

Twarze Biznesu

DODATEK DO przedsiębiorcy@eu



NR INDEKSU 40540X

RAFAL

Machaliński

Grupa Inwestycyjna 1R+ Sp. z o.o.

Our servers never sleep.

Profesjonalna opieka ekspertów IT.

Dobrze zorganizowane środowisko informatyczne, bezpieczeństwo danych i dostęp do natychmiastowej pomocy serwisowej, to podstawy sprawnego działania Twojej firmy. Zaufaj nam – jesteśmy profesjonalistami. Jesteśmy ekspertami **outsourcingu IT**.

data-point.pl

Data Experts. Hardware Experts.

Serwery **Data Point™** nigdy nie zasypiają – przez całą dobę czuwamy nad bezawaryjnym działaniem systemów informatycznych naszych Klientów i administrujemy ich zasobami cyfrowymi w ramach oferty **Safe Server™**. Projekt **IT Store™** umożliwia nam oferowanie kompleksowych rozwiązań IT – od doboru dedykowanego oprogramowania po sprzedaż specjalistycznego sprzętu – a system **Smart Service™** gwarantuje natychmiastową pomoc informatyczną.



Data Protect.™

Naszym priorytetem jest bezpieczeństwo Twoich danych. Projektujemy i wdrażamy systemy ich szyfrowania, automatycznej archiwizacji oraz odzyskiwania.

Data Point™

ul. Kochanowskiego 23, 01-864 Warszawa
e-mail: ewa.piekart@data-point.pl



+48 501 387 314
+48 601 075 076



backup
danych



administracja
serwerami



diagnostyka
i serwis



poufność
danych



24h
pomoc
informatyczna



obsługa
zdalna



Zdobywca nagród – Kia Stinger.



stinger



The Power to Surprise

Kia Stinger. Witamy w świecie nagród.
Witamy w świecie Gran Turismo.

Stinger budzi pożądanie. Zaspokaja głód odkrywania świata. Rozbudza emocje sportowej jazdy, które zapewnia dynamiczny silnik V6 z podwójnym turbodoładowaniem i mocy 366 KM. Zaintrygowani? Zapraszamy do porywającego świata klasy GT!



Premiera motoryzacyjna roku



Zwycięzca w kategorii: Samochód klasy wyższej przystępny cenowo



Samochód roku dla młodego Playboya



Samochód roku



Zwycięzca w kategorii: Moc




reddot award 2018 winner

Red Dot: Best of the Best.



DESIGN AWARD 2018



Rozwój polskiej przedsiębiorczości – możliwości i zagrożenia płynące z projektów inwestycyjnych

Inwestorzy powinni korzystać z faktu, iż nasza gospodarka wciąż daje możliwości znalezienia swojej niszy, w której można pozyskać własny kawałek rynku i cieszyć się ze świadczenia usług czy produkcji na wysokim poziomie, zarazem doprowadzając do maksymalizacji swoich przychodów – mówi Rafał Machaliński, prezes Zarządu Grupy Inwestycyjnej 1R+ Sp. z o.o.

ROZMAWIA ANETA SIENICKA

Od wielu lat pańska spółka świadczy usługi z zakresu strategicznego doradztwa, między innymi standaryzacji procesów inwestycyjnych, jednak na co tak naprawdę mogą liczyć państwa partnerzy?

– Projekty inwestycyjne realizowane w Polsce są niezwykle wymagające. Większość projektów jest realizowana in-

tuicyjnie, a ich podstawą nie zawsze jest wiedza i doświadczenia inwestorów w branży, w której jest realizowana dana inwestycja. Konsekwencją takich działań jest bardzo duże obciążenie projektu już w samej fazie koncepcyjnej, która od początku może być obciążona dużym błędem, a ten może całkowicie zmienić

docelowy wymiar inwestycji i często prowadzi do jej nieukończenia.

Naszym partnerom proponujemy profesjonalne doradztwo na każdym etapie realizacji projektów inwestycyjnych. W idealnym modelu od początku projektujemy całą inwestycję wraz z inwestorem, tj. sporządzamy dokładne

kalkulacje przedinwestycyjne, przeprowadzamy badania rynku, opracowujemy biznes plany, poszukujemy i przygotowujemy inwestora do pozyskania finansowania zewnętrznego.

Jednak nasze wsparcie nie ogranicza się tylko do przygotowania inwestycji, ale również pomagamy wprowadzić projekt na rynek, dajemy wsparcie prawne, finansowe, księgowo oraz managerskie, tak by inwestor czuł się w pełni bezpieczny w realizacji swoich koncepcji.

Czyli z państwa pomocą każdy inwestor, niezależnie od tego, czy chce realizować projekt w branży mu dobrze znanej, czy zupełnie obcej, może liczyć na kompleksowe wsparcie i prawidłowe wdrożenie projektu?

– Tak, to prawda. Do obsługi każdego klienta jest powoływany zespół specjalistów odpowiedzialnych za realizację poszczególnych sektorów procesowych inwestycji, dzięki czemu inwestor może być pewny, że projekt będzie realizowany prawidłowo.

Inwestor powinien jednak posiadać doświadczenie biznesowe i zaplecze pozwalające przygotować projekt tak, by support naszych działań miał możliwość być osadzony w organizacji mającej wystarczające możliwości logistyczne i finansowe prowadzenia projektu, którego ma dotyczyć inwestycja.

Co w sytuacji, kiedy projekt przekracza możliwości logistyczne firmy?

– Jesteśmy w stanie przygotować każdą firmę do każdego poziomu inwestycyjnego i zapewnić odpowiednie wsparcie zarówno we wdrożeniu wiedzy

finansowania. To pewnie najtrudniejsze zadanie, z którym musi się zmierzyć inwestor?

– Nie jest to najtrudniejsze, jednak niewątpliwie jest to kluczowy etap. Jeśli firma jest profesjonalnie przygotowana do realizacji projektu, to i pozyskanie finansowania jest dużo prostsze, ponieważ ryzyko przeprowadzenia inwestycji jest mniejsze, a to ma bardzo duże znaczenie przy ocenie projektu przez podmiot finansujący. W pozyskiwaniu finansowania mamy bardzo duże doświadczenie i jeśli mamy czas na ustandaryzowanie procesów w podmiocie, który przystępuje do finansowania, i przygotowanie całego projektu, to uzyskanie finansowania jest możliwe.

Projekty, które przyjmujemy do obsługi, zawsze są bardzo wnikliwie weryfikowane i na każde sto projektów, które trafiają do spółki, podejmujemy się realizacji ok. 10 proc., nad którymi bardzo intensywnie pracujemy.

Z czego to wynika?

– Jest to głównie podyktowane oceną ryzyka projektu i szansą na jego prawidłową realizację.

Podstawowym parametrem oceny jest wstępna kalkulacja finansowa oraz weryfikacja doświadczenia biznesowego inwestora.

Z jakimi zagrożeniami musi się liczyć inwestor chcący zrealizować projekt?

– Punktów krytycznych przy procesach inwestycyjnych jest bardzo dużo i tak naprawdę macierze ryzyka, które mamy opracowane, uwzględniają setki

Jednak podstawowym zagrożeniem i problemem, z którym się spotykamy przy projektach, które próbujemy ratować, jest błędne oszacowanie inwestycji i deficyt środków na którymś z etapów realizacji inwestycji. Często błędne oszacowanie projektu kończy się bardzo źle dla inwestora, jeśli nie uda się pozyskać dodatkowych środków na doinwestowanie projektu.

Głównym problemem są dźwignie finansowe, które w przypadku produktów finansowych są często wypowiedane, a podmiot finansujący bardzo szybko przystępuje do egzekucji w celu odzyskania jak największej ilości środków. Jeśli do tego dojdzie, jesteśmy również w stanie skutecznie pomóc klientowi, jednak takich sytuacji naprawdę da się uniknąć, jeśli projekt jest odpowiednio przygotowany.

Jakie są zatem możliwości stojące przed inwestorami chcącymi realizować nowe projekty?

– Możliwości jest tak wiele jak zagrożeń, choć utracone możliwości mogą stać się również zagrożeniem, dlatego warto w transparenty sposób już na samym początku projektu wyartykułować swoje oczekiwania i oszacować możliwości poprzez przeprowadzenie badań na reprezentatywnych grupach, które potwierdzą możliwości i wskażą również podstawowe punkty krytyczne na poziomie koncepcji projektu.

Inwestorzy powinni korzystać z faktu, iż nasza gospodarka wciąż daje możliwości znalezienia swojej niszy, w której można pozyskać własny kawałek rynku i cieszyć się ze świadczenia usług czy produkcji na wysokim poziomie, zarazem doprowadzając do maksymalizacji swoich przychodów.

Polska solidność jest coraz częściej docenienia przez europejskich i światowych odbiorców, dlatego korzystamy z narzędzi, które oferuje rynek i realizujemy swoje koncepcje, bo to na ich podstawie tworzy się biznesowy wizerunek naszego kraju, a potencjał polskich firm jest olbrzymi i przy odpowiednim wsparciu każdy projekt mający w sobie potencjał ma szansę na sukces. ■

Polska solidność jest coraz częściej docenienia przez europejskich i światowych odbiorców, dlatego korzystamy z narzędzi, które oferuje rynek i realizujemy swoje koncepcje, bo to na ich podstawie tworzy się biznesowy wizerunek naszego kraju

operacyjnej, jak i zaimplementowaniu odpowiedniego zaplecza logistycznego. Proces taki niestety wymaga czasu, który jest niezbędny do przeprowadzenia dedykowanego audytu i wdrożenia konkretnych rozwiązań.

Wspomniał pan, iż jednym z elementów przygotowania projektu jest pozyskanie fi-

parametrów, które należy zweryfikować i zakwalifikować na odpowiednim poziomie ryzyka. Każde warianty pomiędzy wyznaczonymi parametrami muszą być akceptowalne na właściwym poziomie, który jest wyznaczany na choćby podstawie branży, w której będzie realizowany dany projekt.

Rafał Machaliński

magister nauk prawnych, magister nauk o zarządzaniu, ekspert ds. prawa restrukturyzacyjnego i upadłościowego, zarządzania procesowego i kryzysowego, Prezes Zarządu Grupy Inwestycyjnej 1R+ Sp. z o.o.

Niezależność zwiększa zyski

O planach na przyszłość, początkach EKOPARKU, idei niezależnego przedsiębiorstwa oraz o wszystkim co tworzy silną firmę opowiada prezes Wojciech Trawiński.

ROZMAWIA ANETA SIENICKA

EKOPARK S.A. coraz śmielej poczyną sobie na rynku budowlanym jako generalny wykonawca, jednak firma, którą pan zarządza miała początkowo zupełnie inny profil działalności?

– Owszem, tak często bywa, że zmieniające się potrzeby klientów, motywują do ciągłego rozwoju przedsiębiorstwa. Obecnie realizujemy coraz więcej robót w charakterze generalnego wykonawcy, jednakże EKOPARK w pewnym sensie, posiada różne oblicza. Początki naszej działalności sięgają 2013 roku i są ściśle związane z odnawialnymi źródłami energii, a konkretnie z produkcją i montażem kolektorów słonecznych. Z czasem poszerzaliśmy swoją ofertę usług i towarów, min.: od montażu pomp ciepła, fotowoltaiki, instalacji grzewczych i sanitarnych, poprzez rozbiórki techniczne i specjalistyczne wyburzenia oraz towarzyszące, po serwis elektronarzędzi, warsztat samochodowy. Rośniemy w siłę.

No dobrze, ale proszę wytłumaczyć jak to się stało, że firma montująca kolektory słoneczne i pompy ciepła zaczęła także wyburzać i budować obiekty od zera?

– Bliższe trzydziestoletnie doświadczenie nauczyło mnie, że biznes to nie tylko research, matematyka i chłodna ocena sytuacji. Tu liczy się również przecucie i odrobina szczęścia. Trzeba wiedzieć kiedy podjąć ryzyko, aby wykonać krok naprzód. Zupełnie przypadkowo złożyło się, że w naszej załodze pojawili się kierownicy i brygadziści z wieloletnim doświadczeniem w branży wyburzeń i rozbiórek technicznych. Po wykonaniu analizy, podjąłem decyzję o poszerzeniu działalności. Muszę przyznać, że wówczas EKOPARK odważnie wszedł w nowy rynek, jednak pierwsze miesiące pracy brygad wyburzeniowych udowodniły, że wysiłek finansowy jakim była inwestycja w nowe maszyny, pojazdy, sprzętarki, piły i młoty wyburzeniowe jednak się opłacił.

Dalej pojawiła się refleksja, że skoro posiadamy ludzi i sprzęt, wyburzamy

oraz instalujemy, to dlaczego nie budować? W ten sposób dopełniłmy ofertę dla naszych klientów. Dziś możemy samodzielnie obsłużyć każdą inwestycję od A do Z.

Pomówmy trochę o panu. Przyglądając się pańskiej karierze biznesowej można odnieść wrażenie, że EKOPARK S.A. jest niejako zwieńczeniem pana dotychczasowych doświadczeń i dokonań.

– W pewnym sensie tak jest. Swoją pierwszą firmę otworzyłem 29 lat temu, a spółkami prawa handlowego zarządzam od prawie dwudziestu lat. Zarządzałem też kilkoma spółkami z o.o. i akcyjnymi zarówno w handlu jak i usługach. Największa z nich była gepardem biznesu z obrotami blisko 150 mln złotych rocznie. Jako przewodniczący Rady Nadzorczej wprowadziłem Global Trade S.A. na rynek New Connect podważając jej wartość w dniu debiutu. Co prawda EKOPARK S.A. nie jest jedyną firmą, którą obecnie prowadzę, (zarządzam jeszcze swoją drugą spółką Quaeator S.A.) ale jest moim najmłodszym dzieckiem i to na nim skupiam swoją uwagę, przy okazji starając się wykorzystać swoją wiedzę, wieloletnie doświadczenie i praktykę.

Rozmawiamy tuż przed debiutem giełdowym EKOPARKU. Dlaczego warto zainwestować w tę spółkę?

– Dynamiczny rozwój naszej firmy pokazuje pewien obraz. W 2013 roku zatrudnialiśmy 3 osoby, a dziś jest to ponad 50. pracowników. Rok do roku podważamy nasze zyski, jednocześnie mocno inwestując w dalszy rozwój. Moją ideą zawsze było tworzenie przedsiębiorstwa niezależnego i od pewnego czasu przekonuję się, że ta koncepcja jest słuszna.

Co konkretnie ma pan na myśli mówiąc o przedsiębiorstwie niezależnym?

Szczerze przyznam, że nie znam na polskim rynku budowlanym drugiej firmy takiej jak nasza. Wybudowaliśmy sobie znakomite zaplecze techniczne, na blisko 2-hektarowej działce. Posiadamy dwie zupełnie nowe hale magazynowe o powierzchni 1000 m², a do tego bu-

dynki warsztatowe i biurowe. Dysponujemy flotą przeszło 30 pojazdów, na którą składają się koparki, ładowarki, samochody ciężarowe, dostawcze i osobowe. Nasze brygady są nowoczesne, wyszkolone i profesjonalnie wyposażone. Ale to co czyni EKOPARK wyjątkowym to fakt, że jesteśmy całkowicie samodzielni, czyli właśnie niezależni. Oprócz brygad działających w terenie, nasza firma posiada własny dział księgowo-kadrowy oraz dział marketingu. Ponadto dysponujemy własną stacją paliw, a także warsztatem mechaniki pojazdowej i serwisem elektronarzędzi. Dzięki temu nie musimy nic nikomu zlecać – wszystko możemy zrobić sami, bez zbędnej zwłoki oraz kosztów. Maksymalizacja zysków zaczyna się od minimalizacji kosztów.

Tak dynamiczny rozwój oraz debiut giełdowy w ciągu pięciu lat robią wrażenie. Czy EKOPARK jest produktem zakończonym, czy planuje pan w nim jeszcze coś nowego?

– W biznesie moment, w którym stwierdzasz, że dotarłeś już na szczyt swoich możliwości, jest początkiem twojego końca. Nigdy nie można spoczywać na laurach. Oczywiście śledzę trendy i zmiany na rynku, zwłaszcza urządzeń OZE. W tej chwili pracujemy nad naszym flagowym projektem – budową Centrum Odnawialnych Źródeł Energii. Otrzymaliśmy już pozwolenie na budowę i niebawem rozpoczniemy prace. Projekt przewiduje powstanie obiektu o powierzchni 800 m² całkowicie zasilanego przez odnawialne źródła energii. Dzięki temu, będzie można naocznie przekonać się jak funkcjonują np. kolektory słoneczne, pompy ciepła, panele fotowoltaiczne czy rekuperacja. Budynek wyposażony będzie w liczne wystawy oraz komfortowe sale szkoleniowe, dzięki którym młodzież szkolna oraz klienci poszerzą swoją wiedzę na temat ochrony środowiska naturalnego. Ponadto, ubiegamy się obecnie o dużą dotację, dzięki której będziemy mogli w naszym Centrum prowadzić prace badawcze i rozwojowe nad opracowaniem i komercjalizacją innowacyjnych

sposobów na magazynowanie energii ciepła, chłodu i energii elektrycznej.

To zadanie na ponad 11 mln.

A czego życzy pan sobie i EKOPARKOWI w najbliższym czasie?

– Byłoby miło gdyby rynek pracownicy oferował pracodawcy większą liczbę fachowców. Problem niedostatku ludzi do pracy dotyka całą branżę budowlaną, choć obserwuję taką samą sytuację w innych branżach. Poza tym, na pewno życzyłbym sobie udanego debiutu giełdowego. Nie da się ukryć, że dzięki niemu wszystko może być dla nas łatwiejsze. Pozytywny debiut w połączeniu z realizacją kilku projektów i kontraktów z pewnością sprawią, że już niebawem naszą firmę rozpatrywać będziemy w zupełnie innym wymiarze. ■



Potrzebujemy także banków z kapitałem zagranicznym

Dzisiejszy udział w aktywach banków z kapitałem krajowym wydaje się być optymalny. Nie możemy zapomnieć, że obecność banków z kapitałem zagranicznym leży w naszym dobrze pojętym interesie – mówi prezes Związku Banków Polskich, Krzysztof Pietraszkiewicz.



ROZMAWIA AGNIESZKA ŻADŁO

Czego polscy klienci oczekują dzisiaj od banków?

– W ciągu ostatnich 28 lat Polacy bardzo się wzbogacili. Nie chcę powiedzieć, że wszyscy jednakowo. Jednak kiedy przyjrzymy się temu, ile 15 czy 20 lat temu mieliśmy oszczędności złożonych w bankach, ile zakupionych papierów wartościowych, obligacji, to widzimy tę ogromną zmianę, jaka się dokonała. Polacy stali się w tym czasie właścicielami mieszkań, samochodów i bardzo wielu różnych dóbr. Nasza relacja, jeśli chodzi o poziom zamożności liczony siłą nabywczą per capita, uległa znaczącemu przybliżeniu do średniej europejskiej. Duży wpływ miała dobra sytuacja Polski w czasie kryzysu ekonomicznego, podczas gdy takie kraje jak Grecja, Portugalia, Hiszpania, Irlandia cofały się w poziomie zamożności. Jeśli więc pani pyta, czego oczekują od banków, to po pierwsze tego, żeby ich depozyty były bezpieczne. I są, dzięki czemu Polacy mają wysokie zaufanie do sektora bankowego.

To najważniejsze, ale klienci pewnie mają bardziej szczegółowe oczekiwania.

– Klienci chcą, aby usługi bankowe dostępne były w różny sposób: stacjonarnie, elektronicznie i telefonicznie, żeby nie musieli tracić czasu w kolejkach. Oczekują dużej niezawodności systemów informatycznych. Na przykład, gdy są gdzieś w podróży, chcą mieć dostęp do swoich pieniędzy. Zależy im, aby w dość łatwy sposób uzyskać profesjonalne informacje od banku, np. dlaczego mogą otrzymać pożyczkę lub kredyt w takiej, a nie innej wysokości. Nawet jeśli jest awaria bankomatu lub systemu informatycznego, cenią sobie powiadomienie o czasie naprawy. Lubią wiedzieć, że ich zachowania ze względów bezpieczeństwa są monitorowane. Jeśli dzieje się coś niepokojącego na rachunku, to bank sprawdza, czy na pewno klient przedsięwziął daną operację. Doceniono wprowadzenie rejestru dokumentów skradzionych, sfałszowanych i zastrzeżonych. Chodzi o to, żeby ktoś nieuprawniony nie użył czyichś dokumentów. Usługi informatyczne i cy-

bernetyczne są bardzo dobrze zabezpieczone.

To, że polski sektor bankowy w 2015 roku został uznany przez różne instytucje za wzorcowy w skali światowej, nie jest dziełem przypadku.

Co w takim razie na to wpłynęło?

– Mieliśmy bardzo dobrą jakość portfela kredytowego, odpowiednie fundusze własne, dobre procedury i solidny nadzór, a to oznacza stabilność. Nie trzeba było banków rekapitalizować. Banki płaciły największy podatek dochodowy ze wszystkich branż w Polsce i wysokie opłaty na bankowy fundusz gwarancyjny na wypadek potrzebnej interwencji. Przez to BFG miał środki, aby wypłacić 5 mld na odszkodowania dla klientów SKOK-ów.

Cieszymy się wysokim poziomem innowacyjności w systemie rozliczeniowym, ale także w systemie informacji gospodarczej o klientach. Z dumą patrzmy na to, że w ostatnich latach zaufanie do sektora bankowego utrzymuje się na wysokim poziomie, a nawet stałe wzrasta.

Co się składa na to zaufanie?

– Wedle naszych badań, które regularnie prowadzimy, pozytywnie ocenianymi są pracownicy banku, z którego usług korzystamy. Dobre i bardzo dobre opinie o bankach mają ci, którzy korzystają z usług bankowych. Kto ma złą opinię? Ci, którzy są poza systemem bankowym, ale jest ich bardzo niewiele. W rankingach zaufania plasujemy się na pierwszych miejscach wśród instytucji finansowych i instytucji publicznych. W roku 2017 odnotowaliśmy 8-punktowy wzrost reputacji, w 2018 – 6-punktowy.

Gdzie Polacy upatrują problemów w systemie bankowym?

– Bardzo wielu klientów nie ma elementarnej wiedzy ekonomicznej. Nie byli kształceni w zakresie matematyki, logiki, filozofii. W związku z tym czasami nie chcą się przyznać, że czegoś nie rozumieją. Są tacy – kilka procent Polaków – którzy nie widzą problemu, żeby złożyć wniosek w oparciu o fałszywy dokument tożsamości. To jest kwestia niskiej moralności finansowej niektórych ludzi. W zeszłym roku zatrzymaliśmy 8 tysięcy wniosków klientów, którzy złożyli fałszywe dokumenty na łączną kwotę ponad 425 milionów złotych. Niestety poważna część klientów, około 20 procent, nie widziałoby nic złego w tym, żeby podkolorować informacje o swojej zdolności kredytowej. 40 procent nie ma problemu z tym, że podpisuje umowę z bankiem, kompletnie nie czytając dokumentów. Pociągająca jest informacja, że liczba osób gotowych korzystać z doradztwa finansowego wzrosła w okresie ostatnich dziesięciu lat z 17 do 41 procent. Ludzie, bogacąc się, widzą, że z pewnymi sprawami sami sobie nie poradzą. Z kolei odsetek osób nie chcą poszerzać swojej wiedzy ekonomicznej nadal jest bardzo wysoki, oscyluje wokół 65–70 procent i spada w bardzo wolnym tempie.

Od kilku lat ciągle słyszymy o repolonizacji banków, a mam wrażenie, że społeczeństwo ciągle nie wie, co to miałyby oznaczać. Mógłby pan to wyjaśnić?

– Na naszych ziemiach wielokrotnie niszczone był nie tylko kapitał materialny, ale i intelektualny. Polska została ogolona z bardzo wielu zasobów po okresie I wojny światowej. Zaborcy wywieźli wiele maszyn z ubogiego kraju. Jak tylko nieco się wzbogaciliśmy, przyszedł wielki kryzys gospodarczy, czas wielkiej depresji. Wiele banków upadło. Do tego doszły spory polityczne, jak ma wyglądać polski system finansowy i jaka ma być rola banku centralnego. W okresie powojennym Polska miała bardzo niski poziom

skapitalizowania sektora bankowego i oszczędności, nie mówiąc o bardzo silnym powiązaniu banków z polityką. Po rozpoczęciu transformacji ustrojowej łączne fundusze własne polskiego sektora bankowego wynosiły 3,39 miliardów złotych. Teraz przekraczają 200 miliardów. To oznacza, że bardzo się wzbogaciliśmy, nasz potencjał wzrósł, ale... jeśli porównamy fundusze własne do PKB okaże się, że Polska zajmuje jedno z ostatnich miejsc w całej Unii Europejskiej. To samo z oszczędnościami czy kredytami dla przedsiębiorstw w relacji z PKB. Polska jest więc ciągle krajem stosunkowo słabego systemu finansowego.

Jaki związek ma historia gospodarcza Polski z repolonizacją banków?

– Duży. Dla rozwoju naszego, ale i każdego kraju potrzebne jest stałe budowanie krajowego systemu finansowego. W Polsce sektor bankowy zajmuje dominującą pozycję, bo obejmuje 73 procent aktywów finansowych. Ważne jest, aby większość tego sektora była powiązana z polskim kapitałem. Dla stabilności, dla dumy, dla planów rozwojowych. Ale potrzebujemy też – dla rozwoju i równowagi – międzynarodowych instytucji finansowych. Każda gospodarka wymaga odpowiedniej ilości środków finansowych do stabilnego rozwoju. Ani za dużo, ani za mało. Dzisiejszy udział w aktywach banków z kapitałem krajowym wydaje się być optymalny. Nie możemy zapomnieć, że obecność banków z kapitałem zagranicznym w kraju na dorobku leży w naszym dobrze pojętym interesie. Sprzyjają napływowi do Polski inwestycji zagranicznych, na których powinno nam bardzo zależeć, ale i modernizacji gospodarki oraz poprawie konkurencyjności na rynkach finansowych. Zazwyczaj banki z kapitałem krajowym podglądają, jakie produkty, jaką ofertę mają konkurenci i odwrotnie. Razem współtworzą polski system finansowy.

Bardzo ciekawe było to, jak zachowali się inwestorzy zagraniczni w dobie kryzysu ekonomicznego. Na wniosek polskich władz nadzorczych i regulacyjnych zostawili większość wypracowanych środków w funduszach własnych polskich banków. Podsumowując, wielu inwestorów sprzyjało swoimi zasobami i know-how rozwojowi naszego kraju. Udział banków i inwestorów z kapitałem zagranicznym wzmacnia nasze polityczne, gospodarcze i militarne związki ze wspólnotą państw zachodnich.

W jaki sposób można by zagwarantować określony udział polskiego kapitału w systemie bankowym?

– Trzeba pamiętać, że Skarb Państwa jest wiodącym właścicielem kilku dużych banków: PKO BP S.A., PEKAO S.A., Banku Ochrony Środowiska, Banku Poczтового, Banku Gospodarstwa Krajowego. Może decydować, czy dekapitalizować oraz czy i ile wypłacić dywidendy z tych instytucji. Ponadto milion Polaków jest udziałowcami w 550 bankach spółdzielczych, które mają 5 tysięcy placówek i zatrudniają 31 tysięcy osób. Polityka państwa wobec banków ma ogromne znaczenie. Banki krajowe nie mogą być nadmiernie obciążane, bo tracą zdolność konkurencji z instytucjami zagranicznymi, obniża się ich zdolność do finansowania rozwoju gospodarki kraju i autosanacji, gdy zachodzi taka potrzeba. Poza odpowiedzialną polityką gospodarczą i społeczną już niewiele więcej trzeba.

Jedno jest pewne: nie może dojść do kolizji pomiędzy chęcią uzyskiwania bardzo dobrych rezultatów rozwojowych a stabilnym rozwojem sektora bankowego. Trzeba tak zarządzać, żeby ta część właścicielska czy nadzorcza nad sektorem bankowym oraz polityka monetarna były odpowiednio odseparowane i w mądry sposób koordynowane. Nie chcielibyśmy takiej sytuacji, jaka miała miejsce w wielu krajach, między innymi w Stanach Zjednoczonych, gdzie namiętności ekonomiczne i polityczne doprowadziły do największego kryzysu finansowego w dziejach świata.

A to nam grozi?

– W Polsce mamy niezłą konstrukcję, w której współgrają pozycja i niezależność konstytucyjna Banku Centralnego pilnującego stabilności pieniądza, odpowiedzialność Komisji Nadzoru Finansowego za bezpieczeństwo finansowe depozytów, odpowiedzialne działanie podmiotów licencjonowanych i odpowiedzialność rządu za realizację polityki fiskalnej i rozwojowej. Bardzo źle by się działo, gdyby wszystkie nitki znalazłyby się w jednych rękach, a działania wszystkich instytucji były podporządkowane osiaganiu głównie celów politycznych. Sukces gospodarczy Polski w okresie transformacji potwierdza potrzebę mądrego rozkładania odpowiedzialności i stałego poszukiwania najlepszych rozwiązań. Pamiętać przy tym należy, że jesteśmy krajem społecznej gospodarki rynkowej, a to oznacza także obowiązek uwzględniania kwestii społecznych przy realizacji programów gospodarczych i oceny konsekwencji gospodarczych przy projektowaniu rozwiązań z obszaru polityki społecznej. ■

W zarządzaniu liczy się strategia

Managerowie i przedsiębiorcy młodego pokolenia są bardzo ambitni, co również ma wpływ między innymi na to, że ten region Europy w ciągu kilku najbliższych lat może stać się bardzo ciekawym zagłębieniem start-upów, a następnie dojrzałych przedsiębiorstw o zasięgu globalnym – o kulturze zarządzania w Polsce i jej perspektywach rozwojowych opowiada Paweł Komar.

ROZMAWIA ANETA SIENICKA

Jak pan ocenia działalność polskich firm? Czy są one dobrze zarządzane?

– Polskie firmy zrobiły ogromny postęp w obszarze zarządzania w ciągu ostatnich kilku lat. To zasługa managerów, którzy otworzyli się na wiedzę i którzy o tę wiedzę zabiegają. Przez ostatnie lata obserwowałem, jak wiele koleżanek i kolegów z branży inwestuje w swoje kompetencje, by wdrażać je w organizacjach, którymi kierują. Do tego dochodzi umiejętność analizy benchmarkingowej, czyli szukania najlepszych wzorców na zachodzie Europy czy w USA. Coraz więcej polskich top managerów piastuje wysokie stanowiska w światowych organizacjach, co też ma wpływ na przenikanie dobrych wzorców i praktyk. Do naszych doświadczeń na pewno dużo dobrego wnieśli managerowie, którzy kierują zagranicznymi oddziałami firm działających w Polsce. Mamy czym się pochwalić na arenie międzynarodowej, ponieważ coraz więcej polskich firm staje się globalnymi organizacjami, także w obszarze nowych technologii. To wszystko pokazuje, że kierunek jest dobry. Managerowie i przedsiębiorcy młodego pokolenia są bardzo ambitni, co również ma wpływ między innymi na to, że ten region Europy w ciągu kilku najbliższych lat może stać się bardzo ciekawym zagłębieniem start-upów, a następnie dojrzałych przedsiębiorstw o zasięgu globalnym.

Czy różnimy się w tym od firm z zagranicznym kapitałem?

– Przede wszystkim odróżnia nas podejściem do strategii. W Polsce jest bardzo silne nastawienie na szybkie wyniki, a zarządzanie strategiczne często schodzi na drugi plan. W firmach z zagranicznym kapitałem podejście jest często odmienne. To wynika pewnie z dojrzałości, możliwości kapitałowych i tego, jak stawiane są cele. Firmy zagraniczne



Paweł Komar

Absolwent Uniwersytetu Wrocławskiego oraz Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie – Wydział Zarządzania i Finansów oraz Master of Business Administration, Executive Studies na Akademii Leona Koźmińskiego. W wolnych chwilach przygotowuje się do kolejnych startów w triathlonowych zawodach cyklu IronMan. Zawodowo pasjonat nowych technologii, przedsiębiorczości, zarządzania i psychologii w biznesie. Z notowanymi na giełdzie spółkami z branży finansowej związany od 2006 roku. Odpowiadał w tym czasie za różne obszary zarządcze i projektowe. Był odpowiedzialny za departamenty sprzedaży w całej grupie Open Finance i Home Broker oraz spółkach zależnych. Na swoim koncie ma m.in. budowę i rozwój największej w Polsce mobilnej sieci pośrednictwa finansowego. W grupie kapitałowej stworzył i rozwinął modele ogólnopolskich partnerskich i franczyzowych sieci sprzedaży. Pełnił też rolę Członka Zarządu Home Broker SA, odpowiadając za obszar strategicznej współpracy z branżą deweloperską, jak i wszystkie modele sprzedaży, zarówno skierowane do klienta detalicznego, jak i marki premium (Poland Sotheby's). Jeden z autorów fintechowego projektu e-bazanieruchomości oraz szeregu rozwiązań w sektorze consumer finance. Zasiadał w radach nadzorczych spółek z branży ubezpieczeń i towarzystwach funduszy inwestycyjnych.

najczęściej od samego początku stawią na rozwój na całym kontynencie lub w jeszcze szerszej perspektywie. Wiele polskich firm jako główny cel stawia sobie zasięg lokalny i później ciężko jest zmienić im kierunek lub zaczyna brakować na to czasu, przez co ograniczają swój rozwój. Nie oceniam tego, ponieważ sam nauczony jestem strategii, że break even powinno być osiągnięte w pierwszym roku. Takie podejście ma swoje zalety, powoduje większą determinację wśród founderów czy managerów, ale trzeba wiedzieć, jak znaleźć balans pomiędzy szybkimi rezultatami, które mają za zadanie pokazać, że przyjęte założenia mają sens, a długoterminową strategią, która wpływa na tworzące się DNA organizacji. Duża w tym rola inwestorów, ponieważ to oni kształtują takie podejście. Podczas wizyty w Berlinie w zeszłym roku miałem okazję do wymiany poglądów na temat różnic w podejściu do kierowania firmami pomiędzy managerami z wielu krajów. Pamiętam stwierdzenie kilku Włochów, Brytyjczyków i Hiszpanów, że polscy managerowie są bardzo konsekwentni i zdeterminowani, posiadają wysokie kompetencje, ale często brakuje im wiary we własne możliwości i odwagi do popełniania błędów. To według mnie także bardzo ważna różnica, chyba już na tle kulturowym, która potrafi mieć duże znaczenie w zarządzaniu.

Jakie modele zarządzania firmą są według pana najlepsze?

– Tak jak wspomniałem powyżej, balans pomiędzy strategią a szybkimi rezultatami. Nie można odnieść sukcesu, nie stawiając na jedno i drugie. Strategia musi być integralną częścią każdej organizacji i wszyscy pracownicy powinni wiedzieć, jak ona wygląda i do czego dąży firma. Dodatkowo, na każdym szczeblu powinny być postawione krótkoterminowe, ambitne cele, które pokażą skuteczność managerów – to nie zawsze musi być zysk. To zależy i od sektora, i od skali projektu czy nakładów inwestycyjnych. Jednak warto wychowywać managerów od samego początku w kulturze, że EBIDTA mimo wszystko jest nie jedynym, ale jednym z kluczowych wskaźników oceny. Do tego trzeba dołożyć kulturę popełniania błędów. To niby banalny frazes, ale mam wrażenie, że w wielu firmach często się o tym zapomina. To zjawisko, którym można zarządzić i nie trzeba się go bać. Gdy brakuje otwartości na małe błędy, często zabijana jest w organizacji kreatywność i ciężko tworzyć wielkie projekty. Kolej-

ną rzeczą, która musi towarzyszyć strategii, jest umiejętność pivotowania. Żyjemy w świecie VUCA i to, co dziś jest słuszne, za dwa lata może wyglądać inaczej, dlatego ślepe trzymanie się przyjętych założeń i brak elastyczności mogą stanowić duże ograniczenie. Nie można zapomnieć także o policzalności biznesu – top management w organizacji powinien wiedzieć, że jeśli nie jesteś w stanie udowodnić jakiejś tezy na liczbach, to nie powinieneś wprowadzać jej w życie. I na koniec aspekty miękkie – jakość, klientocentryzm oraz dbanie o klienta wewnętrznego, jakim jest pracownik. W dzisiejszych czasach deficytu pracowników ten aspekt jeszcze bardziej zyskuje na wartości. Ludzie chcą pracować w ciekawych firmach, w których jest wielopłaszczyznowy leadership, a top management jest żywą częścią biznesu, a nie tylko grupą ludzi odezwanych od biznesowej rzeczywistości, zamkniętych w gabinetach i otoczonych szeregiem asystentek.

Jak sposoby zarządzania firmami zmieniły się na przestrzeni ostatnich lat i w jakim kierunku te zmiany postępują?

– Kierunek mamy dobry, zdecydowanie prorozwojowy. Dosłownie i w przenośni, inwestujemy w rozwój, nowe technologie, rozwijanie pracowników i kompetencje kadry managerskiej. Coraz więcej firm stosuje zasady reengineeringu czy lean management. W obszarze wynagrodzeń stawiamy na efekty, a nie tylko aktywność. Zmieniają się wartości, protekcjonizm zostaje zastąpiony przez otwarcie na klienta, struktury hierarchiczne ulegają spłaszczeniu. Kadra managerska podąża drogą od nadzorców do liderów i animatorów. Nie chciałbym generalizować, ponieważ przed wieloma firmami długa droga, ale obserwując zmiany z ostatnich dziesięciu lat, choćby na rynku finansowym, mogę stwierdzić, że zarządzanie w dużej części organizacji zmieniło o kilkadziesiąt stopni i firmy zaczynają przypominać organizacje uczące się, które efektywnie zarządzają posiadanymi zasobami.

Pracując przez ponad dziesięć lat w bardzo dużej spółce notowanej na giełdzie papierów wartościowych przeszedł pan pełną ścieżkę kariery – od doradcy klienta przez kierownika oddziału, dyrektora regionalnego po Wiceprezesa Zarządu. Jakie są najważniejsze cechy skutecznego managera?

– W biznesie, szczególnie w działach sprzedaży, wiarygodność dobrego managera najlepiej buduje się poprzez skuteczność. Bycie skutecznym managerem

czy przedsiębiorcą to bardzo duża przeważy konkurencyjna. Skuteczność jest pewnego rodzaju miarą prawdy, którą kieruję się na co dzień, dlatego wiarygodność to dla mnie synonim skuteczności oraz coś, co otwiera wszystkie drzwi w biznesie. Mając za sobą efekty swojej pracy, posiadając świadomą kompetencję implementowania swoich doświadczeń i wiedzy w różnych projektach, buduje się swoje nazwisko, które inni utożsamiają ze skutecznością. Skuteczność powinna być długofalowa, powtarzalna, etyczna, jakościowa i spójna z wizją, którą prezentujemy jako przedstawiciele danej organizacji na każdym szczeblu. Takie podejście gwarantuje możliwość rozwoju w każdej organizacji. Trzeba tylko pamiętać, że skuteczność buduje się poprzez tysiące małych rzeczy. Jeśli nie pokazuje się skuteczności i zaangażowania w prostych projektach, to nie da się tego zrobić w tych dużych, które są bardziej spektakularne i doceniane przez środowisko biznesowe. Na koniec mogę dodać trzy elementy, które poniekąd są składowymi skuteczności i powinien posiadać każdy manager – kreatywność, konsekwencja i umiejętność automotywacji.

Jako specjalista od zarządzania i finansów, gdzie widzi się pan za dziesięć lat?

– Ciężko prognozować z aż takim długim wyprzedzeniem. Skupiam się na perspektywie najbliższych trzech, pięciu lat. Ze względu na swój młody wiek, mam jeszcze sporo czasu, który chce dobrze wykorzystać. Zamierzam skupić się na tym, na czym znam się najlepiej, czyli zarządzaniu spółkami i rozwojem sprzedaży oraz sieci dystrybucji w dużych organizacjach, łącząc to z budową nowych firm na rynku finansowym i nieruchomości. Podczas wielu lat bycia managerem u każdego człowieka rozwija się coraz bardziej gen przedsiębiorcy. Ostatnie lata były czasem zdobywania doświadczenia w często niełatwych okolicznościach rynku i bardzo dużej zmienności, kolejne lata to czas na spożytkowanie tej wiedzy i wykorzystania w nowych biznesach – poprzez ich budowę, rozwój i skalowanie. Jestem blisko branży technologicznej i kilku ciekawych start-upów, więc w długim horyzoncie czasowym pewnie będę skupiał część swojej uwagi także na tym obszarze jako działalności dodatkowej czy inwestorskiej. Dlatego za dziesięć lat widzę przykładowo jakiś start-up, który w ciągu tego okresu osiągnie wysoką wartość między innymi przy moim udziale. ■

Polish National Sales Awards, czyli etos zawodu sprzedawcy

– Dzięki silnej marce wszystko jest możliwe – mówi Elżbieta Pełka, Prezes Polish National Sales Awards oraz pomysłodawczyni konkursu o tej samej nazwie.

ROZMAWIA BARBARA JOŃCZYK

Na czym pani zdaniem polega siła marki?

– Najsilniejsze marki to te, które trafiają w silną naturalną potrzebę lub w potrzebę doskonale wykreowaną. Ostatnie globalne marki-gwiazdy, jak iPhone czy Google, kryją narzędzia i funkcjonalności zaprojektowane tak, by ważną cywilizacyjną potrzebę kontaktu z technologią realizować nie w sposób tradycyjny, jak wcześniej bywało, tylko taki, który będzie kwintesencją przyjemnego doświadczenia i dobrego gustu, przy jednoczesnym podnoszeniu poziomu zaawansowania technologicznego.

Te potrzeby nie ograniczają się jednak tylko do zaawansowanych technologii...

– Oczywiście potrzeby klienta mogą być różnorakie, mogą się wiązać z noszeniem określonego rodzaju spodni czy zegarka, z jazdą samochodem z określonym logo na masce itd. Ale mogą też dotyczyć zaistnienia pewnego typu sprawiedliwości dziejowej, polegającej na przyznaniu części społeczeństwa należnego uznania za zasługi, zniwelowania nieprawdziwych i krzywdzących stereotypów oraz na uznaniu jej miejsca, obecnej i przyszłej roli.

Czy możemy przybliżyć czytelnikom tę ostatnią kwestię?

– Poczucie sprawiedliwości dziejowej upominało się na przykład o przeprowadzenie pewnej ważnej zmiany społecznej związanej z postrzeganiem sprzedawców w Polsce. Mowa o ostatnich ponad 20 latach funkcjonowania gospodarki rynkowej. Przez ten czas ogromnie wzrosła rola sprzedawców w rozwoju kraju, w podnoszeniu poziomu życia i parametrów cywilizacyjnych. Sami sprzedawcy jednak wciąż byli postrzegani jako sklepikarze ze skłonnością do nieuczciwych zachowań. Działo się to równoległe z uznaniem przez środowisko biznesu, że sprzedaż i szeroko rozumiana obsługa klienta jako taka są podstawą

wszelkiego biznesu, a sprzedawcy to kluczowy zasób ludzki decydujący o rynkowym być lub nie być przedsiębiorstwa.

Jakie metody zmiany tego obiegowego wizerunku sprzedawcy okazały się najbardziej skuteczne?

– Wywodząc swoje doświadczenie z reklamy, uznaliśmy, że najskuteczniejszym mechanizmem zmiany jest silna marka. Tak powstał konkurs Polish National Sales Awards, którego zadaniem jest wyłonienie i zaprezentowanie środowisku biznesowemu, ale też społeczeństwu, wybitnych sprzedawców, mistrzów w swoim zawodzie. Handlowców skutecznych, a zarazem etycznych, którzy stają się wizytówką i ambasadorami całej, ponadbranżowej grupy zawodowej. Tak powstało pierwsze i jedyne przedsięwzięcie w kraju, którego zadaniem jest również promocja i wdrażanie nowoczesnych standardów profesjonalnej sprzedaży i obsługi klienta w oparciu o zasady dobrych praktyk.

Tak duże przedsięwzięcie wymaga zapewne sporej grupy zaangażowanych osób...

– Przedsięwzięcie, jakim jest Polish National Sales Awards, zostało przygotowane przez zespół polskich i brytyjskich ekspertów, menedżerów, praktyków sprzedaży mających wieloletnie doświadczenie na brytyjskim i polskim rynku oraz przy ogromnym wsparciu PwC, które pomagało dokonywać oceny stworzonego przez nas procesu metodologicznego PNSA. Na pewno bardzo duże znaczenie ma zaangażowanie dr. Chahida Fourali, który udościł nam standardy sprzedaży i marketingu stworzone przez niego na zamówienie Rządu Jej Królewskiej Mości na rynek brytyjski. Od czterech lat wspomaga nas w tym obszarze firma doradcza A.T.Kearney. Dzięki tej współpracy konkurs PNSA jest doskonale dostosowany do specyfiki polskiego rynku, a kategorie nagród odzwierciedlają kluczowe obszary sprzedażowe, w których nominowani mogą być wszyscy pracownicy

działów związanych czynnie ze sprzedażą, niezależnie od branży oraz od stażu w danej firmie. Jak wiadomo, zmiany postaw są zmianami, które zabierają najwięcej czasu i strategicznej pracy. Zwłaszcza, jeśli cele są określone szeroko. PNSA promuje etos zawodu sprzedawcy, najwyższe standardy w sprzedaży, wymianę doświadczeń w sektorze, czyli takie atrybuty, o których rzadko mówiło się w kontekście wymienionej grupy zawodowej. Nie bez znaczenia są również pragmatyczne cele konkursu, które stają się istotne dla menedżerów ze względu na tu i teraz konkretnego biznesu, takie jak motywowanie pracowników do osiągania jak najlepszych wyników sprzedażowych oraz pomoc firmom w zwiększeniu sprzedaży, zmotywowanie zespołów do wydajniejszej pracy, podniesienie kompetencji do najwyższego poziomu. Oczywiście, jak każda marka zaprojektowana do realizowania dużych celów, PNSA odwołuje się do różnych aspektów i działa na wielu poziomach znaczeń. Prócz pracy na rzecz grupy zawodowej są również meta-cele, działalność na rzecz dobra wspólnego poprzez wpływ na rozwój przedsiębiorstw i całej gospodarki. Nagrody przyznawane w konkursie PNSA są sposobem na pozapłacowe docenienie pracownika poprzez uznanie, które sytuuje go nie tylko w skali szerszego otoczenia biznesowego, ale pozwala również do wartościować wewnątrz firmy, co również motywuje innych pracowników do osiągania sukcesów. PNSA to nie tylko konkurs i gala, ale także długofalowe działania polegające na promowaniu najlepszych praktyk sprzedażowych, pomocy w tworzeniu standardów sprzedaży na polskim rynku, motywowania pracowników sprzedaży i przede wszystkim szerokie promowanie działań etycznych w biznesie.

Jaką markę stanowi obecnie w pani ocenie Polish National Sales Awards?

– Stworzyliśmy markę, która się uczy i dostosowuje do szybko zmienia-

jących się wyzwań współczesności. Nie działamy w próżni, lecz w określonej rzeczywistości społecznej, gospodarczej, kulturowej, ekonomicznej. Dotyczy to całej sfery biznesowej, zarządzania, edukacji, HR, marketingu, komunikacji etc. Wszystkie te dziedziny, podobnie jak firmy, funkcjonują w coraz bardziej konkurencyjnym otoczeniu. Jako PNSA obserwujemy zmiany i nasza marka ewoluuje zgodnie z wektorem ewolucji całej sprzedaży: zmienia się znaczenie komunikowania kompetencji, zmienia się jakość usług posprzedażowych, samodyscyplina realizacji działań etc.

Czy jako pomysłodawczyni konkursu ma pani poczucie osiągniętego sukcesu?

– Dokonując analizy Polish National Sales Awards, na pewno patrzyśmy na to przedsięwzięcie w kontekście sukcesu. Aczkolwiek jak dobrze wiemy, sukces ma różne wymiary. I tak jeżeli chodzi o wymiar biznesowy i marketingowy, mamy do czynienia ze stworzeniem i wprowadzeniem na rynek polskim nowej polskiej marki w sektorze B2B w bardzo trudnym okresie, w jakim znalazła się gospodarka globalnie, w okresie tzw. psychozy kryzysu. Pamiętajmy, że PNSA powstała w roku 2008. Ten wymiar mógł być osiągnięty tylko dzięki dobrze osadzonym założeniom strategicznym, analizie, partnerom, właściwej komunikacji. I najważniejszy wymiar – WYMIAR SPRZEDAŻY konceptu marki i sprzedanie go najważniejszej grupie docelowej – działom sprzedaży, sprzedawcom, szefom sprzedaży oraz wszystkim osobom, które powoli zaczęły stawać się promotorami idei PNSA i w pewnym stopniu możemy powiedzieć Ambasadorami Marki. Zwracam szczególnie uwagę na ten trzeci aspekt, bez którego nie wydarzyłyby się po prostu nic. Tak więc z tego punktu widzenia, można stwierdzić, że samo przedsięwzięcie PNSA zdało najważniejszy sprzedażowy egzamin. Osiągnięcie celów społecznych, o których mówiłam na wstępie, nie byłoby możliwe bez współpracy z mediami, jak również bez konsekwentnie budowanej społeczności sprzedawców poprzez różnego rodzaju warsztaty, wykłady, debaty, wymianę wiedzy. Kreowanie nowego wizerunku sprzedawców i docieranie z nim do szerokiej społecznej świadomości to od początku ważny i prężnie realizowany cel PNSA. Podkreślamy też, że PNSA udało się zbudować jeden z największych kapitałów społecznych w Polsce, co jest możliwe dzięki zaangażowaniu różnych grup społecznych w to przedsięwzięcie. ■



Elżbieta Pełka

marketingowiec, Fellow of Chartered Institute of Marketing, Fellow of Royal Society of Arts, założyciel i prezes Polish National Sales Awards (PNSA), Fundacji „Akademia Przedsiębiorczości PNSA”, właściciel Agencji Marketingu Zintegrowanego Elżbieta Pełka Creative Services. Ekspert w procesach zarządzania marką 360 stopni, posiada ponad dwudziestoletnie doświadczenie w komunikacji i marketingu zdobyte w Wielkiej Brytanii i w Polsce. Pracowała dla agencji Ogilvy&Mather w Londynie i Warszawie oraz The Rowland Company. Była też szefową marketingu polskiej edycji „Marie Claire”. Współtworzyła GROW Poland – firmę zajmującą się najnowocześniejszymi technologiami w komunikacji na bazie platformy ORACLE. Działa na rzecz promocji standardów etycznych w sprzedaży i rozwoju przedsiębiorczości. Należy do Chartered Institute of Marketing – organizacji zrzeszającej specjalistów od marketingu. Jest ekspertem Ośrodka Dialogu i Analiz THINK TANK oraz jurorem w konkursie Women in Sales Awards UK. Od 2018 r jest Głównym Doradcą ds. Rozwoju w Instytucie Biotechnologii i Przemysłu Rolno-Spożywczego. Działa na rzecz organizacji społecznych.

„Privacy By Design” czy „Design Your Privacy”?

Ochrona danych osobowych z trzech perspektyw to pokazanie pewnego rodzaju ścieżki myślowej, wskazanie, dlaczego ochrona prywatności jest ważna, kogo dotyczy i kto tak naprawdę jest jej finalnym odbiorcą, w rzeczywistości wiedząc najmniej lub nic. Mowa tu przede wszystkim o prawach osoby, której dane dotyczą, czyli ochrona prywatności osób fizycznych od narodzin do śmierci – o znaczeniu ochrony danych osobowych w dzisiejszej rzeczywistości mówi Anna Buczyńska Borowy.

ROZMAWIA BARBARA JOŃCZYK

Właściwie to „Privacy By Design” czy „Design Your Privacy”?

– Obie wersje są poprawne i zarazem niezmiernie ważne. „Privacy By Design” to budowana od wielu lat marka, pod którą kryją się eksperci i profesjonalści, praktycy, pasjonaci działający zawodowo w obszarze ochrony prywatności. To także jedna z zasad w przepisach prawa, a dokładnie art. 25 RODO/GDPR, czyli uwzględnienie prywatności w fazie projektowania, np. nowych pomysłów na biznes, rozwiązań IT, startupów oraz innych wyzwań. W takich obszarach też się poruszamy, czyli naszym działaniem, naszym wsparciem podnosimy wartość organizacji. „Design Your Privacy” natomiast to zwrócenie uwagi na społeczną odpowiedzialność biznesu w ochronie prywatności, o której bardzo mało się mówi – my o niej mówimy.

Co to znaczy, że mówią państwo o społecznej odpowiedzialności biznesu w zakresie ochrony prywatności? Podczas wykładów, konferencji, wywiadów bardzo podkreśla pani, cytuję, „ochronę danych osobowych z trzech perspektyw”.

– Widzimy, że niestety przez ostatnie kilka miesięcy firmy były wręcz straszone wysokimi karami za niespełnianie wymogów z nowych regulacji prawnych w obszarze ochrony danych osobowych. Doprowadziło to do pewnych skrajności, wypaczenia tematu, błędnego rozumienia, nawet filozoficznego ujęcie całego zagadnienia. Ochrona danych osobowych z trzech perspektyw to pokazanie pewnego rodzaju ścieżki myślowej, wskazanie, dlaczego ochrona prywatności jest ważna, kogo dotyczy i kto tak naprawdę

jest jej finalnym odbiorcą, w rzeczywistości wiedząc najmniej lub nic. Mowa tu przede wszystkim o prawach osoby, której dane dotyczą, czyli ochrona prywatności osób fizycznych od narodzin do śmierci. Druga perspektywa to przepisy prawa, które wspierają tę prywatność. I wreszcie trzecia perspektywa, czyli odpowiedzialność biznesu – obszar, w którym pozostało jeszcze wiele do zrobienia. Podczas wykładów, szkoleń i spotkań pokazujemy te trzy perspektywy przede wszystkim w ujęciu praktycznym, czyli teoria versus praktyka.

Czyli jako eksperci wspieracie państwo firmy w implementacji trzech perspektyw?

– Wspieramy dwie z nich. Pomagamy firmom spełnić wymogi przepisów prawa, dbamy o bezpieczeństwo ich zespołów, podnosimy wartość organizacji, dbamy o ich relacje z klientami i kontrahentami, wspieramy ciągłość działania – pokazujemy w ten sposób szacunek do klientów, w szczególności w relacjach B2C. Ale zdajemy sobie sprawę z pierwszej perspektywy. Dlatego też kilka lat temu zainicjowaliśmy program dla dzieci i młodzieży pod hasłem „Bezpieczeństwo niejedno ma imię” lub „Zaprojektuj swoją prywatność”. Jest to nasz autorski program, zupełnie pro bono, podczas którego rozmawiamy, edukujemy, podnosimy świadomość, co to jest prywatność, jak łatwo jest ją stracić i jak trudno odbudować, jaka jest wartość informacji o nas i jakie mamy prawa w obszarze ochrony prywatności. Bezcelne i w myśl zasady „czym skorupka za młodu...”.

Jesteśmy uczestnikami XXVIII Forum Ekonomicznego 2018. W agendzie poruszanych

zagadnień jest między innymi bezpieczeństwo. Czy uważa pani, że podczas tak ważnych wydarzeń powinno się poruszać temat ochrony prywatności, ochrony danych osobowych?

– Zdecydowanie tak. I nie mówię tego, ponieważ zawodowo zajmuję się bezpieczeństwem i ochroną danych osobowych, ochroną prywatności. Proszę zwrócić uwagę, jakie negatywne ekonomicznie i społecznie konsekwencje niesie ze sobą lekceważenie tego obszaru. RODO/GDPR jest odpowiedzią na zagrożenia zmieniającego się społeczeństwa, otoczenia i działania biznesu oraz tempo zmian, jakie zachodzą w gospodarce krajowej, zagranicznej i globalnej. W dzisiejszych czasach prywatność to przysłowiowe „jabłko z robakiem”, które kiedyś wyrzucano, a dziś płaci się za nie ogromne pieniądze. Kiedyś prywatność była naturalnym prawem, a dziś za zachowanie prywatności trzeba będzie wiele zapłacić. Mówimy tu o działaniach wielopłaszczyznowych. Od świadomości osoby, której dane dotyczą, przez firmy i organizacje po podmioty publiczne – czyli cyberbezpieczeństwo na poziomie krajowym. Ze względu na bezpieczeństwo te działania muszą być zintegrowane i mieć wspólny mianownik. Zwracam szczególną uwagę, że Ustawa o Krajowym Systemie Cyberbezpieczeństwa właśnie została podpisana przez Pan Prezydenta, co ma dla nas ogromne znaczenie.

To brzmi tak, jakby ktoś zebrał i przeanalizował wszystkie dane, np. o obywatelach naszego kraju ...

– Nie jestem zwolenniczką teorii spiskowych. Ale czytając literaturę w tym



obszarze i znając temat z wielu różnych stron, można by nawet, tworząc profile i scenariusze wydarzeń, wpływając na codzienne decyzje i wybory obywateli, kupić sobie państwo. Pół żartem, pół serio, żadne prawo nam nie pomoże, jeżeli sami nie będziemy dbali o zachowanie prywatności i informacji o nas. To my jesteśmy nośnikami danych i tych informacji, które podlegają monitorowaniu i wielu innym procesom, których nie jesteśmy nawet świadomi. Nie chodzi o to, abyśmy teraz nagle zamknęli się w murach i przestali komunikować się ze światem. Chodzi o zachowanie umiaru i rozsądek. Warto też pamiętać, że mamy swoje prawa, np. prawo do bycia zapomnianym, prawo do bycia reprezentowanym czy odszkodowania. Zdaje się, że temat realizacji praw osób fizycznych to dopiero początek, ten temat nie został jeszcze wyczerpany i nigdy nie będzie. Na pewno ze swojej strony będziemy o tym jeszcze mówili i zwracali uwagę.

Rozmowa miała być o wymogach prawa w zakresie ochrony danych osobowych...

– Proszę wybaczyć, ale jesteśmy już trochę zmęczeni i wiele już w tym obszarze zostało, chyba już wszędzie, napisane i powiedziane. RODO/GDPR to 99 artykułów, 173 motywy, sprostowanie do RODO/GDPR, które pojawiło się w ostatniej chwili, czyli przed 25 maja 2018. To wiele wytycznych Europejskiej Rady Ochrony Danych, to Ustawa o ochronie danych osobowych w porządku krajowym, przepisy branżowe i wiele innych. To szacowanie ryzyka, obowiązek wyznaczenia IOD/DPO, itp. O tym można by mówić w nieskończoność. A proszę to wszystko teraz przenieść na praktykę, czyli w rezultacie na to, o czym dziś rozmawiamy – z trzech perspektyw.

Z „Twarzy Biznesu”, dodatku do magazynu „Przedsiębiorcy@eu”, możemy dowiedzieć się, że Anna Buczyńska Borowy to Dyrektor Zarządzający, Wiceprezes Fundacji im. Józefa założonej i kierowanej przez Pana Ministra Andrzeja Lewińskiego, Członek Komitetu ds. Ochrony Danych Osobowych w Krajowej Izbie Gospodarczej, wykładowca, audytor, autor publikacji, poradników, inicjator programów społecznych itd. Mam jeszcze tylko jedno pytanie. Co uważa pani za sukces?

–To jeszcze dodam nieskromnie, choć nie lubię mówić o sobie, że jestem IOD/DPO i mam wiele innych planów zawodowych... Co uważam za sukces? Na przykład zaufanie naszych klientów, na które codziennie pracujemy. Dla nas sukcesem jest sukces innych, gdy podnosimy wartość np. startupów i pomagamy młodym przedsiębiorcom w realizacji ich pasji. Kiedy moi studenci proszą o kolejne wykłady i warsztaty, dzwonią i zadają kolejne pytania... Nie mam jednej definicji sukcesu i chyba nie uważam się za osobę sukcesu. Moja praca jest moją pasją i z ogromną przyjemnością dzielę się wiedzą i doświadczeniem z innymi. To dla mnie zaszczyt i mój osobisty, mały sukces. Teraz z perspektywy czasu, kiedy patrzę na dotychczasowe osiągnięcia, sama zastanawiamy się, skąd ta siła? Tak po prostu i nieraz z wieloma wyrzeczeniami. Ale dziękuję! To nie jest tylko mój sukces. ■

Sukces to kreowanie wartości



Wiarygodność i etyka to wartości ponadczasowe, które trudno zyskać, a bardzo łatwo stracić. Trzeba je tworzyć, chronić i pielęgnować. Obejmują one kwestie całej kultury organizacyjnej firmy, szczerzej i konstruktywnej komunikacji oraz wrażliwości na otoczenie. Tylko jak osiągnąć te wartości w dobie, gdy komunikacja mailowa czy SMS zastępuje kontakty osobiste, a emocje kształtowane są przez wirtualne wizje, a nie rzeczywistość? Na to pytanie odpowiadam sobie na bieżąco – o wartościach w biznesie i planach na przyszłość opowiada Ewa Jakubczyk-Cały, prezes firmy audytorsko-doradczej PKF Consult.

ROZMAWIA KRZYSZTOF JONCZYK

PKF Consult to obecnie jedna z największych w Polsce firm audytorsko-konsultingowych. Spółka w tym roku obchodziła już swoje 25-lecie. Jak to się wszystko zaczęło?

– 25 lat temu rozpoczęła się transformacja polskiej gospodarki. Grad oczekiwań w zderzeniu z nowymi możliwościami był pożywką dla uwolnienia potencjału gospodarczego małego biznesu. Ale zmiany w ustawodawstwie wymuszały też nowe spojrzenie na zarządzanie dużymi przedsiębiorstwami. Zrobiłam inwentaryzację swoich kompetencji z zakresu finansów, rachunkowości, podatków, wycen majątku i zarządzania, nabytych w sektorze bankowym czy też w zarządzaniu przedsiębiorstwem branży budowlanej i uzdrowiskowej. Potem zaczęłam realizować swoją misję wspomagania menedżerów biznesu w dopasowaniu działań do wymogów gospodarki rynkowej. Wiedziałam i rozumiałam, czego potrzebują, bo sama byłam wcześniej w ich sytuacji.

Patrząc wstecz wiem, że odkryłam swoją misję, bo miałam dużą determinację i chęci. Dziś odczuwam wielką satysfakcję, bo mam udział w sukcesie wielu przedsiębiorców, a na rynku działa wielu ekspertów, którzy znaczną część doświadczeń uzyskali we współpracy ze mną. Naprawdę, to wielka satysfakcja być osobą użyteczną dla otoczenia biznesowego. Przez 25 lat maleńka firma przekształciła się w grupę ekspertów wspomagających zarządzanie: doradców podatkowych, analityków finansowych, audytorów, prawników, księgowych. Zwiększyliśmy też zasięg działania. Obecnie nasze biura są już w siedmiu miastach w Polsce – w Warszawie, Wrocławiu, Poznaniu, Katowicach, Łodzi, Gdańsku i Opolu.

Jaka jest pani wizja firmy za pięć lat?

– Chciałabym, aby za pięć lat opinia otoczenia o moim przedsiębiorstwie koncentrowała się na określeniach, że PKF to firma audytorsko-konsultingowa, którą charakteryzują: innowacyjność, kompetencje, wiarygodność i etyka.

To znaczy, że nie zamierzam zmieniać profilu działalności. Praktycznie, w stosunku do bieżącej oceny statusu PKF, nie oczekuję żadnych konkretnych zmian. Mam jednak świadomość, że w dobie wszechobecných zmian te same słowa określające markę PKF

mają inne znaczenie i inną wartość dziś niż za pięć lat.

Co ma pani na myśli, mówiąc o innowacyjności, kompetencjach, a także wiarygodności i etyce?

– Innowacyjność dotyczy będzie sposobu realizacji usług oraz ich dostarczania. Rozwój technologii jest ogromny, będzie następował w tempie geometrycznym. To właśnie kreatywność i wnioskowanie są największymi walorami, czyli „wisienką na torcie” w mojej branży.

Jeśli chodzi o kompetencje, to era, w której posiadanie wiedzy było ważne, już minęła. Obecnie wiedza jest łatwo dostępna, liczy się za to umiejętność wykorzystania jej do realizacji celów. Aktualnie konkurujemy na rynku w Polsce. Ale za kilka lat konkurencja rynkowa będzie dotyczyła świata.

Wiarygodność i etyka to wartości ponadczasowe, które trudno zyskać, a bar-

przez pozytywne nastawienie i wrażliwość społeczną umożliwiam sobie i innym osobom w otoczeniu emocjonalny i intelektualny kontakt. Potrafię patrzeć na ludzi i ich sytuacje z różnych perspektyw, uważnie ich słuchając i lepiej rozumiejąc ich myśli. Ciekawość i przenikliwość pozwalają stawiać właściwe pytania: „po co?”, „dlaczego?”. Jestem zwolennikiem myślenia przyczynowo-skutkowego. Dzięki temu do określania celów, priorytetów i procesów podchodzę systemowo, harmonijnie. Determinacja pozwala na określenie alternatywnych ścieżek osiągnięcia celów. Nie wpadam w depresję lub panikę, jeśli otoczenie początkowo reaguje inaczej, niż przewidywał mój scenariusz. Nie podejmuję się jednak wsparcia klientów, których idei nie cenię, nie rozumiem, nie zgadzam się wewnętrznie z ich użytecznością dla szeroko rozumianego otoczenia.

Sukces odnosi ten, kto wierzy, że da się go osiągnąć. Zespół PKF każdy podjęty projekt traktuje jako jeszcze jedną szansę osiągnięcia sukcesu, a nie tylko jako „zadanie do wykonania”

dzo łatwo stracić. Trzeba je tworzyć, chronić i pielęgnować. Obejmują one kwestie całej kultury organizacyjnej firmy, szczerzej i konstruktywnej komunikacji oraz wrażliwości na otoczenie. Tylko jak osiągnąć te wartości w dobie, gdy komunikacja mailowa czy SMS zastępuje kontakty osobiste, a emocje kształtowane są przez wirtualne wizje, a nie rzeczywistość? Na to pytanie odpowiadam sobie na bieżąco. To właśnie element wizji, w przypadku którego potrzeba czasu na znalezienie właściwych rozwiązań.

Jakie cechy osobowości według pani mogą pomóc w skutecznym działaniu?

– Jest wiele ważnych cech osobowości, które pomagają w skutecznym działaniu. Kilka z nich szczególnie cenię. Muszę tu wymienić empatię, ciekawość i przenikliwość. Ale ważne są też etyka, szczerość, z jednoczesnym zachowaniem poufności informacji. Dodałabym jeszcze dwie cechy – zaangażowanie i determinację. Empatia powoduje, że po-

Jak znajduje pani motywację do działania?

– Lubię wyzwania, one mnie motywują. A życie i otoczenie wciąż generują mnóstwo wyzwań. Istotnym bodźcem jest to, że działania odnoszą skutek, a wyznaczone cele materializują się, zamieniają się w sukces. To wzmacnia wiarę w siebie i swoją wizję. A sukces odnosi ten, kto wierzy, że da się go osiągnąć. Zespół PKF każdy podjęty projekt traktuje jako jeszcze jedną szansę osiągnięcia sukcesu, a nie tylko jako „zadanie do wykonania”.

Czym jest dla pani sukces?

– Uważam, że sukces to przede wszystkim dostarczanie wartości, a także radość i pasja w działaniu. Dlatego często zadaję innym przedsiębiorcom pytania „Po co to robisz?”. Sukces to poczucie, że nasze działania kreują wartości dla otoczenia, w którym funkcjonujemy, że mamy swój udział w tym, że świat wokół nas staje się lepszy, bardziej etyczny. ■

Co można wyczytać z pisma odręcznego

W naszym kraju świadomość możliwości, jakie daje badanie pisma, jest bardzo niska. Przeważnie kojarzy się grafologię z wróżeniem, a to zupełnie nie ma ze sobą nic wspólnego – mówi Karolina Gorzkowska, ekspert badania pisma ręcznego i właścicielka Kancelarii Prawno Grafologicznej Sp. z o.o.

ROZMAWIA IZABELLA JARSKA

Z pewnością wielokrotnie już odpowiadała pani na pytanie, skąd pomysł na grafologię i jak wyglądały pani początki w branży. Jednak dlaczego wybrała pani akurat grafologię? Co panią zafascynowało?

– Racja, najczęściej pierwsze pytanie dotyczy genezy i w sieci jest już kilka moich wypowiedzi na ten temat. Czasami myślę o początkach, bo to przypomina mi, dokąd zmierzam i tę przeżytą już, bardzo pouczającą, drogę do wyznaczonych celów. Odpowiadając na pani pytanie – jestem w tym nie tylko dlatego, że tak kiedyś postanowiłam i zgodnie z moim zadaniowym systemem – robię, co zaczęłam, ale przede wszystkim dlatego, że badanie pisma ręcznego to dla mnie niezmiennie fascynująca praca. Próbką pisma ręcznego jest niepowtarzalna jak odcisk palca, tak więc za każdym razem pracuję nad innym materiałem. Nie sposób się znudzić, nawet jeśli stale robię to samo, czyli badanie autentyczności, jednorodności, stanu psychofizycznego i inne. Przy tym często spotykam fantastycznych ludzi, a usłyszane przy okazji zleceń bądź postępowań sądowych historie są bezkresnym oceanem nauki życiowej. W pracy sama dla siebie jestem sterem, żeglarzem i okrętem, a to dla osoby tak kochającej niezależność jest bezcenne. To wszystko mnie ogromnie inspirowało i sprawia, że ta nisza jest moją bajką.

Wspomniała pani o różnych badaniach – autentyczność, jednorodność, stan psychofizyczny... Co się kryje pod tymi nazwami?

– Autentyczność pisma jest powszechnie znanym terminem, a jednorodność wskazuje na to, czy próbka/próbki pisma zostały sporządzone przez jedną osobę, w tym samym czasie i w tym samym stanie psychofizycznym. A jeśli chodzi o konkretnie badanie tego stanu, to dotyczy ono sprawdzenia, czy grafizm był sporządzany pod wpływem presji, groźby lub w stanie nieświadomości

(np. w związku z odurzeniem lekami, alkoholem). To niezwykle ważne dla wszelkich postępowań, w których sednem jest uznanie takiego oświadczenia woli za ważne. Inne badania to te związane z fałszerskimi ingerencjami w dokumenty albo badania od strony psychologicznej, np. analiza pisma osób starszych lub obarczonych chorobami w pewnym stopniu zniekształcającymi pismo. Prowadzona przeze mnie Kancelaria bada pismo i dokumenty zarówno od strony kryminalistycznej, jak i psychologicznej.

Brzmi niewiarygodnie. Czy rzeczywiście można wyczytać to wszystko z pisma?

– Przyznam, że to standardowa reakcja, bo w naszym kraju świadomość możliwości, jakie daje badanie pisma, jest bardzo niska. Przeważnie kojarzy się grafologię z wróżeniem, a to zupełnie nie ma ze sobą nic wspólnego. To wszystko, o czym wspomniałam i co jest w ofercie mojej Kancelarii, jest jak najbardziej możliwe, powiem więcej – jest standardem w wielu innych państwach. Prym w rozwoju i wykorzystaniu pismoznawstwa wiodą Stany Zjednoczone, Izrael, ale też zdecydowanie lepiej niż u nas jest w Niemczech czy Francji, gdzie zlecenie takich badań jest normalne, a ich wyniki są wykorzystywane w postępowaniach. Moje początki są silnie związane z nauką badania pisma za granicą, stale czytam tłumaczenia opracowań badań z tej branży, a w ramach Kancelarii czasami wykonuję opinie dla podmiotów zagranicznych.

Skąd zatem wynika brak popularności pismoznawstwa w naszym kraju?

– Przede wszystkim z niewiedzy o możliwościach, jakie daje badanie pisma. Kolejny zasadniczy powód to kojarzenie ogólnie pojętej grafologii (czyli badania pisma ręcznego) z wróżbiarstwem, bo znaczna część społeczeństwa sądzi, że ma ona na celu wyczytanie cech charakteru z próbki pisma, a to zupełnie tak nie jest. Taki opis osobo-

wościowy to kropla w morzu, ba – ocenie możliwości pismoznawstwa.

Przed panią ogrom pracy związanej z edukowaniem ludzi w tym zakresie. Co jeszcze jest dla pani wyzwaniem w tej dziedzinie?

– Tak, informowanie o możliwościach grafologii jest moim stałym zadaniem. Nie tylko po to, aby Klienci Kancelarii znaleźli rozwiązanie problemu, ale przede wszystkim z uwagi na naszą świadomość. Wierzę, że coraz więcej osób w naszym kraju będzie wiedziało, co można wyczytać z pisma dzięki badaniom; że wzrośnie świadomość, że pismo pod wpływem różnych czynników, jak czas czy choroba, musi się zmieniać, ale pozostanie częścią stałą, jak w przypadku linii papilarnych; że coraz rzadziej będę się spotykać ze śmiechem mówiąc o wspólnym wzorcu kaligraficznym w relacjach rodzinnych lub uczeń-mistrz; że osoby odpowiedzialne za postępowania w różnych instytucjach będą otwarte na badania pisma – zwłaszcza te psychologiczne. Proszę tylko pomyśleć, ile spraw w sądzie zakończyłyby się inaczej, gdyby w postępowaniu dopuszczono jako dowód w sprawie opinię psychografologiczną (a nie grafologiczną, czyli tylko badanie autentyczności bez uwzględnienia cech patologii pisma), która np. wykazałaby, że testament nie został sfalszowany, lecz po prostu sporządzony przez osobę, której pismo zmieniło się w związku z chorobą, np. stwierdzeniem rozsianym, chorobą Parkinsona czy Alzheimera.

Innym, znacznie poważniejszym wyzwaniem jest mierzenie się z efektami pracy pseudografologów – osób, które nigdy nawet nie ukończyły profesjonalnego szkolenia, a, o zgrozo, są wpisani na listę biegłych! Widzę efekty ich pracy nie tylko przy zleceniach prywatnych, ale i w postępowaniach sądowych, w których są dwie różne opinie. To spowodowane jest wyłącznie brakiem wła-

ściwej wiedzy, niedostatkiem rozwoju. Proszę mi uwierzyć, że jako biegły spotkałam się z sytuacją, gdy inna pani biegła, autorka opinii z wnioskami zupełnie innymi niż moje, tłumaczyła swoje racje treścią fragmentów rozwalającej się już książki o podstawach badania pisma sprzed 70 lat! Byłam w szoku, załamalam ręce... Dziedzina badania pisma, jak każda inna, rozwija się, jest już lata świetlne od tego, co pisano w naszych (niestety niezbyt dobrych) publikacjach sprzed parudziesięciu lat.

Skąd takie osoby na listach biegłych?

– Wynika to głównie z tego, że gdy w latach dziewięćdziesiątych ubiegłego wieku czekali weszły do powszechnego użycia, pojawiło się bardzo dużo spraw związanych z podrabianiem podpisów na nich. Wtedy sądy cierpiały na totalny brak specjalistów i praktycznie każdy, kto zgłosił się z jakąś zadeklarowaną wiedzą, był wpisywany na listę biegłych w tej specjalizacji. A dziś, niestety, głównie na zasadzie wznowienia kadencji w związku z doświadczeniem, te osoby nadal są na listach biegłych. Pracuję nad cyklem informacji, które docierałyby także do sądów, aby uczestnicy postępowań wiedzieli, jakie badania można wykonać oraz jakie kwalifikacje powinna mieć osoba opiniująca.

Brzmi dobrze. Czy ma pani jeszcze jakieś plany?

– W Kancelarii jest już kilka rozpoczętych lub czekających na swój czas projektów, ale nie chcę o nich mówić, dopóki ich status wykonania nie będzie wskazywał na gotowość, ale spokojnie – wszystko jest lub będzie na naszej stronie internetowej (śmiech). Teraz czasochłonnym i absorbującym dla mnie zajęciem jest praca nad rozprawą doktorską właśnie z zakresu badania pisma ręcznego. Będę jej broniła z ramienia nauk prawnych jako magister prawa. Inne projekty realizuję równoległe lub rozpocznę tuż po obronie.

Coraz mniej piszemy ręcznie. Czy nie obawia się pani wyczerpania przedmiotu pracy?

– Nie, nie obawiam się, wbrew pozorom pracy jest coraz więcej. W naszym systemie prawnym funkcjonuje coś takiego, jak wymagany podpis odręczny i wszystko wskazuje na to, że długo tak zostanie. Ponadto, jest cały zasób sporządzony w przeszłości, kiedy wydruki i podpis elektroniczny nie

były tak powszechne, a że rośnie świadomość możliwości badania pisma oraz dostęp do informacji o tym, to i coraz więcej osób wie, jak wybrać odpowiedniego specjalistę. Dodatkowo pracę dla mojego zespołu zapewniają badania nad postępującym zanikiem umiejęt-

ności pisania odręcznym u osób dorosłych lub z nieprawidłowym wykształcaniem tej podstawowej umiejętności u dzieci. Jest nad czym pracować.

Czego pani życzyć?

– Jak każdemu – zdrowia, a ponadto realizacji planów. ■



Luksus w kameralnym wydaniu

Zauważyliśmy, że nasi klienci nie chcą mieszkać w szklanych wieżach, bo przypominają im one miejsca pracy. Dlatego na miejsce swojego zamieszkania wybierają bardziej przytulne i kameralne rozwiązania, a my na te oczekiwania odpowiadamy – mówi Marian Okręglicki, prezes i właściciel firmy deweloperskiej Sawa Apartments oraz członek rady Polskiego Związku Firm Deweloperskich.



ROZMAWIA KRZYSZTOF JOŃCZYK

Sawa Apartments obchodziła niedawno 15-lecie istnienia. Jakby pan podsumował jej działalność na przestrzeni ostatnich lat?

– Naszą firmę określam jako nietuzinkową w branży deweloperskiej, szczególnie pod względem charakteru naszych inwestycji. Od samego początku byliśmy nastawieni na budownictwo dla klienta w segmencie premium w najbardziej atrakcyjnych czy wręcz prestiżowych lokalizacjach. Stawiamy głównie na centrum Warszawy, Powiśle czy Ochotę, czyli miejsca, w których klient chce mieszkać. Skoncentrowaliśmy się na mieszkaniach o bardzo wysokim standardzie oraz na luksusowych apartamentach stworzonych we współpracy z najlepszymi architektami.

Czy mógłby nam pan przybliżyć najciekawsze pana zdaniem inwestycje Sawa Apartments?

– Naszym sztandarowym projektem jest niedawno ukończony kompleksowy apartamentowiec Solec Residence na warszawskim Powiślu. Jest to jeden z najbardziej ekskluzywnych obiektów w Warszawie, który pozwala na doświadczenie zupełnie nowego wymiaru komfortu. Nowoczesna architektura, technologiczne rozwiązania z myślą o proekologicznym stylu życia, a za oknem zapierający dech w piersiach widok na Wisłę i przepiękną panoramę miasta. Poza tym penthouse’y z własnymi basenami czy strefa fitness ze ścianką wspinaczkową oraz VIP Club, czyli

przestrzeń do spotkań przeznaczona dla mieszkańców Solec Residence. A to tylko niektóre z udogodnień mających ułatwić i umilić życie mieszkańcom naszego apartamentowca. Oprócz części mieszkaniowej Solec Residence oferuje również kameralne biura i lokale użytkowe przeznaczone na działalność handlowo-usługową znanych i cenionych marek. Lokalizacja tej inwestycji i wysoki standard jej wykończenia czynią ją idealnym miejscem zarówno do życia, jak i do pracy.

Brzmi ciekawie, ale to chyba nie wszystko?

– Sukces tego wielofunkcyjnego kompleksu skłonił nas do stworzenia projektu niemal identycznego, ale jeszcze

bardziej kameralnego, który budujemy obecnie na warszawskiej Ochocie przy ul. Siewierskiej 18. Zauważyliśmy, że nasi klienci nie chcą mieszkać w szklanych wieżach, bo przypominają im one miejsce pracy. Dlatego na miejsce swojego zamieszkania wybierają bardziej przytulne i kameralne rozwiązania, a my na te oczekiwania odpowiadamy. Nowy apartamentowiec powstanie zatem w cichym i spokojnym miejscu, pomiędzy parkiem Szczęśliwickim a parkiem Zachodnim i polem Mokotowskim. Identycznie jak w przypadku Solca, także i przy Siewierskiej będziemy korzystać z najlepszej jakości materiałów budow-



Solec Residence

Fot. Mikołaj Dąbrowski

lanych i wykończeniowych. Dodatkowo, każdy nabywca lokalu będzie miał realny wpływ na jego wygląd, będzie mógł zgłaszać chęć zmiany układu apartamentu, łączenia mieszkań w pionie lub poziomie. W ramach inwestycji zaplanowaliśmy również lokale usługowo-handlowe oraz podziemny parking.

Poza budowaniem nowych budynków angażują się państwo również w projekty rewitalizacyjne.

– Tak, możemy się pochwalić rewitalizacją Spichlerza Bliźniaczego w Kazimierzu Dolnym. Był to bardzo wymagający projekt, w trakcie realizacji którego wykonaliśmy wraz ze służbami konserwacji zabytków tytaniczną pracę. Zaowocowała ona tym, że dziś ten kilkusetletni obiekt jest nie tylko jedną z pereł Kazimierza Dolnego, ale ma w sobie cały potencjał condohotelu, nie tylko na użytek prywatny, ale także firmowy,

gdyż można w nim organizować różnego rodzaju konferencje i imprezy korporacyjne.

Kolejny sektor, w który się państwo angażują, to rynek condohoteli. Czy można powiedzieć, że Sawa wyrasta na lidera tego rynku?

– Polski rynek dostrzega olbrzymi potencjał tego sektora i jego atrakcyjność zarówno dla zakupów indywidualnych, jak i inwestycyjnych. Zapewne jest to podyktowane tym, że właściciele poszczególnych apartamentów czerpią zyski z jego najmu, jak również mogą w pewnym zakresie nieodpłatnie korzystać z własnego pokoju, na własne potrzeby.

Naszą flagową inwestycją w tym segmencie jest Kozubnik Spa Resort w Beskidzie Małym, nazywanym niegdyś „Polskim Davos”. Chcemy przywrócić czas jego świetności i budujemy tam 100

Wizualizacja Kozubnik Spa Resort

apartamentów typu condo oraz hotel ze 170 pokojami. Będzie to pierwsze polskie centrum condo z własną infrastrukturą konferencyjną, medyczno-rehabilitacyjną, handlową, gastronomiczną, klubową i z własnym lądowiskiem dla helikopterów. Ideą Kozubnika jest integrowanie światowych środowisk różnych branż i aktywności – od biznesu poprzez naukę po kulturę.

Czy Sawa Apartments planuje dalsze inwestycje w tym sektorze?

– Na pewno nie poprzestaniemy na zbudowaniu kurortu Kozubnik Spa Resort. Plany mamy ambitne, ale jednocześnie realistyczne, na miarę chłonności krajowego rynku w tym sektorze inwestycyjnym. Swoistym „Kozubnikiem w miniaturze” ma szansę stać się nasza nowa inwestycja nad Jeziorem Zegrzyńskim. Będzie to luksusowe osiedle z bezpośrednim dostępem do jeziora. Staną tam małe, kameralne apartamentowce łącznie dla ok. 170 osób. Na działce o powierzchni 16 tys. m² w pierwszym etapie budowy powstanie 85 apartamentów, zaś w etapie drugim będzie ich 65. Osiedle nad Zegrzem będzie składało się z ośmiu budynków liczących trzy lub cztery kondygnacje. W pierwszym etapie powstanie pięć budynków, w drugim trzy. Obsługa concierge będzie ukierunkowana tak samo jak w Kozubniku, czyli na klienta co najmniej europejskiego. Sawa Apartments bez wątpienia pozostanie w gronie liderów tego rynku. ■

Pasja czytania



Edukację czytelniczną należy rozpocząć bardzo wcześnie, zaprzyjaźnić dzieci z książką od pierwszych miesięcy życia. Posiadamy zresztą w naszej ofercie specjalne kartonowe wydania skierowane do najmłodszych. To daje pewność, że rozbudzimy u dzieci pasję czytania – mówi Stanisław Jędrysiak, Prezes Wydawnictwa MARTEL.

ROZMAWIA **BARBARA JONCZYK**

Skąd pomysł na własne wydawnictwo i dlaczego wasza oferta jest skierowana do najmłodszych czytelników?

– Zanim powstało wydawnictwo, miałem kilkuletnie doświadczenie w sprzedaży książek. Myśl o założeniu własnego wydawnictwa dojrzewała we mnie jakiś czas. Chciałem mieć możliwość decydowania o tym, jaki produkt otrzymają czytelnik. Skoncentrowałem profil wydawniczy na najmłodszych, by poczuć satysfakcję, jaką daje wydawanie dla dzieci, które z naszymi książkami dorastają. Oczywiście jest też fakt, że dzieci to najlepsza grupa docelowa – ze względu na trend nauczania poprzez obcowanie z książką od najmłodszych lat, mogący przynieść oczekiwane wyniki sprzedaży. Oczywiście, nie bez znaczenia były analizy raportów dotyczących sytuacji na rynku księgarskim.

Skąd wziął się pomysł na nazwę i logo wydawnictwa? I co właściwie oznacza MARTEL?

– Pomysł na nazwę powstawał około piętnaście lat temu, kiedy obco brzmiące określenia dodawały prestiżu, autorytetu. Stworzyłem więc krótki, zapadający w pamięć akronim: MARTEL, którego rozwinięcie pozostawię owiane tajemnicą. Z czasem dodaliśmy do niego określenie wydawnictwo, by nazwa kojarzyła się jednoznacznie. Od początku stawiałem na barwy białoczerwone, by mimo nieoczywistej nazwy podkreślić polskość firmy. Stąd dzisiaj logo: Wydawnictwo MARTEL – biały napis na czerwonym tle.

Jak wspomina pan początki działalności? Co było dla pana najmiłszym, a co najgorszym wspomnieniem związanym ze startem na rynku?

– Założenie własnego wydawnictwa to przede wszystkim bardzo kosztowna inwestycja. Pozyskanie środków finansowych na start było chyba najtrudniejszym zadaniem, więc nie wspominałm tych momentów najlepiej. Uczucie satysfakcji, jakie towarzyszyło wydaniu pierwszych książek pod własną nazwą, w pełni jednak rekompensowało tamte doznania – to zdecydowanie najmiłsze wspomnienie z tamtych lat.

Patrząc na całokształt waszej działalności – dużo się zmieniło od początków założenia wydawnictwa?

– Oczywiście, dziś wydajemy znacznie więcej książek – nasza oferta jest bogatsza, wciąż odkrywamy nowe horyzonty. Mamy też profesjonalny, bardziej doświadczony i rozbudowany zespół oraz niedawno wybudowaną, własną siedzibę firmy.

Czy jest jakiś tytuł, z którego są państwo szczególnie dumni? Który z dotychczas wydanych tytułów cieszył się największym zainteresowaniem wśród małych czytelników?

– Jesteśmy dumni z wielu tytułów, jednak chyba najbardziej z tych, które mają nie tylko funkcję dydaktyczno-wychowawczą, ale też terapeutyczną – to trójksiąg: „Bajki pomagajki”, „Bajki uśmiechajki” i „Bajki terapeutyczne”. Olbrzymim zainteresowaniem cieszy się też „Karaoke dla dzieci”, w którym wykonawcami piosenek są Fasołki, Olga Bończyk, Jacek Borkowski, Joanna Jabłczyńska oraz wiele innych znanych osób, a także seria poradników kulinarnych Siostry Marii, która, choć nie jest skierowana do dzieci, to jednak wzbudza niesłabnące zainteresowanie od wielu lat.

W ostatnich latach czytanie często zastępowane jest graniem na komputerze i zabawą z telefonem komórkowym. Co doradziliby pan rodzicom, którzy chcieliby rozbudzić w dzieciach pasję czytania książek i odciągnąć je od komputera?

– Edukację czytelniczną należy rozpocząć bardzo wcześnie, zaprzyjaźnić dzieci z książką od pierwszych miesięcy życia. Posiadamy zresztą w naszej ofercie specjalne kartonowe wydania skierowane do najmłodszych. To daje pewność, że rozbudzimy u dzieci pasję czytania. Co najważniejsze – czytamy im na dobranoc, to rozbudza ich wyobraźnię i wyrabia nawyk obcowania z książką. Jeśli mimo to skomputeryzowany świat stanie się dla dzieci ważniejszy, łączmy obie pasje – wprowadzajmy książki w życie dziecka poprzez zabawy, oferujemy te z płytami, by w pewnym momencie przeważył szalę zainteresowania na rzecz literatury.

A czy może pan zdradzić, jakie nowe tytuły przygotowujecie dla swoich czytelników w najbliższym czasie i gdzie będzie można je nabyć?

– Jest ich kilka. Zapowiedzi znajdziecie Państwo na naszej stronie internetowej oraz na naszym Facebooku, a na zakupy zapraszamy do sklepu internetowego: www.wydawnictwomartel.pl ■

**Dbamy
o wysoką
jakość
produktów**



Solidność to podstawowy element budujący zaufanie. To hasło towarzyszy nam od początku i to właśnie sumienność, lojalność i obowiązkowość w pracy zapewne wpłynęły na dzisiejszą pozycję firmy – mówi Gabriela Kośmider, właścicielka firmy Gabi-Plast.

ROZMAWIA IZABELLA JARSKA

Firma istnieje na rynku od lat 80. ubiegłego wieku. Jakie były jej początki? I jak udało się państwu przeprowadzić ją przez rafy nowej rzeczywistości po 89 roku? Wiele całkiem dobrze prosperujących przedtem przedsiębiorstw – z różnych przyczyn – zniknęło przecież w tym czasie z rynku...

– Początek to 1983 rok. Niewielkie pomieszczenie 20 m², potem stopniowa rozbudowa powierzchni produkcyjnej i magazynowej. W 1985 roku zakup kolejnej działki, na której powstawały następne magazyny, nowe pomieszczenia biurowe i ekspozycyjne. Dziś firma zajmuje powierzchnię ok. dziewięć tysięcy metrów kwadratowych. Trzydziestoletni okres, w którym zajmowaliśmy się zapewnianiem dostaw dla naszych odbiorców opakowań jednorazowego użytku, można podzielić na trzy etapy. Pierwszym było zapewnienie opakowań dla rynku małej gastronomii, który miał swoje punkty głównie latem i były to opakowania do lodów oraz kubki do napojów. W tamtym okresie widoczna była sezonowość zapotrzebowania na te produkty. Drugi etap to okres, w którym nastąpiła wielka przemiana na rynku żywnościowym oraz gastronomicznym. Wymogła ona na rynku opakowaniowym zapewnienie dostatecznej ilości towarów dostępnych całorocznie. Obecnie opakowania jednorazowe są dostępne w każdym miejscu, w którym mamy do czynienia z żywnością, jej produkcją, przechowywaniem i serwowaniem. Stale dostosowujemy się do oczekiwań klientów poprzez prowadzenie analiz sprzedaży, śledzenie trendów w opakowaniach, podążamy za nowościami, proponujemy nowe rozwiązania. Przede wszystkim zwracamy uwagę na wysoką jakość oferowanych produktów. Jako firma o długoletnich tradycjach dbamy także o utrzymanie swojej pozycji na rynku, a przede wszystkim o wiarygodność u klientów i dostawców. Solidność to podstawowy element budujący zaufanie. To hasło towarzyszy nam od początku i to właśnie sumienność, lojalność i obowiązkowość w pracy zapewne wpłynęły na dzisiejszą pozycję firmy.

Czy Gabi-Plast jest obecnie dużym przedsiębiorstwem? Ilu zatrudniacie państwo pracowników i jak duży rynek obsługujecie – lokalny czy całą Polskę?

– Nasza firma jest średniej wielkości przedsiębiorstwem. Obecnie zatrudniamy 30 pracowników, a także wielu podwykonawców i współpracowników zatrudnianych w celu zapewnienia ciągłości dostaw oraz utrzymania ruchu produkcyjnego. Obsługujemy zarówno rynek lokalny, jak i teren całej Polski oraz wykonujemy dostawy wewnątrzspółnotowe.

Co można znaleźć w państwa ofercie?

– W naszej hurtowni posiadamy całą gamę opakowań jednorazowych dla małej gastronomii i hoteli, takich jak: kubki, tacki, talerze, sztućce, jak również opakowania dla producentów żywności, piekarni, ciastkarni, zakładów mięsnych i mleczarni. Oferujemy także towary związane z utrzymaniem czystości oraz chemię gospodarczą. Produkcja to przede wszystkim wyłoczki techniczne z tworzyw sztucznych dla indywidualnych odbiorców wykonywane na ich zlecenie, np. osłonki na noże lub tuleje.

Do kogo kierujecie państwo swoją ofertę? Do przedsiębiorców czy do indywidualnego odbiorcy?

– Baza naszych klientów obejmuje kilka tysięcy firm zarówno w całym kraju, jak i poza jego granicami. Głównymi odbiorcami naszych towarów są hurtownie opakowań zaopatrujące małą gastronomię oraz producenci żywności i hotele. Obsługujemy również klientów indywidualnych, placówki oświatowe, sklepy.

Czym państwo zdobywacie swoich klientów? Jakie biznesowe motto przyświeca firmie?

– Podobnie jak w przypadku bazy dostawców, również baza naszych klientów składa się z wieloletnich partnerów, z którymi często wiążą nas bardzo przyjazne stosunki, natomiast nowe firmy trafiają do nas poprzez ogólnopolską reklamę prasową i medialną, udział w prestiżowych konkursach gospodarczych, stronę internetową i inne działania marketingowe. Dbamy o wysoką jakość oferowanych produktów. Cały czas dosko-

nalimy swój serwis obsługowy. Nasz personel jest dla nas największym kapitałem i współtwórcą sukcesu. Posiadanie aktualnej wiedzy jest warunkiem niezbędnym do osiągnięcia sukcesu, przez to tak ważne jest dla nas ustawiczne szkolenie pracowników.

Czy współpracujecie państwo z niektórymi firmami na stałe, czy są to zazwyczaj jednorazowe zamówienia?

– Większość naszych odbiorców to wieloletni partnerzy handlowi, z którymi mamy przyjemność pracować już od kilkudziesięciu lat. Lojalność, terminowość dostaw, wysoka jakość towarów oraz zachowanie płynności finansowej to dla nas priorytet współpracy. Oczywiście jesteśmy otwarci również na nowe kontakty i chętnie podejmujemy współpracę z młodymi firmami działającymi w branży opakowaniowej.

Gabi-Plast jest przedsiębiorstwem usługowo-produkcyjnym, z czego wynika takie połączenie? Czy było odpowiedzią na potrzeby rynku, czy wynika to z naturalnego rozwoju firmy?

– Naszą ofertę wyróżnia to, że zawiera ona wszystkie towary i produkty, jakie są wymagane, aby zapewnić kompleksową obsługę klientów działających w branży żywnościowej, hotelarskiej i gastronomicznej. Dzięki własnej narzędziowni oraz wykwalifikowanej kadry pracowników jesteśmy w stanie spełnić niestandardowe życzenia klientów poprzez wyprodukowanie wyłoczek na ich indywidualne zamówienia.

Jakie macie państwo plany dalszego rozwoju firmy?

– W ciągu najbliższych lat planujemy utrzymanie naszej wysokiej pozycji na rynku opakowaniowym. Będziemy starali się zapewnić obsługę naszych klientów na najwyższym poziomie, dbając o różnorodność oferty, precyzyjność obsługi i terminowość dostaw. Poprzez działania marketingowe planujemy pozyskanie nowych odbiorców. Stały nadzór nad infrastrukturą, zastosowanie nowoczesnych metod logistycznych, szkolenia i udział w targach oraz konferencjach branżowych pozwolą na zapewnienie oferty handlowej dla odbiorców na najwyższym poziomie. ■

Inwestycje alternatywne i dobra luksusowe idą w parze

O zmianach na polskim rynku metali szlachetnych, inwestycjach alternatywnych i rynku dóbr luksusowych rozmawiamy z Martą Dębską, wiceprezes Goldenmark Center, największego w Polsce dystrybutora fizycznego złota.

ROZMAWIA ANETA SIENICKA

Grupa Goldenmark od ośmiu lat dostarcza Polakom sztabki i monety. Jak zmienia się nasz rodzimy rynek metali szlachetnych?

– W największym skrócie te przemiany można określić jako dojrzewanie. Wśród osób zainteresowanych złotem i innymi metalami szlachetnymi w formie fizycznej bardzo mocno wzrosła świadomość nie tylko samego produktu, ale też jego faktycznych walorów. Polacy mniej zwracają uwagę na cenę, choć kupują bardzo świadomie, traktując np. spadek cen na światowych rynkach jako dobry moment na zakup, ale jednocześnie zdając sobie sprawę, że na tym rynku nie ma typowych „okazji”, „przecen” czy „promocji”.

No właśnie, często można usłyszeć, że dobry moment na zakup złota jest zawsze.

Dokładnie tak, bo złoto to walor, który uzupełnia nasze oszczędności czy inwestycje o czynnik stabilizujący. Zatem jeśli nie posiadamy złota lub posiadamy go za mało, to aktualna cena nie musi mieć aż takiego znaczenia. Zakup po korzystniejszym kursie zaprocentuje zapewne w krótszej perspektywie, w horyzoncie długoletnim, a tak najlepiej patrzeć na złoto, ma już nieco mniejsze znaczenie.

Ile złota powinniśmy posiadać?

– To z jednej strony bardzo indywidualny wybór, z drugiej zaś istnieją pewne zasady sugerowane przez ekspertów. Oporają się one przede wszystkim na idei dywersyfikacji, a mówiąc inaczej na tym, by „nie trzymać wszystkich jaj w jednym koszyku”. Najczęściej można usłyszeć o udziale złota w port-

felu na poziomie pomiędzy 20 a 30 procent.

Grupa Goldenmark coraz mocniej uzupełnia swoją ofertę o produkty na pierwszy rzut oka niezwiązane ze złotem. Skąd w waszej ofercie książki?

– Książki, a mówiąc precyzyjnie artbooki, faksymile i księgi jubilerskie, to część oferty produktów kolekcjonerskich, o które uzupełniamy wachlarz produktów od kilku lat. Początkowo koncentrowaliśmy się w tym segmencie na monetach kolekcjonerskich. Jednocześnie budowaliśmy Klub Goldenmark, do którego należy dziś już blisko 15 tys. osób. To osoby, które cenią sobie nie tylko inwestycje alternatywne, ale też wyjątkowe produkty kolekcjonerskie i użytkowe. W ten sposób zbliżamy się do rynku dóbr luksusowych, który w Polsce rośnie, szczególnie w ostatnich latach.

Jednak rynek dóbr luksusowych to przede wszystkim nieruchomości i drogie samochody...

– Tak jak w obszarze inwestycji, oszczędności i ochrony kapitału oferujemy metale szlachetne, które uzupełniają portfel, tak w obszarze innych dóbr biżuteria, zegarki, sztuka czy kolekcjonerstwo są uzupełnieniem luksusu, którym jako społeczeństwo coraz chętniej się otaczamy.

Czy takie produkty też mogą stanowić inwestycję?

– Ogólna zasada mówi, że dobrem inwestycyjnym może stać się wszystko to, czego podaż jest mocno ograniczona. Ponadto musi także istnieć popyt. Jeżeli mamy przedmiot rzadki, w którego po-



siadanie chciałoby wejść więcej osób, to cena, którą zaproponujemy za sprzedaż owego przedmiotu, może przekraczać tę, za którą go sami nabyliśmy. Dotyczy to zarówno papierów wartościowych, jak i monet kolekcjonerskich czy dzieł sztuki. **Zatem dla państwa klientów kopie starych ksiąg w oprawach jubilerskich czy artbooki to bardziej inwestycja czy kolekcjonerstwo?**

– Tego typu pozycje mogą stanowić prawdziwą ozdobę domu. Szczególnie w czasach, w których dla wielu powodem do dumy są przedmioty błahe i błyskawicznie tracące na wartości – nowy telewizor czy sprzęt audio. Książka jako emanacja dziedzictwa kulturowego jest wartością symboliczną i niematerialną. Dopiero w drugiej kolejności traktowa-



Złoto to walor, który uzupełnia nasze oszczędności czy inwestycje o czynnik stabilizujący. Zatem jeśli nie posiadamy złota lub posiadamy go za mało, to aktualna cena nie musi mieć aż takiego znaczenia

na może być jako swego rodzaju lokata czy nawet forma gromadzenia majątku i przekazywania go kolejnym pokoleniom. **Jako firma macie doświadczenia z hurtową sprzedażą biżuterii. Czy w ramach poszerzenia oferty Goldenmark zaoferuje**

też takie wyroby z metali szlachetnych odbiorcom indywidualnym?

– Jak wynika z raportu KPMG, jednym z najszybciej rosnących i rozwijających się segmentów jest rynek luksusowej biżuterii i zegarków. Segment luksusowej

biżuterii zdominowany jest przez biżuterię damską, która stanowi przeważającą część tej kategorii i w 2017 roku jej wartość wyniosła blisko 300 mln złotych. Mężczyźni gustują z kolei w zegarkach, większość oferowanych na polskim rynku luksusowych zegarków jest przeznaczonych dla mężczyzn. Sądzę, że oba te obszary interesują również naszych klientów i zapewne w najbliższych miesiącach zaproponujemy im interesujące produkty i usługi.

Zatem w ofercie Goldenmark możemy się spodziewać kolejnych nowości?

– W najbliższych miesiącach z pewnością zaproponujemy wiele nowości. Widzimy, że oczekują tego nasi klienci. Wierzymy też, że inwestycje alternatywne i dobra luksusowe idą w parze. ■

Co musisz wiedzieć o przetwarzaniu danych osobowych

RODO to nie gotowe rozwiązania, i choć obowiązuje od 25 maja 2018 r., wielu przedsiębiorców w ogóle się do tego nie przygotowało. Istnieje ogólne przekonanie, że RODO to przede wszystkim otrzymanie zgody. Podczas gdy zgoda na przetwarzanie danych osobowych to tak naprawdę najstarsza podstawa przetwarzania – adwokat Małgorzata Lewandowska opowiada o zawiłościach przetwarzania danych osobowych.

Fot. Ela Chabierska Ciechomska

ROZMAWIA **BARBARA JOŃCZYK**

Dlaczego warto korzystać z usług adwokata?

– Z tego samego powodu, z jakiego warto skorzystać z usług szewca, mechanika samochodowego czy kaletnika. Na szczęście nie jesteśmy wszystkowiedzący i wiele kwestii, zwłaszcza z zakresu prawa, wymaga wyjaśnień. Bardzo szybko na własnej skórze można się przekonać, jak ważne jest korzystanie w wielu

kwestiach z porad ekspertów, niezależnie od tego, czy chodzi o skonstruowanie umowy z dostawcą, przegląd dokumentacji pracowniczej czy wdrożenie odpowiednich procedur RODO.

Jakie jest pani doświadczenie i zakres usług?

– Jestem adwokatem z ponad piętnastoletnim doświadczeniem w branży. Zanim zostałam adwokatem, przez wiele lat byłam Asystentem Sędziego w Sądzie Okręgowym w Warszawie, wykładałam prawo na Akademii Obrony Narodowej, skończyłam studia doktoranckie w Państwowej Akademii Nauk. Jestem bardzo szczęśliwym człowiekiem, ponieważ prawo to moja pasja i kocham to, co robię. Zajmuję się obsługą przedsiębiorstw w zakresie prawa handlowego, gospodarczego i e-commerce oraz ochroną danych osobowych w zakresie działalności przedsiębiorstw.

Czy można streścić w jednym zdaniu, co oznacza RODO?

– Można odpowiedzieć, co oznacza skrót RODO i że jest to rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady UE 2016/679 w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych. Natomiast z funkcjonalnego punktu widzenia RODO to przede wszystkim procedura, inne dla każdej organizacji czy firmy. Ponieważ tutaj nie ma gotowych recept.

Kogo obowiązują te przepisy?

– Europejskich, więc także polskich przedsiębiorców i wszystkie organizacje zajmujące się przetwarzaniem danych osobowych osób fizycznych. RODO to przepisy uchwalone na poziomie Unii Europejskiej, zatem obowiązują także polskich przedsiębiorców. Jednak warto tutaj wspomnieć, że kwestie nieprecyzyjnie wskazane przez RODO wymagają polskich przepisów wykonawczych, w tych kwestiach jednak musimy nieco jeszcze poczekać. Co oczywiście nie oznacza, że możemy nic nie robić. RODO obowiązuje od 25 maja 2018 r., więc od tego też czasu polski przedsiębiorca powinien dostosowywać odpowiednie procedury w zakresie ochrony danych osobowych w organizacji.

Co powinniśmy zrobić?

– RODO to nie gotowe rozwiązania i choć obowiązuje od 25 maja 2018 r., wielu przedsiębiorców w ogóle się do tego nie przygotowało. Istnieje ogólne przekonanie, że RODO to przede wszystkim otrzymanie zgody. Podczas gdy zgoda na przetwarzanie danych osobo-

wych to tak naprawdę najłabsza podstawa przetwarzania. Dlaczego? – ponieważ zgodę zawsze można wycofać. W wielu przypadkach zgoda nie jest nawet konieczna, ponieważ przetwarzanie dotyczy realizacji jakiejś usługi czy umowy. Kiedy obserwuję serwisy, strony czy sklepy internetowe zauważam, że wiele jeszcze należy zrobić i wiele doprecyzować. Jest jednak rzecz, która dla wszystkich jest spójna, a mianowicie świadomość. Warto w tych kwestiach przynajmniej śledzić wiadomości, czytać artykuły – uczulam, aby korzystać z porad ekspertów. Sama prowadzę informacyjny profil na LinkedIn – zapraszam do czytania zamieszczanych artykułów i postów oraz na bezpłatne webinaria.

Czy RODO dotyczy tylko klientów?

– RODO dotyczy przetwarzania danych osobowych osób fizycznych. Czyli klientów, kontrahentów, pracowników, usługobiorców, czasami usługodawców. Każdy przedsiębiorca mający pracowników przetwarza ich dane – oczywiście, większość na podstawie norm Prawa Pracy, jednak przetwarza też dane w zakresie osób najbliższych pracownika, np. kiedy umrze jego babcia lub kiedy taki pracownik chce objąć ubezpieczeniem najbliższych – i tutaj w grę wchodzi RODO. Odmienne wygląda

czy: dobrowolne, konkretne, świadome, jednoznaczne okazanie woli w formie oświadczenia lub wyraźnego działania potwierdzającego, przyzwala na przetwarzanie dotyczących jej danych osobowych w formie ustnej, pisemnej lub elektronicznej. Może to polegać na zaznaczeniu okienka wyboru podczas przeglądania strony internetowej, na wyborze ustawień technicznych do korzystania z usług społeczeństwa informacyjnego lub też na innym oświadczeniu bądź zachowaniu, które w danym kontekście jasno wskazuje, że podmiot danych zaakceptował proponowane przetwarzanie jego danych osobowych. Milczenie, domyślnie zaznaczone okienka lub niepodjęcie działania nie powinny być traktowane jako wyrażenie zgody.

Czy zgody uzyskane przed wejściem w życie RODO są ważne?

– Oczywiście. Jednak jeszcze raz namawiam do sprawdzenia celów przetwarzania, ponieważ może okazać się, że nie są one wcale konieczne, a ich zakres będzie nas ograniczał. Tak jak już wspomniałam, zgodna to najłabsza, jednak najbardziej rozpowszechniona podstawa przetwarzania danych osobowych. Najłabsza dlatego, że w każdej chwili może zostać cofnięta. Cof-

Zgodnie z RODO zgoda osoby, której dane dotyczą, oznacza: dobrowolne, konkretne, świadome, jednoznaczne okazanie woli

kwestia przetwarzania danych osobowych klientów – tutaj dużo zależy od celu przetwarzania, a cele mogą być bardzo różne, np. realizacja umowy głównej kupna-sprzedaży, cele marketingowe, cele statystyczne itd. W zależności od tego celu właśnie musimy dostosować odpowiednie procedury. Warto też zastanowić się, jakie dane przetwarzamy, czy np. tylko imię i nazwisko, adres zamieszkania i numer telefonu, czy również wizerunek, zdjęcie lub dane dotyczące zdrowia.

Czym tak naprawdę jest zgoda według RODO?

– Jest jedną z najczęściej stosowanych podstaw przetwarzania danych osoby, której te dane dotyczą (czyli podmiotu danych) – RODO zwraca na to szczególną uwagę. Zgodnie z RODO zgoda osoby, której dane dotyczą, ozna-

nięcie zgody natomiast wiąże się z tym, że nie można – w większości przypadków – przetwarzać już takich danych. Często spotykam się z takimi pytaniami od swoich klientów: „jakie zgody powinienem mieć?”, „jakie zgody są mi potrzebne?”. Kiedy odpowiadam, że żadne – klienci nie wierzą. Warto w tej kwestii wskazać art. 6 ust 1 pkt b, zgodnie z którym przetwarzanie jest zgodne z prawem, jeżeli jest niezbędne do wykonania umowy, której stroną jest osoba, której dane dotyczą, lub do podjęcia działań na żądanie osoby, której dane dotyczą, przed zawarciem umowy. Co z tego wynika? Aby dobrze wdrożyć RODO i, przede wszystkim, aby przestać generować niepotrzebne mity, warto skorzystać z porady eksperta z dziedziny RODO. Z pewnością wyjdzie to każdemu na zdrowie. ■

Ból pleców – strategiczny czynnik ryzyka zmniejszający wydajność przedsiębiorstw

Na podstawie piętnastu lat nauki i dziesięciu lat doświadczenia w zawodzie oraz na prośbę pacjentów opracowałem zoptymalizowany program profilaktyki kręgosłupa, który we wrześniu będzie dostępny w formie interaktywnego instruktarzu – mówi Arkadiusz Martyniuk z REHEALTHY.

ROZMAWIA ANETA SIENICKA

Czy uważa pan, że nie doceniamy wagi problemu bólu pleców?

– Badania wskazują, że nawet 90 proc. populacji doświadcza nawracającego bólu pleców. Podstawowym czynnikiem ryzyka powstawania dolegliwości, wbrew obiegu opinii, nie jest pozycja siedząca czy dźwiganie, ale przede wszystkim wcześniejsze epizody bólowe, a następnie poziom wykształcenia, stres, niezadowolenie z pracy czy brak wsparcia społecznego w miejscu pracy. Kolejne czynniki są specyficzne dla danej branży.

Z reportu Ernst & Young wynika, że jednym z największych czynników ryzyka kształtujących przyszłość przedsiębiorstw jest starzenie się kadry pracowniczej. Badania wykazują, że częstość występowania bólu pleców jest najwyższa w trzeciej dekadzie, a ogólna częstość występowania wzrasta z wiekiem do 60-65 roku życia, następnie stopniowo maleje. Wynika to z fizjologicznych zmian w uwodnieniu połączeń kręgosłupa. W wielu sektorach gospodarki ograniczenie dostępu do wykwalifikowanej kadry wymusi dostosowanie podejścia w dbaniu o pracowników do zmieniającej się kondycji społeczeństwa.

Z badań przeprowadzonych w latach 2011–2015 przez największą sieć medyczną w Polsce na pracownikach biurowych wynika, że 22 proc. wizyt lekarskich dotyczy chorób układu ruchu. Dziewięć osób na sto otrzymało zwolnienia lekarskie trwające średnio 15 dni w roku. Do tego należy doliczyć koszty niewykonanej pracy (prezenteizmu). Rachunek jest prosty: [9 osób x (80 proc.

x 5500 brutto)] x 1,5 m-ca absencji i prezenteizmu = 59 400 zł/rok. Za wszystko płaci pracodawca.

Co jest zatem główną przyczyną dolegliwości związanych z plecami?

– Przede wszystkim wiemy tyle, ile potrafimy nazwać. Nikt nas w szkole nie nauczył, że rodzimy się asymetryczni, że wystarczy raz w tygodniu pokazać tkanom, w jakich zakresach mogą i powinny pracować, żeby nie dochodziło do sklejeń i ograniczenia ruchomości. Najgorsze, że nikt nie zadbał o to, żeby nauczyć nas, jak świadomie tworzyć i utrzymywać właściwe nawyki. Może jest jakaś siła na tym świecie, której po prostu zależy, żebyśmy chorowali? Jeżeli chodzi o ciało, to problem powstaje poprzez powtarzalny ruch lub statykę, kiedy receptory w mięśniach i otaczających je powięziach zapisują błędny komunikat, że mają pilnować skrócenia i zbliżenia włókien. Żeby do tego nie dopuścić, wystarczyłoby się w odpowiedni sposób porządkować, jak kot, po każdym braku lub nadmiarze aktywności. Jeżeli miałbym generalizować, to przyczyną większości dolegliwości, z którymi pacjenci przychodzą do gabinetów Rehealthy, jest brak profilaktyki. Jesteśmy w stanie po badaniu precyzyjnie odpowiedzieć, która tkanka i w jakim łańcuchu jest uszkodzona, natomiast nie doszłoby do jej przeciążenia czy uszkodzenia, gdyby sznurki utrzymywały maszt ze wszystkich stron z tym samym napięciem. Jak jest wygięty, to z jednej strony sznurek jest w ciągłym rozciągnięciu i po kolei zaczynają puszczać włókna tworzące ten sznurek. Wiemy dokładnie, że mięśnie,

które przyczepiają się do kręgosłupa, są połączone również z miednicą i udami. Wiemy, że jak się siedzi, to z przodu się skraca, z tyłu się rozciąga i skleja, do tego asymetria od urodzenia i brak profilaktyki – to wszystko powoduje ból.

Jaka jest najbezpieczniejsza forma profilaktyki?

– Znamy dobrze mechanizmy uruchamiane w trakcie leczenia i te same mechanizmy możemy samodzielnie wykorzystać w domowym zaciszu lub w trakcie pracy. Na podstawie piętnastu lat nauki i dziesięciu lat doświadczenia w zawodzie oraz na prośbę pacjentów opracowałem zoptymalizowany program profilaktyki kręgosłupa, który we wrześniu będzie dostępny w formie interaktywnego instruktarzu. W dwa miesiące, krok po kroku, można nauczyć się, jakie pozycje wykorzystywać i po co. Po tym czasie klient będzie potrafił stworzyć nawyk rozciągania, który wykorzystany raz w tygodniu przez dziesięć minut zabezpieczy przed różnymi dolegliwościami. Protokół naśladuje techniki i pozycje, które wykorzystuję w leczeniu i indywidualnym instruktarzu po procesie leczenia, dlatego wiem precyzyjnie, w jakiej kolejności i po co wdrażać kolejne pozycje i mechanizmy.

Do kogo kieruje pan swoją ofertę?

– Firmy, które rozumieją powagę zagrożenia utratą kluczowego pracownika chociażby na jeden dzień lub wstrzymanie produkcji na kilkanaście minut, są w stanie od razu określić, ile tracą. Sam zatrudniam pracowników i wiem, z jakimi niedogodnościami wiąże się nieobecność chociażby jednego. Dlatego oddaję

w ręce przedsiębiorców i osób prywatnych przetestowane, zoptymalizowane i skuteczne narzędzie antyzwolnieniowe. Oprócz tego oddają narzędzie do mierzenia efektywności powyższego rozwiązania i kilka możliwości rozbudowy programu profilaktyki o indywidualne badanie i zabiegi lub szkolenia w miejscu pracy, a także eventy zdrowotne. Do badania i zabiegów wyselekcjonowano jedynie najszybsze i najskuteczniejsze rozwiązania w terapii leczenia bólu somatycznego oparte na konkretnych reakcjach fizjologicznych potwierdzonych badaniami zgodnymi z EBM i idei medycyny osteopatycznej. Dobór metod i środków jest zorientowany na wynik oraz spakowany w checklisty i protokoły, dzięki czemu staje się zoptymalizowany w czasie oraz SMART. Zaletami szkoleń i eventów jest poszerzenie podstawowych kompetencji, zwiększenie satysfakcji i efektywności pracy, pozytywne nastawienie i kierunek myślenia. Wszystkie elementy wpływają na zwiększenie wydajności i produktywności pracowników dając większą zyskowność i budowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa. ■



Dżentelmeni piją whisky

Niedawno w polskim świecie whisky zrobiło się głośno o Łoży Dżentelmenów, która zaczęła sprowadzać na polski rynek ekskluzywne i kolekcjonerskie edycje szkockich whisky. Rozmawiamy z założycielem i selekcyjnerem whisky Łoży Dżentelmenów – Arturem Brzychcy.

ROZMAWIA BARBARA JOŃCZYK

Dlaczego akurat whisky? Czemu nie nasze polskie alkohole?

– Jest masa znakomitych alkoholi, ale to właśnie whisky skradła mi serce. Jej historia jest tak samo piękna jak Szkocja, i tak samo niezwykła. Whisky zainteresowałem się dzięki koledze i mojemu mentorowi Pawłowi Lipnickiemu. Rozmawialiśmy kiedyś o historii alkoholi i zwrócił mi on uwagę na to, że Szkoci i Irlandczycy pili destylaty na długo przed Polakami i Rosjanami. Nie do pomyslenia (śmiech). To on zarekomendował mnie jako ambasadora Johnnie Walker Black Label. I tak wszystko się zaczęło. **Jako ambasador robił pan degustacje, ucząc ludzi, jak pić whisky. Dlaczego w takim razie powstała Łoża Dżentelmenów, która przecież zajmuje się tym samym?**

– Łoża Dżentelmenów powstała dlatego, że skończył się Mentor Program Johnnie Walkera. To był rok 2009, kiedy

Dzisiaj Łoża to, jak podkreślacie, jedyny w Polsce selekcyjner whisky. Co się zmieniło w takim razie? Nie robicie już degustacji?

– Robimy oczywiście degustacje i raczej nie przestaniemy. Selekcja whisky zaczęła się jako dodatek do marki LD w 2014 roku, kiedy zostaliśmy poproszeni, aby wybrać beczkę whisky dla jednego z naszych klientów. Wtedy zrozumieliśmy, że to jest właściwy kierunek. Od tamtej pory co roku selekcyjonowaliśmy jedną beczkę, ale w 2017 roku podjęliśmy decyzję, że zaczynamy działać na poważnie i w 2018 roku sprowadzamy łącznie sześć beczek whisky z różnych destylarni. Była to odpowiedź na zainteresowanie fanów whisky tym, co robimy.

Dzisiaj około 45–50 proc. beczki sprzedajemy w przedsprzedaży wśród fanów, którzy ufają wyborom Łoży Dżentelmenów i naszym selekcjom.

Whisky z naszych beczek nie da się dostać w żadnym sklepie i bardzo nam zależy, aby tak było. Nasza whisky jest przeznaczona dla fanów tego trunku oraz kolekcjonerów, nie dla przypadkowego klienta

o czterech wyszkolonych w Szkocji ambasadorów, w tym ja, z dnia na dzień zakończyło kontrakt z Johnnie Walkerem i firmą Diageo. Ale ja nigdy nie należałem do osób, które się zamartwiają. Szybko wymyśliłem nazwę, pod którą dalej robiliśmy degustacje. Szybko z whisky przeszliśmy też na wina, miody pitne, cygara, koniaki, nalewki. Oczywiście, początki nie były łatwe, ale jakoś się udało.

Na czym polega różnica między tym, co wy oferujecie, a tym, co można dostać w sklepie z alkoholem?

– Przede wszystkim whisky z naszych beczek nie da się dostać w żadnym sklepie i bardzo nam zależy, aby tak było. Nasza whisky jest przeznaczona dla fanów tego trunku oraz kolekcjonerów, nie dla przypadkowego klienta. Zakupić naszą whisky mogą tylko ci, którzy skontaktują się z nami bezpośrednio. Trochę jak-

by wstępowali do Łoży Dżentelmenów. Dlatego też śmiejemy się, że trzeba należeć do Łoży, żeby pić nasze whisky.

Druga różnica jest taka, że z jednej beczki jest 200-300 butelek w zależności od jej rodzaju i nigdy więcej dokładnie taki smak się nie powtórzy. Dlatego jeśli ktoś spróbował naszej whisky na jakimś spotkaniu albo festiwalu, to możliwe, że będzie to jedyny raz w życiu, ponieważ jak się spotkamy następnym razem, to my będziemy mieli już zupełnie inne whisky.

Kto wybiera whisky dla Łoży Dżentelmenów?

– W tym momencie tylko ja, choć nie do końca. Ostateczna decyzja jest moja, ale często proszę o opinię inne osoby. Czasami jeśli wiem, że w Polsce jest spec od jakiejś konkretnej destylarni, to potrafię przejechać pół Polski, żeby razem z nim przedyskutować konkretną próbkę.

Jakie są plany na przyszłość? Czy whisky sprzedaje się w Polsce?

– Czy się sprzedaje? Polska jest na trzynastym miejscu na świecie pod względem spożycia whisky. Z roku na rok sprzedaż w segmencie premium rośnie o około 12–14 proc. Polacy pokochali whisky i dla wielu stała się ona pasją. Pokazuje to też nasza sprzedaż. Zakładaliśmy, że whisky z jednej beczki będzie dostępna średnio przez okres dwóch lat. Okazuje się, że po 6-8 miesiącach już nie ma po niej śladu.

Co planujemy na przyszłość? W grudniu przeprowadzimy absolutną rewolucję. Będziemy mieli wiekową whisky ze znanej destylarni, która jeszcze nikomu nie sprzedała beczki. My będziemy pierwsi!

To będzie absolutne trzęsienie ziemi w świecie ekskluzywnych alkoholi, a Polakom pozwoli posiadać w swoich zbiorach absolutną czarną perłę świata whisky! ■





Nie interesuje mnie sprzedaż tego, co mają wszyscy

Ostanie pięć lat przyniosło prawie 36 proc. wzrostu wartości rynku nieruchomości luksusowych. Rynek nieruchomości premium rośnie, a dynamika jest spora. Jest to efektem bogacenia się polskiego społeczeństwa, także jestem dobrej myśli – przekonuje Patryk Przewodowski, szef Platinum House, agencji nieruchomości, działającej w sektorze nieruchomości premium.

ROZMAWIA KRZYSZTOF JOŃCZYK

Jak długo jest pan związany z rynkiem nieruchomości?

– Nieruchomościami zajmuję się już od dziesięciu lat. Jest to moja perełka. Powiedziałem sobie, że bez względu na to, jak potoczy się los i gdzie będę za

kilkanaście lat, to z nieruchomości nie zrezygnuję.

Praca w branży nieruchomości pozwala mi na poznawanie wielu ciekawych osób, rozwiązywanie problemów innych ludzi i spełnianie cudzych marzeń.

Często jest tak, że ktoś musi coś szybko sprzedać, bo się wyprowadza, bo się rozwodzi i trzeba podzielić majątek.

Z drugiej strony pomagam odnaleźć wymarzony dom. To naprawdę wspaniałe uczucie, kiedy znajduję daną nie-

ruchomość i widzę, jak klientowi „świecą się oczy”. Kiedy widzisz uśmiech na twarzy innych osób, czujesz satysfakcję. **Jakimi nieruchomościami pan się obecnie zajmuje?**

– Moja specjalizacja to nieruchomości premium. Duże działki dla deweloperów, inwestorów, pod hotele i biurowce.

Nie interesuje mnie sprzedaż tego, co mają wszyscy. Zajmuję się nieruchomościami, które nie krążą po rynku, nie znajdziemy ich na portalach nieruchomościowych ani na stronach agencji nieruchomości. Takie nieruchomości trafiają do grup inwestorów, którzy oczekują czegoś, czego na rynku nie ma. Poza tym liczy się dla mnie ilość, a jakość, co pozwala mi również skupić się na innych projektach.

Nieruchomościami premium chciałby się zajmować wszyscy, ale nie wszystkim na to stać. Pamiętajmy, że praca agenta nieruchomości to praca prowiźyjna. Jeżeli agent nie sprzedaje, to nie zarobi, a żyć za coś trzeba... Czas sprzedaży takiej nieruchomości to średnio od roku do nawet pięciu czy sześciu lat. Prowadząc zespoły sprzedażowe jednej z największych agencji nieruchomości w Polsce, zawsze pilnowałem, aby w tzw. bazie nieruchomości danego agenta było 70-80 proc. nieruchomości do 500 tys. zł. Moim obowiązkiem jako menedżera i lidera zespołu było dopilnowanie, aby agenci systematycznie zarabiali, co przносило się na ich zadowolenie z pracy i dobrą atmosferę w zespole. Oczywiście, do każdego z nich podchodziłem indywidualnie.

Gdzie szuka pan klientów?

– Współpracuję z zamkniętą grupą osób takich jak ja, w której wymieniamy się informacjami odnośnie nieruchomości oraz klientów i inwestorów. Takie osoby mam w całej Polsce. Posiadam również dostęp do inwestorów z zagranicy.

Jakie są prognozy odnośnie rynku nieruchomości premium?

– Ostatnie pięć lat przyniosło prawie 36 proc. wzrostu wartości rynku nieruchomości luksusowych. Rynek nieruchomości premium rośnie, a dynamika jest spora. Jest to efektem bogacenia się polskiego społeczeństwa, także jestem dobrej myśli.

Poza pana główną działalnością rozwija pan jeszcze jeden ciekawy projekt – platformę tradingową.

– Należę do kilku klubów biznesowych w Polsce. Dzięki takim klubom poznałem bardzo ciekawe osoby. Jedną

z nich jest Tomek – właściciel firmy Meetfaces SA. Doprowadziłem do kolejnego spotkania ze swoją współniczką Natalią, która dostrzegła w Meetfaces dodatkowy potencjał. Zapytała, czemu by nie zrobić z Meetfaces SA platformy tradingowej. Odbyliśmy burzę mózgów i właśnie pracujemy nad tym projektem. Platforma powinna ruszyć już na początku października.

Skąd pomysł na taką platformę?

– Podczas tych spotkań biznesowych zauważyliśmy, że ludzie próbują robić ze sobą biznesy, ale tylko na skalę kraju. Wpadliśmy na pomysł, aby zrobić platformę tradingową. Takie Allegro, ale dla biznesu. Będziemy pomagać polskim i zagranicznym firmom w rozwoju zarówno w kraju, jak i za granicą. Mamy kontakty m.in. w Turcji, Zjednoczonych Emiratach Arabskich, Arabii Saudyjskiej, USA, Chinach i całej Europie. Do platformy będziemy wprowadzali firmy, które chcą się rozwijać i zawierać transakcje międzynarodowe bądź wejść na zagraniczne rynki. Spodziewamy się, że dzięki naszej platformie będziemy ściągali do Polski zagranicznych inwestorów. Częścią naszego pomysłu jest także pomoc w importowaniu towarów z całego świata. Docelowo takie transakcje między stronami ma wspierać opiekun handlowy. Do niego należeć będzie negocjowanie cen, pomoc przy wysyłce to-

ludzi, jak Tomek, Natalia czy Iwona, wierzę, że to dopiero początek.

Sam będę odpowiedzialny za coś, co robiłem przez wiele lat – za zbudowanie zespołów sprzedażowych w Polsce, Europie i na świecie. Dlatego już teraz szukamy managerów i handlowców, z którymi moglibyśmy współpracować. Na szczęście, gdy ludzie słyszą, co będziemy robić, sami chcą brać udział w projekcie. Zachęcają ich też duże możliwości zarobkowe. Naprawdę duże...

Czy przy tak wielkich projektach można jeszcze znaleźć odrobinę czasu dla siebie? Jak lubi pan go spędzać?

To zależy. Czasami mam ochotę poleżeć w domu i wyjść tylko na krótki spacer, pójść do restauracji, obejrzeć mecz. Innym razem potrzebuje wyjechać na działkę czy gdzieś nad wodę, posiedzieć wśród zieleni na hamaku, poczytać książkę i przzenieść na papier nowe pomysły czy udoskonalenia obecnych projektów. Uwielbiam spędzać czas z bliskimi, patrzeć na uśmiech swoich dzieci, Alana i Oliwki, ale lubię również spontaniczne wyjazdy. Przychodzi jakaś myśl, wsiałdam i jadę.

Jakiś czas temu stwierdziłem, że muszę pojechać na weekend nad morze. Zadzwońiłem do żony, że szukam hotelu nad morzem, wszystko było zajęte, więc tego samego dnia posłaliśmy do biura podróży, tuż przed jego zamknięciem i dwa dni póź-

Zajmuję się nieruchomościami, które nie krążą po rynku, nie znajdziemy ich na portalach nieruchomościowych ani na stronach agencji nieruchomości

waru itp. Ograniczy to koszty firm związane z zagranicznymi wyjazdami. Wizja jest znacznie większa, ale na razie zostawimy ją dla siebie. Chcemy, aby firmy, które znajdują się na platformie, oferowały sobie usługi i produkty po cenach rabatowych.

Ta platforma świetnie sprawdzi się na rynku nieruchomości. Moja firma również znajdzie się na platformie, dzięki czemu do moich nieruchomości będą mieli dostęp inwestorzy z całego świata.

Raz w roku będziemy organizowali duży event dla partnerów, na który będą zjeżdżać się prezesi i przedstawiciele firm z różnych stron świata. To jest tylko załączek tego, co platforma będzie mieć do zaoferowania. Mając przy sobie takich

niej siedzieliśmy już o szóstej rano w samolocie na Rodos. Tak spontanicznie.

Wspomniał pan o książkach, jakie książki pan czyta?

Jeśli chodzi o literaturę, najchętniej czytam książki biznesowe. Systematycznie stawiam na rozwój, dlatego głównie takie książki mnie interesują. Staram się czytać przez minimum pół godziny dziennie. Często wracam do książek, które już przeczytałem. To jest jak trening. Jeżeli coś potrafisz, ale przestajesz to robić, to zapominasz. Poza tym, jeśli czytając książkę jednego dnia, zakreślasz w niej interesujące rzeczy, to wracając do niej za rok odkryjesz, że już coś innego może być w niej dla Ciebie ważne. ■



Jedna z szesnastu debaty, w której udział wzięli m.in. Prezydent Andrzej Duda

Fot. Fundacja Instytut Studiów Wschodnich

Krynica w centrum uwagi

Już niemal od trzech dekad niewielki górski kurort na początku września każdego roku staje się centrum ważnych debat gospodarczych.

Andrzej Wysoczański

W tym roku krynickie Forum Ekonomiczne odbywa się już po raz 28., a dodatkowo z roku na rok skala wydarzenia jest coraz większa. Podczas zbliżającego się wydarzenia zaplanowano sześć sesji plenarnych, ponad 180 paneli dyskusyjnych, wykładów, warsztatów i debat oraz prezentacje narodowe i regionalne.

Jaka będzie tegoroczna edycja?

Organizatorzy spodziewają się ponad 4 tys. uczestników. Jak zapowiadają swoje poglądy dotyczące aktualnej sytuacji politycznej, gospodarczej i społecznej na świecie wymienia szefowie rządów i parlamentów, ministrowie i parlamentarzyści z krajów naszego regionu, prezesi największych spółek, eksperci,

przedstawiciele świata nauki, kultury oraz mediów z ponad 60 krajów.

I właśnie co roku największej uwagi przyciąga lista VIP-ów, którzy zdecydowali się na wizytę na Forum. Organizatorzy do ostatniej chwili wolą nie wypowiadać się na temat listy nazwisk gości z najwyższego szczebla, ponieważ tego typu wizyty zazwyczaj potwierdzane są w ostatnim momencie. – Chcemy kon-

tynuować dobrą tradycję i nie ogłaszać nazwisk ponieważ wiele się jeszcze może zmienić. Niemniej spodziewamy się imponującej liczby prominentnych gości – podkreśla regularnie Zygmunt Berdychowski, przewodniczący Rady Programowej Forum Ekonomicznego.

Dwa lata temu w ramach Forum Ekonomicznego odbyło się po raz pierwszy spotkanie Grupy Wyszehradzkiej czyli premierów Polski, Czech, Słowacji i Węgier. Rok temu w Krynicy pojawiła się większość ministrów, ten rok pod tym względem nie powinien wypaść gorzej.

Swoje przyjazdy ze strony rządowej potwierdzili już m.in: Piotr Gliński – mi-

Bank, Fundacja Niepodległości oraz Giorgi Margwelaszwili.

Obrady Forum Ekonomicznego będą odbywać się w Centrum Konferencyjnym zlokalizowanym wokół deptaka w Krynicy-Zdrój. Na gości czeka zatem wyremontowana niedawno Pijalnia Główna oraz inne budynki jak Dom Forum, Nowy Dom Forum, Stary Dom Zdrojowy, Nowy Dom Zdrojowy.

Jedynie takie miejsce

To tu, od niemal 30 lat spotykają się premierzy, przedstawiciele rządów państw europejskich, unijni decydenci, prezesi europejskich firm, eksperci i eko-

że przedstawiciele biznesu. Zdaniem wielu uczestników jednym z walorów wydarzenia jest umożliwienie przedstawicielom biznesu bezpośredniego przedstawienia swoich spostrzeżeń i uwag dotyczących polityki ekonomicznej i regulacyjnej prowadzonej przez rządy i instytucje europejskie.

Zygmunt Berdychowski, twórca krynickiego Forum podkreśla, że choć wielu gości narzeka na trudny dojazd do Krynicy to z drugiej strony jest to zaleta. – Gdy do Krynicy ktoś dojedzie to zazwyczaj zostaje na dłużej. Tym samym może się spotkać z większą liczbą osób, wziąć udział w kilku wydarzeniach – mówi w wywiadach.

Dlatego przewagą spotkań w Krynicy jest właśnie możliwość rozmowy nie tylko przed czy po panelach, ale także na deptaku czy podczas wieczornych imprez. Kurort w czasie Forum tętni życiem do późnych godzin nocnych.

Forum Ekonomiczne w Krynicy, nazywane często polskim Davos, jest niewątpliwie jednym z najważniejszych spotkań elit gospodarczych, politycznych czy kulturalnych w Europie Środkowo-Wschodniej. Każda edycja przynosi jakieś głośnie wydarzenie. Obecna z uwagi na bliskość wyborów parlamentarnych powinna przynieść wiele głośnych deklaracji.

Organizatorem Forum Ekonomicznego w Krynicy jest od początku Fundacja Instytut Studiów Wschodnich. Obrady są przygotowywane we współpracy z ponad 100 partnerami, wśród których znajdują się największe firmy – krajowe jak i z udziałem kapitału zagranicznego. Głównym partnerem Forum tradycyjnie jest Województwo Małopolskie. ■

Krynica, jak podkreślają goście konferencji daje doskonałą okazję do debat i nieformalnych rozmów, podczas których poglądy wymieniają politycy, ale także przedstawiciele biznesu

nister kultury i dziedzictwa narodowego, Łukasz Szumowski – minister zdrowia, Andrzej Adamczyk – minister infrastruktury, Henryk Kowalczyk – minister środowiska, Elżbieta Rafalska – minister rodziny, pracy i polityki społecznej oraz Anna Zalewska – minister edukacji narodowej. Jeśli chodzi o gości z zagranicy to choćby premier Litwy Saulius Skvernelis czy były prezydent Chorwacji Stjepan Mesić. Jednak lista będzie zdecydowanie dłuższa. W końcu Krynica to najważniejsze spotkanie elit politycznych czy gospodarczych w naszej części Europy

nomiści, aby dyskutować o sprawach najważniejszych. – Spotkanie to ważne wydarzenie i ważny głos dla przywódców państw, ale także i Unii Europejskiej, w sytuacji, kiedy stajemy oko w oko z kryzysem, jaki dotyka nasz świat – mówi Ivo Josipović, prezydent Chorwacji w latach 2010–2015, uczestnik krynickiego Forum.

Krynica, jak podkreślają goście konferencji daje doskonałą okazję do debat i nieformalnych rozmów, podczas których poglądy wymieniają politycy, ale tak-

Kluczowe dyskusje

Tematem przewodnim tegorocznej edycji Forum jest „Europa wspólnych wartości czy Europa wspólnych interesów”. Goście dyskutować będą w ramach 14 ścieżek tematycznych, takich jak m.in.: Biznes i Zarządzanie, Forum Energetyczne, Forum Innowacji, Forum Ochrony Zdrowia czy Forum Regionów.

Podobnie jak w latach poprzednich zostaną wręczone nagrody Forum Ekonomicznego w kategoriach Człowiek Roku, Firma Roku, Nowa Kultura Nowej Europy oraz Organizacja Pozarządowa Europy Środkowo-Wschodniej. Ubiegłorocznymi laureatami zostali odpowiednio: premier Beata Szydło, Alior

Outsourcing IT – konieczność i gwarancja rezultatów

Outsourcing IT ma szereg zalet, choć nie jest też pozbawiony wad. Wybór doświadczonego partnera oraz właściwe wdrożenie umowy outsourcingowej gwarantuje zwiększenie zysków, umocnienie pozycji firmy i poprawę jej konkurencyjności.

W dobie automatyzacji i optymalizacji biznesowej nie liczy się już tylko sam fakt posiadania profesjonalnej kadry informatycznej. Tu sprawa dotyka głębszych aspektów konkurencyjności i gwarancji. A to w dobie XXI wieku i pełnej cyfryzacji jedne z najważniejszych walut przedsiębiorstwa.

EWA PIEKART

Czym jest outsourcing i jakie są jego rodzaje?

Outsourcing to przekazanie funkcji wykonywanych przez pracowników danego przedsiębiorstwa firmie zewnętrznej, niezwiązanej bezpośrednio z naszą firmą, ale specjalizującej się w konkretnie określonej dziedzinie, np. w zakresie zarządzania, obsługi procesów biznesowych czy technologiach informatycznych.

Outsourcing pełny to np. outsourcing informatyczny, którego zadaniem jest przejście wyselekcjonowanych obszarów lub całej infrastruktury IT klienta. W ramach tego typu kontraktu często dochodzi do przejścia części pracowników instytucji zlecającej oraz odkupienia środków trwałych będących w jej posiadaniu.

Outsourcing selektywny polega na wydaniu pozwolenia firmie zewnętrznej na kontrolę wybranych rodzajów outsourcingu IT. Głównie chodzi tu o zarządzanie wybranymi aplikacjami, środowiskiem sieciowym czy infrastrukturą internetową.

Co jest celem outsourcingu?

Celem outsourcingu jest poprawa skuteczności i efektywności procesów biznesowych w przedsiębiorstwie. Zadanie to realizowane jest przez przejście całości lub części odpowiedzialności nad składowymi biznesu. Umożliwia to menedżerom firmy skoncentrowanie się na strategicznych celach przedsiębiorstwa.

Rezultaty to:

- redukcja zbędnych kosztów,
- dostęp do specjalistycznej wiedzy,

- wzrost skali działalności,
- redukcja i uproszczenie struktury firmy.

Zalety i wady outsourcingu

Redukcja wydatków to główna korzyść z outsourcingu IT. Jednak położenie zbyt dużego nacisku na ten aspekt może doprowadzić wykonawcę do działania na granicy opłacalności, co przełoży się na jakość. Wybór usług zewnętrznych niesie ze sobą wiele korzyści dla korzystających z nich przedsiębiorstw. Jak wynika z badań Orange Insights, firmy, które podjęły decyzję o przekazaniu części lub całości procesów biznesowych partnerom zewnętrznym, wskazują na szereg usprawnień w codziennej pracy.

Podstawową zaletą outsourcingu IT jest redukcja kosztów, pojawiająca się wraz ze zmniejszeniem liczby etatów. Poprawa wskaźników ekonomicznych wynika również z likwidacji kosztów urlopów pracowniczych oraz konieczności utrzymania stanowiska pracy. Nie bez znaczenie jest zmniejszenie obciążenia działów księgowego i kadrowego. Outsourcing pozwala również na dostęp do wykwalifikowanej kadry pracowników, za których doświadczenie będziemy płacić tylko w momencie, kiedy ich wiedza będzie potrzebna.

Z jakich usług w modelu outsourcingu IT firmy zamierzają korzystać w przyszłości?

Dzięki outsourcingowi czas menedżerów może być poświęcony na realizację zadań strategicznych przedsiębiorstwa, a nie na sprawy kadrowe związane z zarządzaniem zespołem. Rolą ka-

dry pozostaje jedynie delegowanie i wyznaczanie zadań. Następuje również racjonalizacja wykorzystania czasu pracy – firma outsourcingowa pracuje tylko w momencie zaistnienia takiej konieczności.

Do zadań firmy outsourcingowej należy również zapewnienie swoim pracownikom niezbędnego sprzętu, licencji oprogramowania oraz jego aktualizacji.

Outsourcing IT likwiduje również ryzyko nagłej utraty pracownika posiadającego kluczowe dla biznesu klienta kompetencje czy też dostęp do poufnych danych.

Zdarza się, że usługi outsourcingu próbują świadczyć firmy bez odpowiedniej wiedzy merytorycznej, zatrudniające niewykwalifikowanych pracowników. Dlatego tak istotne jest właściwe wybranie firmy outsourcingowej.

Outsourcing IT to okazja do optymalizacji kosztów, ale niesie ze sobą też pewne ryzyko. Przeniesienie części usług z obszaru IT poza firmę wiąże się z pewną utratą kontroli nad przebiegiem procesów w przedsiębiorstwie i dostępem do danych. Istotne jest, aby dostawca usług IT był firmą, która ma doświadczenie, sprzęt i zasoby zapewniające bezpieczeństwo informatyczne i ciągły dostęp do danych.

Oczekiwania wobec outsourcingu

Jak wynika z analiz przeprowadzanych przez firmę doradcą KPMG, zmienia się formuła wartości outsourcingu dla przedsiębiorców. Nacisk przesuwany jest z cięcia kosztów w kierunku dostarczania usług innowacji.

Outsourcing IT jest postrzegany bardziej jako czynnik dostarczający kon-

kretnych wartości i korzyści poprzez swoje usługi oraz elastyczność. 33 proc. klientów uważa, że poprawa dostarczania usług lub zwiększenie elastyczności są jednymi z największych wyzwań. 23 proc. uczestników badania uznało, że aspekty kosztowe są największym wyzwaniem.

Klienci pragną osiągnąć teraz znacznie więcej niż tylko same oszczędności, co może lepiej przysłużyć się ich działalności. Kiedy uczestnicy zapytani zostali o wyjaśnienie powodów, dla których zakupią usługi outsourcingu w następnych dwóch albo trzech latach, cięcia kosztów okazały się najbardziej dominującą odpowiedzią (26 proc.). Następnie wskazano poprawę jakości (21 proc.) oraz dostęp do umiejętności, doświadczeń i wiedzy (19 proc.).

Właściwe wdrożenie i umowa

W przypadku umów outsourcingowych najdłużej negocjuje się kwestie związane z zakresem odpowiedzialności, SLA (Service Level Agreement) i KPI (Key Performance Indicators). To kluczowe parametry wpływające na jakość usługi. Klienci często oczekują zagwarantowania przez partnera 100 proc. dostępności usług.

Teoretycznie jest to możliwe, jednak aspekt kosztowy sprawia, że takie rozwiązania są niezwykle rzadkie. W tym zakresie istotne jest więc ustalenie maksymalnego dopuszczalnego poziomu błędów lub przekroczeń KPI, uzgodnienie zasad działania w przypadku wystąpienia nieprawidłowości, określenie sposobu ich naprawienia oraz wdrażanie procedur zmniejszających ryzyko wystąpienia błędów w przyszłości. ■

Ewa Piekart

tel 501 387 314, 601 075 076
e-mail: ewa.piekart@data-point.pl
www.data-point.pl

Moja twarz – moje prawo!

Bardzo wiele miejsca w dyskusjach poświęca się teraz regulacjom, jakie zostały wprowadzone przez RODO. I wiele pozornie nowych, a faktycznie starych regulacji przypisuje się właśnie RODO – zupełnie niepotrzebnie. Wielokrotnie będę wskazywała, że kwestia ochrony danych osobowych w Polsce funkcjonuje od ponad 20 lat i RODO tylko ją doprecyzowuje.

Małgorzata Lewandowska

Spotkałam się z takimi stwierdzeniami, że teraz Unia Europejska da nam popalić, że wszystko zostało specjalnie skonstruowane przez system, aby wykończyć małych i średnich przedsiębiorców. Ja się nie tylko z tym nie zgadzam, ale zupełnie odrzucam takie teorie.

RODO – nic nowego?

Oczywisty jest fakt, że prawo zostało stworzone dla sytuacji kryzysowych, a nie tych idealnych. Każdy przedsiębiorca bowiem wie, że umowy sporządza się na zły czas – na dobry pozostają ustalenia ustne (nota bene to również umowy, jednak ich walor jest zupełnie inny). I w zasadzie nie są one niczym innym, jak tylko odpowiedzią na wachlarz możliwości naszych kontrahentów. Albowiem z biegiem czasu, doświadczeni nowymi sytuacjami, dostosowujemy je, aby coraz bardziej się zabezpieczyć. Ja sama bardzo zmieniłam kształt umowy na przestrzeni lat, ponieważ moi klienci wiele mnie w tych kwestiach nauczyli.

RODO wprowadziło w związku z tym jakieś szczególne regulacje – stworzyło jednak w tych kwestiach dodatkowe narzędzia.

Podstawą dywagacji o wizerunku jest Kodeks cywilny i jego art. 23, w którym wizerunek uznany jest za dobro osobiste człowieka. Ponadto, kwestią niesporną jest art. 81 prawa autorskiego i praw pokrewnych, zgodnie z którym rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. Art. 81 ust. 2 pkt 2) ustawy o prawie autorskim (...) stanowi natomiast, iż wyjątkiem od obowiązku uzyskania zezwolenia na korzystanie z wizerunku jest fakt, że wizerunek ten stanowi jedynie nieistotny element całości, dodatkowy dla całego ujęcia, którego zamiana nie wpływa na wartość tego ujęcia. Taką całością może być np. impreza publiczna. Należy w tym miejscu przytoczyć fragment motywu 153 preambuły RODO: „Prawo państw członkowskich powinno godzić przepisy regulujące wolność wypowiedzi i infor-

demickiej, artystycznej lub literackiej powinno podlegać wyjątkom lub odstępstwom od niektórych przepisów niniejszego rozporządzenia, jeżeli jest to niezbędne, by pogodzić prawo do ochrony danych osobowych z prawem do wolności wypowiedzi i informacji, przewidzianymi w art. 11 Karty praw podstawowych”. No i bądź tu mądry!

Wizerunek w Internecie

Nic się nie zmienia jednak w kwestii wykorzystania wizerunku w mediach społecznościowych (w tym również bardzo często na stronach internetowych). Powszechnie stało się wrzucanie wszystkich firmowych fotek na Facebooka, stronę czy Instagrama. Założmy, że pracodawca czy zwierzchnik bardzo chce się pochwalić imprezą firmową i wrzuca zdjęcia z niej na firmowy fanpage. Na owych zdjęciach widnieje pan dyrektor z działu sprzedaży w niedwuznacznej sytuacji, konsumujący przy tym kolorowego drinka z piękną parasolką. Zadowolony pracodawca pokazał światu, jakie super imprezy urządza. Pan dyrektor zdruzgotany, ponieważ niekoniecznie chce, aby ktokolwiek widział to zdjęcie.

Co w takiej sytuacji? RODO wprost wskazuje na konieczność uzyskania zgody na publikację wizerunku – i to na wszystkich polach eksploatacji – zwłaszcza w kontekście danych osobowych (na podstawie zdjęcia musi być jasne, że ten pan dyrektor to właśnie ten pan dyrektor, czyli zdjęcie musi być podpisane). Jeśli o takim zdjęciu mówimy w kontekście praw autorskich, to wówczas konieczna jest umowa o przeniesieniu praw autorskich do wizerunku ze szczególnym wskazaniem warunków czasowych czy też finansowych łącznie ze zgodą na upowszechnianie wizerunku.

Czy można umownie, tzn. za pomocą umowy, zrzec się prawa do naszego wizerunku? I w zasadzie kto jest dysponentem naszego wizerunku, jeżeli już taką umowę podpiszemy?

Czy można umownie, tzn. za pomocą umowy, zrzec się prawa do naszego wizerunku? I w zasadzie kto jest dysponentem naszego wizerunku, jeżeli już taką umowę podpiszemy? Wszystko zależy od kontekstu publikacji. I muszę tutaj wyraźnie zaprzeczyć temu, aby

macji, w tym wypowiedzi dziennikarskiej, akademickiej, artystycznej lub literackiej, z prawem do ochrony danych osobowych na mocy niniejszego rozporządzenia. Przetwarzanie danych osobowych jedynie do celów dziennikarskich lub do celów wypowiedzi aka-

Fot. Ela Chabierska Ciechomska

Co, jeśli nie ma ani zgody, ani zezwolenia? Wówczas osoba, której wizerunek został rozpowszechniony, może zażądać odszkodowania od publikującego. I tutaj wcale nie jest wesoło, ponieważ podstaw takiego odszkodowania jest kilka. Pomińmy kwestię ochrony dóbr osobistych z Kodeksu cywilnego czy też ochrony wizerunku z prawa autorskiego. RODO w art. 82 wprowadziło możliwość uzyskiwania odszkodowania w przypadku naruszenia danych osobowych przy wykorzystaniu prostszej (czytaj: szybszej – z założenia) procedury. Odpowiedzialność w tym zakresie ponosi Administrator Danych Osobowych.

Chińskie powiedzenie mówi: „abyś żył w ciekawych czasach”, a jego kontekst może być bardzo zróżnicowany. Takie mam nieodparte wrażenie, że ciekawe czasy są teraz. ■



PKF Consult to firma, która od 25 lat oferuje usługi profesjonalnych managerów i ekspertów z zakresu finansów, podatków, rachunkowości, zarządzania i rewizji finansowej.

Tworzymy wsparcie dla firm:

- w początkowej fazie funkcjonowania, wspomagając budowę i wdrożenie strategii;
- w bieżącej obsłudze procesów zarządzania, procesów administracyjnych, wycen spółek i ich aktywów, sprawozdawczości,
- planowania finansowego i podatkowego;
- tworzymy Help Desk dla kompleksowej obsługi zdarzeń i transakcji szczególnych, jak restrukturyzacje, przejęcia, zmiany strategii i zarządzanie zmianą.

Zatrudniamy w Warszawie, Wrocławiu, Poznaniu, Łodzi, Gdańsku, Katowicach i Opolu – łącznie ponad 200 osób, w tym audytorów i analityków finansowych, doradców podatkowych, radców prawnych, ekspertów zarządzania, księgowych.

PKF oferuje kompleksową usługę wsparcia biznesu, zarówno dostarcza organizacji Klienta zintegrowane doradztwo, jak też uczestniczy bezpośrednio we wdrażaniu rozwiązań, analizuje i optymalizuje ryzyka transakcji oraz zdarzeń gospodarczych.

Jakie są Twoje wyzwania w biznesie?	Nasza odpowiedź na Twoje potrzeby – Help Desk PKF Polska
<ul style="list-style-type: none"> • Szukasz rozwiązań sporów podatkowych? • Nie wiesz, ile warta jest Twoja firma i jak ją spieniężyć? • Nie ufasz cyfrom w sprawozdaniach? • Chcesz dokonać zmiany zarządzania – strategii, kultury organizacyjnej? • Uważasz, że procesy administracyjne są za drogie? • Chcesz wzmocnić nadzór nad grupą kapitałową? • Szukasz rozwiązań outsourcingowych dla sprawozdawczości, kadr, HR-u? 	<p>W rozwiązaniach Twoich wyzwań biznesowych zintegrowanego wsparcia udzieli zespół PKF:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Audytorzy finansowi • Analitycy finansowi • Doradcy podatkowi • Prawnicy • Profesjonalni księgowi • Ekspertki zarządzania

W relacjach z Klientem zawsze analizujemy zagadnienie i jego specyfikę. Szukamy rozwiązań stanowiących wartości dla Klienta. Wdrożyliśmy kodeks etyczny dla członków naszych zespołów. Podstawą pracy w PKF jest profesjonalizm, transparentność, standardy zawodowe oraz poufność informacji.

Wiemy, że aby osiągnąć cel, oprócz znalezienia optymalnego rozwiązania dopasowanego do specyfiki firmy i jej oczekiwań potrzebne jest też jego efektywne wdrożenie. PKF to kreator i dystrybutor kompetencji: finansowych, prawnych, podatkowych, zarządzania zmianą w procesach biznesowych. Tworzą one wartości dla Klienta, takie jak: efektywność procesów biznesowych, optymalizacja kosztów, wzrost przychodów, zwiększenie uzyskiwanych marż, poprawa pozycji rynkowej czy efektywność zarządzania aktywami oraz finansowania.

PKF Consult jest członkiem PKF International – międzynarodowej sieci niezależnych firm audytorsko-konsultingowych, należącej do czołówki światowych organizacji, zarówno pod względem jakości usług, jak i wielkości przychodów. Dzięki temu możemy wraz z naszymi Partnerami PKF na świecie z powodzeniem realizować projekty transgraniczne, w tym dotyczące sprawozdawczości, wsparcia akwizycji czy corporate finance.

PKF Consult zajmuje piąte miejsce w rankingu „Najlepsze firmy audytorskie 2017 roku” wydanym przez dzienniki „Rzeczpospolita” oraz Gazetę Giełdy i Inwestorów „Parkiet”.

W rankingu najlepszych firm doradztwa podatkowego w kategorii firm zatrudniających od trzech do dziewięciu Doradców Podatkowych PKF Consult **zajmuje dziewiąte miejsce.**

Taką pozycję osiągnęliśmy ze względu na naszą aktywność oraz kompleksowość oferowanych usług. Corocznie nasz zespół realizuje ok. 700 projektów. Cieszy nas, że zdecydowana większość Klientów kontynuuje współpracę z nami przez wiele lat.

Zapraszamy do kontaktu:

Ewa Jakubczyk-Cały
Partner Zarządzający PKF Consult
tel.: 22 560 76 50
ewa.jakubczyk@pkfpolska.pl

Ksenia **Alpern**



Imię i nazwisko

Ksenia Alpern

Nazwa firmy

KSENIA COACHING

W pracy

inspiruję, kreuję, deleguję i wymagam.

W czasie wolnym

rzeźbię, fotografuję, piszę, podróżuję.

Podziwiam

piękno tego świata i ludzi.

Dążę do

realizacji swoich celów, spełnienia, osiągnięcia swojej misji życiowej.

Inspiruje mnie

mój syn, ludzie sukcesu, ludzie żyjący z pasją i zmieniający świat na lepsze.

Najbardziej lubię

poznawać nowych, ciekawych ludzi, inne kultury i zwyczaje, prowadzić zdrowy tryb życia, inspirować innych, tworzyć.

Firmy, które wkraczają na rynek polski i mają problem z dostosowaniem modelu biznesowego do nowych warunków i znalezieniem partnerów wspieramy przez Coaching i Consulting Biznesowy. Pracownikom najwyższego szczebla i kluczowym specjalistom, odpowiedzialnym za bezpośredni rozwój i sukces firmy, pomagamy wyznaczać stabilne cele i konsekwentnie je realizować przez Executive Coaching. Ksenia Alpern jest doktorem nauk humanistycznych, trenerką i mówczynią motywacyjną z zakresu rozwoju kariery oraz biznesu. Z jej coachingu korzystają biznesmeni, działacze społeczni, artyści oraz młodzi liderzy.

Ksenia Alpern
consulting & coaching

Ksenia Alpern

ul. Popularna 8/10, I. 11, 02-473 Warszawa

tel.: +48 605 204 046, e-mail: Ksenia.alpern@gmail.com, www.kseniacoaching.com

Małgorzata Bobrek



Fot. Izabela Urbaniak

Kancelaria zajmuje się szeroko pojętym wsparciem prawnym w obrocie gospodarczym, ukierunkowanym głównie na obsługę prawną branży beauty. Prowadzę sprawy i wydaję opinie prawne w różnych kwestiach powiązanych z prawem w kosmetyce i kosmologii, m.in.: skutki prawne nieudanych zabiegów w kosmologii i medycynie estetycznej, odpowiedzialność cywilna i karna za błędy w sztuce medycznej i kosmologicznej. Często uczestnicstwo w szkoleniach, targach oraz imprezach branżowych rynku beauty umożliwia mi dostosowanie poziomu świadczonych usług prawnych do dynamiki i tempa, w jakim rozwija się branża beauty.

Imię i nazwisko

Małgorzata Bobrek

Nazwa firmy

Kancelaria Adwokacka
Adwokat Małgorzata Bobrek

W pracy

cenię rzetelność, autentyczność, prawdę i uczciwość. Uważam, że w biznesie najważniejsze jest, by robić go z ludźmi, a nie na ludziach.

W czasie wolnym

uwielbiam relaks i odpoczynek na świeżym powietrzu, wellness, kino i dobrą książkę.

Podziwiam

Beatę Pawlikowską za odwagę, szczerość, uczciwość, autentyczność i trafność przekazu zawartą w jej książkach i publikacjach.

Dążę do

równowagi, spokoju, bezpieczeństwa, stabilizacji finansowej i prywatnej.

Inspiruje mnie

każdy przedsiębiorca z pasją, m.in.: Michel Moran, Joanna Przetakiewicz, Ewa Chodakowska i Beata Pawlikowska. Nigdy nie zapomnę o Ani Przybylskiej.

Najbardziej lubię

ludzi z optymizmem i pasją. Lubię odważnie realizować marzenia oraz dobrą kuchnię – prostą i zdrową.



Adwokat Małgorzata Bobrek

Kancelaria Adwokacka Adwokat Małgorzaty Bobrek

ul. Piotrkowska 29, 90-410 Łódź. Filia kancelarii: ul. Tytusa Chałubińskiego 9/2, 02-004 Warszawa, tel.: 22 608 05 61/601 518 314, www.facebook.com/malgorzatabobrek

Artur Brzychcy



Fot. Dariusz Mysłowski

Loża Dżentelmenów to idea zrodzona w umysłach ludzi, którzy pasjonują się wyrafinowanym gustem i dobrymi manierami.

Od 2009 roku Loża Dżentelmenów zrzesza ludzi, dla których kunszt smaku i aromatu to ważna część życia i którzy stale pogłębiają wiedzę na ten temat. Od tej pory przeprowadziliśmy setki spotkań, podczas których uczymy ludzi zasad savoir vivre oraz wiedzy na temat win, whisky i koniaków. Jesteśmy obiektywni i niezależni od wszelkich marek.

Loża Dżentelmenów. Wszystko o dobrym smaku!

Imię i nazwisko

Artur Brzychcy

Nazwa firmy

Loża Dżentelmenów

W pracy

selekcjoner whisky.

W czasie wolnym

żeglarz, podróżnik, miłośnik historii.

Podziwiam

Jerzego Górskiego – Ironmana za udowadnianie każdego dnia, że nie ma rzeczy nie do przewyciężenia.

Dążę do

ideałów. Tam się nigdy nie dochodzi, ale to ta droga jest najważniejsza.

Inspiruje mnie

moja żona Dorota, osoba niezwykle etyczna i silna osobowość, która nigdy nie wybiera dróg na skróty, która potrafi stworzyć rzeczy piękne i nietuzinkowe.

Najbardziej lubię

spokojny czas z rodziną, gdy chwilowo nikt nie dzwoni.



Loża Dżentelmenów

ul. Północna 6F, 05-502 Piaseczno

tel.: +48 796 463 535, e-mail: dzentelmen@brzart.pl, www.lozadzentelmenow.pl

Anna

Buczyńska Borowy



Imię i nazwisko

Anna Buczyńska Borowy

Nazwa firmy

A.B.B. Advisory & Management
„Privacy By Design”

W pracy

cenię zaangażowanie, profesjonalizm,
szacunek.

W czasie wolnym

czytam (i nie są to akty prawne),
oglądam filmy, podróżuję.

Podziwiam

ludzi z pasją.

Dążę do

czegoś więcej niż samorealizacja.

Inspirują mnie

inni ludzie oraz ich doświadczenia.

Najbardziej lubię

podróżować. Kocham Montreal
i Wiedeń.

„Privacy By Design” od wielu lat zajmuje się ochroną prywatności. Łączymy i dzielimy się naszą pasją, wiedzą i doświadczeniem. Wiemy, że bezpieczeństwo niejedno ma imię, dlatego wielopłaszczyznowo dbamy o prywatność i ochronę danych osobowych w organizacjach. Jesteśmy partnerami biznesowymi i wspieramy firmy w zakresie zarządzania prywatnością we wszystkich obszarach działalności. Zrealizowaliśmy wiele projektów w zakresie ODO dla organizacji działających w relacjach B2B, B2C, B2A oraz w różnych sektorach rynku w kraju i zagranicą. W ramach Społecznej Odpowiedzialności Biznesu (CSR) dajemy też coś od siebie.

“Privacy By Design”

... by A.B.B. Advisory & Management ...

A.B.B. Advisory & Management „Privacy By Design”

tel.: +48 608 04 99 33, e-mail: anna.buczynska@abbadvisory.com
www.abbadvisory.com, www.privacybydesign.pl

Marta **Dębska**



Jesteśmy jednym z największych dystrybutorów złota i srebra lokacyjnego w Polsce. Działamy na rynku złota od 2010 roku i od początku z dumą nawiązujemy do wspaniałej tradycji menniczej Wrocławia. To właśnie w mieście, z którego się wywodzimy, istniała od IX wieku do lat 40. XIX wieku renomowana mennica. Nasza grupa to kilkanaście spółek wyspecjalizowanych w takich obszarach działalności, jak: sprzedaż złota i srebra lokacyjnego, skup i rafinacja złota, hurtowa sprzedaż biżuterii czy obrót złotem w Internecie i profesjonalna logistyka.

Imię i nazwisko

Marta Dębska

Nazwa firmy

Grupa Goldenmark

W pracy

stawiam na pracę zespołową, wspólne cele i kreatywne rozwiązania. Rozwijamy stosunkowo młody rynek w Polsce. Nie ma utartych szablonów ani schematów, co pozwala nam wspólnie kreować nowe rozwiązania i wytyczać nowe szlaki.

W czasie wolnym

ładuję akumulatory Szukam wyciszenia i skupienia, aby zrównoważyć wyzwanie, z którymi stykam się w życiu zawodowym. Celem na 2018 jest Korona Półmaratonów Polskich.

Podziwiam

firmy i organizacje, które nie przestają się rozwijać. A przede wszystkim ludzi, którzy za nimi stoją.

Dążę do

zdrowej równowagi między pracą i odpoczynkiem. Bez dawki endorfin i emocji w jednym obszarze nie sposób docenić spokoju i mocy wyciszenia w drugim.

Inspiruje mnie

niezwykła branża, w której pracuję. Ludzie, z którymi współpracuję, a także każdy napotkany na drodze zawodowej i prywatnej pasjonat. Czy pasjonuje się złotem, czy dziełami sztuki, triathlonem, maratonem lub kajakerstwem.

Najbardziej lubię

kiedy mój zespół osiąga coś razem.



Grupa Goldenmark

ul. Świętokrzyska 20, 00-002 Warszawa
tel.: +48 22 266 85 46

Magdalena

Flis-Pierzchała



Imię i nazwisko

Magdalena Flis-Pierzchała

Nazwa firmy

Afrodyta**** Business & Spa

W pracy

walczę do końca.

W czasie wolnym

podróżuję, czytam i marzę o tangu.

Podziwiam

ludzi twórczych i wszechstronnych.

Dążę do

stworzenia miejsca, w którym ludzie będą mogli poczuć się wyjątkowo.

Inspirują mnie

proste rzeczy, które sprawiają radość

Najbardziej lubię

odkrywać, poznawać i znajdować.

Hotel Afrodyta**** Business & Spa to kameralny obiekt prowadzony przez firmę rodzinną. Hotel położony jest pod Warszawą. Idealny dojazd A2 lub trasą S8. Las, ogród. 10 klimatyzowanych sal. 150 miejsc noclegowych. AQUA SPA w cenie pobytu. Klub dla Biznesu. Idealne miejsce na szkolenie lub konferencję pod Warszawą. Odpoczynek, relaks, zabawa, praca i rozwój w Hotelu Afrodyta**** łączą się płynnie ze sobą i przenikają nawzajem. To magiczne miejsce, jedyne takie na Mazowszu. Strefa Aqua Spa składa się z: stylowego basenu z biczami, gejzerem i przeciwprądem, jacuzzi wewnętrznego oraz zewnętrznego, strefy saun, gorących siedzisk Caldarium, natrysków wrażeń oraz mis Kneippa.



Hotel Afrodyta **** Business & SPA

ul. Letniskowa 4a, Tartak Brzózki, Radziejowice

tel.: 22 212 84 57, e-mail: recepca@afrodytaspa.pl, www.afrodytaspa.pl

Marek Galewski



Imię i nazwisko

Marek Galewski

Nazwa firmy

Cardco Sp. z o.o.

W pracy

przygotowuję się do przekazania firmy kolejnym pokoleniom.

W czasie wolnym

woda, zieleń, cisza.

Podziwiam

strażaków i ratowników działających przeciw występującym ostatnio dramatycznym wydarzeniom na świecie.

Dążę do

spokoju i wolnego czasu przeznaczanego na realizację marzeń/hobby.

Inspirują mnie

kulinarria i architektura.

Najbardziej lubię

podróże.

Od ponad 25 lat oferujemy naszym klientom plastikowe identyfikatory oraz karty: magnetyczne, zbliżeniowe, lojalnościowe wraz z oprogramowaniem i akcesoriami. Nowa technologia druku umożliwia produkcję kart już od 1 szt. w 24 godziny. Nasze Systemy Rozliczania Czasu Pracy, Kontroli Dostępu i Identyfikacji wykorzystywane są w zakładach pracy i podczas imprez masowych w oparciu o karty i biometrię. Zapewniamy profesjonalną obsługę i realizację indywidualnych wymagań klienta. Zapraszamy na www.cardco.pl



Cardco Sp. z o.o.

ul. Górnicza 12/14, 91-765 Łódź

tel.: 601 15 16 61, e-mail: marekgalewski@cardco.pl

Karolina

Gorzowska



Imię i nazwisko

Karolina Gorzowska

Nazwa firmy

Kancelaria Prawno Grafologiczna
Sp. z o.o.

W pracy

jestem wymagająca i ukierunkowana
na rozwój.

W czasie wolnym

podróżuję, dbam o dom i ogród,
gotuję na spotkania z najbliższymi.

Podziwiam

za mądrość życiową – niezależne
kobiety, za ponadczasowe piękno
– Maserati.

Dążę do

realizacji wyznaczonych celów
i spełnienia swoich marzeń.

Inspiruje mnie

nauka i przedsiębiorczość oraz
– jako lekcje na przyszłość
– własne błędy.

Najbardziej lubię

pracowitych ludzi za ich aktywność
i myślenie, psy za bezgraniczne
oddanie i miłość.

Kancelaria Prawno Grafologiczna to pierwsza w kraju profesjonalna, niezależna firma o profilu kompleksowego badania pisma ręcznego i dokumentów w ujęciu kryminalistycznym, psychologicznym i prawnym. Jako prekursor nowoczesnych technik badań świadczy usługi w Polsce i zagranicą, dla organów państwa, osób prawnych i fizycznych. Kancelaria skupia ekspertów: pismoznawców i prawników, wykonując zlecenia kompleksowo, co umożliwia rozwiązywanie najtrudniejszych problemów w prowadzonych postępowaniach.



Kancelaria
Prawno
Grafologiczna

Kancelaria Prawno Grafologiczna Sp. z o.o.

ul. Twarda 18, 00-105 Warszawa

e-mail: biuro@kpg-legal.pl, www.kpg-legal.pl

Maggie Haese



Imię i nazwisko

Maggie Haese

Nazwa firmy

Magteam Model Management llc,
Fresh Faces World

W pracy

dążę do sukcesu.

W czasie wolnym

lubię pracować.

Podziwiam

kreatywne umysły.

Dążę do

perfekcjonizmu.

Inspirują mnie

ludzie twórczy, z charakterem.

Najbardziej lubię

modę, podróże.

Magteam Model Management to amerykańska agencja modelingowa, która specjalizuje się w wyszukiwaniu nowych twarzy oraz talentów. Zajmujemy się indywidualnie każdą osobą, jej promocją oraz kształtowaniem kariery. Działalność prowadzimy z sukcesami na całym świecie od ponad 27 lat. Jesteśmy całkowicie skoncentrowani na poszukiwaniach nowych twarzy, które staną się sławne w przyszłości. Prowadzimy największy konkurs na światową modelkę Fresh Faces World www.freshfacesworld.com. Zainteresowanych karierą w modelingu zapraszamy na www.magteammodels.com. MAGTEAM ma główną siedzibę w USA oraz biuro w Polsce. Zapraszam, spróbuj swoich sił, daj sobie szansę!



Magteam Model Management

tel.: Poland +48 506 755 415, tel. USA: + 732 207 6906, www.magteammodels.com,
www.freshfacesworld.com, **Biuro w Polsce:** ul. Sułkowska 2 apt. 23; 00-746 Warszawa

Krystian

Herncisz



Fot. Mariusz Szczepiek / MM Foto Pasja

Imię i nazwisko

Krystian Herncisz

Nazwa firmy

hernciszfilm

W pracy

najważniejsze to dobry harmonogram i skupienie się w jednym czasie na jednym zadaniu.

W czasie wolnym

realizowanie pasji życiowych, a tych zawsze dużo.

Podziwiam

wszystko to co zrobione z fascynacją i pełnym zaangażowaniem.

Dążę do

spełnienia wszystkich celów i marzeń, nawet tych najbardziej szalonych.

Inspirują mnie

sukcesy innych.

Najbardziej lubię

podróże, szczególnie w góry.

Tworzymy zgrany zespół ludzi, pracujących z pasją i poświęceniem. Firma rozpoczęła działalność 01.02.2006 r. Mamy wieloletnie doświadczenie w nagrywaniu filmów reporterskich i dokumentalnych. Zrealizowaliśmy kilkaset reportaży i wydaliśmy kilka tysięcy albumów płyt; parę z nich dołączyło do zbiorów światowych bibliotek. Politechnika Łódzka nadała nam tytuł Firma Przyjazna Nauce. Potwierdzeniem umiejętności jest dzielenie się wiedzą poprzez prowadzenie warsztatów związanych z zakresem pracy.



hernciszfilm

ul. Raclawicka 17A, 05-400 Otwock;

tel.: +48 662 24 00 24, e-mail: hernciszfilm@gmail.com, www.hernciszfilm.pl

Ewa **Jakubczyk-Cały**



Imię i nazwisko

Ewa Jakubczyk-Cały

Nazwa firmy

PKF Consult Sp. z o.o. Sp. k.

W pracy

cenię kompetencje i etyczność w postępowaniu.

W czasie wolnym

czytam, podróżuję po świecie, żegluję, nurkuję.

Podziwiam

twórców, odkrywców i innych ludzi z wizją i pasją.

Dążę do

równowagi w życiu zawodowym, osobistym i rodzinnym.

Inspiruje mnie

wizja świata, w której relacje międzyludzkie oparte są na zasadach etyki.

Najbardziej lubię

swoją ciekawość świata, która eliminuje z mojego życia poczucie nudy i pobudza mnie do aktywności.

Firma PKF Consult jest firmą audytorsko-konsultingową. W połączeniu ze wszystkimi firmami globalnej sieci PKF International, obsługujemy klientów na całym świecie. Oddziały PKF Consult w Polsce znajdują się w Warszawie, Poznaniu, Wrocławiu, Katowicach, Łodzi, Opolu i Gdańsku. Sieć PKF jest grupą niezależnych firm, dla których polityka jakościowa jako podstawa globalizacji usług jest priorytetem. Firma jest w 100 proc. własnością polskich audytorów i doradców biznesowych. Rozpoczęła działalność w 1993 roku pod nazwą A&E Consult, a w 2006 r., w związku z przystąpieniem do sieci PKF International, nazwa ta została zmieniona na PKF Consult.



PKF Consult Sp. z o.o. Sp. k.

ul. Orzycka 6 lok. 1B, 02-695 Warszawa

tel.: +48 22 560 76 50, fax: +48 22 560 76 63, e-mail: pkfconsult@pkfpolska.pl

Stanisław Adam



Jędrzyński

Imię i nazwisko

Stanisław Adam Jędrzyński

Nazwa firmy

Wydawnictwo MARTEL

Co nas wyróżnia?

- ✓ piękne wydania i unikatowa jakość w atrakcyjnych cenach,
- ✓ determinacja w dążeniu do wyjątkowości, niebanalności,
- ✓ pasja, z którą realizujemy nowe projekty.

Oferujemy Państwu:

- ✓ wspaniałe doznania z książką,
- ✓ moc słów płynącą z naszych publikacji,
- ✓ cudowne chwile z dzieckiem na kolanach i bajką w rękę.

Wydawnictwo MARTEL specjalizuje się w publikacjach dla dzieci i młodzieży, ale ma w swoim dorobku znane i lubiane książki kulinarne czy poradniki z różnych dziedzin i wciąż odkrywa nowe horyzonty. Jesteśmy firmą dostrzegającą potrzeby innych – udzielamy się charytatywnie i społecznie. Dajemy Państwu możliwość obcowania z dobrą książką, byście mogli Państwo żyć tak, jak mówicie.



Wydawnictwo MARTEL

ul. Piwonicka 8, 62-800 Kalisz

tel.: 62 753 66 83, biuro@wydawnictwomartel.pl, www.wydawnictwomartel.pl

Barbara Jończyk



Fot. Sebastian Stasiuk

Imię i nazwisko

Barbara Jończyk

Nazwa firmy

Prezes Honorowy Europejskiego Forum Przedsiębiorczości

W pracy

jestem typową wizjonerką i optymistką.

W czasie wolnym

jeżdżę na rowerze, chodzę na basen, czytam książki, piszę wiersze.

Podziwiam

sportowców za ich wytrwałość i systematyczność.

Dążę do

udoskonalania tego, co już stworzyłam.

Inspiruje mnie

moje dzieci, dzięki którym poszerzam swoje horyzonty.

Najbardziej lubię

rozmawiać z ludźmi, tworzyć nowe projekty, po prostu działać.

magazyn ludzi biznesu

przedsiębiorcy@eu



Pomysłodawczyni i założycielka Klubu Integracji Europejskiej. Wydawca i redaktor naczelna magazynu „przedsiębiorcy@eu”. Inicjatorka Akademii Dobrego Stylu i nagrody „Gracje” przyznawane wybitnym osobom życia publicznego za ponadczasową elegancję i styl. Autorka i organizatorka wielu wydarzeń gospodarczych, społecznych i kulturalnych, takich jak „Letnia Gala Przedsiębiorców”, „Gala Niezwykłe Osobowości”, „Świąteczna Gala Przedsiębiorców”, cykl spotkań dla przedsiębiorców: „Poranna kawa z ekspertem”, „Kojarzenia ofert gospodarczych”, „Kolacje biznesowe”. Inicjatorka wielu nagród, takich jak „Perły EuroTurystyki”, „Ambasador Przedsiębiorczości”, „Lider Przedsiębiorczości”, „Ambasador Akademii Dobrego Stylu” czy „Ambasador Kultury i Sztuki”. Laureatka wielu nagród i wyróżnień, m.in.: tytuł „Ambasadorki Przedsiębiorczości Kobiet”, nagroda za działalność społeczną i charytatywną od Lions Club, nagroda Fundacji Instytut Przemian Globalnych – „Lider Multikultury”, nagroda fundacji Pomaganie Jest Trendy „Media Dobroczynności” oraz laureatka nagrody „Mazowiecki Laur Przedsiębiorczości”. Organizatorka wielu akcji charytatywnych.

Barbara Jończyk
tel. 501 243 876

Krzysztof Jończyk



Fot. Sebastian Stasiuk

Imię i nazwisko

Krzysztof Jończyk

Nazwa firmy

Europejskie Forum Przedsiębiorczości
Sp. z o.o.

W pracy

lubię to, że pracuję samodzielnie, tzn. mam kontrolę nad danym zadaniem od początku do końca i nikt się nie wcina w połowie, mieszając i generując problemy.

W czasie wolnym

wolę zdobywać nowe umiejętności zamiast oglądać telewizję. W wolnych chwilach dużo czasu poświęcam też na sport i podróże.

Podziwiam

ludzi sukcesu, sportowców, osoby pokonujące trudności, osoby starsze, które przeżyły różne historie i mają życiowe doświadczenie. Podziwiam ludzi, którzy wygrywają ze słabościami.

Dążę do

zawsze konsekwentnie dążę do wyznaczonych przez siebie celów i spełniam swoje marzenia.

Inspirują mnie

ludzie, którzy najpierw sami przeszli przemianę, osiągnęli sukces i są zadowoleni ze swojego życia.

Najbardziej lubię

siebie i zadowolenie moich klientów.



Klub Integracji Europejskiej powstał z inicjatywy środowisk gospodarczych. Jego głównym celem jest integracja środowiska przedsiębiorców oraz szerzenie idei odpowiedzialnego biznesu w Polsce. Dzięki takim założeniom członkowie klubu poprzez wzajemne wspieranie się, promocję czy wymianę doświadczeń przyczyniają się do budowania mostu porozumienia w biznesie. Klub ma charakter otwarty. Mogą do niego należeć zarówno duże firmy, jak i małe przedsiębiorstwa o charakterze rodzinnym. Dzięki dużej liczbie członków i nowatorskiej działalności klubu, zyskał on uznanie na rynku ogólnopolskim. Administratorem KIE jest Europejskie Forum Przedsiębiorczości, którego Prezesem Zarządu jest Krzysztof Jończyk.

Europejskie Forum Przedsiębiorczości Sp. z o.o.

ul. Trębacka 4, lok. 223A, Warszawa
e-mail: kjonczyk@efp.biz.pl, www.kie.biz.pl

Aleksandra Kieres



Fot. Sebastian Stasiuk

Ogólnopolska Fundacja „Nadzieja” Osób Poszkodowanych w Wypadkach Drogowych – Organizacja Pożytku Publicznego, już od piętnastu lat otacza swoją opieką ofiary wypadków komunikacyjnych na drogach lądowych, powietrznych i wodnych. Priorytetową działalnością Fundacji jest kompleksowa rehabilitacja powypadkowa (fizyczna, psychiczna i społeczno-zawodowa) oraz działalność przedstawicielska, rzecznicza i profilaktyczno-prewencyjna. Sztandarowym projektem Fundacji jest budowa Ogólnopolskiego Centrum Rehabilitacji Osób Poszkodowanych w Wypadkach Komunikacyjnych.

Imię i nazwisko

Aleksandra Kieres

Nazwa firmy

Fundacja „Nadzieja” Osób Poszkodowanych w Wypadkach Drogowych

W pracy

stawiam na pozytywne nastawienie wiedząc, że to głównie ono decyduje o rezultatach.

W czasie wolnym

lubię zatrzymać się, wyciszyć umysł i przeznaczyć czas na myślenie koncepcyjne.

Podziwiam

bezmiar ludzkiego umysłu w dążeniu do nieustannego rozwoju naszego świata.

Dążę do

osiągnięcia równowagi pomiędzy marzeniami a rzeczywistymi osiągnięciami.

Inspiruje mnie

ciepło, radość, uśmiech, zrozumienie i ukojenie.

Najbardziej lubię

przyjazną atmosferę w kontaktach międzyludzkich, która podnosi morale oraz kulturę funkcjonowania w strukturach społecznych.



Fundacja „Nadzieja” Osób Poszkodowanych w Wypadkach Drogowych

KRS 0000198280, tel.: 601 147 413

e-mail: fundacja.nadzieja@gmail.com, www.fundacjanadzieja.com

Aneta

Klepacka-Końbuk



Imię i nazwisko

Aneta Klepacka-Końbuk

Nazwa firmy

MCC Mazurkas Conference
Centre & Hotel

W pracy

daję z siebie 100 proc., stawiam
na lojalność, zaangażowanie i współ-
pracę.

W czasie wolnym

podróżuję, czytam, chodzę do teatru,
spędzam czas z rodziną i przyjaciółmi.

Podziwiam

osoby mające pasję, zaangażowane
w bezinteresowną pomoc.

Dążę do

realizacji wyznaczanych przez siebie
celów.

Inspiruje mnie

mądry, ciekawy człowiek.

Najbardziej lubię

dalekie podróże, japońską kuchnię,
szczerych i otwartych ludzi z poczuciem
humoru.

MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel to czterogwiazdkowy obiekt konferencyjno-hotelowy oferujący zintegrowane usługi klientom indywidualnym, grupom turystycznym oraz biznesowym. Specjalizuje się w kompleksowej organizacji konferencji, eventów, targów oraz imprez okolicznościowych. Centrum dysponuje 35 salami konferencyjnymi o łącznej powierzchni 3500 m². Od 2012 roku MCC Mazurkas z inicjatywy prezesów Andrzeja Bartkowskiego i Andrzeja Hulewicza realizuje „pro publico bono” cykl wydarzeń artystycznych pod nazwą Forum Humanum Mazurkas, prezentując koncerty, spektakle baletowe i teatralne. Każdorazowo towarzyszą im wernisaże sztuki malarzkiej i rzeźbiarskiej. Od maja 2018 roku Dyrektorem Generalnym MCC Mazurkas i Mazurkas Catering 360° jest Aneta Klepacka-Końbuk.



MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel Sp. z o.o.

ul. Poznańska 177, 05-850 Ożarów Mazowiecki

tel.: 22 721 47 47-49, e-mail: kontakt@mazurkashotel.pl, www.mazurkashotel.pl

Gabriela Kośmider



Fot. Sebastian Skalski

Firma GABI-PLAST działa od 35 lat. Jej właścicielka, Gabriela Kośmider jest ekspertem w dziedzinie opakowań z tworzyw sztucznych, co potwierdzają liczne nagrody i nominacje, jakie zgromadziła na swoim koncie. Dostępność, różnorodność, wysoka jakość i profesjonalizm obsługi to tylko niektóre z atutów przez lata wypracowanych w firmie. Stały rozwój i sprawdzona kadra pracownicza to klucz do sukcesu firmy. Wartością nadrzędną jest satysfakcja i zadowolenie Klientów.

Imię i nazwisko

Gabriela Kośmider

Nazwa firmy

GABI-PLAST PPH Krotoszyn

W pracy

pracowitość, dokładność, lojalność i rzetelność to główne cechy, którymi się kieruję podczas zarządzania firmą.

W czasie wolnym

spotykam się z rodziną i przyjaciółmi, lubię dobre kino, odwiedzam galerie sztuki, biorę udział w wernisażach i koncertach, podróżuję.

Podziwiam

ludzi z pasją i powołaniem, piękno dzieł sztuki i wspaniałe miejsca podczas dalekich podróży.

Inspiruje mnie

Cenię w życiu szacunek i dobre serce, sprawdzone przyjaźnie, lojalność i życzliwość oraz ludzi, którym mogę zawsze zaufać.

Najbardziej lubię

spotkania z przyjaciółmi i rodziną, dobre kino, włoską kuchnię i ciekawe podróże.

GABI-PLAST PPH Krotoszyn

ul. Kobylińska 59-61, 63-700 Krotoszyn

tel.: 62 725 59 60, e-mail: biuro@gabiplast.pl, www.gabiplast.pl

Iwonna

Kowalska



Imię i nazwisko

Iwonna Kowalska

Nazwa firmy

LogoScript Sp. z o.o.

W pracy

jestem wytrwała i odpowiedzialna.

W czasie wolnym

czytam, oglądam filmy, trenuję,
w weekendy pracuję w polu.

Podziwiam

potęgę smaku, odwagę, zasady,
moralność.

Dążę do

sukcesu.

Inspirują mnie

nowe wyzwania.

Najbardziej lubię

aktywność.

LogoScript istnieje od 30 lat. Firma jako pierwsza wdrażała komputerowe programy do grafiki. Jej działalność jest niezbędna dla wszystkich osób prowadzących biznes. W czasach ogromnej konkurencji bez marketingu i reklamy firmy nie mają szans zaistnieć na rynku. I tu jest nasza rola. Produkujemy w wersji papierowej i elektronicznej materiały reklamowe i produkcyjne: ulotki, katalogi, instrukcje obsługi, wizytówki, prezentacje, strony internetowe, e-booki. Zapewniamy pełną obsługę z drukiem, archiwizacją i dostawą.

LOGOSCRIPT

LogoScript Sp. z o.o.

ul. Okęcka 12 m 66, 02-658 Warszawa

tel.: (+48 22) 100 62 91, (+48) 693 699 709, e-mail: iwonna.kowalska@logoscript.pl, www.logoscript.pl

Krystyna Lempek



Imię i nazwisko

Krystyna Lempek

Nazwa firmy

Salon Piękności Milord

W pracy

wierzę, że siła tkwi w zespole, bo każdy z nas ma wyjątkowe talenty, zgrany zespół to jeden organizm.

W czasie wolnym

pielęgnuję relacje z mężem i rodziną, a także dbam o zdrowie mojego ciała i ducha.

Podziwiam

Jezusa Chrystusa.

Dążę do

pozytywnej przemiany mojego życia i charakteru zgodnie z zasadami zawartymi w Biblii.

Inspiruje mnie

książka Joyce Mayer „Bitwa o umysł”.

Najbardziej lubię

inspirować innych do zmiany myślenia, bo wierzę, że tak, jak człowiek myśli w swoim sercu, takim się staje.

Milord – warszawska sieć prestiżowych salonów piękności – oferuje swym Klientom szeroki wachlarz usług kosmetycznych i fryzjerskich, wykorzystując najlepsze preparaty cenionych marek. Wykształcona i profesjonalna kadra kosmetyczek, kosmetologów, fryzjerów i masażyistów stale podnosi swoje kwalifikacje, aby pracować z najnowocześniejszymi technologiami i urządzeniami. Dzięki temu przeprowadza bezinwazyjne, bezpieczne i skuteczne zabiegi, dotrzymując kroku światowym trendom.



Salon Piękności Milord

al. Waszyngtona 30/36, 03-910 Warszawa
tel.: 22 617 73 77, e-mail: kontakt@salon-milord.pl

Małgorzata Lewandowska



Fot. Ela Chabierska Ciechomska

Kancelaria Adwokacka Małgorzaty Lewandowskiej świadczy kompleksowe usługi przede wszystkim dla podmiotów prawnych – spółek prawa handlowego, fundacji, stowarzyszeń, jednostek administracji i innych. Zajmujemy się w szczególności obsługą prawną przedsiębiorców. Klientom prowadzącym działalność gospodarczą oferujemy szeroki zakres usług w zakresie prawa gospodarczego obejmujący tworzenie, rejestrację, podział, przekształcenia spółek, projektowanie i konstruowanie umów. Kancelaria świadczy również usługi prawne w zakresie ochrony danych osobowych, kompleksowego wdrożenia RODO: audyt, wdrożenie właściwych rozwiązań i procedur zgodnie z wymogami RODO oraz przygotowanie koniecznej dokumentacji i odpowiednich procedur.

Imię i nazwisko

Małgorzata Lewandowska

Nazwa firmy

Kancelaria Adwokacka
Małgorzata Lewandowska

W pracy

pracuję.

W czasie wolnym

odpoczywam.

Podziwiam

wytrwałych i konsekwentnych ludzi.

Dążę do

perfekcji.

Inspiruje mnie

Jan Paweł II.

Najbardziej lubię

sernik.



Kancelaria Adwokacka Małgorzata Lewandowska

ul. Orła 6 lok. 52, 05-091 Żąbki

tel.: +48 22 125 49 70, +48 22 125 49 71, e-mail: sekretariat@adwokatlewandowska.pl

Jolanta Łukasiak-Malicka



Imię i nazwisko

Jolanta Łukasiak-Malicka

Nazwa firmy

Vistula Bank Spółdzielczy

W pracy

jestem osobą bardzo aktywną i kreatywną, lubię nowe wyzwania i mam dużą satysfakcję, gdy osiągam zamierzone cele.

W czasie wolnym

lubię zwiedzać, podróżować, poznać nowe miejsca i zapoznawać ciekawych ludzi. Jeśli nie mogę wyjechać dalej – to przynajmniej w weekend staram się zorganizować jakąś wycieczkę do miejsca, którego nie znam. Lubię lato i ciepły klimat, ale podróżuję bez względu na porę roku i temperaturę.

Podziwiam

piękno przyrody i różnorodność świata

Dążę do

realizacji wyznaczonych celów i samodoskonalenia.

Inspiruje mnie

Nauka i przedsiębiorczość.

Najbardziej lubię

Pracowitych ludzi za ich aktywność i myślenie.

Vistula Bank Spółdzielczy jest uniwersalnym bankiem, wyłącznie z polskim kapitałem, bankiem o cechach lokalnego banku samorządowego. Działamy nad Wisłą (Vistula) – do tego zobowiązuje nas nasza nazwa – czyli: w Czerwińsku nad Wisłą, Wyszogrodzie, i Płocku, oprócz tego w Iłowie, Sochaczewie i Małej Wsi, Bodzanowie, Bielsku i Młodzieszynie oraz w Warszawie. Nowoczesność, efektywność, innowacyjność i ostrożność gwarantująca bezpieczeństwo środków naszych klientów to cechy Banku ważne dziś i w przyszłości.

Dewizą Banku jest „Budujemy lepszą przyszłość” – to zaufanie jakim obdarzają nas klienci, oraz aktywna współpraca na rzecz i rozwój regionu w którym działamy.



Vistula Bank Spółdzielczy

ul. Rębowska 2, 09-450 Wyszogrod
tel./fax (24) 23 11 200, www.vistulabs.pl

Rafał

Machaliński



Imię i nazwisko

Rafał Machaliński

Nazwa firmy

Grupa Inwestycyjna 1R+ Sp. z o.o.

W pracy

przywódca.

W czasie wolnym

wizjoner.

Podziwiam

innovacyjność i kreatywność.

Dążę do

optymalizacji potencjału.

Inspiruje mnie

życie.

Najbardziej lubię

sukces.

Grupa Inwestycyjna 1R+ Sp. z o.o. to strategiczny partner w każdym projekcie inwestycyjnym. Spółka specjalizuje się w optymalizacji działalności przedsiębiorstw. Świadczy usługi z zakresu strategicznego doradztwa prawnego, operacyjnego i finansowego. Jako uzupełnienie swojej działalności spółka prowadzi kancelarię prawa restrukturyzacyjnego i upadłościowego what.now®, dzięki czemu może kompleksowo pomagać również firmom w trudnych sytuacjach, w których należy podjąć stosowne działania prawne.



Grupa Inwestycyjna 1R+ Sp. z o.o.

Al. Zwycięstwa 235/18, 81-521 Gdynia Orłowo
tel.: 601 670 125, e-mail: kontakt@whatnow.pl, www.whatnow.pl

Karol Majewski



Imię i nazwisko

Karol Majewski

Nazwa firmy

Nalewki Staropolskie
Karol Majewski i Wspólnicy Sp. z o.o.

W pracy

jestem wymagający i konkretny.

W czasie wolnym

spędzam czas z rodziną.

Najbardziej lubię

spacery po lesie i dobrą literaturę.

Nalewki Staropolskie tworzone są zgodnie z tradycyjnymi domowymi recepturami, osiągają swój niepowtarzalny smak dzięki wieloletniemu leżakowaniu. Poszczególne rodzaje są wytwarzane w krótkich seriach i są rocznikowane. Do produkcji nalewek wykorzystujemy tylko świeże owoce. Nalewki Staropolskie to produkty ekskluzywne. Na rynku alkoholowym pozycjonowane są jako produkt niszowy z najwyższej półki pod względem jakości i wyglądu. Cały proces produkcyjny wykonywany jest ręcznie, w domowy sposób.



**NALEWKI
STAROPOLSKIE**

Nalewki Staropolskie Karol Majewski i Wspólnicy Sp. z o.o.

ul. Wiosenna 60, 05-092 Łomianki

tel.: 22 864 65 47, 501 301 819, e-mail: nalewki@nalewki.pl, www.nalewki.pl

Arkadiusz Martyniuk



Fot.: Ewa Rykowska – Uchwyczone

Imię i nazwisko

Arkadiusz Martyniuk

Nazwa firmy

REHEALTHY Klinika Zdrowia

W pracy

mam flow.

W czasie wolnym

ciastko z Tomkiem.

Podziwiam

samotne matki.

Dążę do

oczarowania Darii.

Inspiruje mnie

marakuja.

Najbardziej lubię

widok uśmiechniętej buzi.

Na co dzień szybko i skutecznie leczymy przyczyny różnych dolegliwości bólowych. Pomagamy klientom uniknąć operacji kręgosłupa lub kolan. Marka REHEALTHY prężnie działa od kwietnia 2015 roku. Do tego czasu rozwinęła się o drugi gabinet terapii manualnej w Warszawie i działalność szkoleniową. We wrześniu tego roku startuje z projektem REHEALTHY Office, który dostarcza korporacjom usługi zmniejszające ilość zwolnień lekarskich spowodowanych bólem pleców.



Rehealthy Klinika Zdrowia Arkadiusz Martyniuk

Zoliborz: ul. Felińskiego 50/12, Centrum: Sienna 72a/103, tel.: 510 520 120
e-mail: klinikazdrowia@rehealthy.com.pl, www.rehealthy.com.pl

Marian Okręglicki



Fot. PZFD

Sawa Apartments Sp. z o.o. na polskim rynku działa od 2002 roku. Zrealizowaliśmy szereg inwestycji mieszkaniowych w najbardziej prestiżowych dzielnicach Warszawy i na terenie całej Polski, w tym: Solec Residence, Siewierska 18, Kozubnik. W parze z nowoczesną architekturą oraz najwyższą jakością wykonania idzie dbałość o potrzeby i oczekiwania współczesnego klienta. 16 lat doświadczenia, 9 zrealizowanych inwestycji, 4 inwestycje w trakcie realizacji, inwestycje w 7 miastach w Polsce.

Imię i nazwisko

Marian Okręglicki

Nazwa firmy

Sawa Apartments Sp. z o.o.

W pracy

prezes spółki, która od 16 lat zaspokaja potrzeby mieszkaniowe społeczności Warszawy i nie tylko. Kilkanaście zrealizowanych inwestycji świadczy o doświadczeniu i zaangażowaniu w rozwój firmy. W prowadzeniu działalności deweloperskiej ważne są trzy aspekty: cierpliwość, pieniądze i szczęście. Mogę się pochwalić nieruchomościami, które zasłynęły w Warszawie, Kazimierzu Dolnym czy Sopocie, ale aktualnie skupiam się najbardziej na budowie condo hotelu w Kozubniku. Powstaje tam naprawdę piękny kompleks w równie wspaniałym otoczeniu.

W czasie wolnym

kiedy nie pracuję, skupiam się głównie na swojej rodzinie oraz hobby. Jestem osobą aktywną fizycznie. Moje ulubione dyscypliny to bieganie i sporty motorowodne. Muszę się też przyznać, że jestem wielkim fanem wszelkiej motoryzacji. Poza tym duże znaczenie ma dla mnie samorozwój. Na tym się skupiam.

Dążę do

bardzo ważne jest dla mnie zaufanie ze strony społeczeństwa. Wraz ze wzrastającym zaufaniem otoczenia i rozwojem inwestycji, dążę, by spółka stała się liderem na rynku nieruchomości premium.



Sawa Apartments Sp. z o.o.

ul. Solec 18, lokal U13, 00-410 Warszawa
tel.: 22 622 21 51, e-mail: sprzedaz@sawa.pl, www.sawa.pl

Anna Osiak

**Imię i nazwisko**

Anna Osiak

Nazwa firmy

Prosperity Time

Idealne rozwiązania finansowe**W pracy**

wszystko co robię, robię z pasją i zaangażowaniem.

W czasie wolnym

podróżuję, chodzę do teatru, czytam książki, gram w squasha.

Podziwiam

osoby, które pomimo licznych porażek i niepowodzeń osiągnęły sukces.

Najbardziej lubię

dzielić się swoją wiedzą z innymi.

Prosperity Time jest spółką zajmującą się pozyskiwaniem finansowania na planowane i aktualnie realizowane inwestycje oraz na bieżącą i inwestycyjną działalność firm. Zespół Prosperity Time specjalizuje się w strukturyzacji i pozyskiwaniu zewnętrznych źródeł finansowania dłużnego dla projektów m.in. na rynku nieruchomości mieszkaniowych, handlowych, biurowych, magazynowych, logistycznych i hotelowych w postaci: emisji obligacji, kredytów inwestycyjnych, kredytów obrotowych i leasingów zwrotnych nieruchomości.

**Prosperity Time Sp. z o.o.**

ul. Jasna 1, 00-013 Warszawa

tel.: 503 121 241, e-mail: biuro@prosperitytime.pl, www.prosperitytime.pl

Artur Osipowicz



BusinessSupport24.com to najnowocześniejsze wsparcie dla Twojego biznesu jakie możesz uzyskać. Dostosowujemy się do twoich potrzeb, tak aby pomóc Ci osiągnąć sukces. Myśląc globalnie pomagamy realizować marzenia, o stabilnej i silnej pozycji Twojej Firmy na rynku. Skutecznie realizujemy zadania, które innym wydają się niewykonalne. Pomagamy w otrzymaniu kredytu, w znalezieniu odpowiednich kontaktów biznesowych. Pomagamy w wprowadzaniu Firmy na rynki zagraniczne. Oferujemy pomoc w zakupie nieruchomości w najlepszych cenach na terenie całego kraju. Naprawiamy finanse Twojej Firmy.

Imię i nazwisko

Artur Osipowicz

Nazwa firmy

BusinessSupport24.com Sp. z o.o.

W pracy

najwięcej wymagam od siebie, aby współpracownicy znali poziom wymagań, zawsze dążymy do perfekcji, nie ma nigdy górnej granicy, zawsze może być lepiej.

W czasie wolnym

lubię spędzać wolny czas: czytając, podróżując, uprawiając sport, spotykając się z przyjaciółmi i rodziną, degustując specjały dobrej kuchni.

Podziwiam

ludzi, którzy dążą do doskonałości i perfekcji w rozwoju osobistym, w edukacji, sporcie, kulturze, biznesie.

Dążę do

harmonii i synergii w życiu osobistym oraz biznesie.

Inspiruje mnie

wiedza, upór, wytrwałość w dążeniu do wyznaczonych celów przez innych ludzi. W chwili zwątpienia i rezygnacji, przy trudnych wyzwaniach są mentalnym wsparciem, dając myśl jak mantra – „jeśli oni dali/dają radę to i ja dam”. Dlatego nigdy się nie poddaję i dążę do wyznaczonych celów w życiu osobistym i biznesie.

Najbardziej lubię

Ludzi uczciwych, wytrwałych, mądrych, etycznych, dających wartość innym, nie wywyższających się ponad Innych mimo sukcesów. Jedną z moich zasad: „nie chwal się zbyttnio, niech pochwalą Cię Inni, jeśli na to zasługujesz”.

BusinessSupport24.com

BusinessSupport24.com Sp. z o.o.

ul. Stanisławowska 52, 54-611 Wrocław, Polska, tel: +48 506 191 974, +48 602 109 189,
e-mail: info@businesssupport24.com, www.businesssupport24.com

Paweł Pawlak

**Imię i nazwisko**

Paweł Pawlak

Nazwa firmy

Adika Collection

W pracy

jestem nastawiony na sukces.

W czasie wolnym

spędzam czas z rodziną, która jest dla mnie najważniejsza.

Podziwiam

ludzi, którzy osiągają swoje cele.

Dążę do

spełnienia wszystkich moich marzeń.

Inspirują mnie

sportowcy i ich upór w dążeniu do osiągnięcia jak najlepszych wyników.

Najbardziej lubię

wszystko to co daje mi przyjemność.

Od 2006 r. nasze kolekcje tworzymy z myślą o kobietach ceniących wygodę i indywidualność. Charakteryzują się one zwiewnością i naturalnością. Tworzymy według najnowszych trendów z najlepszych tkanin z całego świata. Jesteśmy laureatami wielu nagród między innymi: „Mazowiecki Laur Przedsiębiorczości” Warszawskiej Izby Gospodarczej oraz „Ambasador Przedsiębiorczości” i „Ambasador Akademii Dobrego Stylu” przyznawanych przez Europejskie Forum Przedsiębiorczości. W czerwcu tego roku zostaliśmy wyróżnieni prestiżową nagrodą „Dźwignia” przyznawaną przez Naczelną Organizację Techniczną i „Przegląd Techniczny” przy współudziale Krajowej Izby Gospodarczej. Nagrodą tą wyróżniani są przedsiębiorcy i menadżerowie stwarzający warunki do lepszego funkcjonowania polskiej gospodarki. Jesteśmy członkiem Warszawskiej Izby Gospodarczej oraz Klubu Integracji Europejskiej.

Adika®
COLLECTION
Bo jesteś piękna.

Sklep Adika Collection

Ptak Hala G, box 25, ul. Rzemieśnicza 35, 95-030 Rzgów
Tel.: 606 769 490, e-mail: biuro@adikasklep.pl

Ewa Piekart



Fot. Ewa Rykowska

Data Point od 25 lat z miłością i pasją zajmuje się obsługą informatyczną firm. Specjalizujemy się w administracji serwerami i bezpieczeństwie danych. Sprawujemy stały nadzór nad infrastrukturą informatyczną w przedsiębiorstwach świadczony w formie abonamentowej. Konsultujemy i dostarczamy rozwiązania informatyczne. Komplementarnie posiadamy także serwis komputerowy.

Imię i nazwisko

Ewa Piekart

Nazwa firmy

DATA POINT Sp. z o.o.

W pracy

najważniejszy jest dla mnie Klient, bo kocham to, co robię i robię to, co kocham.

W czasie wolnym

najchętniej żegluję.

Podziwiam

ludzi kreatywnych, z wyobraźnią przestrzenną, której sama nie posiadam.

Dążę do

tego, aby potrafić mówić prosto z mostu, czego oczekuję, bo wierzę, że ułatwiam wówczas wszystkim życie.

Inspiruje mnie

motto – „Motywacja jest tym, co pozwala ci zacząć. Nawyk jest tym, co pozwala ci wytrwać”.

Najbardziej lubię

gotować z przyjaciółmi.

Data Point™

Obsługa Informatyczna. Outsourcing IT.

Data Experts.

Data Point Sp. z o.o.

ul. Kochanowskiego 23, 01-864 Warszawa,

tel.: 501 387 314, 601 075 076, e-mail: ewa.piekart@data-point.pl , www.data-point.pl

Lechośław Pieprzycki

**Imię i nazwisko**

Lechośław Pieprzycki

Nazwa firmy

LP Finance Sp. z o.o.

W pracy

bywam regularnie.

W czasie wolnym

czytam.

Podziwiam

efekty rozwoju świata nauki.

Dążę do

po prostu dążę.

Inspiruje mnie

nauka, przyszłość.

Najbardziej lubię

psychologię społeczną.

Podobno w życiu pewne są tylko śmierć i podatki. Nauka co do śmierci ma inne zdanie – nieśmiertelność to już tylko problem techniczny. To, że jeszcze jest nieunikniona, to owoc wyłącznie braku wystarczającej wiedzy.

LP Finance to spółka oferująca usługi rachunkowe dla firm w całej Polsce „na odległość”, bez potrzeby dowożenia dokumentów.

Co do podatków, myślimy analogicznie jak naukowcy o śmierci. Co do organizacji pracy i generowania na bieżąco wyników naszych klientów też, ale całkowicie nowatorsko.

**LP Finance Sp. z o.o.**

ul. Walecznych 40 lok. U5, 03-916 Warszawa

tel.: 693 170 058, e-mail: biuro@lpfinance.pl, www.lpfinance.pl

Mariusz Pietrzak



Imię i nazwisko

Mariusz Pietrzak

Nazwa firmy

Mazurkas Catering 360°

W pracy

Na zabój zajęty, ale robię to, co kocham.

W czasie wolnym

słońce i woda oraz ryby i grzyby, relaks na łonie natury.

Podziwiam

kreatywnych ludzi z otwartą głową, dążących do celu, niebojących się ryzyka.

Dążę do

perfekcjonizmu.

Inspiruje mnie

podróże wszelakie, kuchnia azjatycka.

Najbardziej lubię

zaszyć się gdzieś na Mazurach, odpoczywać z dala od miejskiego zgiełku.

Mazurkas Catering 360° jako jedna z wiodących firm cateringowych w Polsce, obsługuje najbardziej spektakularne wydarzenia, rozpoczynając od małych spotkań, a kończąc na realizacjach dla kilku tysięcy osób. Poprzez kompleksowość oraz różnorodność świadczonych usług wychodzimy naprzeciw oczekiwaniom, nawet najbardziej wymagających klientów. Wyrazem uznania dla doświadczenia i jakości świadczonych przez nas usług było m. in. powierzenie Mazurkas Catering 360° wyłącznej obsługi Szczytu NATO na PGE Narodowym w 2016 r. oraz najważniejszych uroczystości w ramach 41. sesji Komitetu Światowego Dziedzictwa UNESCO odbywającej się w Krakowie w 2017 roku.

Mazurkas Catering 360° stanowi część Grupy Mazurkas działającej na polskim rynku od 1990 roku. Do Grupy Mazurkas należą również: MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel, Mazurkas Travel Biuro Podróży oraz Mazurkas Transport.



Mazurkas Catering 360°

ul. Poznańska 177, 05-850 Ożarów Mazowiecki,

tel.: 22 721 47 73, e-mail: catering@mazurkascatering.pl, www.catering.mazurkas.pl

Patryk

Przewodowski



Imię i nazwisko

Patryk Przewodowski

Nazwa firmy

Platinum House

W pracy

zajmuję się tylko pracą. Nie tylko wymagam, ale daję też od siebie.

W czasie wolnym

lubię się zatrzymać. Obserwować co dzieje się dookoła mnie. Staram się ten czas spędzać tylko z najbliższymi, odłożyć wszystkie inne rzeczy na bok.

Podziwiam

ludzi, którzy nie odpuszczają, którzy mimo różnych sytuacji życiowych, chcą iść dalej do przodu i się nie poddają.

Dążę do

chciałbym powiedzieć „doskonałości”, ale to słowo dla każdego, może co innego znaczyć. Powiem więc, ciągłego ulepszania swojej osoby.

Inspiruje mnie

książki związane z biznesem i biograficzne, a także „nieznane...”. Nigdy nie wiadomo, co nas w życiu może spotkać danego dnia, dlatego każdego dnia, staram się dawać z siebie jak najwięcej.

Najbardziej lubię

prywatnie – podróże te małe i duże, a przy tym wyciszyć się. Odciąć od świata i choć trochę побыć ze sobą sam na sam. Uwielbiam uśmiech swoich dzieci. Patrzeć jak się zmieniają i dorastają. Służbowo – motywować innych do działania, a także uśmiechniętych ludzi obok mnie. Jestem niepoprawnym optymistą i takimi ludźmi staram się też otaczać.

Platinum House – to agencja nieruchomości działająca w sektorze nieruchomości Premium na terenie całej Polski, a także w różnych częściach świata. Pomagamy klientom w sprzedaży/zakupie nieruchomości, bądź też w jej wynajmie lub najmie. Dysponujemy m.in. nieruchomościami typu: działki dla deweloperów, działki pod biurowce, pod hotele. Zajmujemy się również sprzedażą i wynajmem apartamentów, rezydencji, willi, hoteli i tego rodzaju nieruchomości. Naszymi klientami są osoby ze świata show-biznesu, polityki, ambasadorzy, a także inwestorzy.

Platinum House

tel.: 731 300 373, e-mail: p.przewodowski@platinumhouse.pl,
www.platinumhouse.pl



Zostań Ambasadorem Akademii Dobrego Stylu!



Przed nami jubileuszowa, X Gala Akademii Dobrego Stylu! Dotychczas uhonorowaliśmy tak niezwykle kobiety, jak: Ewa Błaszczyk, Bożena Dykiel, Anna Jurkiewicz, Beata Tyszkiewicz, Otylia Jędrzejczak, Izabela Trojanowska, Laura Łącz, Halina Frąckowiak, Urszula Dudziak, Grażyna Szapołowska, Katarzyna Dowbor, Jolanta Kwaśniewska, Lidia Popiel, Grażyna Wolszczak, Anna Popek, Katarzyna Frank-Niemczycka, Teresa Rosati, Jolanta Borowiec, Agnieszka Dygant, Roma Gąsiorowska, Joanna Racewicz, Beata Ścibakówna, Dorota Gardias, Magdalena Rózcicka, Dorota Williams, Danuta Stenka, Tamara Gonzales Perea, czyli Macademian Girl, Alicja Majewska, Magdalena Zawadzka, Bogna Sworowska i Grażyna Torbicka!

O tym komu wręczone zostaną kolejne Gracje przekonamy się już 22 października, podczas jubileuszowej gali w reprezentacyjnej Sali Balowej Warszawskiego Domu Technika w obecności kilkuset zaproszonych gości ze świata biznesu, kultury i mediów!

Dołączając do grona Ambasadorów Akademii Dobrego Stylu zyskujesz prestiż i medialny rozgłos!

Jesteś tym zainteresowany? Aby dowiedzieć się więcej,
napisz do nas: gala@kie.biz.pl lub zadzwoń 603 333 711!

Marcin **Roczniak**

**Imię i nazwisko**

Marcin Roczniak

Nazwa firmy

Balamonte

W pracy

cenię sumienność i dokładność.

W czasie wolnym

każdą chwilę spędzam z dziećmi.

Podziwiam

ludzi sukcesu.

Dążę do

spokoju ducha.

Inspiruje mnie

natura.

Najbardziej lubię

uśmiech mojego syna.

Balamonte to salon mody włoskiej dla mężczyzn. Garnitury na zamówienie szyjemy z naturalnych surowców w cenionych na świecie włoskich szwalniach, pod okiem krawców z bogatym doświadczeniem. Wygoda, elegancja i dbałość o najdrobniejszy detal to cechy włoskiego stylu, dlatego ubierają się u nas mężczyźni, dla których świetny wygląd, dbałość o szczegóły i komfort mają znaczenie. Odwiedź Balamonte, uszyjemy dla Ciebie garnitur, z którego będziesz dumny.

**Salon mody włoskiej Balamonte**

ul. Wiejska 11, 00-480 Warszawa

tel.: +48 664 431 879, e-mail: marcin.roczniak@balamonte.com, www.balamonte.com

Ewa Rogozińska



Imię i nazwisko

Ewa Rogozińska

Nazwa firmy

Dom Tłumaczeń SOWA

W pracy

bezwzględna jakość, upór i konsekwencja.

W czasie wolnym

podróże, żagle, książki, sport.

Podziwiam

niezależne i wizjonerskie umysły, łamiące fałszywe zasady, nieuzasadnione przekonania i stereotypy.

Dążę do

doskonałości.

Inspiruje mnie

muzyka i szybka jazda samochodem.

Najbardziej lubię

morze nocą.

Zapewniamy profesjonalną obsługę w zakresie komunikacji międzykulturowej oraz tłumaczeń ustnych i pisemnych w ponad 70 językach. Obsługujemy zagraniczne targi, misje gospodarcze i konferencje biznesowe. Świadczymy usługi doradcze i szkolenia w języku polskim i angielskim w zakresie skutecznej komunikacji, etykiety w biznesie, prowadzenia rozmów handlowych, sporządzania i rozumienia dokumentów biznesowych. Stawiamy jakość na pierwszym miejscu (ISO). Nasze motto: Dotrzymujemy słowa w każdym języku!



DOM TŁUMACZEŃ **SOWA**

Dom Tłumaczeń SOWA

ul. Budziszewska 10, 45-320 Opole

tel.: 77 456 58 16, e-mail: office@e-sowa.eu, www.e-sowa.eu

Jerzy Rożek



Imię i nazwisko

Jerzy Rożek

Nazwa firmy

Warszawski Dom Technika
NOT Sp. z o.o.

W pracy

jestem wymagający, nastawiony na rozwój spółki i dobrą obsługę naszych kontrahentów.

W czasie wolnym

dbam o dom i ogród, jeżdżę na wycieczki rowerowe, pływam, czytam dobre książki.

Podziwiam

silnych i prawych ludzi oraz piękne kobiety.

Dążę do

zdobywania coraz szerszej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz do realizacji wyznaczonych celów.

Inspirują mnie

pracownicy i mądrzy ludzie mający cel w życiu.

Najbardziej lubię

swoich bliskich.

Warszawski Dom Technika NOT Sp. z o.o. działa od 27 lat na rynku wynajmu sal konferencyjnych oraz powierzchni biurowej. Posiadamy sześć sal mogących pomieścić od 15 do 400 osób. Sale różnią się od siebie nie tylko rozmiarami, ale również klimatem, co pozwala na zorganizowanie eventu o dowolnym charakterze. Przygotowujemy oprawę imprezy, aranżację sali, zapewnimy catering i obsługę techniczną. Nasz doświadczony i zawsze gotowy do pomocy zespół zatroszczy się o każdy szczegół spotkania.



Warszawski Dom Technika NOT Sp. z o.o.

ul. T. Czackiego 3/5, 00-043 Warszawa

tel.: +48 22 336 12 23, 729 052 512, e-mail: izabela.krasucka@wdtnot.pl, www.wdtnot.pl

Danuta Małgorzata

Równiak

**Imię i nazwisko**

Danuta Małgorzata Równiak

Nazwa firmyKancelaria Finansowo-
-Ubezpieczeniowa D-M-Równiak,
dyrektor placówki AVIVA**W pracy**

z firmą AVIVA współpracuje już 20 lat. Przeszłam drogę od agenta do dyrektora Placówki Partnerskiej Aviva – biegłego specjalisty. Naprawdę lubię to, co robię. Cieszę się, kiedy mogę pomagać ludziom w trudnych chwilach. Istotą mojej pracy nie jest wypisanie wniosku ubezpieczeniowego, ale doradztwo na najwyższym poziomie. Każdego klienta traktuję indywidualnie. Przede wszystkim staram się zawsze poznać i zrozumieć potrzeby, jakie mają klienci indywidualni lub przedsiębiorcy.

W czasie wolnym

uwielbiam podróżować, a także słuchać muzyki, która mnie wycisza i relaksuje.

Podziwiam

Anię Przybylską. Jej wiara w lepsze jutro i umiejętność pogodzenia życia służbowego i prywatnego jest inspirująca. Podziwiam ją jako kobietę, żonę, matkę i aktorkę.

Dążę do

realizacji marzeń i wyzwań, jakie sobie wyznaczam. W życiu zawsze kieruję się dobrem innych, a najważniejsze osoby w moim życiu to członkowie mojej rodziny.

Inspiruje mnie

największą moją inspiracją jest moja Marysia. To ogromne szczęście móc czerpać inspirację z tak nieskazitelnej osoby, jaką jest moje dziecko.

Współpracuję z Avivą jako biegły specjalista. Dzięki temu mogę proponować szeroki zakres ubezpieczeń. Mamy ubezpieczenia indywidualne i grupowe, a także ubezpieczenia majątkowe i komunikacyjne. Ostatnio na naszym rynku największym zainteresowaniem cieszą się ubezpieczenia dla współników, a także fundusze inwestycyjne.

Danuta Małgorzata Równiak

tel.: +48 605 737 925

e-mail: rowniak.danuta@aviva.com.pl, www.aviva.com.pl/drowniak

Izabela

Sikora



Fot. Kitana Photography

Imię i nazwisko

Izabela Sikora

Nazwa firmy

SIKORA diamonds Izabela Sikora

W pracy

cenię sobie spokój.

W czasie wolnym

odpoczynek w spa, spacery z psem, gotowanie, spotkania ze znajomymi.

Podziwiam

ludzi odważnych, którzy nie boją się być sobą i nie zapominają o drugim człowieku, którzy wstają codziennie z łóżka i chcą żyć, chociaż mają cały czas pod górkę.

Dążę do

szczęścia, spokoju, bezpieczeństwa.

Inspiruje mnie

moi rodzice, oni pokazali mi prawdziwy dom, miłość, szacunek.

Najbardziej lubię

podróżować.



SIKORA diamonds zajmuje się wyszukiwaniem najcenniejszych kamieni, które stanowią idealną i bezpieczną inwestycję. Firma współpracuje z ponad 70 specjalistami i kopalniami z całego świata. Każdy okaz posiada certyfikat gwarantujący wartość i prawdziwość danego egzemplarza.

SIKORA diamonds Izabela Sikora

tel.: +48 500 140 478

e-mail: shop@sikoradiamonds.com, www.sikoradiamonds.com

Andrzej **Stępień**



Imię i nazwisko

Andrzej Stępień

Nazwa firmy

Prevalue Cooperative Owners
Spółdzielnia Właścicieli Majątku

W pracy

pracoholik.

W czasie wolnym

aktywność, aktywność, aktywność
(narty, konie, woda).

Podziwiam

świat i jego piękno.

Dążę do

sukcesu i zadowolenia.

Inspiruje mnie

wszystko oprócz tego, co nie jest
warte uwagi.

Najbardziej lubię

ludzi i to, co nas otacza.

Prevalue Cooperative Owners Spółdzielnia Właścicieli Majątku powstała w grudniu 2014 r. Służy ona wspólnemu inwestowaniu udziałów i wkładów wnoszonych przez członków. Spółdzielcza formuła działalności inwestycyjnej sprawia, że członkowie są jednocześnie współwłaścicielami majątku Spółdzielni, inwestorami budującymi swój prywatny majątek i przedsiębiorcami prowadzącymi działalność gospodarczą, mogący zapraszać innych do prowadzenia wspólnego biznesu. Spółdzielnia to taka forma organizacyjna, w której każdy członek ma takie same prawa, niezależnie od tego, ile ma udziałów. Podstawowym kierunkiem działania spółdzielni są diamenty inwestycyjne i biżuteria klasy premium, oparta na diamentach o najwyższych parametrach.

PRE  **VALUE**
COOPERATIVE OWNERS

PREVALUE Cooperative Owners Spółdzielnia Właścicieli Majątku z siedzibą w Warszawie

Rondo ONZ 1, 00-124 Warszawa, tel.: 885 877 855
kontakt z Zarządem: 601 080 524, www.prevalue.pl

Jerzy Sułkowski

**Imię i nazwisko**

Jerzy Sułkowski

Nazwa firmy

PIOMAR Środowiska dla elektroniki

W pracy

jestem wymagający przede wszystkim wobec siebie.

W czasie wolnym

czytam prasę codzienną, oglądam dobre filmy, podróżuję.

Podziwiam

swoje dzieci za radzenie sobie z życiem.

Dążę do

perfekcji w każdej dziedzinie.

Inspiruje mnie

przedsiębiorczość.

Najbardziej lubię

rozwiązywać w pracy skomplikowane tematy zadawane przez klientów.

Firma PIOMAR została założona w 1991 roku. W roku 1995 rozpoczęła współpracę z niemiecką firmą KNÜRR AG, której oferta MECHANIKA DLA ELEKTRONIKI oraz MEBLE PRZEMYSŁOWE była zbieżna z jej dotychczasową działalnością. Oprócz podstawowej – jaką jest dostawa „z jednego źródła” całej gamy produktów KNÜRR'a dla sektora telekomunikacji, energetyki, przemysłu maszynowego i bankowości – PIOMAR uzupełnia ofertę swojego partnera zarówno o rozwiązania niestandardowe, jak i własne projekty.

W roku 2005 TUV NORD przyznał firmie PIOMAR certyfikat zarządzania jakością ISO 9001:2000.

Piomar
środowiska dla elektroniki

PIOMAR Środowiska dla elektroniki

ul. Świderska 35, 03-128 Warszawa, tel. +48 22 676 9462, +48 602 283969,
tel./fax: +48 22 676 9810, e-mail: jerzy.sulkowski@piomar.com.pl, www.piomar.com.pl

Anna Szadkowska



Fot. Sebastian Stasiuk

Firma Motortest to Autoryzowany Partner Hyundai Motor Company. Jesteśmy najdłużej działającym salonem tej marki w Polsce i drugim w Europie oraz wielokrotnym Dealerem Roku. W 2012 roku przyznano nam tytuł „Diament Forbesa”. Motortest to firma rodzinna od 1979 r., od zawsze związana z motoryzacją. Oferujemy: sprzedaż aut nowych i używanych, pośrednictwo finansowo-ubezpieczeniowe, likwidację szkód komunikacyjnych, wynajem długo- i krótkoterminowy, serwis gwarancyjny i pogwarancyjny, sprzedaż części i akcesoriów, serwis opon z przechowalnią.

Imię i nazwisko

Anna Szadkowska

Nazwa firmy

Motortest® Anna Szadkowska

W pracy

moja firma – moje hobby.

W czasie wolnym

gram w golfa, chodzę po górach.

Podziwiam

ludzi z pasją, empatycznych perfekcjonistów.

Dążę do

nauczenia się bycia szczęśliwą.

Inspiruje mnie

muzyka, piękno przyrody, uśmiech ludzi.

Najbardziej lubię

wolność i niezależność.



Motortest® Anna Szadkowska

ul. Hynka 2A, 02-149 Warszawa,

tel.: +48 22 868 22 56, www.motortest.com.pl

Anna **Szczypek**



Imię i nazwisko

Anna Szczypek

Nazwa firmy

ASC Sp. z o.o. Sp. K.

W pracy

prowadzenie firmy jest jak układanie puzzli, nowe projekty to nowe pudełka z puzzlami, układam je pasjami.

W czasie wolnym

gotuję, bawię się z moimi pieskami, uwielbiam leniuchować pod palmami, ale nie pogardzę pracą w ogródku wiosną i latem, a w czasie złej pogody po prostu dobry film w domu na kanapie.

Podziwiam

ludzi znających swoją wartość, którzy już niczego nie muszą udowadniać; tacy często są najsłabsi i nie od razu można ich rozpoznać.

Dążę do

harmonii i w firmie i w życiu prywatnym.

Inspiruje mnie

cudzy sukces.

Najbardziej lubię

relaks po dobrym dniu.

SpokoBOX Catering dietetyczny to firma stworzona z pasji i wiedzy. Założycielka, pani Anna Szczypek, z wykształcenia psychodietetyk, prowadziła grupy motywacyjne dla osób odchudzających się. Doświadczenie stało się podstawą programów dietetycznych SpokoBOX. Ponad trzyletni dorobek firmy to baza kilku tysięcy klientów i dziesięciu różnorodnych programów. Pierwsi w Polsce wprowadziliśmy do oferty dietę pudełkową dla osób z chorobą Hashimoto. Nowoczesne spojrzenie na potrzeby żywieniowe Polaków przyniosło firmie statuetkę Złotego Widelca dla najlepszego cateringu dietetycznego roku 2017 i nową markę SpokoSOK. Działalność firmy obejmuje również współpracę w wielu miastach w Polsce.

*Spoko***BOX**
catering dietetyczny

ASC Sp. z o.o. Sp. K.

Warszawa: ul. Rumby 9, tel.: 601 551 550, Podkarpacie: tel.: 796 710 737, Trójmiasto: tel.: 515 747 255, Kraków: tel.: 789 277 337, e-mail: spokobox@spokobox.eu, www.spokobox.eu

Piotr Szymański



Imię i nazwisko

Piotr Szymański

Nazwa firmy

Sobienie Królewskie SA

W pracy

ważne jest dla mnie, by nasi goście czuli się jak w domu.

W czasie wolnym

spędzam czas z rodziną i znajomymi, gram w golfa.

Podziwiam

Roberta Kubicę za osiągnięcia w sportach motorowych, profesjonalizm, a w szczególności tytaniczną pracę, jaką wykonał, żeby wrócić do sportu, który kocha.

Dążę do

ciągłego doskonalenia się i spełniania w pracy.

Najbardziej lubię

ludzi z pozytywną energią.

Sobienie Królewskie to resort posiadający osiemnasto dołkowe pole golfowe klasy mistrzowskiej, akademię golfa, hotel 4*, szkołę awiacji i park integracji. Sobienie Królewskie G&CC to elitarnie, fineryjnie zaprojektowane pole golfowe typu links, charakteryzujące się specyficzną roślinnością, precyzyjnie kreowanymi roughami i przeszkodami wodnymi. Hotel, oddalony dwa kilometry od pola golfowego, posiada 64 pokoje w standardzie 4*. Sobienie Królewskie to idealne miejsce do wypoczynku.



Sobienie Królewskie Golf & Country Club

Sobienie Szlacheckie 6, 08-443 Sobienie Jeziory

tel.: 663 404 805, e-mail: recepca@sobieniekrolewskie.pl, www.sobieniekrolewskie.pl

Bogdan Talarek

**Imię i nazwisko**

Bogdan Talarek

Nazwa firmy

Trojanów sp. z o.o.
– Talaria Resort & SPA

W pracy

lubię rozmawiać z ludźmi
– pracownikami, gośćmi.

W czasie wolnym

uwielbiam podróżować
– to moja pasja.

Podziwiam

piękne kobiety, fantastyczną przyrodę
i ludzi z pasją.

Dążę do

szczęśliwego, spokojnego życia.

Inspiruje mnie

przyroda i jej nieprzewidywalność.

Najbardziej lubię

spacerować, majsterkować,
fotografować, obserwować
– ciągle być w ruchu.

TALARIA RESORT & SPA to pierwszy w Polsce obiekt hotelowy wellness & SPA, którego oferta pobytowa stworzona została z myślą o kobietach. Talaria Resort & Spa położona jest w Trojanowie k. Garwolina (woj. mazowieckie). Oferuje swoim Gościom zakwaterowanie w 34 komfortowych pokojach w Pałacu i Pawilonie Parkowym, dwie restauracje i kawiarnię, dostęp do strefy SPA liczącej sobie 1000 m², ścieżki biegowe i spacerowe, chatę grillową oraz mini zoo. Otoczony pięknymi stawami i zielenią 25-hektarowego parku, XIX-wieczny Pałac w Trojanowie stanowi centrum tego wyjątkowego miejsca. Zabytek pozostawiony przez lata bez opieki, teraz otrzymał nowe życie.

**Talaria Resort & SPA**

08-455 Trojanów 158

tel.: (22) 397 73 08, 511 411 189, e-mail: recepca@talaria.pl, www.talaria.pl

Ewelina Tobiasz



Imię i nazwisko

Ewelina Tobiasz

Nazwa firmy

ATT Investments Europe Sp. z o.o.

W pracy

najważniejsze są zasady i etyka.

W czasie wolnym

sport, znajomi, książka.

Podziwiam

za dążenie do wymarzonego celu mimo przeciwności.

Dążę do

ideału.

Inspirują mnie

ludzie, którzy potrafią elastycznie dostosować się do zmieniającej się rzeczywistości i wciąż odnosić sukces.

Najbardziej lubię

lojalność, szczerość, uczciwość i umiejętność czerpania przyjemności z życia.

Nasze motto to: **DYWERSYFIKACJA**. Najważniejsza zasada budowania portfela inwestycyjnego: – „Jeśli dywersyfikujesz, kontrolujesz to, to po prostu musi działać.” – Larry Hite

ATT Investment Europe w odróżnieniu od większości firm posiada w ofercie zarówno bezpieczne, jak i bardziej agresywne inwestycje.

Posiadamy fachowców specjalizujących się w konkretnych formach inwestycji, lecz nie zależy nam na sprzedaży konkretnej, jednej formy, a na dobraniu portfela personalnie do klienta, czasów, zasobności portfela, horyzontu czasowego. W swojej ofercie mamy bowiem wszystko, czego osoba zainteresowana świadomym inwestowaniem potrzebuje.



ATT Investments Europe Sp. z o.o.

tel.: +48 695 321 694

www.ewelinatobiasz.pl, www.facebook.com/ewelinatobiaszinwestycje/, www.att-investments.eu

Wojciech **Trawiński**

**Imię i nazwisko**

Wojciech Trawiński

Nazwa firmy

Przedsiębiorstwo Robót Instalacyjnych EKOPARK S.A.

W pracy

tworzę, kreuję, zapominam o zegarze i walczę z papierami.

W czasie wolnym

staram się nie myśleć o pracy.

Podziwiam

piękno przyrody i różnorodność świata.

Dążę do

osiągnięcia wyznaczonych celów.

Inspiruje mnie

każde nowe zlecenie.

Najbardziej lubię

podróże... i małe, i duże.

Przedsiębiorstwo Robót Instalacyjnych EKOPARK S.A. to prężnie działająca firma z ambitnym, doświadczonym i młodym zespołem. Kompleksowo realizujemy inwestycje, począwszy od wyburzenia przez budowę nowej konstrukcji aż po montaż instalacji. Oferujemy innowacyjne technologie, dzięki którym użytkownicy oszczędzają czas i pieniądze. Profesjonalnie dobieramy rozwiązania adekwatne do potrzeb klienta, starając się zapewnić pełen komfort późniejszego użytkownika oraz wyważyć jak najlepszy stosunek jakości do ceny.

**Przedsiębiorstwo Robót Instalacyjnych EKOPARK S.A.**

Aleje Jerozolimskie 214, 02-486 Warszawa
tel. 500 709 570, e-mail: prezes@eko-park.org, www.eko-park.org

Mariola **Więckowska**



Fot. Jacek Mójta

Doradzamy przedsiębiorcom od ponad 20 lat. Świadczymy kompleksowe doradztwo prawne dla strategii w biznesie, w tym firm rodzinnych i sukcesji. Zespół prawników Kancelarii to doświadczeni specjaliści z zakresu prawa rynków kapitałowych, prawa gospodarczego i dziedzin pokrewnych. CSW jest Partnerem Giełdy Papierów Wartościowych. Obsługujemy transakcje emisji akcji, obligacji, opcji i zabezpieczeń interesów stron, fuzje i przekształcenia. W ramach Stowarzyszenia Kancelarii Iuris Link obsługujemy Klientów w całym kraju.

Imię i nazwisko

Mariola Więckowska

Nazwa firmyKancelaria CSW Więckowska
i Partnerzy Radcy Prawni**W pracy**

profesjonalnie.

W czasie wolnym

przyroda i przyjaciel.

Podziwiam

twórców sztuki.

Dążę doosobistego rozwoju,
spełnienia marzeń.**Inspirują mnie**

kapitał ludzki, młodzi ludzie.

Najbardziej lubię

poezję śpiewaną, podróże.

KANCELARIA



Więckowska i Partnerzy Radcy Prawni

Kancelaria CSW Więckowska i Partnerzy Radcy Prawniul. Mickiewicza 28, 60-836 Poznań, tel.: +48 61 852 18 15 fax: +48 61 662 81 15, ul. Orzycka 6 lok. 1B,
02-695 Warszawa, tel.: +48 22 495 76 49, fax: +48 22 560 76 63, www.kancelaria-csw.pl

Stawomir Adam



Wolniak

Imię i nazwisko

Stawomir Adam Wolniak

Nazwa firmy

Klinika Psychiatryczna
i Terapii Uzależnień WOLMED

W pracy

jestem wyrozumiały, sumienny
i odpowiedzialny.

W czasie wolnym

jeżdżę z dziećmi na rowerach,
odpoczywam, czytam książki,
chodzę na polowanie, żegluję,
jeżdżę na motocyklu.

Podziwiam

piękne kobiety, mądrość u ludzi,
inteligencję emocjonalną.

Dążę do

doskonałości, wygospodarowania
czasu wolnego dla siebie i rodziny.

Inspirują mnie

podróże zagraniczne,
ciekawi ludzie, inne religie.

Najbardziej lubię

uczyć się języków obcych.

Klinika Psychiatryczna i Terapii Uzależnień Wolmed ma za sobą 15 lat doświadczeń. Powstała jako pierwsza prywatna klinika uzależnień w Polsce. Przez ten czas przyjęła ponad 15 tysięcy pacjentów z Polski i zagranicy. Szpital zapewnia kompleksowy detoks alkoholowy, narkotykowy i lekowy. Misją kliniki jest skuteczne leczenie i łagodzenie skutków schorzeń psychicznych: nerwicy, depresji, otępienia i uzależnień. Placówka stosuje psychoterapię indywidualną i grupową, program terapeutyczny jest tworzony indywidualnie dla pacjenta. Zapewnia też całodobową fachową opiekę lekarza i pielęgniarek.



Klinika Psychiatryczna i Terapii Uzależnień WOLMED

Dubie 1A, 97-420 Szczerców, tel.: 44 635 63 03, 667 951 824
e-mail: sekretariat@wolmed.pl, www.wolmed.pl

Joanna

Wysogład-Wolniak

**Imię i nazwisko**

Joanna Wysogład-Wolniak

Nazwa firmyKlinika Psychiatryczna
i Terapii Uzależnień WOLMED**W pracy**

wsłuchuję się w potrzeby pacjentów.

W czasie wolnymwypoczywam, chętnie chodzę do Spa,
spędzam czas z dziećmi.**Podziwiam**niezależne kobiety za ich mądrość,
upór i dążenie do celu.**Dążę do**

spełnienia marzeń.

Klinika Psychiatryczna i Terapii Uzależnień Wolmed ma za sobą 15 lat doświadczeń. Powstała jako pierwsza prywatna klinika uzależnień w Polsce. Przez ten czas przyjęła ponad 15 tysięcy pacjentów z Polski i zagranicy. Szpital zapewnia kompleksowy detoks alkoholowy, narkotykowy i lekowy. Misją kliniki jest skuteczne leczenie i łagodzenie skutków schorzeń psychicznych: nerwic, depresji, otępień i uzależnień. Placówka stosuje psychoterapię indywidualną i grupową, program terapeutyczny jest tworzony indywidualnie dla pacjenta. Zapewnia też całodobową fachową opiekę lekarza i pielęgniarek.

**Klinika Psychiatryczna i Terapii Uzależnień WOLMED**

Dubie 1A, 97-420 Szczerców, tel.: 44 635 63 03, 667 951 824

e-mail: sekretariat@wolmed.pl, www.wolmed.pl

przedsiębiorcy@eu

„**TWARZE BIZNESU**” to niepowtarzalna
możliwość zaprezentowania siebie i swojej
firmy całej Polsce.

TWOJA TWARZ I FIRMA pokaże się w empikach,
sieciach Relay i Inmedio oraz w prestiżowych hotelach
i restauracjach w największych miastach w Polsce.

ZOBACZĄ CIĘ uczestnicy największych
wydarzeń gospodarczych w kraju
– kongresów, targów, seminariów i konferencji!



Przedsiębiorco! Daj się poznać innym!

Zaprezentuj siebie i swoją firmę w „Twarzach biznesu” – dodatku
specjalnym do magazynu „**przedsiębiorcy@eu**”!

Dodatek „Twarze biznesu”
jest dofinansowany
przez Europejskie Forum
Przedsiębiorczości.

Jeśli chcesz poznać więcej szczegółów
dzwoń: **603 333 711** lub pisz: **asienicka@efp.biz.pl**

ELITARNY KLUB BIZNESU – DOŁĄCZ DO NAS!



Wstępując do Klubu Integracji Europejskiej zyskujesz:

- szerokie kontakty biznesowe osadzone w wielu branżach
- możliwość zaprezentowania własnej firmy, produktów i marki na stronie internetowej Klubu
- możliwość zamieszczania ogłoszeń i ofert w klubowym newsletterze
- całostronicowy artykuł bądź reklamę w magazynie „przedsiębiorcy@eu”
- udział w partnerskim programie rabatowym Klubu
- dostęp do ofert innych firm należących do Klubu
- aktualne informacje o ważnych wydarzeniach gospodarczych, społecznych i politycznych, a także o wydarzeniach kulturalnych w stolicy

Jako Członek Klubu uczestniczysz w wydarzeniach:

- Letniej Gali Przedsiębiorców – największym tego typu wydarzeniu w Polsce
- Gali „Niezwyczajna Osobowość” – uroczystości wręczenia nagród wybitnym postaciom życia publicznego
- wiosennych i jesiennych Galach Akademii Dobrego Stylu – uroczystościach wręczenia statuetki „Gracja”, osobom publicznym, słynącym z ponadczasowego stylu i elegancji
- klubowych kolacjach biznesowych i kojarzeniach ofert gospodarczych
- w comiesięcznych spotkaniach z cyklu „poranna kawa z ekspertem”
- wernisażach organizowanych cyklicznie w ramach Akademii Kultury i Sztuki
- zostajesz prenumeratorem magazynu ludzi biznesu „przedsiębiorcy@eu”

Członkostwo w Klubie to prestiż:

- patronujemy wydarzeniom o charakterze biznesowym, organizowanym regionalnie jak i w skali ogólnopolskiej, tj.: targi, wystawy, konkursy i programy gospodarcze oraz towarzyszące im seminaria i konferencje
- wspieramy wybrane fundacje, aby w praktycznym wymiarze realizować zasady i cele społecznej odpowiedzialności biznesu
- obejmujemy patronatem Klubu ciekawe wydarzenia kulturalne
- wspieramy młode talenty!

Skontaktuj się z nami: **Aneta Sienicka**, telefon 603 333 711, mail: asienicka@efp.biz.pl
Robert Sienczewski, telefon 512 642 104, mail: rsienczewski@kie.biz.pl

www.kie.biz.pl

Wojciech Trawiński



Przedsiębiorstwo Robót Instalacyjnych EKOPARK S.A.
Aleje Jerozolimskie 214, 02-486 Warszawa,
tel. 500 709 570, e-mail: prezes@eko-park.org,
www.eko-park.org