will die of preventable diseases will increase by 68 million;
- in 2030, 119 million children will be malnourished;
- in 2030, half a billion people in the world will not have access to sanitary facilities;
- almost 100 years will pass before all girls from poor families living in sub-Saharan Africa have completed secondary education.

TURNING OBLIGATIONS INTO ACTION

According to UNICEF, it is the wellbeing of the most vulnerable children that should be taken into account first. The organization suggests streamlining the data collection process, which can help



Fot. UNICEF



Fot. UNICEF_Haidar

identify children most at risk of exclusion. At the same time, a better education, medical and social care systems are crucial in helping more children. In turn, smart investments tailored to the needs of children can bring both short- and long-term benefits.

An example of specific activities is the registration of children after birth, which UNICEF actively supports and promotes. At the same time, it is one of the goals of the 2030 Agenda for Sustainable Development, which aims at ensuring legal identity for all persons.

Another example is the "The Declaration of Cologne", which was signed by over 100 mayors from 40 countries, including Poland, in October this year. The

signatories have committed to improving the living conditions of children in cities, increasing their chances for development and look after the well-being of children. The event took place during the first international Child Friendly Cities Summit – the UNICEF initiative. This is one of the few examples of accelerating progress in achieving Sustainable Development Goals at the local level.

The real measure of our actions will be every child who stops living in poverty; every mother who survives childbirth; every girl who will not lose her childhood because of an early marriage. Ensuring equal opportunities for children today means greater global progress tomorrow. ●



THE BEST HR PARTNER

CIGNO CONSULTING

Od ponad 12 lat z sukcesem wspieramy czołowe organizacje w docieraniu do najlepszych kandydatów, sprawnie łącząc wartościowych pracowników z wartościowymi pracodawcami. Zaufało nam wielu przedsiębiorców, dla których odkrywamy światowej klasy talenty i wspieramy realizację innych strategicznych projektów z zakresu HR.

OBSZARY, W KTÓRYCH DZIAŁAMY:

- direct i executive search,
- rekrutacja i selekcja,
- assessment center i development center,
- badanie satysfakcji i ocena pracowników,
- analiza i interpretacja testów psychologicznych,
- outplacement.

Jeśli potrzebujecie Państwo pomocy w budowaniu i rozwijaniu Waszych zespołów, zapraszamy do kontaktu. Zapewnimy profesjonalne wsparcie w realizowanych projektach.



+48 22 409 25 31



REKRUTACJA@CIGNO.PL

ODPOWIEDZIALNY KONSUMENT TO ŚWIADOMY KONSUMENT

Bardzo ważnym elementem zrównoważonego rozwoju jest odpowiedzialna konsumpcja. Aby zwolnić samonapędzające się koło podaży i popytu z jednej strony konieczne są działania odgórne – związane z prawodawstwem, praktykami firm i ich modelami biznesowymi, a z drugiej – z pracą "u podstaw" i przyzwyczajeniami konsumentów.

Każdy z nas decyduje portfelem. Wydając pieniądze dajemy sygnał firmom co i jak chcemy, żeby było nam oferowane. Bardzo cieszą coraz głośniejsze ruchy "zero waste", zmniejszenie konsumpcji mięsa, popularność upcyclingu czy ekonomii współdzielenia.

Aby jednak tego typu działania nie były niszowe – potrzebne jest zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat wpływu konsumpcjonizmu na otoczenie lokalne i globalne, a co za tym idzie – na kwestie relacji handlowych i społecznych w krajach Globalnego Południa i kryzys klimatyczny na świecie.

Fundacja Dobry Rozwój propaguje zrównoważony rozwój w różnych jego obszarach. W ciągu ostatnich miesięcy

skupiała działania głównie wokół odpowiedzialnej konsumpcji. Prowadziła liczne warsztaty "zero waste", podczas których przybliżała skalę wpływu człowieka na otaczający go świat i pokazywała co każdy z nas może zrobić, aby dołożyć swoją cegiełkę do zatrzymania m.in. nieodwracalnych zmian klimatu. Zmiana nawet małych nawyków, które są wielokrotnie powtarzane, może mieć wpływ np. na generowanie mniejszej ilości odpadów. To także dobry przykład i inspiracja dla innych.

Fundacja prowadzi także międzynarodowe szkolenia dla osób pracujących z młodzieżą. Podczas półtoratygodniowych wyjazdów pracuje z uczestnikami wokół tematów związanych ze zrównoważonym rozwojem. Ostatnie tego typu szkolenie w całości dotyczyło tematyki odpowiedzialnej konsumpcji i efektywnego przekazywania zagadnień z nią związanych młodemu osobom – zarówno zainteresowanym tematem, jak i sceptycznie do niego nastawionym.

Głęboko wierzymy, że pozytywna inspiracja i szerzenie wiedzy to najważ-



EWA SOLARZ

Prezes Zarządu Fundacja Dobry Rozwój
President of the Board of Foundation Good Development

niejszy krok w kierunku zmiany konsumpcyjnych nawyków i uratowania naszego świata ●





A RESPONSIBLE CONSUMER IS AN AWARE CONSUMER

Responsible consumption is a very important element of sustainable development. In order to release the self-propelling wheel of supply and demand on the one hand we need top-down acts – related to legislation, company practices and their business models, and on the other – groundwork with the needs and habits of consumers.

Each of us votes with one's wallet. By spending money we give companies a signal about what and how we want to be offered. The more and more visible "zero waste" movements, reduction of meat consumption, popularity of upcycling and sharing economy are very much appreciated.

However, this type of activities are still of a niche. To change it – it is necessary to increase the awareness of the impact of consumerism on the local and global environment, and thus – on issues of commercial and social relations in the countries of the Global South and the global climate crisis.

The Good Development Foundation promotes sustainable development



in various areas. In recent months, it has focused its activities mainly on responsible consumption. It ran numerous "zero waste" workshops, during which it approximated the scale of human influence on the world around us and showed what each of us can do to contribute to stopping, among others, irreversible climate change. Changing even small habits, which are repeated many times, can have an impact on – for example – generating less waste. It is also a good practice and inspiration for others.

The Foundation also conducts international trainings for people

working with youth. During one-and-a-half week trainings we work with participants on topics related to sustainable development. The last training of this type was entirely dedicated to the topic of responsible consumption and the effective spreading this matter among young people – both interested in the subject and skeptical about it.

We deeply believe that positive inspiration and spreading knowledge is the most important step towards changing consumption habits and saving our world. ●



WNOSIMY RADOŚĆ W ŻYCIE DZIECI



KAMILA RYBICKA

Członek Zarządu, Fundacja Dziecięca Fantazja

Member of the Board, Fundacja Dziecięca Fantazja

„Nie ma nic piękniejszego niż spełnienie marzenia chorego dziecka. Czasem marzenia to wszystko co tym dzieciom zostało... Jeśli nie możemy dodać dni do ich życia, dodajmy życia ich dniom! Jestem szczęśliwa, że mogłam pomóc spełnić marzenia ponad 6000 chorych dzieci i w ten sposób wesprzeć ich rodziny. Udało się osiągnąć dzięki hojności, nieocenionemu i bezinteresownemu wsparciu przyjaciół Fantazji, ale nadal bardzo wiele dzieci czeka na swój magiczny moment, dlatego proszę, jeszcze dziś, zwróćcie Państwo do swoich serc i wspomóżcie działalność Fantazji jeszcze dziś!”

“There’s nothing more beautiful and rewarding than making a sick child’s wish come true. Sometimes their dreams are all they have left. If we cannot add days to their lives, let’s add life to their days. I’m blessed to have helped “light up the lives” of over 6000 less fortunate children and their families. This has been achieved together with the love and generosity of Fantazja’s friends and supporters but, with so many children waiting for their special moment, I implore you to look into your hearts and ask how you can help Fantazja, today!”

Fundacja Dziecięca Fantazja jest Organizacją Pożytku Publicznego, której misją jest wnoszenie radości w życie dzieci nieuleczalnie chorych i zmagających się z chorobami zagrażającymi życiu poprzez spełnianie ich najskrytszych marzeń i fantazji.

Oddany zespół pracowników, codziennie walczy aby pozyskać kolejne środki na wsparcie nie tylko chorych dzieci, ale także ich rodzin. Ponad połowa dziecięcych fantazji to rzeczy materialne, które pomagają przetrwać trudy walki z chorobą, są to m.in. laptopy, tablety, smartfony, konsole do gier, telewizory, sprzęt audio, aparaty fotograficzne, rowery, zabawki, meble. Fundacja otrzymuje także wiele próśb o pomoc w zakupie sprzętu rehabilitacyjnego. Rzeczy te poprawiają jakość życia chorych dzieci, ale nie tylko...

Działalność Fantazji koncentruje się na pomocy rodzinom chorych dzieci, zwłaszcza tym niepełnym. W wielu przypadkach pozostawione same sobie matki, które przejmują rolę opiekunek przez 24 godziny na dobę 7 dni w tygodniu, żyją w stresie i w niezwykle trudnych warunkach. Dyskryminacja społeczna wobec osób przewlekle chorych i niepełnosprawnych

sprawia, że matki nie czują, że mają jakiegokolwiek wsparcie.

Rocznie Fantazja pomaga ponad 500 Podopiecznym i ich rodzinom. Nasi podopieczni walczą m.in. z: nowotworami złośliwymi, mukowiscydozą, zanikiem mięśni, niewydolnością serca, a także wszelkiego rodzaju nieuleczalnymi schorzeniami genetycznym i wadami wrodzonymi. Ponadto otaczamy również opieką dzieci cierpiące na choroby przewlekłe, utrudniające normalne funkcjonowanie, takie jak rozszczep kręgosłupa, porażenie mózgowe oraz autyzm.

Wsparcie jakie oferujemy pomaga choremu dziecku czuć się silniejszym i chętniej walczyć o swoje zdrowie. Świadomość, że ktoś naprawdę się o niego troszczy, oznacza jeszcze więcej. Rodzice chorych dzieci mówią, że często jest to punkt zwrotny w walce ich dziecka z chorobą oraz, że zyskali ogromną siłę w codziennej walce o zdrowie i życie swojego dziecka. Pozytywne informacje o efektach działalności Fantazji, jakie pojawiają się w mediach, docierają do tysięcy ludzi w całej Polsce.

Od początku działalności Fantazji z pomocą osób prywatnych, firm i organizacji udało się zrealizować ponad 6000 dzie-





ciężcych marzeń dla dzieci cierpiących na choroby nieuleczalne bądź zagrażające ich życiu. Niestety w naszej bazie danych, na swoją magiczną chwilę czeka niezliczona liczba ciężko chorych dzieci. Czas dla tych dzieci jest kluczowy, wiele z nich nie może czekać na spełnienie swojej fantazji ani dzień dłużej.

Fantazja współpracuje z wieloma firmami, organizacjami i osobami prywatnymi. Każda z nich wspiera pracę Fantazji na różne sposoby, w tym poprzez darowizny i wsparcie finansowe, darowizny rzeczowe na produkty i usługi oraz sponsoring jednego z dwóch głównych programów Fantazji:

1) „Gale dla młodych bohaterów” – serii czterech wydarzeń skierowanych do ponad 800 chorych dzieci, odbywających się w ciągu całego roku, czyli: „Mikołajki z Fantazją”; „Świąteczna Kolacja i Koncert z Fantazją”; „Walentynkowy Bal Ojców i Córek” oraz „Wieczór Marzeń w ZOO.”

2) HE-LP, czyli HEROES Learning Program: innowacyjny projekt edukacyjny

dotyczący szkolnictwa wyższego dla młodych ludzi z fizyczną niepełnosprawnością.

Możliwości wsparcia działalności Fantazji są nieograniczone. Fantazję i jej podopiecznych można także wesprzeć:

- przez przekazanie odpisu 1% podatku dochodowego na rzecz Fundacji Dziecięca Fantazja W PIT-cie wystarczy wpisać nr KRS: 0000168783
- przez wpłatę na konto Fundacji prowadzone w Banku Polskiej Spółdzielczości SA, nr 14 1930 1523 2310 0345 8400 0001;
- „zaadoptowaniem” konkretnego marzenia chorego dziecka z danego regionu i zorganizowanie zbiórki na jego rzecz. ●

WE BRING JOY INTO CHILDREN'S LIVES

Since 2003, Warsaw based Fundacja Dziecięca Fantazja (Fantazja) has been “lighting up the lives” of children in Poland who suffer from a terminal illness or life-limiting condition making their fondest wishes and dreams come true.

Over half of the children's wishes are, to most people, basic material items such as; laptops, tablets, smartphones, gaming devices, televisions, music systems, cameras, bikes, toys, beds, furniture, clothes in addition to requests for rehabilitation equipment. These wishes are crucial to help improve their quality of life ... and much more.

Fantazja's activities directly benefit the children and their families – especially

the mothers, as in so many cases the father has abandoned the child and the mother, leaving them to fend for themselves. As the mothers are generally 24/7 caregivers to their child they are living in extremely difficult conditions and stressful situations – not helped by a social attitude of discrimination towards those less fortunate and the disabled.

Fantazja works with over 500 different children and their families each year. Children who suffer from the following illnesses: malignant cancers and tumors, cystic fibrosis, muscular dystrophy and atrophy, heart failure, a wide range of genetic incurable illnesses, spina bifida, cerebral palsy and autism.

The work of Fantazja helps a child feel stronger and more willing to battle their medical condition. Knowing that someone out there truly cares about them means even more! And mothers tell us that this is often a turning point in their child's fight against their illness and that they also gained renewed strength to keep fighting each day for their child. The ripple effect of Fantazja's work reaches all those who see these positive stories unfold when told throughout the media.

To date, Fantazja's small dedicated team has proudly accomplished over 6000 wishes for its children. At any one time Fantazja has countless children waiting for their dreams to be fulfilled.

Fantazja cooperates and partners with many companies, organizations & individuals. Each supports the work of Fantazja in a variety of ways, including Financial Contributions & Donations; Company Product & Service Donations and Sponsoring one of Fantazja's two Signature Programs:

1) “Galas for Young Heroes” – a series of four SuperStar events held throughout each year that include: Christmas Gala Party, Christmas Dinner/Concert, Dad-Daughter Valentine's Ball & Dream Night at the ZOO.

2) “HE-LP” – Heroes Learning Program that provides: a University or College Education for sick kids with Employment Opportunities.

The scope to help is endless...Fantazja can also be supported by:

- Donating 1% Income Tax Fantazja: KRS 0000168783
- Donating directly to Fantazja's account at: Bank Polskiej Spółdzielczości BPS SA, PL14 1930 1523 2310 0345 8400 0001; SWIFT/BIC: POLUPLP
- “Adopting” a wish of one of Fantazja's sick children. ●



ZAZIELENIANIE MIAST DLA ADAPTACJI DO ZMIAN KLIMATU

JAKĄ ROLĘ MOŻE ODEGRAĆ BIZNES?

Zmiany klimatu (susze, gwałtowne wiatry, miejskie powodzie, fale upałów) stanowią coraz większe wyzwanie dla polskich miast i ich mieszkańców. Samorządy nie będą w stanie przygotować miast na te zmiany bez wsparcia innych podmiotów, w tym biznesu. Oczywiście tylko niektóre sektory biznesu mają znaczący wpływ na kształtowanie przestrzeni, jednak każda firma może włączyć się w zazielenianie miast. Jakie są realne formy działania? Gdzie można szukać inspiracji?



KAROLINA MALISZEWSKA

Prezeska Fundacji Sendzimira
President of the Sendzimir Foundation

ZAZIELEŃ SWOJE OTOCZENIE!

Wystarczy wprowadzać więcej zieleni tam gdzie to tylko możliwe i zmniejszać uszczelnienie terenów pozostających pod zarządem firmy. Wiele inspirujących przykładów jak to zrobić można znaleźć w publikacjach Fundacji Sendzimira (<https://sendzimir.org.pl/publikacje/broszury-instruktażowe-dot-zwiekszenia-rentencji-krajobrazowej/>). Możliwości jest dużo a zmiany mogą nie tylko sprzyjać miejskiej przyrodzie, ale również zwiększać atrakcyjność wizualną i przyjazność tych przestrzeni dla ich użytkowników. Dobrym przykładem jest ostatni projekt Fundacji Sendzimira dot. zmiany sposobu zagospodarowania otoczenia Centrum Nauki Kopernik. W partycypacyjny sposób wypracowaliśmy koncepcję, która nie tylko zwiększy bioróżnorodność, ale będzie oferować wiele nowych doświadczeń użytkownikom tego terenu (<https://sendzimir.org.pl/koncepcja-zagospodarowania-otoczenia-centrum-nauki-kopernik/>).

EDUKACJA PRACOWNIKÓW I INTERESARIUSZY

Kolejną opcją jest włączenie biznesu w kampanie społeczne i edukacyjne w tym obszarze. Poziom zaangażowania w zależności od potrzeb i możliwości może być zróżnicowany. Firma może dofinansować już przygotowane akcje albo we współpracy z organizacjami po-

zarządowymi tworzyć nowe. Fundacja Sendzimira od lat edukuje dzieci i dorosłych na temat znaczenia zatrzymywania wody w mieście, realizując praktyczne warsztaty tworzenia ogrodów deszczowych, zakładania łąk kwietnych, czy ogrodów z roślin rodzimych. Ofertę różnych warsztatów można znaleźć na <https://sendzimir.org.pl/wspolpraca/praktyczne-warsztaty/>. W efekcie powstaje innowacyjny element błękitno-zielonej infrastruktury, a przy okazji uczestnicy warsztatów świetnie się bawią wspólnie robiąc coś wartościowego. To dobry początek ale razem możemy poszukać nowych pomysłów! ●

GREENING CITIES FOR CLIMATE CHANGE ADAPTATION

WHAT ROLE CAN BUSINESS PLAY?

Climate change (drought, violent winds, urban floods, heat waves) pose an increasing challenge for Polish cities and their inhabitants. Local governments will not be able to prepare cities for these changes without the support of other entities, including business. Of course, only some business



Fot. Agata Jarska; Warszawa, maj 2019



Fot. Judyta Łuczyńska, Skawina, czerwiec 2018



Fot. Judyta Łuczyńska, Warszawa, maj 2019

sectors have a significant impact on urban space, however, every company can contribute to greening cities. What are the possible forms of action? Where can you look for inspiration?

GREEN YOUR SURROUNDINGS!

It is a good start to introduce more greenery where possible and reduce the sealing of the surface in the areas under the company's management. Many inspiring examples of how to do this can be found in the Sendzimir Foundation brochures (<https://sendzimir.org.pl/publikacje/broszury-instruktażowe-dot-zwiększania-retencji-krajobrazowej/>). There are so many possibilities and changes can not only enhance biodiversity but also increase the visual attractiveness and user friendliness of these spaces. A good example of such an initiative is the latest project of the Sendzimir Foundation for Copernicus Science Center. In a participatory manner, we have developed a concept how to change the surrounding of the museum, that will not only increase biodiversity, but will offer a lot of new experiences to the users of this area (<https://sendzimir.org.pl/koncepcja-zagospodarowania-otoczenia-centrum-nauki-kopernik/>).

EMPLOYEE AND STAKEHOLDER EDUCATION

Another option is to involve business in social and educational campaigns promoting green and blue infrastructure. The level of involvement may vary depending on the needs and possibilities of each company. The company may subsidize already prepared actions or create new ones in cooperation with non-governmental organizations. The Sendzimir Foundation has been practically educating children and adults about the importance of water retention in the city for years, implementing practical workshops on creating rain gardens, establishing flower meadows, and gardens with native plants. The offer of various workshops can be found at <https://sendzimir.org.pl/wspolpraca/praktyczne-warsztaty/>. As a result, not only is an innovative element of blue-green infrastructure created, but also workshop participants have a great time doing something valuable. This can be a good start but we can look together for different ideas! ●

JAK BIZNES W POLSCE MOŻE WSPIERAĆ DZIAŁANIA HUMANITARNE?

Polska Akcja Humanitarna powstała z potrzeby serca Polaków i braku zgody na obojętne przyglądanie się cierpieniu drugiego człowieka. Od samego początku, działalność PAH jest wspierana przez biznes, dając dowód na to, że dobre relacje z klientami oraz wzrost zysków, można osiągnąć także dzięki działalności na rzecz zrównoważonego rozwoju w skali globalnej. Obecnie, w ramach regularnego partnerstwa, PAH jest wspierana niemalże przez pięćdziesiąt firm – zarówno małych, rodzinnych biznesów, jak i polskich oddziałów międzynarodowych koncernów.

Potrzeba zwiększenia skali działania i efektywności PAH, prowadzi do profesjonalizacji naszej działalności. Dotyczy to także współpracy z partnerami biznesowymi. Potrzeba serca, współczucie oraz świadomość odpowiedzialności za los pokrzywdzonego człowieka w dalszym ciągu są motorem naszego wspólnego działania. Dbamy jednak także o to, aby pokazać, w jaki sposób działania PAH mogą być zbieżne ze strategiami CSR naszych partnerów.

Menadżerowie CSR przyjmują zazwyczaj założenie, że firma powinna wspierać inicjatywy pomocowe w miejscach, gdzie sama działa, bądź gdzie odczuwane są skutki jej aktywności. Wydawać by się mogło zatem, że wsparcie organizacji zajmującej się zwalczaniem skutków kryzysów humanitarnych na całym świecie, leży daleko poza kręgiem zainteresowania polskich przedsiębiorców. Jak bowiem powiązać prowadzenie biznesu w Polsce z odpowiedzialnością za susze i klęski głodu w dalekiej Afryce?

Jednym z zadań stojących przed PAH, jest pokazywanie, że globalizacja rynku wiąże się również z globalizacją odpowiedzialnością. Nie chodzi tutaj jedynie o następstwa przenoszenia produkcji czy



RAFAŁ WAWRZYŃCZYK

Specjalista ds. współpracy z biznesem, Polska Akcja Humanitarna

Business Partnership Specialist, Polish Humanitarian Action

szukania nowych rynków zbytu z dala od Europy. Jednym z palących problemów współczesnego świata są zmiany klimatu. Świadomość wpływu człowieka na zmiany klimatyczne oraz ich skutków dla całej planety zmusza nas wszystkich do działania. Wszyscy na świecie tworzymy system naczyń połączonych – możemy sobie wyobrazić, że emisja dwutlenku węgla do atmosfery w małym zakładzie produkcyjnym w Polsce przyczyni się w jakimś stopniu do pogłębienia kryzysu humanitarnego, spowodowanego suszą w odległej Somalii. Łagodzenie skutków zmian klimatu to przestrzeń do działania nie tylko dla organizacji pozarządowych, ale także dla przedsiębiorców.

Początki PAH sięgają organizacji konwoju do oblężonego Sarajewa w 1992 r. Dzisiaj działamy między innymi w Somalii, Sudanie Południowym, Kenii, Jemenie, Syrii, Ira-

ku, na Ukrainie, a także w Polsce, poprzez program dożywiania dzieci w szkołach „Pajacyk”. Zarówno 27 lat temu, jak i dziś, możemy liczyć na wsparcie partnerów biznesowych o wrażliwym sercu, którzy rozumieją swoją wyjątkową rolę w budowie bardziej sprawiedliwego i zrównoważonego świata. Codziennie zabiegamy o to, żeby grono to się powiększało. ●

HOW BUSINESSES IN POLAND CAN SUPPORT HUMANITARIAN ACTIVITIES

Polska Akcja Humanitarna (PAH – Polish Humanitarian Action) was established because Poles saw it was necessary and they could not remain passive observers of another man's suffering. From its very beginning PAH's activities have been supported by businesses, which proves that good relations with customers and increased profits can also be obtained through acting for sustainable development on a global scale. Currently, as part of regular partnership, PAH is supported by nearly fifty companies: both small, family-run businesses, and Polish branches of international corporations.

The need to increase PAH's scale of operations and effectiveness leads to the professionalization of our activities. This also applies to the co-operation with our business partners. Heartfelt need, compassion, and a sense of responsibility for the fate of a wronged person remain the drive behind our joint operations. However, we also strive to show how PAH's



activities may coincide with our partners' CSR strategies.

CSR managers usually assume that their company should support aid initiatives where the company operates or where the effects of the company's activities can be felt. Therefore, it might seem that supporting an organisation that fights the effects of humanitarian crises all over the world lies far outside the sphere of interest of Polish entrepreneurs. After all, how can you link running a business in Poland with the responsibility for the droughts and famines in the distant Africa?

One of PAH's tasks involves showing that market globalisation also leads to the globalisation of responsibility. This doesn't only mean the consequences of moving production to another country or looking for new outlets far from Europe. One of the most urgent problems of the modern world is climate change. Awareness of man's influence on climate changes and their consequences for the whole planet forces us all to act. Everyone who lives on Earth is a part of a system of communicating vessels: we can imagine that carbon dioxide emitted to the atmosphere by a small production facility in Poland will contribute

to some degree to exacerbating the humanitarian crisis caused by draught in the distant Somalia. Mitigating the effects of climate change is a space for action not only for non-government organisations, but entrepreneurs as well.

PAH's beginning goes back to 1992 and organising a convoy for besieged Sarajevo. Today, we also act, among others, in

Somalia, South Sudan, Kenya, Yemen, Syria, Iraq, Ukraine, and also in Poland where we run a programme of providing meals for schoolchildren ("Pajacyk"). Just like 27 years ago, today too we can count on the support of sensitive business partners who understand their unique role in building a more just and balanced world. Every day we strive to grow this group. ●



Sudan Południowy, fot. Maciej Moskwa, PAH

REKLAMA

ANGAŻUJ

pracowników, klientów,
społeczność

WZMACNIAJ

biznes, świadomość,
wizerunek

POMAGAJ

na całym świecie



Polska Akcja Humanitarna

**CSR
Z POLSKĄ
AKCJĄ
HUMANITARNĄ**

MODELE WSPÓŁPRACY

Partnerstwo

Produkty dedykowane
i programy lojalnościowe

Darowizna pieniężna
lub usługowa

Zaangażowanie pracowników

ZAPRASZAMY DO WSPÓŁPRACY

biznes@pah.org.pl

[www.pah.org.pl/
zaangazuj-sie/dla-biznesu](http://www.pah.org.pl/zaangazuj-sie/dla-biznesu)



fot. Karol Grygank

ZRÓWNOWAŻONE BIURA XXI WIEKU



ALICJA KUCZERA

Dyrektor Zarządzająca, Polskie Stowarzyszenie
Budownictwa Ekologicznego PLGBC
CEO, Polish Green Building Council (PLGBC)

Biuro, które pamiętasz, zniknęło. Wyobraź sobie zamiast tego miejsce pozostające w harmonii z nowymi sposobami pracy. Niezwykła przestrzeń o bogatej kolorystyce i fakturze. Wciągający krajobraz, w którym sztuczna inteligencja i wirtualna rzeczywistość łączą się, aby pomóc Ci rozwiązać złożone problemy. Miejsce, w którym przenosisz się do intuicyjnych przestrzeni roboczych, połączonych sal konferencyjnych, wygodnych pokoi. Każdego dnia wymagania są inne i budzisz się podekscytowany, by im sprostać. Tak, to biuro XXI wieku. Ale czy rzeczywiście w takim pracujesz? A może chciałbyś dowiedzieć się, jak można zmienić przestrzeń pracy, aby sprostała przyszłym oczekiwaniom i kierunkom rozwoju?

Kilka konkretnych: 90% naszego czasu spędzamy w budynkach. Z tego aż 36% spędzamy pracując w budynkach biurowych. Słaby stan zdrowia oraz niskie poczucie komfortu pracowników, negatywnie wpływają na osiągnięte przez nich indywidualne wyniki oraz produktywność organizacji. W niewielu analizach podkreśla się, że około 90% kosztów operacyjnych firm związanych jest z ludźmi, a pozostałe 10% to koszty wynajmu oraz energii, co sprawia, że nawet niewielkie polepszenie w obszarze zdrowia i komfortu pracowników może mieć bezpośrednie przełożenie na wynik finansowy firmy. Na przykład zapewnienie pracownikom dostępu do światła dziennego podnosi ich produktywność nawet o 18%, a lepszy system wentylacyjny o 11%¹.

Dlatego przestrzeń, w której przebywamy i pracujemy, powinna inspirować, pobudzać kreatywność, ułatwiać nawiązywanie kontaktów oraz wymianę informacji. Zmiany klimatu, a także zmiany pokoleniowe na rynku pracy oraz rosnąca świadomość w obszarze tzw. *work-life balance*, wymuszają na pracodawcach konieczność wzięcia pod uwagę stanu środowiska i oczekiwań pracowników.

¹ World Green Building Council, 2014. Health, Wellbeing & Productivity in Offices, str. 32. [online]: http://plgbc.nazwa.pl/plgbc_new/wp-content/uploads/2015/04/Health_Wellbeing_productivity_Full_Report1.pdf [17.10.2016]



ZDROWE ZIELONE BIURO

PRAKTYCZNE ROZWIĄZANIA



zdrowebiuro.plgbc.org.pl

Dobrze zaprojektowane biuro współpracuje ze swoimi użytkownikami. Zapewnia im komfort, pozytywnie wpływa na kreatywność, może wręcz poprawić zdrowie. Wszystko to podnosi kreatywność i produktywność pracowników oraz wzmacnia ich lojalność wobec pracodawcy. Wprowadzenie przyjaznych rozwiązań nie musi być wcale drogie i trudne. Jako przykład niech posłuży wstawienie do pomieszczenia większej liczby roślin, zmiana rozstawienia biurek czy zamiana automatu z batonikami na taki, który serwuje zdrowe przekąski. Warto jednak wziąć pod uwagę, jakie rośliny najlepiej

oczyszczają powietrze, w jakich odległościach od okna i od siebie wzajemnie ustawić biurka i w jaki sposób możemy nakłonić pracowników do zmiany nawyków żywieniowych.

W każdego rodzaju biurze, niezależnie od tego, czy jest zlokalizowane w nowoczesnym, zrównoważonym biurowcu, dysponującym zaawansowanymi technologicznie rozwiązaniami, czy w starszym budynku, który oferuje skromniejsze zaplecze techniczne, można podjąć szereg działań, zapewniających jednocześnie dbałość o środowisko naturalne i o użytkowników biura. Kluczowym aspektem

Premiera strony internetowej ZDROWE ZIELONE BIURO oraz Przewodnika, omawiającego zawartość witryny odbyła się 3 października 2019 roku podczas 9. PLGBC Green Building Symposium w Warszawie. Materiały to efekt pracy grupy roboczej, składającej się z przedstawicieli firm członkowskich PLGBC.

The launch of the ZDROWE ZIELONE BIURO website and the Guide, discussing the contents of the website, took place on October 3, 2019 during the 9th PLGBC Green Building Symposium in Warsaw. The materials were developed by a workgroup consisting of representatives of PLGBC member companies.

www.plgbc.org.pl
www.zdrowebiuro.plgbc.org.pl

tego zagadnienia jest przekonanie pracowników biura do wdrażania pewnych ekologicznych zachowań. Bo tak naprawdę w przeciętnym polskim biurze na co dzień mamy do czynienia z marnotrawstwem zasobów (woda, energia) czy z nadmierną produkcją odpadów. Kumulacja poprawy tych obszarów w skali całego kraju może dać duże pozytywne zmiany.

Polskie Stowarzyszenie Budownictwa Ekologicznego PLGBC wraz z grupą ekspertów opracowało interaktywny przewodnik po zdrowym, zielonym biurze zdrowebiuro.plgbc.org.pl, który zawiera odpowiedzi na powyższe i wiele innych istotnych pytań, a także ułatwi znalezienie rozwiązań w różnych obszarach funkcjonowania biura. Zebrane materiały zostały podzielone na dziesięć kategorii ważnych dla zrównoważonego biura. Każda kategoria dzieli się na kilka kart, w których znajdują się wskazówki, przykłady rozwiązań, ich zalety i wady.

JAKOŚĆ POWIETRZA W BIURZE
AKUSTYKA
ŚWIATŁO DZIENNE I OŚWIECENIE
KOMFORT TERMICZNY
UKŁAD BIURA I ACTIVE DESIGN
POZYTYWNE PRZESTRZENIE, CZYLI PRO-MENTAL DESIGN
NATURA W BIURZE I NA ZEWNĄTRZ
UDOGODNIENIA W BUDYNKU
UŻYTKOWNIK BIURA
ZARZĄDZANIE BUDYNKIEM





Niezależnie od powyższego podziału, poszczególne zagadnienia zostały przyporządkowane do zastosowania w budynkach nowych lub/i istniejących, a także opisane przez kilka tagów, jak na przykład #zdrowie czy #produktywność.

Interaktywny przewodnik *zdrowebiuro.plgbc.org.pl* będzie pomocny dla wszystkich, którzy chcą podjąć działania, aby ich biuro było zrównoważone.

Zmiana jest często procesem, który sprawia, że wychodzimy poza własną strefę komfortu. Ale to właśnie dzięki temu się rozwijamy. Stworzenie zrównoważonego biura XXI wieku dla niektórych może być takim właśnie procesem, dla innych zaledwie 'dopieszczaniem' istniejących już rozwiązań, jednakże jedno jest pewne: ta zmiana jest w zasięgu każdego z nas. ●

SUSTAINABLE OFFICES OF THE 21ST CENTURY

The office you know is gone. Instead imagine a place that harmonizes with the new ways of working. A unique space with rich colors and textures. An immersive landscape in which artificial intelligence and virtual reality come together to help you solve complex problems. A place with free access to intuitive workspaces, connected conference halls, and comfortable rooms. Requirements change every day and you wake up excited to face them. Yes, it is the office of the 21st century. But do you really work in one? Or maybe you want to find out how to change your

workspace to meet the expectations and development directions of the future?

Some facts: We spend 90% of our time indoors. As much as 36% of that time is spent working in office buildings. Poor health and low sense of comfort negatively affect the individual results of employees as well as the productivity of entire organizations. Few analyses emphasize that about 90% of company operating costs are related to people, and the remaining 10% are the costs of rental and energy, which means that even a slight improvement in the area of employee health and comfort can have a direct impact on the company's financial result. For example, providing employees with access to daylight increases their productivity by up to 18%, while a better ventilation system – by 11%¹.

Hence, the space in which we spend time and work should inspire, stimulate creativity, facilitate networking and exchange of information. Climate change, generational changes on the labor market, and the growing awareness in the area of work-life balance force employers to take into account the condition of the environment and expectations of employees.

A well-designed office works together with its users. It provides comfort, positively affects creativity, and can even improve health. All this increases the creativity and productivity of employees and strengthens their loyalty to the employer. Introducing friendly solutions does not have to be expensive and difficult. For example, you can place more plants in rooms, change the arrangement of desks, or replace a vending machine with candy bars with one that serves healthy snacks. However, it is worth considering which plants best clean the air, at what distances from windows and from

one another desks should be placed, and how to persuade employees to change their eating habits.

In every type of office, regardless of whether it is located in a modern, sustainable office building with technologically advanced solutions or in an older building that offers modest technical facilities, you can take a number of actions that ensure care for its users and the natural environment. The key aspect is persuading the office staff to implement certain pro-environmental behaviors. In fact, an average Polish office wastes resources (water, energy) and produces excessive waste on a daily basis. Accumulated improvements in these areas on a national scale can bring about significant positive changes.

The Polish Green Building Council (PLGBC), together with a group of experts, developed an interactive guide to a healthy, green office – *zdrowebiuro.plgbc.org.pl*, which contains answers to the above and many other important questions and discusses various solutions for office operation. The collected materials were divided into ten categories important for a sustainable office. Each category is divided into several tabs, which contain tips and example solutions together with their advantages and disadvantages.

OFFICE AIR QUALITY
ACOUSTICS
DAYLIGHT AND LIGHTING
THERMAL COMFORT
OFFICE LAYOUT AND ACTIVE DESIGN
POSITIVE SPACES, I.E. PRO-MENTAL DESIGN
NATURE INSIDE AND OUTSIDE THE OFFICE
FACILITIES IN THE BUILDING
OFFICE USERS
BUILDING MANAGEMENT

Regardless of the division above, individual areas were additionally categorized according to their applicability in new and/or existing buildings as well as described by several tags, such as #health or #productivity.

The interactive guide *zdrowebiuro.plgbc.org.pl* will be helpful to anyone who wants to take action and make their office sustainable.

Change is often a process that makes us go beyond our comfort zone. But this is precisely how we develop. Creating a sustainable office of the 21st century can be such a process for some, while for others it may be mainly about "refining" the existing solutions, but one thing is certain: this change is within everyone's reach. ●



PO PIERWSZE DIALOG

Pracownia Zrównoważonego Rozwoju powstała 12 lat temu. Podstawą naszych działań jest dialog. Specjalizujemy się w planowaniu i realizacji złożonych procesów partycypacyjnych, najczęściej w partnerstwie z lokalnymi samorządami i instytucjami publicznymi. Realizujemy badania społeczne, przygotowujemy diagnozy, wspieramy procesy rewitalizacji i partycypacyjnego planowania przestrzeni. W ciągu ostatnich 5 lat, w ramach projektu Przestrzeń dla partycypacji, wspomogliśmy kilkadziesiąt samorządów gminnych w procesach konsultacji dokumentów planistycznych.

Nasz zespół wspierał gminy na różnych etapach przygotowywania gminnych programów rewitalizacji, pracowaliśmy m.in. dla Włocławka, Wołomina, Kalisza, Łęborka czy mniejszych gmin takich jak Płużnica, Nowe czy Brok, dbając o szerokie zaangażowanie mieszkańców i innych interesariuszy.

Współpracujemy także z instytucjami publicznymi i organizacjami, prowadząc procesy dotyczące programowania insty-

tucji (np. kultury) czy lokalnych polityk publicznych (np. integracji cudzoziemców).

Z dumą przyglądamy się, w jaki sposób nasza praca wpływa na rozwój miast i gmin, jak nasze pomysły, projekty zmieniają je na lepsze.

Aktualne informacje o naszej działalności znajdują się na stronie www.pzr.org.pl ●

DIALOG FIRST

The Sustainable Development Laboratory was established 12 years ago. The basis of our activities is dialogue. We specialize in planning and implementing complex participatory processes, most often in partnership with local governments and public institutions. We carry out social research, prepare diagnoses, support revitalization and participatory space planning processes. Over the past five years, as part of the



KRZYSZTOF ŚLEBIODA

Prezes Zarządu, Pracownia Zrównoważonego Rozwoju

President of the Board, The Sustainable Development Laboratory

Space for Participation project, we have supported several dozen municipal governments in the process of consulting planning documents. Our team supported municipalities at various stages of preparation of municipal regeneration programs, we worked, among others for Włocławek, Wołomin, Kalisz, Łębork or smaller municipalities such as Płużnica, Nowe or Brok, ensuring the broad involvement of residents and other stakeholders. We also work with public institutions and organizations, conducting processes regarding the programming of institutions (e.g. culture) or local public policies (e.g. integration of foreigners). We are proud to look at how our work influences the development of cities and municipalities, how our ideas and projects change them for the better. Current information on our activities can be found at www.pzr.org.pl ●



JAK PRODUKT MOŻE POMAGAĆ?

NA PRZYKŁADZIE SOS WIOSEK DZIECIĘCYCH



BARBARA RAJKOWSKA

Dyrektor Krajowa Stowarzyszenia SOS Wioski
Dziecięce w Polsce

The National Director of SOS Children's Villages Poland

Firmy coraz częściej przychodzą do nas z własną wizją i pomysłem na współpracę, ale też coraz chętniej wsluchają się w potrzeby Stowarzyszenia. Widzimy duży wzrost zainteresowania, jeśli chodzi o produkty zaangażowanie społecznie. Firmy chcą iść

w tym kierunku, bo widzą, że konsumenci chętniej wybierają produkty, które mogą zmienić sytuację potrzebujących dzieci na lepszą.

Jednym z przykładów współpracy między Stowarzyszeniem SOS Wioski Dziecięce, a firmami jest akcja „Kupujesz – pomagasz!”, prowadzona przez firmę Henkel oraz sieć sklepów Kaufland. W tym roku akcja trwała od sierpnia do października, a dochód ze sprzedaży produktów Henkla (kosmetyków, środków piorących lub środków czystości) został przeznaczony na rozwój i edukację dzieci. Dzięki zebranej kwocie podopieczni Stowarzyszenia w Siedlcach i Biłgoraju mogą uczestniczyć w zaplanowanych na cały rok zajęciach językowych. Zebrane środki pozwoliły również na sfinansowanie zakupu pomocy dydaktycznych wykorzystywanych podczas zajęć.

Tego typu współpracy są dla naszego Stowarzyszenia bardzo istotne. Należy bowiem podkreślić, że pod naszą opiekę trafiają dzieci, które dość często mają trudności z czytaniem, pisanem, a nawet z mówieniem. Taka sytuacja wymaga od nas ogromnego wysiłku, by pomóc dzieciom prawidłowo się rozwijać, a w efekcie pewnie wejść w dorosłe życie – mówi Barbara Rajkowska, Dyrektor Krajowa Stowarzyszenia SOS Wioski Dziecięce w Polsce.

Innym przykładem produktów społecznie zaangażowanych, które wspierają cele Stowarzyszenia są produkty Procter&Gamble w ramach akcji „Czyste pomaganie”. W czerwcu br. konsumenci kupując produkty Fairy, Ariel, Vizir, Lenor, Ambi Pur w sklepach Kaufland pomogli sfinansować posiłki dla potrzebujących dzieci. ●



HOW CAN A PRODUCT HELP?

BASED ON THE EXAMPLE OF SOS CHILDREN'S VILLAGES POLAND

More and more often companies come to us with their own vision and idea of co-operation but they also more willingly listen to the Association's needs. We can observe a great increase of interest in terms of socially engaged products. Companies want to follow this direction as they know that consumers are keen to choose products which may change for the better the situation of children in need.

One of the examples of co-operation between SOS Children's Villages Poland and companies is the campaign "You buy – you help!" – run by Henkel and the Kaufland supermarket chain. This year the campaign lasted from August to October and the sales income from

Henkel products (cosmetics, washing and cleaning products) is to be spent on children's development and education. Owing to the collected amount children under the Association's care in Siedlce and Biłgoraj can participate in language classes planned throughout the entire year. The gathered money also allowed to finance the purchase of didactic materials used during the classes.

Such type of co-operation is of significant importance to our Association. It should be emphasized that children who land in our care quite often have problems with reading, writing and even speaking. These circumstances require from us great effort in order to help children develop in a normal manner and as a result enter the adult life with confidence – says Barbara Rajkowska, the National Director of SOS Children's Villages Poland.

Another example of socially engaged products, which support the Association's objectives, are Procter&Gamble products within the "Pure helping" campaign. In June 2019 by buying products branded Fairy, Ariel, Vizir, Lenor, Ambi Pur in Kaufland supermarkets consumers contributed to funding meals for children in need. ●

STOWARZYSZENIE SOS WIOSKI DZIECIĘCE W POLSCE TO ORGANIZACJA DOBROCZYNNA, KTÓRA OPIEKUJE SIĘ OPUSZCZONYMI I OSIEROCONYMI DZIEĆMI ORAZ TYMI Z RODZIN W KRYZYSIE W RAMACH PROGRAMU „SOS RODZINIE”. STOWARZYSZENIE DZIAŁA W POLSCE OD 35 LAT I MA JUŻ POD OPIEKĄ 1530 DZIECI I MŁODZIEŻY. JEST CZĘŚCIĄ MIĘDZYNARODOWEJ ORGANIZACJI SOS CHILDREN'S VILLAGES DZIAŁAJĄCEJ W 136 KRAJACH.

SOS CHILDREN'S VILLAGES IN POLAND IS A CHARITY ORGANISATION TAKING CARE OF ABANDONED AND ORPHANED CHILDREN AS WELL AS THE ONES FROM FAMILIES IN CRISIS WITHIN THE "SOS FOR THE FAMILY" PROGRAMME. THE ASSOCIATION HAS BEEN OPERATING IN POLAND FOR 35 YEARS AND TAKES CARE OF 1530 CHILDREN AND YOUTH. IT IS A PART OF THE INTERNATIONAL ORGANISATION SOS CHILDREN'S VILLAGES INTERNATIONAL WHICH OPERATES IN 136 COUNTRIES.



SZLACHETNA PACZKA

CZYLI EMPLOYER BRANDING, KTÓRY POŁĄCZY MILENIALSÓW I POKOLENIE BABY BOOMERS

Firmy w najbliższej przyszłości muszą zmierzyć się z wieloma wyzwaniami w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi – od kryzysu w procesach rekrutacyjnych przez odpowiedni dobór benefitów i systemów motywacji po strategię radzenia sobie z gigantycznym rozwojem technologii.

Do tego jeszcze społeczeństwo o wzrastającej średniej długości życia. O tym, co to w praktyce oznacza, mówiła Evrim Kuran z Universum Global podczas Employer Branding Summit 2019 w Warszawie. Coraz częściej spotykamy zespoły pracowników, których dzieli całe pokolenie. A czasem nawet nie jedno. W tej samej firmie możemy mieć ludzi dopiero zaczynających swoją karierę i takich, którzy mają już kilkadziesiąt lat doświadczenia. Jedni i drudzy mają swoje potrzeby, swoją wizję pracy i swoje przekonania. Coraz częściej pracodawcy szukają punktu zaczepienia, który połączy te różne perspektywy.

Część firm decyduje się zaangażować pracowników w Wolontariat Pracowniczy ze SZLACHETNĄ PACZKĄ, żeby umożliwić im doświadczenie czegoś, co będzie zarówno budziło zaufanie pracowników u progu emerytury jak i będzie na tyle atrakcyjne, żeby „porwać” pracowników stawiających swoje pierwsze kroki na rynku.

MILENIALSI VS BABY BOOMERS, CZYLI JAK TO BYWA W ŻYCIU CODZIENNYM

Jeden z przedstawicieli pokolenia Baby Boomers (urodzony w okresie powojennym, ceniący sobie poczucie bezpieczeństwa w pracy, pracujący w jednej firmie przez większość swojej aktywności zawodowej, świadomy tego jak wiele za-



PAULINA KOZUB-CHWASTEK

Specjalista ds. Współpracy z Biznesem,
Stowarzyszenie WIOSNA
Business Cooperation Specialist,
Stowarzyszenie WIOSNA

wdzięcza swojej ciężkiej pracy) w poniedziałkowy poranek przy kawie spotyka przedstawiciela pokolenia Milenialsów, który może popracuje w obecnej firmie kilka miesięcy albo rok, a potem poszuka „nowych wyzwań”.

Ten pierwszy robi sobie kawę latte z dobrego ekspresu (mając świadomość, że jego rodzice w ogóle nie mieli kawy w swoim zakładzie pracy) i pędzi do obowiązków, które na niego czekają. Ten drugi robi sobie czarną kawę w kolorowym kubku promującym jedną z akcji społecznych, z którą się utożsamia i publikuje post na Instagramie o tym, że pracuje w firmie, która dla swoich pracowników kupuje ziarna wyłącznie z plantacji fair-trade. Pytanie brzmi: czemu ze sobą nie pogadali?

Możliwe, że Baby Boomer uważa, że pracuje ciężko i to decyduje o jego wartości na rynku. Ale i w życiu. Możliwe, że Milenials uważa, że nie chodzi o to, żeby pracować ciężko, ale żeby dzięki swojej pracy mieć wpływ na świat. Możliwe, że Baby Boomer uważa, że warto być cierpliwym i czasami owoce pracy widać po dłuższym czasie. Możliwe, że Milenials chce każdego dnia zmieniać świat. I to już! Możliwe, że Baby Boomer chce mieć poczucie bezpieczeństwa i lubi jak wszystkie procesy w firmie są solidnie przemyślane i niezmiennie. Możliwe, że Milenials ceni sobie poznawanie ciągle nowych ludzi, a kolejnego pracodawcy szuka wpisując w wyszukiwarkę słowo „Agile”.

I co teraz?

PRACA Z SENSEM ŚWIATOWYM TREND

Deloitte co roku publikuje raport „Global Human Capital Trends”, w którym analizuje 10 światowych trendów HR. Komentując ten ostatni z 2019 roku, pisze „Pracownik, to przede wszystkim człowiek – jego oczekiwania, obawy i potrzeby, znajdują się w centrum uwagi i stają kluczowym motorem zmian w firmie, w której pracuje.” Deloitte podkreśla jak ważne są indywidualne aspiracje pracowników i sens wykonywanych przez nich zadań. Czy taki trend widoczny jest wyłącznie wśród Milenialsów? Zdecydowanie nie.

CSR

CSR, Społeczna Odpowiedzialność Biznesu, Wolontariat Pracowniczy to hasła coraz częściej pojawiające się w uży-

Szlachetna Paczka jest wspierana m. in. przez wolontariuszy z firm: BNP Paribas, Kompanii Piwowarskiej, Cisco i Google

The Noble Gift is patronized a.o. by volunteers from companies: BNP Paribas, Kompania Piwowarska, Cisco and Google



ciu. Oliwą do ognia był raport naukowców z Breakthrough National Centre for Climate Restoration ostrzegający przed nadciągającymi zmianami klimatycznymi, który niektóre media skomentowały jako „Koniec świata w 2050 roku”. Zaczęła się panika. W sieci pojawiło się mnóstwo wpisów o tym, jak na co dzień możemy przyczynić się do ratowania naszej planety. Zarówno influencerzy jak i pospolici użytkownicy social mediów przescigali się w ogłaszaniu jak przestają używać foliowych reklamówek, nie kupują nowych ubrań, zawsze mają ze sobą wielorazowy bidon na wodę czy przestają jeść mięso. Maciej Orłoś wrzucił na swojego fanpage’a zdjęcie pokazujące jak łapie się za głowę, a powyżej komentarz: „Jestem załamany sobą, dałem plamę – wziąłem jedzenie na wynos w tym plastikowym koszmarnym opakowaniu i jeszcze pozwoliłem, żeby mi to wsadzili w foliówkę!” Czy to nie brzmi znajomo?

Milenials zakasa rękawy i zastanawia się jak dołożyć od siebie cegiełkę, żeby jednak uratować świat, żeby być lokalnym bohaterem, żeby mieć wpływ.

Czy kolega Baby Boomer w ogóle nie słyszał o tym, że jesteśmy w niebezpieczeństwie? Czy nie obchodzi go przyszłość jego dzieci i wnuków? Czy nie zamierza podjąć walki, nawet jeżeli z góry ma ona małe szanse na powodzenie?

Nie. Kolega Baby Boomer od zawsze uważa, że trzeba dbać o świat wokół siebie i pomagać innym. On już od swoich dziadków słyszał, że „dobro wraca” i że trzeba troszczyć się o swoją małą ojczyznę. Tyle tylko, że nie nazywa tego „ratowaniem planety”. No i nie wrzuca zdjęć na Instagrama.

SZLACHETNA PACZKA I ZMIENIANIE ŚWIATA

18 lat temu w naszym kraju powstała akcja społeczna, która rozrosła się do rozmiarów ogólnopolskich. W ostatnim roku 560 tysięcy osób z całej Polski przekazało Paczki prawie 17 tysiącom Rodzin o łącznej wartości 47 milionów złotych. Dlaczego? Dlatego, że uwierzyli, że nie warto drugiemu człowiekowi dawać ryby. Nie warto też dawać wędki. Uwierzyli, że warto budować w innych mentalność wędkarza. Zgodnie z ideą SZLACHETNEJ PACZKI chcieli pomóc ludziom, którzy mają w sobie bohaterską postawę, chcą sami sobie radzić w życiu, ale chwilowo napotkali jakieś trudności, które im w tym przeszkodziły.

KTO ROBI PACZKĘ?

Paczkę robią co roku ludzie, którzy chcą zmieniać świat na lepsze, chcą mieć

wpływ na społeczeństwo, na przyszłość swojego kraju. Ludzie, którzy wierzą, że jeśli dbamy o innych i pomagamy im w trudnych chwilach, to żyjemy w lepszym świecie. I nasze dzieci będą miały lepiej.

Pokolenie Baby Boomers podchodzi do tego bardzo naturalnie – znali i nadal znają ludzi, którym w życiu coś poszło nie tak. Czują też upływający czas i tym chętniej przygotowują pomoc dla seniorów. Pamiętają lata, kiedy byli młodzi i dopiero zaczynali zarabiać. Nie było łatwo, tym bardziej jak pojawiły się dzieci. A jeśli jeszcze komuś urodziło się chore, to bez pomocy innych nie daliby rady. Dlatego chętnie przygotowują też pomoc dla rodzin z dziećmi. I życzą im, żeby żyło im się łatwiej.

A Milenials? Oni lubią wyzwania. Jak trzeba dostarczyć Paczki do starszej pani w odległej wiosce w górach, to podejmą się tego. Zorganizują pana z trakto-rem i dla wielu będzie to nawet bardziej atrakcyjne niż start w ekstremalnym biegu z przeszkodami. Milenials przeczytali też o kampanii „Giving Pledge”, którą rozpoczął Bill Gates i marzą o tym, żeby połowę swojego majątku przekazać kiedyś na cele charytatywne. A póki co jak zaczynają się przygotowania do Finału Paczki, to świetnie odnajdują się w organizowaniu spektakularnej pomocy



dla potrzebujących, namawianiu swoich znajomych do przyłączenia się, a jest też szansa, że domowym sposobem zrobią szybko aplikację mobilną, która ułatwi podział zadań i zakup wszystkich potrzebnych elementów do Paczki dla wybranej Rodziny. ●

SZLACHETNA PACZKA

EMPLOYER BRANDING WHICH CONNECTS MILLENNIALS AND THE BABY BOOM GENERATION

In the near future companies will face a large number of challenges in the area of HR management – from a recruitment process depression, through choosing adequate benefits and incentive schemes, up to strategies of handling the gigantic technology development.

Let's add to those the society of an increasing life expectancy. Evrim Kuran from Universum Global spoke about its practical meaning during Employer Branding Summit 2019 in Warsaw. There are more and more situations when staff members' age differs by whole generation. Sometimes more than one generation. In the same company there may be employees who are just starting their careers and ones who have years of work experience. Both groups have their needs, their work prospects, and their beliefs. More often employers must search for an anchor point which will connect those two different perspectives.

Some businesses decide to engage the employees in Employee Volunteering Programs with NOBLE GIFT which gives the companies the opportunity to win the trust of almost retiring employees and is still attractive enough for the new ones.

MILLENNIALS VS BABY BOOMERS, IN OTHER WORDS, WHAT IT'S LIKE IN EVERYDAY LIFE.

During coffee break on Monday morning a Baby Boomer (born in the postwar period, values work complacency, has worked for the same company for majority of their

professional activity, aware of how much of their success they owe to their hard work) meets a Millennial, who will stay in their current job for few months or maybe a year, then will be looking for *new challenges*.

The first one prepares a latte from a fine coffee machine (bearing in mind that their parents never experienced coffee at their work) then rushes to their work duties which are already waiting for them. The other one chooses black coffee in a colorful mug promoting one of the social initiatives they associate with and uploads a photo on Instagram sharing the news that they work for a company which gets their employees coffee beans only from fair-trade plantations. The question is: why didn't they talk to each other?

Maybe the Baby Boomer believes that their hard work determines their market pricing. Their private life pricing too. Maybe the Millennial thinks that having a job isn't about working hard but about influencing the world. Maybe the Baby Boomer believes it is important to be patient because sometimes the fruits of one's work are only seen after long time. Maybe the Millennial wants to change the world every day. Right now! Maybe the Baby Boomer wishes for sense of security and likes that all work processes are decently thought through and persistent. Maybe the Millennial values meeting new people and *Agile* is what they type in searching for a potentially new employer.

What now?

MEANINGFUL WORK AS A GLOBAL TREND.

Deloitte annually posts a *Global Human Capital Trends* report in which they analyze top ten of global HR trends. In reference to the report from 2019, it reads 'The Employee is primarily a human – our main focus is on their expectations, fears and needs which are also the key factors when implementing changes in the company I work for'. Deloitte emphasizes how important for them are individual employees' aspirations and meaningfulness of their work. Is that trend distinguishable only among Millennials? Absolutely not.

CSR

CSR, Corporate Social Responsibility, Employee Volunteering Programs are the most commonly heard phrases.



The scientific report from Breakthrough National Centre for Climate Restoration fueled the flames by warning people against imminent climate changes which some media commented as 'End of the world by 2050'. The panic began. Many articles showed up online about how every person may daily contribute to saving our planet. Influencers as well as typical social media users competed with each other about not using plastic bags, not buying new clothes, always carrying a reusable water bottle or not eating meat. Maciej Orłoś posted a picture on his fanpage which featured him holding his head and a comment 'I'm heartbroken, I messed up – I ordered a meal to go packed in this awful plastic container and I allowed them to put it into a plastic bag too!'. Doesn't it sound familiar?

The Millennial is already rolling up the sleeves and wondering what they can do to save the world, to be a local hero, to have an impact.

Hasn't the Baby Boomer heard that the planet is in great danger? Don't they care about their children's and grandchildren's future? Won't they join



the fight even if there are small chances it will make a change?

No. The Baby Boomer has always thought that it's important to take care of their surroundings and help other people. They have already heard from their grandparents that 'goodness pays back' and that it's crucial to care about one's little homeland. The difference is they don't call it *saving the world*. And also, they don't do Instagram.

NOBLE GIFT AND CHANGING THE WORLD

Eighteen years ago, in our country a small social initiative was established which then grew and expanded into whole Poland. Last year 560 thousand people from all around Poland donated Gifts for almost 17 thousand Families worth a total of 47 million PLN. Why? Because they believed that helping is not about giving a fish. Neither it is about giving a fishing rod. Those people believed that it is worth to shape a fisherman mentality. According to the NOBEL GIFT's vision those Donors wanted to help people who are brave

and willing to handle life on their own but at the moment have some trouble doing so.

WHO MAKES THE GIFT?

Annually the Gift is made by people who want to make the world a better

place, who want to have an impact on society and on their country's future. People who believe that if we care about others and help them through the tough times, it means we live in a better world. And that our children will have better lives.

The Baby Boom generation approaches that case very naturally – they knew and still know people who don't manage well in their lives. Also, Baby Boomers feel the passing time that's why they are willing to help senior citizens. They remember when they were younger and starting their first jobs. It wasn't easy especially when they had kids. And if a child was born unwell or disabled, parents wouldn't make it without any help. Those are the reasons why Baby Boomers are eager to help other families with children. They wish the Families had better, easier lives.

And Millennials? They love challenges. If there is a Gift what needs to be delivered to an old lady in a faraway village – they will do it. They will get a man with a tractor to help them and many of them will find that task more attractive than an extreme obstacle race. Millennials read about the *Giving Pledge* campaign which was kick-started by Bill Gates and they dream about donating half of their future fortune to charity. But for now, when preparing for the NOBLE GIFT's Finale they do amazing job organizing help for needing ones, convincing their friends to join them. There is also a chance they will create a mobile app which will simplify sharing duties and buying all the Gift's essentials for a Family of choice. ●



JAK LETNIA INTEGRACJA TO TYLKO Z EC!

12 września w Warszawie Klubowicze i zaproszeni goście wzięli udział w spotkaniu na zakończenie sezonu wakacyjnego „Executive Summer Party” organizowanym przez Executive Club. Ideą wydarzenia była integracja biznesowa w nieformalnej atmosferze, wymiana doświadczeń, zdobywanie wiedzy i nowych umiejętności.

Spotkanie otworzyło wystąpienie Beaty Radomskiej – Prezes Executive Club, która przypomniała minione konferencje branżowe i spotkania klubowe oraz zapowiedziała zbliżające się wydarzenia.

Uczestnicy mieli okazję wysłuchać prezentacji o sztuce wystąpień publicznych, którą przedstawił Pan Adam Sanocki, Prezes Zarządu Attention Marketing. Po części merytorycznej przyszedł czas na zabawy i występy taneczne na scenie. Najodważniejsi klubowicze uczyli się kroków popularnych tańców z Artur Murray Dance Studio Warsaw, a ponad dwudziestu szczęśliwców wylosowało nagrody przygotowane przez firmę Wittchen.

Na koniec dnia uczestnicy mogli rozkoszować się orzeźwiającymi napojami i wspaniałą kuchnią na łonie natury. ●

“Executive Summer Party” organized by the Executive Club. The idea of the event was business integration in an informal atmosphere, exchange of experience, gaining knowledge and new skills.

The meeting was opened by the speech of Beata Radomska – President of the Executive Club, who recalled past industry conferences and club meetings and announced upcoming events.

Participants had the opportunity to hear a presentation about the art of public speaking, which was presented by Mr. Adam Sanocki, President of the Management Board of Attention Marketing. After the substantive part, it was time for fun and dance performances on the stage. The bravest clubbers learned the steps of popular dances with Artur Murray Dance Studio Warsaw, and more than twenty lucky people drew prizes prepared by the Wittchen company.

At the end of the day, participants could enjoy refreshing drinks and great cuisine in the bosom of nature. ●

ORGANIZATOR:
Executive Club

PARTNERZY:
Algotech, Alior Bank Private Banking, Attention Marketing, Lyreco Polska, Pocztylion-Arka PTE SA, Vivus Finance, Wittchen

SUMMER INTAGRATION ONLY WITH EC!

On September 12 in Warsaw, Club Members and invited guests took part in the meeting at the end of the





FIRMA PONAD GRANICAMI

JAK ODNIEŚĆ SUKCES NA MIĘDZYNARODOWYCH RYNKACH?

18 września w hotelu Bristol odbyła się pierwsza powakacyjna debata klubowa. Osią tematyczną wydarzenia była dyskusja panelowa zaproszonych ekspertów dotycząca ekspansji polskich firm na zagraniczne rynki. Patronat Honorowy na tym wydarzeniem objęło Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych.

Część merytoryczną debaty zainaugurowało wystąpienie Cezarego Pietrasika, założyciela i CEO Healthdom – statrupu z branży Tech – Med z siedzibą w Dolinie Krzemowej. Jest to zindywidualizowana platforma prewencji medycznej, która określa kiedy i co badać żeby nie chorować na podstawie kodu genetycznego, danych behawioralnych i ankiety. Mówca zarysował również środowisko biznesowe w USA, które znacznie różni się od tego, które znamy z Europy. Nie ma tam np. zakazu konkurencji i pracownik w każdej chwili może założyć start-up w tej samej branży. Poszczególne stany są niczym osobne rynki. Przykładowo w Arizonie nie wolno rozwijać działalności telemedycznej, gdyż uniemożliwia to silne lobby „tradycyjnych” lekarzy. Bardzo mocno rozwinięte są również wszelkiego rodzaju akceleratorzy biznesu na uczelniach, które są bezpłatne i gwarantują znajomości oraz sponsorów. Rynek natomiast jest bardzo głęboki, co umożliwia znalezienie egzotycznej z naszej perspektywy niszy np. firma warta 1,7 mld USD zajmująca się

utrzymywaniem porządku w księgach udziałowców. Dodatkowo w przypadku branży medycznej ze względu na złożoność amerykańskiego systemu opieki zdrowotnej, jest wiele punktów wejścia na ten rynek.

Następnie nadszedł czas na panel dyskusyjny, którego moderatorem był prof. SGH, dr hab. Roman Sobiecki – Dziekan Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie, Szkoła Główna Handlowa. Do dyskusji zaproszeni zostali: Paweł Dziekoński – Wiceprezes Zarządu Kazar, Jarosław Jankowski – Dyrektor ds. rozwoju, Fracht FWO Polska, Jarosław Jaworski – Prezes Zarządu, Coface w Polsce, Maciej Pyrka – Country Manager Emirates na Polskę, prof. Jerzy Witold Pietrewicz – Kierownik Zakładu Analizy Rynków, Kolegium Nauk o Przedsiębiorstwie, Szkoła Główna Handlowa. Na wstępie paneliści zgodnie wskazali na Afrykę i Dubaj jako najbardziej perspektywiczne kierunki ekspansji polskich firm. Rynki te posiadają wiele punktów wejścia i są bardzo chłonne. Dla przykładu Dubaj będący pustynnym krajem kupuje dużo piasku, gdyż ich własny nie nadaje się do użytku w budownictwie. Po poznaniu lokalnych zwyczajów, specyfiki rynkowej, ograniczeń i skorzystania z usług np. wywiadowni gospodarczej pozostaje do zrobienia jedna, bardzo istotna według ekspertów rzecz. Jest nią posiadanie na miejscu swojego człowieka. Taka osoba pozna rynek osobiście oraz dołączy do

jak to określili mówcy „lokalnych mafii”, czyli nawiąże kontakty z kluczowymi podmiotami gospodarczymi i biznesowymi. W skrócie pozna dogłębnie środowisko biznesowe.

Ważnym blokiem tematycznym była również pomoc państwa w ekspansji zagranicznej. Paneliści zgodnie stwierdzili, że to czego brakuje obecnie to bank eksportowy, który podążałby za polskimi firmami na rynki zagraniczne i ubezpieczał je finansowo. Takie wsparcie jest niezbędne, gdyż jak to zostało powiedziane w panelu: „za granicą konkurencja już jest i nikt tam na nas nie czeka, należy więc robić wszystko, aby ją gonić”. ●

ORGANIZATOR:
Executive Club

PATRONAT HONOROWY:
Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych

PARTNERZY:
Emirates, Fracht FWO Polska, Kazar Group, Polska Agencja Inwestycji i Handlu

GŁÓWNY PATRON MEDIALNY:
Manager



A COMPANY ACROSS BORDERS

HOW TO SUCCEED ON INTERNATIONAL MARKETS

The first club debate after summer vacation took place on September 18 at Bristol Hotel. The axis of the event was a panel discussion featuring the invited experts, focused on the expansion of Polish companies to foreign markets. The event took place under the Honorary Patronage of the Family Enterprise Initiative Association (Stowarzyszenie Inicjatywa Firm Rodzinnych).

The content-oriented part of the debate was inaugurated by a speech given by Cezary Pietrasik, founder and CEO of Healthdom – a start-up from the Tech-Med industry based in Silicon Valley. It is an individualized medical prevention platform utilizing genetic information, behavioral data, and a survey to determine when and what to examine in order not to fall ill. The speaker also outlined the business environment in the US, which is significantly different from what we are used to in Europe. For example, there are no non-competition laws, so employees

are free to start their own start-ups in the same industry at any time. Individual states are like separate markets. In Arizona, for instance, telehealth services cannot be developed because of a strong lobby of “traditional” doctors. There are also very well developed business accelerators at universities, which are free of charge and guarantee good acquaintances and sponsors. The market, on the other hand, is very deep, which makes it possible to find a niche which is very exotic from our perspective, e.g. a company worth USD 1.7 billion focuses on maintaining order in share registers. When it comes to the medical industry, due to the complexity of the American healthcare system, this market has numerous entry points.

The next point on the agenda was a discussion panel moderated by prof. SGH, dr hab. Roman Sobiecki – Dean of the Collegium of Business Administration, Warsaw School of Economics; His panelists were: Paweł Dziekoński – Vice President of the Management Board at Kazar, Jarosław Jankowski – Manager for Business Development at Fracht FWO Polska, Jarosław Jaworski – President of the Management Board at Coface in Poland, Maciej Pyrka – Country Manager for Poland at Emirates, prof. Jerzy Witold Pietrewicz – Head of the Department of Market Analysis, Collegium of Business Administration, Warsaw School of

Economics. At the very beginning the panelists unanimously pointed to Africa and Dubai as the most promising directions of expansion for Polish companies. These markets have many entry points and are very absorbent. Dubai, for example, is located in a desert, but it still purchases a lot of sand because the local sand is not suitable for use in construction. After learning the local customs, market characteristics, restrictions, and using the services of, for example, a credit information company, only one thing – very important in the opinion of our experts – remains to be done. Namely, to have a representative on-site. Such a person can get to know the market directly and join what the panelists referred to as the “local mafia”, i.e. establish contacts with the key economic and business entities. In a nutshell, they’ll gather in-depth knowledge about the business environment.

Another important thematic segment was state aid in foreign expansion. The panelists agreed that what is currently missing is an export bank that would follow Polish companies to foreign markets and support them financially. Such support is necessary, because, as it was stated in the panel, “the competition is already abroad and nobody is waiting there for us, so we need to do what we can to keep up.” ●







PRZEDSIĘBIORSTWA NA CYFRYZACYJNYM ROZDROŻU

DEBATA „DIGITAL PEOPLE. TRENDY I TECHNOLOGIE, KTÓRE ZMIENIAJĄ BIZNES”

Ostatnia w tym roku debata klubowa miała wyjątkową formułę gdyż mieliśmy przyjemność współorganizować ją z firmą BDO Technology. Tradycyjnie już ugościł nas hotel Bristol a wszystko miało miejsce 16 października. Patronat Honorowy nad wydarzeniem objęło Ministerstwo Cyfryzacji.

Przed częścią merytoryczną miały miejsce dwa wystąpienia. Pierwsze z nich wygłosiła Prezes Zarządu BDO Technology, Pani Joanna Bańkowska, która zaprezentowała wyniki ankiety „Digital People”. Było to badanie obrazujące poziom zaawansowania firmy będącej w trakcie cyfrowej transformacji. Z badania wynikało m.in. że pierwszym krokiem, który świadczy o postępującej transformacji jest korzystanie z chmury a kolejnym z mobilnej aplikacji firmowej. Podstawową barierą przed implementacją zmian są finanse i nie dostrzeganie takiej potrzeby w efekcie czego ok. 20% organizacji w ogóle nie bierze udziału w tych przemianach.

Podczas drugiego wystąpienia Pan Grzegorz Mandziuk, Lead Business Developer, Gamfi wprowadził gości w grywalizację. Poprzez wykonywanie misji za pomocą aplikacji goście przybliżali sobie temat Digital People oraz zdobywali punkty, które finalnie przełożyły się na atrakcyjne nagrody.

Następnie nadszedł czas na panel dyskusyjny, którego moderatorem była dr Monika Mizielińska-Chmielewska, Ekspert w obszarach Innowacje i Smart City, Media Trend a na scenę zaprosiła następujących panelistów: Renata Filipek-Ba-

ryłowska – Członek Zarządu, CodersTrust Polska, Rafał Bednarek – Wiceprezes Biura Informacji Kredytowej, Monika Kulińska – Członek Zarządu, Aviva, Paweł Makowski – Założyciel UseCrypt, Sławomir Michalik – CTO, Wiceprezes, Omnilogy oraz Bogusław Tobiasz – Regional IT & Digital Innovation Director CEE, Bayer. Dyskusja rozpoczęła się od tematu rynku pracy przyszłości. Firmy aktywnie szukają działań rozwojowych dla swoich pracowników w trosce o jak najwyższe ich kompetencje. Języki programowania stają się podstawą dla wszystkich pracowników a ich znajomość jest porównywana ze znajomością języka angielskiego. Zmienia się również czas pracy i forma zatrudnienia. Obserwując aktualne trendy praca etatowa znacznie zanika na rzecz pracy projektowej/freelancu. Szacuje się również, że 65% osób urodzonych po 2007 roku wejdzie na rynek pracy nie wiedząc jeszcze w jakich zawodach będą pracować, bo tych zawodów jeszcze nie ma. Kolejnym tematem dyskusji były wyzwania, które stopniowo pojawiają się we współczesnym świecie. Jednym z nich jest starzejące się społeczeństwo, które już teraz wymaga dostosowywania i odpowiedniego planowania produkcji żywności. Szacuje się, że w 2050 roku na naszej planecie ma być 10 mld ludzi a areal uprawny mniejszy niż obecnie wobec postępującego ocieplenia klimatu. Wszystko to wymusza zwiększenie efektywności produkcji żywności i automatyzowanie jej za pomocą np. dronów nawadniających czy wykrywających choroby roślin.

Płynnie przeszliśmy do drugiego panelu dyskusyjnego, którego moderatorem był prof. Piotr Płoszajski z Katedry Teorii Zarządzania, Szkoła Główna Handlowa a do dyskusji zaprosił następujących panelistów: Joanna Bańkowska – Prezes Zarządu, BDO Technology, prof. Jacek Leśkow – Dyrektor NASK – Państwowy Instytut Badawczy, Piotr Sornat – Digital Transformation Executive, IT-Dev, Jacek Szczepański – Wiceprezes, Atende SA. Pierwszym tematem był rozwój nowych technologii jako wielkiego koła zamachowego gospodarki. Jako przykład podano bardzo zaawansowane centra badawcze

ORGANIZATORZY:

Executive Club, BDO Technology

PATRONAT HONOROWY:

Ministerstwo Cyfryzacji

PARTNERZY:

Alfavox, Atende, Biuro Informacji Kredytowej, IT-Dev, Nokia, Omnilogy, Usecrypt

PATRONI:

Brytyjsko-Polska Izba Handlowa, Coders Trust Polska, Izba Gospodarki Elektronicznej, Gamfi, Instytut Rozwoju Społeczeństwa Informacyjnego, Cyfrowy Urząd PL, Krajowa Izba Gospodarcza Elektroniki i Telekomunikacji, Polska Izba Informatyki i Telekomunikacji, Polska Izba Radiodifuzji Cyfrowej, Stowarzyszenie Inżynierów Telekomunikacji

GŁÓWNY PATRON MEDIALNY:

Manager



w Meksyku zlokalizowane nawet w najbiedniejszych regionach. Duży nacisk powinno się kłaść również na rozwój technologii energetycznych aby w pełni wykorzystać potencjał jaki niesie ze sobą rewolucja cyfrowa. Według panelistów sam termin rewolucji cyfrowej ma sens tylko wtedy gdy odbywa się to na wszystkich poziomach organizacji w myśl angielskiego powiedzenia „from board room to mail room”. Dyskutowano również o samym terminie „sztuczna inteligencja” gdyż istnieją sieci neuronowe, które potrafią poszukiwać we wszystkich wzorców ale nie ma to nic wspólnego z inteligencją. Za podsumowanie dyskusji panelowych może służyć cytata autorstwa Alvina Tofflera przytoczony przez jednego z panelistów, który powiedział iż „analfabetą XXI wieku będzie ten kto się nie umie uczyć, odczytać i nauczyć na nowo”. ●

COMPANIES AT A DIGITAL CROSSROADS

“DIGITAL PEOPLE. TRENDS AND TECHNOLOGIES THAT CHANGE BUSINESS” DEBATE

The last club debate this year was unique, as we had the pleasure of co-organizing it with BDO Technology. It was held on October 16 at the Bristol Hotel, our traditional venue. The event was organized under the honorary patronage of the Ministry of Digital Affairs.

The content-oriented part was preceded by two speeches. The first one, by Joanna Bańkowska, President of the Board of BDO Technology, presented the results of the “Digital People” survey. It was a study showing the progress of a company undergoing digital transformation. The study showed, among others, that the first step indicating progressive transformation is the use of the cloud, the second one being the use of a company mobile application. The main barriers to implementing the changes are money and failure to see their importance, as a result of which approx. 20% of organizations do not take part in these transformations at all.

During the second speech Grzegorz Mandziuk, Lead Business Developer at Gamfi, introduced the concept of gamification. By completing missions in an app the guests learned about the topic

of Digital People and earned points that ultimately translated into attractive prizes.

Next there was a discussion panel moderated by dr Monika Mizelińska-Chmielewska, Expert on Innovation and Smart Cities at Media Trend, who invited the following panelists to the stage: Renata Filipek-Baryłowska – Member of the Board, CodersTrust Polska, Rafał Bednarek – Vice President of the Credit Information Bureau, Monika Kulińska – Member of the Board, Aviva, Paweł Makowski – Founder of UseCrypt, Sławomir Michalik – CTO, Vice President, Omnilogy, and Bogusław Tobiasz – Regional IT & Digital Innovation Director CEE, Bayer. The discussion first focused on the labor market of the future. Companies are actively looking for development activities for their employees in order to provide them with the highest competences possible. The knowledge of programming languages is becoming crucial for all employees, similarly to the knowledge of English. Work times and forms of employment are also changing. According to the latest trends, full-time work will begin to decline in favor of project/freelance work. It is also estimated that 65% of people born after 2007 will enter the labor market not knowing the jobs they will end up doing, because these jobs do not exist yet. The next topic of the discussion was the challenges that gradually appear in the modern world. One of them is the aging society, which already requires the adaptation and proper planning of food production. It is estimated that in 2050 there will be 10 billion people on our planet, while the available arable land will be smaller

than now due to the progressing global warming. All this requires an increase in food production efficiency as well as the use of automation, e.g. drones for irrigation or plant disease detection.

Then we smoothly moved on to the second discussion panel, moderated by prof. Piotr Płoszajski from the Department of Management Theory, Warsaw School of Economics, who invited the following panelists to the discussion: Joanna Bańkowska – President of the Board, BDO Technology, prof. Jacek Leśkow – Director of NASK – National Research Institute, Piotr Sornat – Digital Transformation Executive, IT-Dev, Jacek Szczepański – Vice President, Atende SA. The first topic was the development of new technologies as the great flywheel for the economy. One example given were the highly advanced research centers in Mexico, located even in the poorest regions. Great emphasis should also be put on the development of energy technologies to fully utilize the potential of the digital revolution. The panelists stated that the term “digital revolution” only makes sense if it takes place at all organizational levels, according to the English saying “from board room to mail room”. The notional of “artificial intelligence” was discussed as well – there are already neural networks that can look for patterns in everything, but it still has nothing to do with intelligence. The discussion panels can be summarized with the quote by Alvin Toffler mentioned by one of the panelists: “The illiterate of the 21st century will not be those who cannot read and write, but those who cannot learn, unlearn, and relearn” ●







Two women in business attire are standing and talking. One woman is holding a glass. They are both wearing lanyards.



NOWOCZESNY PRZEMYSŁ W PIGUŁCE



23 października w hotelu Sheraton Grand Warsaw odbyła się konferencja Top Industry Summit pod patronatem honorowym Ministerstwa Cyfryzacji oraz Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju. Trzy panele dyskusyjne, trzy wystąpienia oraz dziewięć rozdanych „Diamentów Top Industry” to jedynie skrót z tego, co się działo podczas VIII edycji konferencji.

Część merytoryczną otworzyło wystąpienie Roberta Dzierzgwy, Dyrektora Departamentu Strategii Rozwoju w Ministerstwie Inwestycji i Rozwoju na temat kondycji oraz prognoz dla sektora przemysłu. Dyrektor zwrócił uwagę na to, że powinniśmy iść w kierunku robotyzacji procesów produkcji, ponieważ niedostatek zasobów w niektórych obszarach powoduje, że bez tej rewolucji nie uda się osiągnąć wzrostu produktywności i konkurencyjności polskiego przemysłu. Bez rewolucji 4.0 nie będzie również możliwe przejście na wyższy poziom w łańcuchu wartości dodanej.

Osią tematyczną pierwszej z nich były fabryki przyszłości. Paneliści zgodnie stwierdzili, że przemysł 4.0 to nie tylko współistnienie maszyn, robotów i człowieka. Składa się na niego 11 technologii, do których zostały dodane ostatnio komputery kwantowe. Następuje też konieczność myślenia o zakładzie produkcyjnym jako jednym elemencie. Ujednoliciła się technologie i języki komunikacji pomiędzy wszystkimi elementami składowymi przedsiębiorstwa. Postępująca automatyzacja wypycha jednak z rynku coraz więcej osób co sprawia, iż pozostają tylko nieliczni – elastyczni intelektualnie. Są zakłady produkcyjne w Japonii, w których na 100 pracowników przypada 80 robotów. Dla porównania średnia w Polsce to 36 robotów na 10 000 pracowników. Podsumowując ten panel można powiedzieć, że rewolucja 4.0 to ewolucyjna zmiana technologiczna, której efekt jest rewolucyjny.

Drugi panel dyskusyjny pt. „Przemysł 4.0 w logistyce” zainaugurował Pan Mar-

cin Szczebak, Advanced Logistics Consultant, Metroplan Polska, który przybliżył pojęcie Przemysłu 4.0 w oparciu o badanie Światowego Forum Ekonomicznego z 2018 roku. Stwierdza ono, że 70% przedsiębiorstw produkcyjnych znajduje się na samym początku przemian związanych z Przemysłem 4.0. To właśnie w tej branży oraz w branży budowlanej jest największe pole do działania, gdyż uchodzą one za najmniej zdigitalizowane w Europie. Już teraz przedsiębiorstwa testują rozwiązania dbające o bezpieczeństwo kierowców, jak i zachowywanie przez nich procedur. Testowane są bowiem aplikacje, za pomocą których kierowca musi zrobić sobie selfie aby wyruszyć w trasę. Wówczas aplikacja sprawdza, czy jest prawidłowo ubrany. Niezbędna jest również elastyczność przedsiębiorstw, gdyż najmniejsze wahania pogody potrafią z dnia na dzień zmieniać zamówienia klientów, a warto wiedzieć, że niektóre firmy wysyłają nawet 2500 ciężarówek z materiałami dziennie! Paneliści poruszyli również temat zagrożeń dla branż, jakimi są np. nieudane inwestycje czy wdrożenia. Mogą one spowodować wzrost kosztów, co sprawi, że firmy zaczną się konsolidować, powstaną giganci, a małe firmy przestaną istnieć. Już teraz np. na rynku armatorów, 3 największe linie żeglugowe w ciągu ostatnich 20 lat z 10% udziału w rynku osiągnęły poziom 50%. Kolejnym zagrożeniem jest brak rąk do pracy. Remedium może być napływ pracowników z zagranicy, lecz jest to rozwiązanie tylko tymczasowe, gdyż ci ludzie z czasem podróżują dalej na zachód. Trwałym natomiast rozwiązaniem jest postępująca automatyzacja i digitalizacja branż, w co przedsiębiorstwa intensywnie inwestują w myśl powiedzenia Legii Cudzoziemskiej: „go or die”.

Po przerwie lunchowej nadszedł czas na trzeci panel, którego osią tematyczną była rewolucja mobilna. Pierwszym zagadnieniem były wyzwania we wdrażaniu



infrastruktury dla samochodów elektrycznych. W Polsce wciąż brakuje punktów ładowania, a energia elektryczna w niewielkim stopniu pochodzi z odnawialnych źródeł energii. Sytuacja ta jednak dynamicznie się zmienia, gdyż stajemy się placem budowy paneli solarnych – dynamika rozwoju tej technologii plasuje nas na 4 miejscu w UE. Brakuje jednak czegoś takiego jak magazynowanie tej energii. Rozwiązałoby to problem tzw. „efektu kaczki”, który mówi o tym, iż im więcej energii wyprodukujemy, gdy jest ona najmniej potrzebna (latem) tym większe problemy pojawiają się ze stabilnością sieci. Dyskutowano również o zmieniających się zachowaniach konsumentów i ich wpływie na sposób przemieszczania się. Przykładowo w Niemczech, które uchodziły dotąd za państwo bardzo „samochodowe” w ciągu ostatnich 10 lat z usług sharingowych zaczęło korzystać 2,5 mln ludzi, a ten trend będzie tylko rósł. Wszystko to będzie miało znaczenie w przyszłości, której wizje były ostatnią częścią dyskusji. Według jednej z nich z czasem przestaniemy kupować samochody i będziemy korzystać z bardzo szeroko rozwiniętych carsharingów. Niektóre wizje już się spełniają. Tesla ma gotowy koncept polegający na tym, że jak przyjeżdżamy do pracy i auto nie jest nam potrzebne, to udostępniamy je jako autonomiczną taksówkę. Powstały też już

autonomiczne samochody wyposażone w technologię VR, która pozwala nam np. przenieść się do mieszkania i oglądać film na kanapie wciąż jadąc samochodem. Wszystkie te wizje przyszłości to nie jest bardzo odległa przyszłość. Ich zaimplementowanie do codziennego użytku to kwestia najbliższych 10-15 lat. ●

MODERN INDUSTRY IN A NUTSHELL

Top Industry Summit took place on October 23 at the Sheraton Grand Warsaw under the honorary patronage of the Ministry of Digital Affairs and the Ministry of Investment and Development. Three discussion panels, three speeches, and eight “Top Industry Diamonds” – this is just a summary of what happened during the 8th edition of conference.

The content-oriented part was opened by a speech of Robert Dzierzgwa, Director of the Development Strategy Department at the Ministry of Investment and Development, who talked about the condition and forecasts for the industry sector. The director pointed out that we should focus on the robotization of production processes, because the

scarcity of resources in some areas means that without this revolution we may not be able to increase the productivity and competitiveness of Polish industry. Without revolution 4.0 we will also not be able to move to a higher level in the value added chain.

The topic of the first panel was factories of the future. The panelists agreed that industry 4.0 is not just about the coexistence of machines, robots, and people. It consists of 11 technologies, including the recently added quantum computers. Production plants are also no longer considered as single elements. Technologies and communication languages are standardized between all components of an enterprise. The progressing automation is pushing more and more people out of the market, which means that only few will remain – the intellectually flexible. There are production plants in Japan with 80 robots per 100 employees. By comparison, the average in Poland is 36 robots per 10,000 employees. This panel could be summarized by the statement that revolution 4.0 is an evolutionary technological change with revolutionary effects.

The second discussion panel, entitled “Industry 4.0 in logistics”, was inaugurated by Marcin Szczebak – Advanced Logistics Consultant, Metroplan Polska, who began



PATRONAT HONOROWY



Ministerstwo
Cyfryzacji



MINISTERSTWO
INWESTYCJI
I ROZWOJU



INSTYTUT ROZWOJU
SPOŁECZEŃSTWA INFORMACYJNEGO



POLSKA IZBA MOTORYZACJI



Szkoła
Biznesu

POLITECHNIKA WARSZAWSKA

PARTNER GŁÓWNY

Metroplan | Engineering
Customer
Success

PARTNER ZŁOTY



PARTNERZY



PARTNERZY GALI



GŁÓWNY PATRON MEDIALNY

by introducing the concept of Industry 4.0 based on a study from the World Economic Forum of 2018. It stated that 70% of production companies are at the very beginning of the transformations related to Industry 4.0. Alongside the construction industry, this is the sector with the most room for action, as both are considered the least digitized areas in Europe. Companies are already testing solutions that ensure the safety of drivers and their adherence to procedures. Applications are being tested that require the driver to take a selfie before setting off. The application then checks whether the driver is properly dressed. Flexibility on the part of companies is also required, as even the smallest weather fluctuations can change customer orders from day to day, and it is worth knowing that some companies ship up to 2500 trucks with materials daily! The panelists also talked about industry threats, such as unsuccessful investments or implementations. They can increase costs, which will cause companies to consolidate, giants to arise, and small businesses to disappear. Even now, e.g. on the ship operator market, in the last

20 years the 3 largest shipping companies increased their market share from 10% to 50%. Another threat is insufficient staff. This may be remedied by the influx of workers from abroad, but this is only a temporary solution, because these people will eventually travel further to the west. On the other hand, progressing automation and digitization of industries is a more permanent solution, and enterprises invest intensively in such solutions – in accordance with the saying of the Foreign Legion: "go or die".

After the lunch break it was time for the third panel, this time focusing on the mobile revolution. The first topic was the challenges associated with the implementation of infrastructure for electric cars. There are still too few charging stations in Poland, and only a small share of electricity comes from renewable energy sources. However, this situation is changing dynamically, as we are becoming a construction site for solar panels – the dynamics of this technological development gives us the 4th place in the EU. However, we still have insufficient energy storage capabilities. Increasing them would solve the

problem of the so called "Duck effect", which means that the more energy we produce when it is least needed (in summer), the greater problems will arise with network stability. The panelists also discussed the changing behavior of consumers and its impact on the way they travel. In Germany, for example, which mostly used cars is the past, 2.5 million people have started using sharing services in the last 10 years, and this trend will continue. All this will matter in the future, whose visions were the last part of the discussion. According to one of them, with time we will stop buying cars and use highly developed car sharing services. Some visions are already coming true. Tesla has a ready concept based on the fact that when we arrive at work we no longer need our car, which can be shared as an autonomous taxi. There are also autonomous cars equipped with VR technology, which allows us, for example, to move to our apartment and watch a movie on the sofa while still driving. All these visions of the future are not very distant. Their implementation for everyday use is a matter of the next 10-15 years. ●





GALA DIAMENTY TOP INDUSTRY

Po zakończeniu części merytorycznej Top Industry Summit przyszedł czas na wieczorną galę. Punktem kulminacyjnym było rozdanie statuetek, które uhonorowały najlepsze przedsiębiorstwa, wybitnych menedżerów i liderów biznesu, którzy swoimi działaniami wpisują się w postępującą Rewolucję 4.0. ●

After the end of the content-oriented part of Top Industry Summit, it was time for the evening gala. Its highlight was the award ceremony honoring the best companies, outstanding managers, and business leaders whose actions contributed to the progress of Revolution 4.0. ●

LAUREACI „DIAMENTÓW TOP INDUSTRY”

1. **INWESTYCJA ROKU**
BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego
2. **INNOWACJA ROKU**
Enea Operator
3. **BANK FINANSUJĄCY ROKU**
Pekao SA
4. **DORADCA ROKU**
SK&S Legal
5. **MECENAS START-UPU**
TAURON Polska Energia SA
6. **LIDER TECHNOLOGII**
APATOR SA
7. **SPÓŁKA ROKU**
Amica SA
8. **OSOBOWOŚĆ BRANŻY**
Andrzej Wiśniowski – Prezes Zarządu Wiśniowski
9. **NAGRODA SPECJALNA**
Piotr Woźniak – Prezes Zarządu PGNiG SA

WINNERS OF “TOP INDUSTRY DIAMONDS”

1. **INVESTMENT OF THE YEAR**
BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego
2. **INNOVATION OF THE YEAR**
Enea Operator
3. **FINANCING BANK OF THE YEAR**
Pekao SA
4. **ADVISOR OF THE YEAR**
SK&S Legal
5. **START-UP PATRON**
TAURON Polska Energia SA
6. **TECHNOLOGY LEADER**
APATOR SA
7. **COMPANY OF THE YEAR**
Amica SA
8. **PERSONALITY OF THE INDUSTRY**
Andrzej Wiśniowski – President of the Board at Wiśniowski
9. **SPECIAL AWARD**
Piotr Woźniak – President of the Board at PGNiG SA



**WARSAW
BUSINESS JOURNAL
GROUP**

Where the world goes for **POLISH BUSINESS NEWS**

 **Poland A.M.**
Executive News Daily

**WARSAW
BUSINESS JOURNAL**

BOOK OF LISTS

Publisher: Morten Lindholm mlindholm@valkea.com +48 783 065 722

PROGRAM USŁUG WZAJEMNYCH

DLA CZŁONKÓW EXECUTIVE CLUB



Korzystaj z atrakcyjnych zniżek
oferowanych przez Klubowiczów

—

Zaprezentuj własne produkty i usługi
na preferencyjnych warunkach

—

Zyskaj możliwość dotarcia do nowych klientów

—

Wyróżnij się na tle pozostałych Klubowiczów

—

Otrzymaj spersonalizowaną kartę oraz katalog usług
oferowanych przez naszych Klubowiczów



INFORMACJE O PROGRAMIE USŁUG WZAJEMNYCH
puw@executive-club.com.pl, tel: +48 516 188 118



Executive Club

2020 INFRASTRUKTURA POLSKA I BUDOWNICTWO XI EDYCJA



3 MARCA 2020
THE WESTIN WARSAW