

magazyn ludzi biznesu

przedsiębiorcy @ eu

4/2015 październik, listopad, grudzień

Cena 9.90 zł (w tym 8% VAT)

Fot. Czesław Czaplński

dla czytelników magazynu
voucher o wartości 300 zł
szczegóły str. 121

Tomasz Sikora
– wszystko przez Pinokia

Bożena Walter
– wciąż mam w sobie
telewizyjną ciekawość

**Aleksandra
Mikołajczyk**
– aktorka w biznesie



Wiesław Ochman

**Śpiew jest moim życiem
a malarstwo pasją**

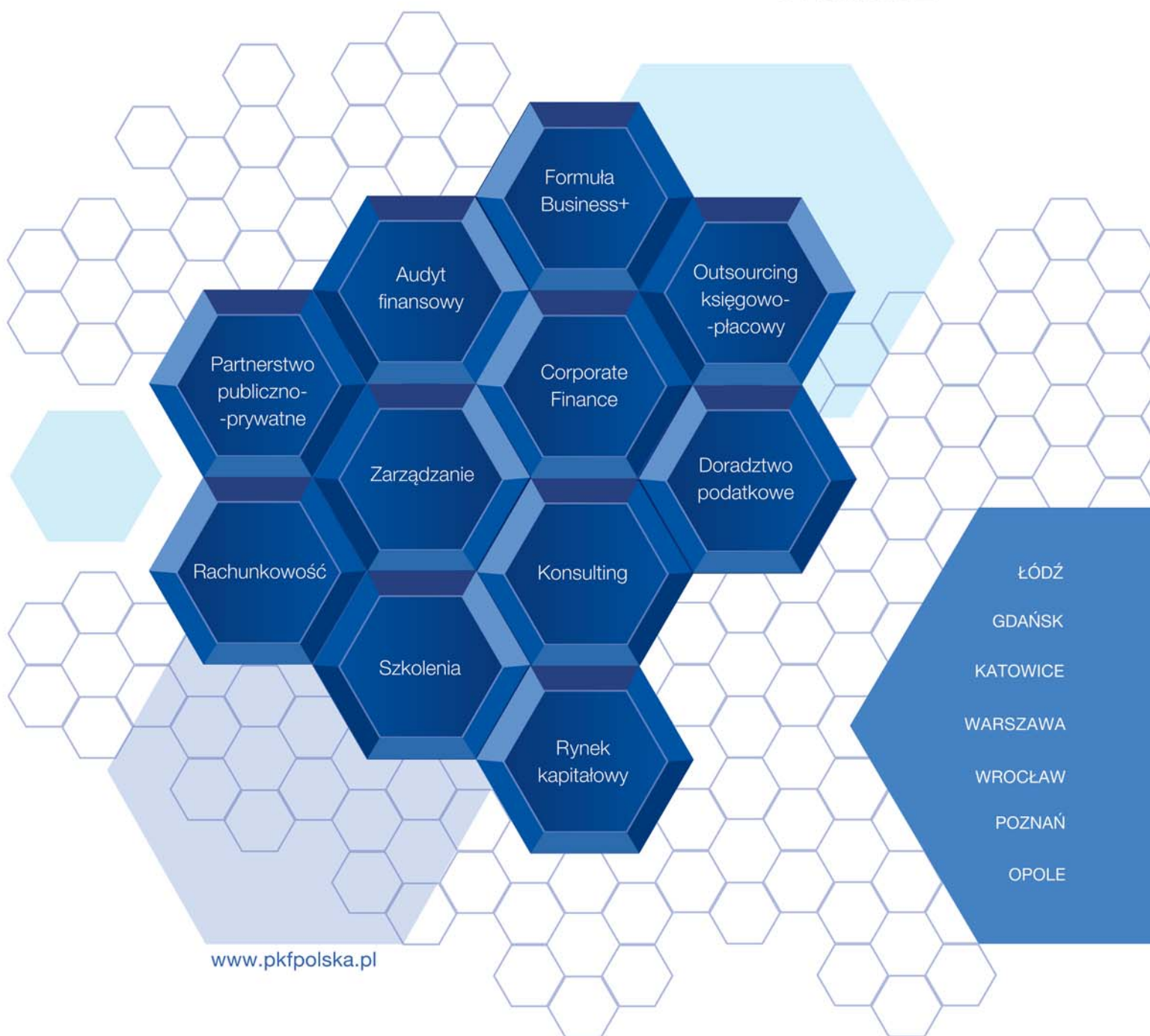


NR INDEKSU 40540X

KOMPONUJEMY

ROZWIĄZANIA UNIKALNE

POD NIESTANDARDOWE
SYTUACJE



ŁÓDŹ

GDAŃSK

KATOWICE

WARSZAWA

WROCŁAW

POZNAŃ

OPOLE



Drodzy czytelnicy,

Czas letnich szaleństw za nami. W tym roku na brak słonecznej pogody chyba nikt nie może narzekać.

Za to wyniki wyborów, mogą nie do końca zadowolić wszystkich. Ale tak już jest, tam gdzie jedni cieszą się ze zwycięstwa,

drudzy muszą przelknąć kielich goryczy.

Sprawa fali uchodźców, która zalewa Europę, podzieliła scenę polityczną, jak i samo społeczeństwo. Z jednej strony odzywa się w nas humanitaryzm, z drugiej zaś strach przed Islamizacją. Spór trudny do rozstrzygnięcia.

Spoglądając na strony naszego magazynu – tu znacznie spokojniej, bez awantur i skandali, ale na pewno nie bez emocji, bo nie można przejść obojętnie obok dzieci z wadami serca. Ale na szczęście są osoby, których postępowanie ratuje życie innym. Dużo poświęciliśmy też miejsca na kulturę i ciekawe wywiady. Polecamy bliższe poznanie prezentowanych przez nas ludzi biznesu, ale też tych, którzy tak jak aktorka Aleksandra Mikołajczyk łączą w swoim życiu sztukę i biznes. W osobowościach numeru przedstawiamy postać Wiesława Ochmana, śpiewaka operowego, koncentrującego na największych scenach operowych i estradach świata, m.in. w mediolańskiej La Scali czy Metropolitan Opera w Nowym Jorku. Kolejną, według nas, niezwykłą osobowością jest Bożena Walter, znana polska dziennikarka i prezenterka telewizyjna. Inicjatorka i prezes zarządu Fundacji TVN „Nie jesteś sam”. Nagrodzona Krzyżem Oficerskim Orderu Odrodzenia Polski oraz Orderem Uśmiechu. Poza tym, wyjaśniamy ważne dla przedsiębiorcy zawilości prawne, np. czym jest spółka cywilna, albo jaką odpowiedzialność ponosi prezes za zobowiązania w spółkach prawa handlowego lub też, czym jest i jak się chronić przed nieuczciwą konkurencją. To wszystko do przeczytania w dziale „W paragrafie”. Od naszych ekspertów dowiemy się m.in. jak zdobywać nowych klientów oraz jaką korzyść odniesie nasza firma korzystając z outsourcingu. Zaglądając do albumu podróżnika przeniesiemy się w romantyczną podróż na Malediwy i do Meksyku. Dowiemy się też czegoś o życiu mieszkańców Korei Południowej. Na smakoszki czekają przepisy tradycyjnej polskiej kuchni. Dla fanów motoryzacji mamy kolejne testy i relacje z premier nowych modeli, które pojawiły się na naszym rynku. Zatem nie zostaje mi nic innego, jak życzyć moim czytelnikom milej literatury.

Barbara Jończyk
wydawca i redaktor naczelna
magazynu „przedsiębiorcy@eu”

Redakcja:

ul. Kaliska 17 lok. 42, 02-316 Warszawa
tel. 501 243 876
e-mail: redakcja@przedsiębiorcy.eu,
www.efp.biz.pl

Redaktor naczelny:

Barbara Jończyk

Redaktor prowadząca:

Aneta Sienicka

Zespół redakcyjny:

Izabella Włodarczyk, Izabella Jarska,

Paulina Bocheńska, Krzysztof Jończyk,
Rafał Korzeniewski, Dora Rostowska,
Magdalena Wenda, Marta Buzalska
Jowita Marta Łuczak.

DTP i druk:

MaxMedia,

ul. Estrady 67, 01-932 Warszawa,

tel. 22 832 42 51

wydawnictwo@maxmedia.org.pl

www.maxmedia.org.pl

Biurowe Reklamy:

Grupa Kreatywna BDB+

Iwona E. Galecka;

iwona@bdbplus.pl tel. 509 078 470

Izabella Ogorzałek;

iza@bdbplus.pl; tel. 608 180 884

Wydawca:

Europejskie Forum Przedsiębiorczości Sp. z o.o.

ul. Kaliska 17 lok. 42, 02-316 Warszawa

NIP: 701-020-11-00

Numer oddano do druku 20.10.2015 r.

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść reklam oraz materiałów promocyjnych. Publikowane zdjęcia i materiały są własnością redakcji oraz prezentowanych firm i instytucji. Przedruk tylko za zgodą wydawcy. Redakcja zastrzega sobie prawo do skrótów.

6 TWARZE BIZNESU

- Ewa Jakubczyk-Caly „Biznesowe karuzele wartości a efektywność firmy”
- Robert Ziótek „Pociągający show-biznes”
- Jakub Janicki „Co w firmie pachnie?”
- Jacek Michalak „Druk z pasjami”
- Beata Karwacka „Praca jako wartość i pasja, a nie tylko obowiązek”
- Beata Kornacka i Andrzej Ostrowski „Strzelać każdy może, sprzedawać już nie”
- Tomasz Kopiszka „Wietrzne pieniądze”
- Jarosław Szymanek i Robert Sieneczewski „Wellnes na konferencji”

22 OSOBOWOŚĆ NUMERU

- Wiesław Ochman „Śpiew jest moim życiem a malarstwo pasją”
- Bożena Walter „Wciąż mam w sobie telewizyjną ciekawość”

28 BIZNES I GOSPODARKA

- Ostatnia perspektywa z UE
- Certyfikaty dla gmin przyznane
- O Hiszpanii i stosunkach gospodarczych z Polską
- V edycja targów China Expo Poland 2015

38 W PARAGRAFIE

- Spółka cywilna – charakterystyka stosunku prawnego
- Aktualny stan prawny dotyczący wydawania zarządowi wiążących poleceń w zakresie prowadzenia spraw spółki
- Odpowiedzialność za zobowiązania w spółkach prawa handlowego
- Nieuczciwa konkurencja – co to jest i jak się przed nią bronić
- Prawne aspekty prowadzenia sklepu internetowego

52 Z SZUFLADY EKSPERTA

- W labiryncie dotacji, czyli jak przygotować się do aplikowania o środki unijne
- Jak przełamywać blokady mówienia w nauce języka obcego?
- Zaczynaj zdobywać nowych klientów w pięciu prostych krokach
- Sklep z ideami – czemu concept store jest lepszy od marketu?
- Standardy obsługi w firmie kluczem do jej sukcesu?
- Prywatna opieka medyczna dla pracownika to standard
- Czas na outsourcing
- Diament – talizman inwestora
- Architektura korporacyjna jako pomost pomiędzy środowiskiem biznesowym a technologią IT
- Money Coaching – praktyczna edukacja finansowa

70 AUTO MOTO STYL

- 40 lat tyskiego zakładu Fiata
- Nowy Outlander – zmieniony na 100 sposobów
- Kia cee'd – odświeżona i dynamiczna
- Hyundai Tuscon – atrakcyjny, nowy SUV
- Zaskakująca Skoda Superb
- Citroen C4 – idealny partner
- Kia Soul – radosna dusza
- Opel Mokka – z prezentacją modelki
- Mazda3 – auto z duszą... ruchu
- Renault Espace – ekskluzywny van dla Jetsonów czy Kowalskich?
- Warsaw Expo – nowy ośrodek wystawienniczy w Polsce

84 KULTURA NA WIDELCU

- Aktorka w biznesie – rozmowa z Aleksandrą Mikołajczyk
- Muzyka wciąż szuka swojego obrazu – rozmowa z Igorem Przebindowskim
- Trzy pasje Pawła Leśniaka
- Wszystko przez Pinokia – rozmowa z Tomaszem Sikorą
- Skrzypce XXI wieku – rozmowa z Grzegorzem Karnasem



- Granice mego języka oznaczają granice mego świata
 - wernisaż Bartosza Czarnieckiego
- Filigrany i moriole, czyli Smolarek przywrócony
 - wystawa Waldemara Smolarka
- Atelier Krajewscy & Chili Beauty
- Nić babiego lata... - wernisaż Izabeli Jaśniewskiej
- Subiektywny Przegląd Kulturalny

106 Z POTRZEBY SERCA

- Działania z sercem
- Wysyłam Tobie Miłość – pomaganie jest trendy

110 STYL ŻYCIA

- Kobiety z gracją
- Podróż szlakiem dawnych smaków Meksyku
- Dzień każdy zrywaj jak owoc
- Flamenco: magiczne „duende” w sercach polskich artystów
- 10 kroków do pięknego storczyka

119 ZDROWIE I URODA

- Jesienna odnowa w gabinecie kosmetycznym
- Jak dobrze planować zabiegi medycyny estetycznej
- Jesień złota, bez złotówki na lekarstwa
- Aromaterapia zimową porą, czyli jak nie dać się przeziębieniom i depresji
- Dużo siedzenia w pracy

128 Z ALBUMU PODRÓŻNIKA

- Catemaco: zakłete miasto szamanów, czarownic i pysznych tegogolos
- Malediwy – raj na ziemi!
- Kraj Spokojnego Poranka

136 AKADEMIA DOBREGO SMAKU

- Halka – restauracja po polsku

138 WYDARZENIA

- Ikony Gracji
- Bieg po nowe życie

136 SPOTKANIA BIZNESOWE

- Ochrona danych osobowych w praktyce
- Nowa perspektywa funduszy z UE
- Integracja przedsiębiorców
- Zdrowy człowiek, zdrowy dom
- ANNA-lia
- Muzeum Stoików Świata

Twój biznes ponad granicami

Zrób wrażenie na zagranicznych partnerach

TŁUMACZENIA:

- **TECHNICZNE**
- **PRAWNE**
- **MARKETINGOWE**
- **SPECJALISTYCZNE**
- **PRZYSIĘGŁE**

KOMPLEKSOWA OBSŁUGA JĘZYKOWA FIRM:

- **TŁUMACZENIA PISEMNE**
- **TŁUMACZENIA USTNE I OBSŁUGA KONFERENCJI**
- **TŁUMACZENIE STRON INTERNETOWYCH**
- **ZARZADZANIE TERMINOLOGIĄ I STYLEM**
- **WERYFIKACJA I KOREKTA**
- **PRZYGOTOWANIE DO DRUKU I DRUK**
- **USŁUGI EKSPRESOWE**



TRANSLATIONS
AmaR
TŁUMACZENIA SPECJALISTYCZNE

AmaR TRANSLATIONS Sp. z o. o. ul. Ogrodowa 28/30, Warszawa

Zadzwoń: +48 22 668 93 12, +48 22 831 87 52

Napisz: amar@amar-translations.pl

Sprawdź: www.amar-translations.pl



Biznesowe karuzele wartości a efektywność firmy

Firma PKF Consult dostarcza usługi w połączeniu z wartościami o charakterze emocjonalnym, takimi jak zaufanie, wiarygodność i bezpieczeństwo. Klient nie znajdzie tu sztywnego katalogu usług i cennika, bo emocji nie da się ubrać w szablon – zapewnia Ewa Jakubczyk-Ćały, Partner Zarządzający PKF Consult.

ROZMAWIA BARBARA JOŃCZYK

Co jest dziś wartością w biznesie?

– Najważniejsze jest tworzenie wartości dla klienta, za którą jest skłonny zapłacić. Potrzebna jest świadomość naszych managerów, że dostarczając nasze towary lub usługi, wspieramy klienta w realizacji jego zadań lub dostarczamy mu zadowolenie i komfort. Na przykład klientowi nie jest potrzebna umywalka, bateria, kabina prysznicowa, ale nieograniczona i kontrolowana przez niego możliwość korzystania z kąpeli w komfortowych i estetycznych warunkach.

Jak te potrzeby ustalić?

– Identyfikacja wartości ważnych dla klienta nie jest taka prosta, tym bardziej, że

w ostatecznym aspekcie oferta powinna określać cenę, jaką klient jest skłonny za otrzymane wartości (towary, usługi) zapłacić. Bywa często, że jako klienci oczekujemy świetnego towaru, gwarantowanego serwisu, relacji i doradztwa z dostawcą, w powiązaniu z najniższą ceną rynkową. Odwracając rolę – jako przedsiębiorcy i sprzedawcy – wiemy, że każda z czynności procesu produkcji i sprzedaży jest kosztem, który w naszym oczekiwaniu powinien być pokryty przychodem ze sprzedaży.

Czyli każda firma powinna zdefiniować własną strategię sprzedaży?

– Odpowiedź na to pytanie znajduje odzwierciedlenie w modelu biznesowym każdej firmy. Jeśli wartością dla klienta jest przede wszystkim niska cena pozyskania towaru/usługi, to uproszczenie procedur sprzedaży zmniejszy koszt oraz zwiększy jej efektywność (np. oferta i sprzedaż internetowa oparta na cenach katalogowych towarów i innych odrębnych usług, m.in. usług logistycznych dostarczenia towaru). Główny element konkurowania oparty zostanie na cenie. Jeśli wartością dla klienta jest poczucie komfortu i bezpieczeństwa, to model biznesowy i formy sprzedaży nastawione będą na relacje pomiędzy firmą a klientem oraz sprzedażą towaru w połączeniu z doradztwem, montażem, serwisem, itp. Główny element konkurowania oparty zostanie na zaufaniu, relacjach, jakości zarówno towaru, jak też sposobu obsługi klienta.

Jakie mogą być tego efekty?

– Biznesowa karuzela wartości kręci się na różnych poziomach. Przyziemnym, gdzie wartość użytkowa towaru jest priorytetem, ale także emocjonalnym, jak poczucie komfortu, a nawet snobizmu,

na myśli głównie kanał dystrybucji. W końcu musimy zadać sobie pytanie: „Jak wyprodukujemy wartości dla klienta?” Innymi słowy, jakich umiejętności i zasobów potrzebujemy, żeby to zrobić?

Co dalej?

– Odpowiedź na trzy pierwsze pytania to strategia rynkowa, która wyznacza nam wartość oczekiwanych przychodów, odpowiedź na pytanie ostatnie wyznacza nam strukturę kosztów oraz sposób organizacji przedsiębiorstwa dla realizacji strategii. W każdym przypadku, w doborze modelu biznesowego, porównanie oczekiwanych przychodów i kosztów jest niezbędne.

Jak stworzyć spójność organizacji z wypracowanym modelem biznesu?

– Model modelem, a ludzie ludźmi. To wielkie wyzwanie, jeśli zdecydujemy się na zmiany modelu biznesowego i zmiany kultury organizacyjnej. Ale prawdą jest, że identyfikowanie się pracowników z realizacją misji i strategią firmy ma wpływ na ich autentyczność w relacjach z klientem. Jednym słowem, strategia firmy musi być adresowana zarówno do jej pracowników, jak i do rynku. Jednym z rozwiązań dopasowania organizacji i strategii jest dokonanie szczegółowych opisów organizacji i jej zadań, określenie oczekiwań, działań i ich mierników. Dalej szkolenie, monitorowanie i korygowanie niepożądanych zachowań.

Jak to osiągnąć?

– Warto wykorzystać tu wiedzę na temat konfrontacji modelu kultury organizacyjnej z predyspozycjami zatrudnionych pracowników. Często mówimy: „właściwy człowiek na właściwym miejscu”, co oznacza spójność jego działań zawodowych z cechami osobowościowymi.

wartości zarówno dla niej, jak i indywidualnie dla siebie.

Firma PKF Consult osiągnęła sukces rynkowy, jest piątą firmą audytorsko-konsultingową w Polsce. Udało się, czy też wymagało to wielu przemyśleń i pracy nad strategią i modelem biznesowym?

– Pomimo tego, że jestem optymistką, uważam, że „samo – to tylko złe przychodzi”, dobre – trzeba wypracować. Nie zmniejsza to jednak poczucia, że ilość rozpoznaných szans i wcześniejsza identyfikacja barier jest katalizatorem sukcesu. Czyli w praktyce, zarządzanie firmą audytorską w zakresie metodologii niewiele się różni od zarządzania innymi biznesami.

Czy można by się pokusić o wymienienie wartości, które firma PKF Consult dostarcza klientowi?

– Zidentyfikowaliśmy, jakie wartości dla klienta mogą stanowić nasze usługi i cały czas staramy się dopasować naszą strategię, model biznesowy i organizację do powtarzalnego, efektywnego dostarczenia tych wartości. W zakresie doradztwa gospodarczego i podatkowego wartością klienta jest przekazanie poczucia bezpieczeństwa lub wskazanie akceptowalnego poziomu ryzyka dla realizacji wartości z jego biznesu. Ale też wartości wyrażone w pieniądzu, który potencjalny klient może uzyskać z realizacji swoich celów biznesowych przy naszym wsparciu.

A w innych obszarach?

– W realizacji naszych usług outsourcingowych oferujemy wartości zwiększenia efektywności biznesowych klientów, informacji zarządczej, obsługi procesów potrzebnych, ale pracochłonnych, bez nadmiernego angażowania priorytetowych pracowników klienta. Uwalniamy ich czas na sprawy ważne, bez zwiększania ryzyka. Szybciej, bezpieczniej, w ogólnym rozrachunku: taniej. Natomiast w realizacji usług audytorskich, wymaganych prawem, realizujemy korzyści związane z wiarygodnością klienta w sferze biznesu, bo podnosimy prestiż i zaufanie rynku.

Co panią najbardziej satysfakcjonuje w swojej działalności?

– Właśnie to, jak realizujemy usługi. Cenimy sobie bardzo naszą „użyteczność” dla klienta. Im większą realizujemy dla niego wartość, tym większa nasza satysfakcja. Każda z naszych usług oparta jest na dostarczaniu wartości podstawowych w połączeniu z wartościami o charakterze emocjonalnym: zaufanie, wiarygodność, bezpieczeństwo. Nie mamy więc sklepu internetowego z katalogiem usług i sztywnym cennikiem. Bo wartości emocjonalnych nie da się ubrać w szablony. ■

Strategia firmy musi być adresowana zarówno do jej pracowników, jak i do rynku

bezpieczeństwa, braku ryzyka w połączeniu z towarem podstawowym. Poruszanie się jednocześnie między tymi poziomami, często co prawda prowadzi do ilościowego objęcia oczekiwanego udziału w rynku, ale nie przynosi rezultatów w zakresie efektywności i rozwoju biznesu w długoterminowym horyzoncie czasowym.

Jak trafnie określić swój model biznesowy?

– Po pierwsze, należy sobie zadać pytanie: „co dostarczamy – towary czy usługi? I jakie będą związane z tym emocje klienta? Po drugie, komu? Tu należy zdefiniować odbiorcę towaru bądź usługi. Po trzecie, jak dostarczamy? Tu mam

Zgodnie z modelem DISC, powstałym na podstawie badań psychologa Carla Gustawa Junga, wyróżnia się cztery główne style zachowań: typ niebieski – to analityk, typ żółty – to kreator, typ zielony – to czasami niefrasobliwy, ale zawsze przyjaciel, typ czerwony – to dominant, a czasami autokrata, realizujący cele. Dopasowanie ludzi do potrzeb organizacji w poszczególnych procesach zachodzących w firmie bardzo wspomaga efektywność organizacji. Z badań wynika, że podstawowym bodźcem w pracy jest właśnie samorealizacja (a nie pieniądze). A zatem, będąc w zgodzie z sobą, w realizacji zadań zatrudniającej nas firmy, możemy tworzyć

Pociągający show-biznes

Portal Ludzi Sztuki to miejsce odkrywania talentów, wielka ogólnopolska platforma internetowa łącząca słowo, obraz, dźwięk i ruch. To tu młodzi utalentowani mogą zaprezentować swoje prace, a wszystko za sprawą byłego specja od budownictwa i rynku deweloperskiego – Roberta Ziółka, założyciela portalu.

ROZMAWIA MIROSŁAW SZCZEGLIK

Co przyczyniło się do porzucenia przez pana pracy na stanowisku prezesa stabilnej firmy i zajęcia się kapryśnym showbiznesem?

– Od początku mojej kariery zajmowałem się budownictwem i szeroko rozumianymi usługami deweloperskimi. Przez 25 lat rozwijałem się wraz z rynkiem deweloperskim w naszym kraju. Chociaż różnie bywało z tego typu działalnościami, to jednak należą one do bardziej stabilnych, przynoszących stałe dochody. Przez całe życie interesowałem się też sztuką. Byłem częstym gościem na różnego rodzaju wernisażach czy wystawach i częstym widzem w teatrach i kinach. Chodziłem na koncerty różnych artystów. I co warto podkreślić, moja dotychczasowa działalność i sztuka mają ze sobą wiele wspólnego. Budowanie osiedla mieszkaniowego, zaprojektowanie funkcjonalnego mieszkania czy urządzenie lub wykończenie lokalu, to też sztuka. Zakończyłem działalność w bardzo dobrze prosperującej firmie, zrezygnowałem z funkcji jej prezesa na korzyść zupełnie mi nieznanego, ale zarazem pociągającego show-biznesu. Nadal jednak kieruję przedsięwzięciami biznesowymi, czyli spółkami notowanymi na giełdzie.

Jakie ma pan cechy, które mogą być przydatne w showbiznesie?

– Jestem dość wymagający, konsekwentny i poukładany. Myślę, że w świecie artystycznym to jest rzadko spotykane, a bardzo potrzebne. Poza tym bardzo ważne dla mnie jest dotrzymywanie danego słowa. Jestem wykwalifikowanym negocjatorem, ukończyłem zarządzanie i marketing, do tego staram się być bardzo praktycznym ekonomistą.

Zamiłowanie do sztuki skłoniło pana do założenia Portalu Ludzi Sztuki. Projekt spotkał się z bardzo dobrym odbiorem?

– Bardzo się cieszę z takich ocen. Portal Ludzi Sztuki to miejsce odkrywania ta-

lentów. To tu osoby utalentowane mogą zaprezentować swoje prace z każdej dziedziny. Portal jest wielką ogólnopolską platformą internetową łączącą różne kategorie sztuki: słowo, obraz, dźwięk czy też ruch. Użytkownicy, niczym w galerii, mogą zaprezentować swoje prace w postaci nagrania, obrazu, zdjęcia. Aktywność portalu to również wystawy, castingi oraz festiwale, także poza światem wirtualnym. Główną domeną portalu jest obejmowanie mecenatem – poprzez kontakt oraz opinie mentorów i ekspertów – wschodzących gwiazd z wielu dziedzin sztuki. Służą oni pomocą w ukierunkowaniu na właściwe tory kariery mniej doświadczonym artystom zarejestrowanym na portalu.

Portal Ludzi Sztuki staje się prawdziwą kopalnią talentów. Czy ma pan satysfakcję z jego dotychczasowego działania?

– Początki zawsze są trudne, szczególnie ważny jest dobór odpowiedniej kadry zajmującej się prowadzeniem portalu. Portal Ludzi Sztuki został zarejestrowany w sądzie jako internetowy dziennik informacyjny, tak jak Onet czy Interia, musi więc opierać się na przepisach prawa prasowego i autorskiego. Dla nas jest to bardzo ważne, ale niewiele osób porusza się swobodnie w tych przepisach. Nam na szczęście udało się znaleźć profesjonalistów, którzy gwarantują odpowiedni poziom tego portalu. Jest prowadzony tak, aby każda zdolna osoba mogła się zaprezentować. Portal informuje także o ciekawych wydarzeniach i podaje aktualności kulturalne. Istnieje od kilku miesięcy, a dzięki wspomnianemu zespołowi ma już blisko 4000 wejść dziennie! Mamy zarejestrowanych ponad 1,5 tysiąca użytkowników, a liczba ta szybko wzrasta. W tej chwili rejestruje się około 50 osób dziennie! Portal cieszy się więc dużą popularnością i cały czas się rozwija, zyskując nowych odbiorców i użytkowników.

Odnalazł pan już jakiś talent?

– Spośród naszych użytkowników wyłoniliśmy dziesiątkę wokalistów, których zaprosiliśmy do współpracy przy okazji realizacji projektu płyty Muzyka Ludzi Sztuki. Okładka wydawnictwa została również zaprojektowana przez użytkowniczkę naszego portalu. W ramach zorganizowanego konkursu wyłoniliśmy najlepszych muzyków. Osoby te zdobyły największą liczbę głosów i bardzo dobre oceny ekspertów. Podkreślę, że wszystkie nasze działania prowadzą do promowania osób zarejestrowanych na naszym portalu. Jako przykładem posłużę się młodym, zdolnym reżyserem i naszym użytkownikiem, Kamilem Szymańskim, który napisał świetny scenariusz do filmu. Zajął się więc jego koprodukcją i dystrybucją filmu „Git”. To dramat sensoryjny, serwuje widzom wielkie emocje. Takiego filmu nie było od czasu „Symetrii”, obrazu, który głęboko zapadł widzom w pamięć.

Brzmi intrygująco. O czym jest „Git”?

– To mocne, męskie kino. Mamy tu walkę o władzę i odkrywanie brudnego świata więziennych porachunków. Walesem filmu jest na pewno słownictwo, jakim porozumiewają się główni bohaterowie. Mówią językiem więziennym, grypserą. Główną rolę gra Włodzimierz Matuszak, którego pamiętamy jako księdza proboszcza z serialu „Plebani”. W filmie wciela się w rolę osadzonego mordercy z 25-letnim wyrokiem, który rządzi całym więzieniem. Partneruje mu świetny Arek Detmer, który grał również we wspomnianej „Symetrii”.

Kiedy będziemy mogli oglądać go na dużych ekranach?

– Rozpoczynamy już promocję i dystrybucję filmu. Oficjalna premiera odbędzie się 13 listopada i będzie to piątek – wierzymy, że szczęśliwy dla nas! Już dzisiaj zapraszam wszystkich czytelników do kin w całej Polsce. ■

Budowanie osiedla mieszkaniowego, zaprojektowanie funkcjonalnego mieszkania czy urządzenie lub wykończenie lokalu, to też sztuka



Co w firmie pachnie?

W polskich firmach najczęściej nic, a szkoda, bo ładny zapach przyciąga klientów i partnerów biznesowych. Sprawia, że pamiętają o danej usłudze dłużej. Firma Prestige Business Fragrances oferuje trwałe kompozycje zapachowe pochodzące z najlepszych francuskich źródeł. Jej prezes i właściciel, Jakub Janicki, zdradza nam tajniki swojej pracy.

ROZMAWIA ANETA SIENICKA

Co zapach ma wspólnego z biznesem?

– Każda perspektywicznie zarządzana firma dba o swój wizerunek. Sposób, w jaki jest odbierana, zwłaszcza przy pierwszym kontakcie, ma decydujący wpływ na dalsze postrzeganie jej przez klientów czy partnerów biznesowych. Nowoczesna i elegancka recepcja, miłe powitanie przez obsługę, przyjemna salka konferencyjna i reprezentacyjny gabinet prezesa, to standard bez którego trudno sobie wyobrazić solidną firmę. Zadajmy sobie pytanie: czy w mojej firmie jest zapach, który pozostaje w pamięci na dłużej?

No więc, jak pachną firmy w Polsce?

– W ogromnej większości nie pachną w ogóle lub sporadycznie są używane domowe środki zapachowe. Takie rozwiązanie nie gwarantuje rozpoznawalnego, przyjemnego zapachu w biurze, holu, gabinecie czy recepcji. Ogromny potencjał drzemący w sile zapachu pozostaje dla większości firm nadal w sferze do odkrycia i wykorzystania.

O jakim potencjale mówimy? Jakie korzyści może dać firmie zastosowanie rozwiązania gwarantującego piękny zapach?

– Każdy człowiek podświadomie zapamiętuje zapachy. Dzieje się tak dlatego, że zmysł powonienia, jest bardzo silnie i głęboko zakorzeniony w ludzkiej naturze. Czy tego chcemy, czy nie, skojarzenie związane z zapachem na długo pozostaje w naszej pamięci. Jest tak silne, że możemy nie pamiętać imienia naszego rozmówcy, czy np. jego stroju, ale gwarantuję, że będziemy kojarzyć to spotkanie, zakupy, firmę, czy prezentację biznesową z pięknym zapachem przez bardzo, bardzo długi czas. W przyjemne miejsca chcemy wracać, o przyjemnościach chętnie opowiadamy znajomym. Zapach ma ogromny wpływ na decyzje, które podejmujemy. Czy wybiorę hotel lub butik, którego piękny zapach kojarzę do dzisiaj, a może zdecyduję się na miejsce, które

kompletnie nic mi nie mówi? Odpowiedź jest oczywista.

W jaki sposób zapewnić piękny zapach w firmie?

– Prestige Business Fragrances oferuje doskonale rozwiązanie dla każdej firmy. Najważniejsze są kompozycje zapachowe, a te pochodzą z najlepszych francuskich źródeł. Laboratoria, z którymi współpracujemy, dbają o trwałość, nasycenie, intensywność i powtarzalność zapachu oraz bezpieczeństwo produktu. Ponadto nasze dyfuzory zapachowe zostały zaprojektowane w taki sposób, aby stały się ekskluzywną ozdobą. Wykonane są ręcznie z drewna dębowego przez polską manufakturę, a wzory zostały opatentowane.

W czym tkwi sekret pięknego zapachu?

– Testujemy dziesiątki kompozycji zapachowych. Najlepsze, naszym zdaniem, receptury to te, których zapach odbieramy jako przyjazny, o równomiernym nasyceniu przez cały okres użytkowania, ale jednocześnie nieprzytłaczające intensywnością. Najważniejszy jest jednak wyjątkowy charakter nuty zapachowej... Musi mieć w sobie to „COŚ”, o czym nie można zapomnieć.

Gdzie w firmie stosować zapach?

– Nie ma ograniczeń. Wszędzie tam, gdzie przebywamy, powinno przyjemnie pachnieć. Recepcja, gabinet, poczekalnia czy sala konferencyjna, to tylko krótka lista miejsc, w których powinien otulać nas piękny zapach. Możemy stosować jeden zapach w całej firmie lub kilka różnych w zależności od profilu działalności, lokalizacji czy strategii firmy. Nasi doradcy pomagają podjąć najlepszą decyzję i odpowiednio skomponować zapachy.

Co powie pan sceptykom lub nie do końca przekonanym do stosowania zapachu w biznesie?

– Możecie tylko zyskać. Nie ryzykujecie niczym. Choćby jeden klient, który wróci w miejsce, które kojarzy z miłą atmosferą, powinien być wystarczającą motywacją, by docenić potencjał tkwiący

w sile zapachu. Nowoczesna firma, nastawiona na sukces, nie może pozostawać w tyle na jakimkolwiek etapie. Wizerunek przedsiębiorstwa jest bezcenny.

Czy macie informacje, w jaki sposób ludzie reagują na zapach i czy w ogóle zwracają na niego uwagę?

– Mamy bardzo dużo pozytywnych przykładów. Dzwonią do nas managerowie hoteli, których goście zachwycili się zapachem recepcji lub lobby. Mamy liczne wiadomości i podziękowania od klientów, których odwiedzający docenili piękny zapach towarzyszący im podczas spotkań biznesowych. Pracownicy naszych klientów bardzo pozytywnie oceniają działanie naszych dyfuzorów. Wszyscy lubimy ładne zapachy.

Jak duży wybór zapachów mają klienci?

– Lista jest praktycznie nieograniczona. Jesteśmy w stanie stworzyć indywidualną wizytówkę zapachową dla każdej firmy. W ofercie mamy sprawdzone kompozycje, które gwarantują sukces. Na przykład zapach o nazwie „szlachetny”, to mieszanina kompozycji ziołowych z wyrazistą nutą szalwii oraz występującymi w tle aromatami piżma i kwiatu heliotropu. Kompozycję, którą nazwaliśmy „ekskluzywny”, możemy natomiast określić jako mieszaninę orientalnych żywiczno-przyprawowych zapachów, które stopniowo przechodzą w dominującą nutę cedrowego drewna. To tylko namiastka dostępnych mieszanek.

Jak dobrać najlepsze rozwiązanie zapachowe do profilu firmy, którą zarządzamy?

– Zapraszamy do kontaktu i skorzystania z naszego doświadczenia. Formularz kontaktowy na www.prestigebf.pl lub nasze konto Facebook umożliwi umówienie wizyty doświadczonego doradcy, który dobierze najlepszą kompozycję zapachową i zaproponuje bezpłatny test dyfuzora. Zapewniam, że wybór zapachu do firmy to naprawdę przyjemne zajęcie, a efekty zastosowania takiego rozwiązania będą bardzo pozytywnym doświadczeniem. ■



BIZNES W TOWARZYSTWIE PIĘKNEGO ZAPACHU

DYFUZORY ZAPACHOWE



SZCZEGÓŁY:
WWW.PRESTIGEBF.PL

Druk z pasjami...

10 lat temu zaczęli w 14-metrowym biurze na warszawskich Bielanach. Dziś należą do nich takie marki jak: Druk Firmowy, Doradcy Druku, PrintResort, Odbijamy.pl czy Paperbag.pl. O tym jak połączenie umiejętności handlowych, z wieloletnim doświadczeniem w branży drukarskiej i z zainwestowaniem w nowoczesne technologie i dobrych projektów wpłynęło na sukces firmy, opowiada właściciel Jacek Michałak.

ROZMAWIA ANETA SIENICKA

Jak świętujecie swoje 10-lecie?

– Przede wszystkim skupiamy się na podziękowaniach naszym klientom. To dzięki ich zleceniom istniejemy. Specjalnie dla nich stworzyliśmy kreację outdoorową z podziękowaniem, którą rozwiesiliśmy na nośnikach zlokalizowanych blisko siedzib naszych klientów.

A organizacyjnie?

– Podsumowujemy nasze dokonania. Ostatnia dekada dla nas to nie tylko pasmo sukcesów. To przede wszystkim 10 lat ciężkiej pracy i wielu wyrzeczeń. To też czas nauki i obserwacji rynku. Po 10 latach wiemy dokładnie, czego klienci potrzebują i pod tym kątem zmieniamy i rozwijamy firmę. Zawsze byliśmy otwarci na potrzeby klientów i to procentuje.

Jak wyglądały wasze początki?

– Jak każda szanująca się firma zaczęliśmy od produkcji w garażu – tam stały pierwsze maszyny drukarskie. Nasze pierwsze biuro liczyło ok. 14 mkw i mieściło się na Bielanach. Nasze doświadczenie i umiejętności sprawiły, że szybko pozyskaliśmy dużych klientów. Potem jeszcze trzy razy powiększaliśmy siedzibę, aż w końcu osiedliśmy w budynku przy Dzwonkowej 46, gdzie do naszej dyspozycji jest ponad 1,2 tys. mkw.

A jak zmienił się wasz zespół przez te 10 lat? Nadal zwiększacie zatrudnienie?

– Właściwie nieustannie. Zaczynaliśmy we dwójkę. Dziś jest nas ponad 30 osób i wciąż pozyskujemy kolejnych pracowników. Starannie dobieramy specjalistów. Nasz sukces zawdzięczamy przede wszystkim temu, że mamy zgrany zespół profesjonalistów znających się na swoim fachu: drukarzy, introligatorów, dział logistyczny, handlowców. To gwarantuje wysoką jakość materiałów, ale nie tylko. W naszej drukarni terminy i potrzeby naszych klientów są priorytetem. Staramy się, by w parze z wysoką jakością druku szła jak najlepsza obsługa klienta. Tym chcemy się wyróżniać.

Co dokładnie w tym kierunku robicie?

– Nasi klienci mają do dyspozycji jeden z najnowocześniejszych systemów informatycznych do zarządzania drukiem

treść. To ważne w dużych organizacjach przy ciągłych zamówieniach wizytówek, korespondencji itp. Ostatnio specjalnie dla klientów z branży hotelarskich urucho-

Staramy się, by w parze z wysoką jakością druku szła jak najlepsza obsługa klienta.

w organizacji w Polsce. Tworzyliśmy go przez lata, nadal go doskonalimy i dostosowujemy do potrzeb klientów. Skrojony na miarę system umożliwia obniżkę kosztów druku nawet do 60 proc. przy jednoczesnym zachowaniu wysokiej jakości materiałów poligraficznych. Stworzony z myślą o wygodzie klientów jest każdorazowo dostosowywany do indywidualnych potrzeb. Poza tym nasi klienci nie muszą się martwić o odbiór druków, bo je dowozimy. Mogą również zamawiać druki w większej ilości po niższych cenach, a nadwyżki składować w naszym magazynie. Jeśli pojawia się zapotrzebowanie, składają dyspozycję w systemie, a my dostarczamy materiały we wskazane miejsce. **Co to oznacza, że system jest skrojony na miarę?**

– Każdy z klientów ma inne potrzeby jeśli chodzi o druki. Zlecenia banków różnią się od zleceń agencji reklamowych czy firm szkoleniowych. Każdy z tych klientów zamawia określony typ druków, a nasz system umożliwia zebranie wszystkich materiałów z całej organizacji w jednym miejscu i zlecenie dokładnie tego, co jest potrzebne. Klient korzysta wówczas z gotowych wzorów, opracowanych specjalnie dla niego, po uprzednim audycie druków. Dzięki temu zachowana jest spójność wizerunkowa, a jednocześnie nie trzeba płacić grafikom za kolejny projekt. W systemie jest również element kreacji – w wybranych dokumentach można zmieniać

miliśmy dedykowaną usługę: PrintResort, która jest systemem dostosowanym do potrzeb tej branży. Nowy pomysł został bardzo dobrze przyjęty przez branżę. Otrzymaliśmy za niego główną nagrodę podczas VIII edycji Targów WorldHotel w kategorii „Nowe technologie w zarządzaniu hotelem”.

Czym się różnią potrzeby hoteli od innych organizacji?

– Hotele potrzebują dużej ilości różnych druków: od zawieszek na drzwi, druków do pralni, rejestracji, menu, po foldery informacyjno-promocyjne. W przypadku hoteli sieciowych trudno jest utrzymać jednolitość druku, bo każdy oddział korzysta z usług innej lokalnej drukarni. My gwarantujemy powtarzalną wysoką jakość oraz terminową dostawę.

Już wiemy – waszymi klientami są: banki, hotele, centra handlowe, agencje reklamowe. Kto jeszcze?

– Właściwie każdy, kto chce coś wydrukować. Oprócz największych korporacji międzynarodowych w portfolio mamy również polskie duże firmy, przedsiębiorstwa z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, placówki edukacyjne, firmy eventowe, ale są również wolne zawody czy klienci indywidualni.

Najdziwniejsze zlecenie?

– Nie ma dziwnych zleceń. Do trudniejszych zleceń należą te, które ratują klienta z opresji, np. wydruk ogromu materiałów konferencyjnych z dnia na dzień.

Zdarza się, że klient, który musi mieć katalogi czy ulotki na targach jest opóźniony z realizacją, bo spóźnił się grafik z projektem, ciężko było zaakceptować projekt itp. W miarę możliwości staramy się zaradzić. Raz na przykład zdarzyło nam się wydrukować w ciągu 72 godzin 390 tys. wizytówek zleconych przy rebrandingu dużej firmy ubezpieczeniowej. Pracowaliśmy non-stop.

Imponujące. Często tak macie?

– Na szczęście są to zdarzenia sporadyczne. Im dłużej współpracujemy z klientem tym łatwiej jest planować pracę – i nam i klientowi. My znamy nasze możliwości i potrzeby klienta, a klienci wiedzą, jak pracujemy i co potrafimy dla nich zrobić. Stawiamy na długoterminowe relacje.

A poza pracą – czy przez te 10 lat był czas i miejsce na pasję?

– Pasją jest nasza firma. Ale na szczęście nie tylko! Startuję amatorsko w MTB (Mountain Biking), ścigam się w rozmaitych maratonach. W firmie stworzyliśmy drużynę ColorTeam i wspólnie startujemy w zawodach, przy okazji reklamując nasze marki. Z kolei mój współnik jest liderem zespołu rockowego, a weekendy spędza na koncertach. Jak widać żyjemy z pasją! Olbrzymią satysfakcją przynoszą mi również chwile spędzone z rodziną i temu chciałbym poświęcić więcej swojego czasu. ■



Praca jako wartość i pasja, a nie tylko obowiązek

Czym jest dla nas praca? Jakim wartościom hołdujemy i czy mamy świadomość, że nasz stosunek do pracy świadczy o naszej osobowości? O wartościach w firmie opowiada Beata Karwacka, prezes Europejskiego Centrum Pomocy Poszkodowanym.



ROZMAWIA BARBARA JOŃCZYK

Czym zajmuje się zarządzane przez panią Europejskie Centrum Pomocy Poszkodowanym?

– Zajmujemy się od 10 lat pomaganiem osobom poszkodowanym i ich rodzinom w uzyskaniu zadośćuczynień i odszkodowań w sprawach dotyczących m.in. wypadków komunikacyjnych, wypadków w gospodarstwach rolnych, wypadków przy pracy i wypadków zaistniałych we wszelkich innych okolicznościach, przy których poszkodowany został człowiek. Zajmujemy się szkodami osobowymi, czyli człowiekiem jako najwyższą wartością. Specjalizujemy się w tego typu sprawach, nie robimy niczego innego. Trzymamy się obranego kierunku, jak wspominałam od 10 lat. Swoim klientom zapewniamy kompleksową obsługę, zarówno na etapie przedsądowym, jak i sądowym, zabezpieczamy prowadzenie również spraw karnych. Najważniejsze jest to,

ż każdą sprawę realizujemy na naszych kosztach, aż do dnia wygrania. Osoba poszkodowana niczym nie ryzykuje, nic nie wpłaca, czyli wszelkie opłaty pokrywa ECPP z góry. Uzyskujemy zadośćuczynienia i odszkodowania sięgające milionów złotych. Codziennością jest natomiast sytuacja kiedy towarzystwa ubezpieczeń odmawiają wypłat poszkodowanym lub je znacząco zaniżają, np. przy roszczeniu 20 000 zł wypłacają ok. 2 000 zł, przy 200 000 zł wypłacają ok. 20 000 zł, często nie przekraczając 10 proc. wartości roszczenia. Wówczas kierujemy sprawę do sądu i wygrywamy szybko i skutecznie znacząco wyższe kwoty wraz ze zwrotem kosztów procesu.

Jak to się państwu udaje?

– Od początku działalności realizujemy zaplanowaną strategię dochodzenia roszczeń, wszystkie założone plany zostały zrealizowane i dalej zmierzamy w obranym kierunku. W mojej ocenie zmieniliśmy podejście towarzystw ubezpieczeń do procesu likwidacji szkód, zasady wypłat, i dodam, że dalej je wychowujemy (śmiech). I to właśnie jest zasługa podjętych działań przez nas, czyli ECPP, Polską Izbę Gospodarczą, którą stworzyliśmy i oczywiście ludzi, którzy pracują z nami realizując misję, cel i kierując się wartościami, jakim hołdujemy.

Wartości są dla pani ważne, a praca w jej ogólnym aspekcie, czym jest dla pani?

– Nie jest to pytanie, na które można jednoznacznie odpowiedzieć. Analizując pojęcie pracy, możemy podejść do tego w różnych ujęciach. Osobiście, bardzo utożsamiam się z takim podejściem do pracy, w którym człowiek jest istotą twórczą i nie potrafi być biernym obserwatorem otaczającego świata. Aktywność jest, bowiem, nieodzownym warunkiem zaspokojenia potrzeb, chcemy być czynnymi emocjonalnie, fizycznie i umysłowo. Każdy z nas jest świadomy, że dla osiągnięcia celu musi pracować rzetelnie i uczciwie. Z naciskiem na właśnie te wartości. Rzetelnie i uczciwie. Jest też oczywiste, jak mięmiem, dla wszystkich, że, pracując, wytwarzamy dobra materialne lub kultu-

ralne, z których korzystają przyszłe pokolenia. Nie tylko my, czy nasze rodziny i najbliższe otoczenie. Według mnie to właśnie wytworzone przez nas dobra służą potomnym za miernik naszej osobowości, one decydują, czy dany człowiek wejdzie na trwałe do historii, czy tylko przemknie przez nią jak przysłowiowy me-teor.

Z pani odpowiedzi wnoszę, że praca nie jest dla pani tylko sposobem czy też koniecznością, by zarabiać pieniądze, ale przede wszystkim dodatkiem do pani systemu wartości, które w tej pracy znajdują odzwierciedlenie?

– Dokładnie tak. Każdy, kto choć trochę obserwuje otaczający go świat, musi dostrzec, że jest on światem wartości. Różnych wartości: ekonomicznych, moralnych, prawnych, religijnych, czy też estetycznych. Wszystkie te wartości tworzą nas jako człowieka, który, wykonując swoją pracę, nie może tego czynić w oderwaniu od tych wartości, bo ona jest ich sumą.

Jest cała gałąź nauki o wartościach (ak-sjologia), która bardzo jasno definiuje, że to wszystko, co uchodzi za ważne i cenne dla jednostki i społeczeństwa, jest godne pożądanego, łączy się z pozytywnymi przeżyciami i stanowi jednocześnie cel dążeń ludzkich. Przecież każdy powinien się pod tym podpisać i, wykonując swoją pracę, na tym ją opierać. Wtedy praca nie jest karą, wypełniaczem czasu, czy tylko obowiązkiem wykonywanym dla finansowego przeżycia.

Dużo pani mówi o wartościach, które są ważne, którym pani hołduje w pracy, a nawet, są dla pani jej wyznacznikiem. Rozumiem, że znajdują one odzwierciedlenie też w pani życiu prywatnym, bo chyba nie da się tego oddzielić?

– Oczywiście, że tak. Jest to nierozłączne. Zdrowy normalny człowiek nie może mieć dwóch osobowości. Jednej w pracy, a drugiej w domu. Ponadto, praca zabiera nam tyle czasu, że niejako to ona ma ogromny wpływ na nasze życie, powiedziałałabym, że nawet je kształtuje. Przecież to na pracę przeznaczamy większą część swojego życia.

A jak to sprawiedliwie łączyć?

– Bardzo dobrym doświadczeniem jest zrobienie sobie własnej analizy czasu od strony poświęcania go na rzeczy, które uznajemy dla nas za ważne i którymi bardzo często szafujemy trochę bezmyślnie, chcąc w pewnym sensie siebie wybielić.

I jeżeli zrobimy to uczciwie, (a tylko wtedy ma to sens) to przekonamy się, że na pierwszym miejscu, pod względem poświęcanego czasu, będzie praca, a dalej dopiero rodzina, wypoczynek, itp. Zdaję sobie sprawę z tego, że wyniki tej analizy nie każdemu muszą się podobać. Jednak nie ma w tym nic niezwykłego, że człowiek poświęca ponad połowę swojego życia na pracę! Więc, jeśli nie szanujesz swojej pracy, to tak, jakbyś nie szanował swojego życia, w takim razie - po co żyć?

Pani Beato, jak w tym systemie wartości, odnajdują się pani współpracownicy?

– Nie ma z tym problemu. Jeśli tylko są uczciwi, sumiennie i odpowiedzialnie wykonują swoją pracę, to współpracuje nam się bardzo dobrze. Oczywiście, jak w każdej firmie, w której pracują ludzie, zdarzają się sytuacje konfliktowe, czy też stresujące, ale to są tylko sytuacje do rozwiązania. Właśnie w oparciu o ten system wartości. Sumiennosc, uczciwosc, odpowiedzialność, rzetelnosc w postępowaniu pozwalają na rozwiązanie każdego problemu, rzekłabym nawet, na zdławieniu go w zarodku. Dlatego staram się do firmy przyjmować właśnie takie osoby, oczywiście nie zawsze się to uda. Każdy może się pomylić. Najważniejszym dla mnie jest, aby klienci ECPP mieli rzetelną i profesjonalną obsługę, dbającą o każdy szczegół (co bywa trudne), ale mam mnóstwo cierpliwości dla osób, które chcą się uczyć, doskonalić swe rzemiosło. Nie akceptuję natomiast ignorancji i fałszu. Prawda jest taka, iż firma jest taka jak jej szef, a to szefowie dobierają sobie zespół. Szefowie to też ludzie, którzy mają dużo na głowie, muszą zadbać o byt wszystkich współpracowników w biurze i poza biurom, o każdego klienta i o każdy szczegół prowadzenia firmy. Dziś szef-właściciel firmy musi być prawnikiem, informatykiem, marketingowcem, finansistą, księgowym, itd. Zaznaczam, iż jest co robić, mimo, że otaczamy się zespołem ludzi, którzy starają się wykonywać swoje obowiązki jak najlepiej, lecz to na właścicielach firm ciąży obowiązek zadbania o byt firmy. To szef odpowiada za każdy błąd pracownika.

Co szczególnie jest dla pani ważne wśród współpracowników?

Zaufanie to podstawa działania każdej firmy, czy też relacji międzyludzkiej. Jeśli zaufania nie ma to niestety nie ma wspólnego życia, czy też współpracy. Tak

jesteśmy skonstruowani. Staram się zawsze patrzeć oczami współpracownika, czy też klienta i zrozumieć jego sposób myślenia i działania. Nie jest to łatwe. Mimo wszystko najważniejsze jest dla mnie, abym czuła i widziała poprzez czyny, a nie słowa, iż dana osoba, z którą współpracuję chce wykonywać wszystko dobrze i rzetelnie, dba o klientów, o wspólne dobro, tak jak o swój dom i swoją rodzinę. Firma to miejsce, w którym spędzamy więcej czasu niż w domu, dlatego tak ważnym jest, aby w sytuacji niezrozumienia potrafić rozmawiać, szczególnie z szefem. Szef też jest człowiekiem. A nie obrażać się itp. Jeśli dziecko dostanie od rodzica uwagę to nie wyprowadza się od razu z domu prawda? Dodam, iż niestety ogólnym problemem wielu firm jest sytuacja związana z nieuczciwością współpracowników. Często słyszę od wielu znajomych przedsiębiorców uwagi o otwieraniu konkurencyjnej działalności, zabieraniu bazy danych klientów, kontrahentów, know-how, itd. W skrócie mówiąc o okradaniu pracodawców. Niestety naszą firmę to również spotkało w 2009 roku przez zorganizowaną grupę pracowników działu, o czym dowiedzieliśmy się dopiero po dwóch latach i zgłosiliśmy sprawę do prokuratury. Ale to nie jest najważniejsze. Tej firmy już nie ma, a do nas zgłaszają się ludzie przez nią wprowadzeni w błąd lub oszukani. W 2012 roku przyjęliśmy adwokatów i radców prawnych do prowadzenia spraw na dość dużą skalę i w tym przypadku niestety większość z nich (70 proc.) również zachowała się niełojalnie i nieuczciwie zabierając klientów ze sobą. Firma zobowiązana jest tworzyć własne zabezpieczenia od środka i niestety też przed najbliższymi współpracownikami. możemy mówić o przestępstwach w cyberprzestrzeni, co dziś jest częstym tematem, ale największe są niebezpieczeństwa wewnątrz firm. Bardzo wiele firm niestety nie poradziło sobie przez nieuczciwych współpracowników. I już ich nie ma na rynku. Oczywiście nie każdą firmę da się skopiować. Pamiętajmy też, że firma to wizja tej osoby, która ją założyła i buduje ją z napędem i siłą jaką się dana osoba charakteryzuje, a tego nie da się podrobić. Takie sytuacje, to nic innego jak upadek właśnie takiego systemu wartości, ich deprecjacja. Jest to syndrom dostrzegalny w całej Polsce. Lojalność wobec pracodawcy, odpowiedzialność za wykonywaną pracę, czy też po prostu za swoje czyny, sumiennosc - te wartości w naszym kraju są deficytowe. I, niestety, wszyscy ponosimy tego skutki. Bardziej lub mniej odczuwalne, ale ponosimy. Według mnie, wszyscy powinniśmy walczyć o ich odrodzenie.

Jak pani dobiera swój zespół?

– Zawsze miałam i mam zasadę, że swoim współpracownikom zapewniam najlepsze warunki pracy. Myślę tu o infrastrukturze biurowej, udostępnianych narzędziach, takich jak systemy informatyczne, systemy prawne. Niezmiernie ważna jest atmosfera w pracy i oczywiście adekwatne do zaangażowania wynagrodzenia. W zamian oczekuję solidnego, uczciwego, terminowego wykonywania swoich działań. Tylko tyle i aż tyle. Bo to nasza firma tworzy standardy w odszkodowaniach, reszta rynku je tylko naśladowa. **W tej pracy nie każdy sobie poradzi, trzeba mieć silny charakter?**

– Nasza praca niewątpliwie jest wyjątkowa. Prowadzimy sprawy osób poszkodowanych, osób które straciły w wypadkach najbliższych: dzieci, małżonków, rodziców, rodzeństwo, wnuków. Osoby te wymagają niezwyklej cierpliwości i zaangażowania. Potrzebują wsparcia nie tylko prawnego. Ich świat się wali, a naszą rolą jest wspierać ich szybkim i skutecznym działaniem. W takiej sytuacji naszym zadaniem jest zebranie informacji i dowodów w taki sposób, aby udowodnić szkodę i zasadność jak najwyższej wypłaty odszkodowania. Każda informacja wtedy ma znaczenie dla dalszego życia naszego klienta. Natomiast towarzystwa ubezpieczeń zbierają dowody i tak przeprowadzają wywiady środowiskowe, aby nie wypłacić świadczeń. My musimy być więc od nich lepsi, gdyż my musimy udowodnić krzywdę osoby poszkodowanej. Niestety towarzystwo ubezpieczeń nic nie musi, może bez żadnego uzasadnienia odmówić zapłaty.

Jak państwo przygotowują swoich pracowników na takie działania?

– Współpracujący z nami mecenasi korzystają z naszego know-how, doświadczenia i praktycznej wiedzy. W związku z czym nie podpisują niekorzystnych dla naszych klientów ugód. Skupiają się na dokładnej analizie prawnej zebranych informacji i dowodów, składają apelacje, a ich głównym celem jest uzyskanie maksymalnych świadczeń dla naszych klientów. To samo dotyczy naszych agentów, przedstawicieli i partnerów. Wszyscy musimy dbać o każdy szczegół. Dlatego w moim zespole chętnie widzę osoby, którym się chce zmieniać otoczenie na lepsze i mają do tego odwagę.

A jak pani widzi przyszłość swojej firmy?

– Jak wcześniej wspominałam, wyróżniamy się w naszej branży, działaniami które wpływają na inne postrzeganie osób poszkodowanych przez firmy ubezpieczeniowe. Nadal zamierzamy to robić. Jednak w niedługim czasie planujemy kolejny wyłom, który wstrząśnie branżą odszkodowawczą i prawną. Ale to na razie tajemnica. ■



Strzelać każdy może, sprzedawać już nie

Czym jest obrót specjalną bronią, uzbrojeniem wojskowym i wyposażeniem specjalnym, ale też o tym jak profesjonalnie chronić osoby i ich mienie, świadczyć usługi ubezpieczeniowe i profesjonalną nauką strzelania – opowiadają Beata Kornacka i Andrzej Ostrowski, właściciele firmy Ostrowski Arms.

ROZMAWIA KRZYSZTOF JOŃCZYK

Nazwa Ostrowski Arms brzmi intrygująco, kojarzy się z armią i bronią. Skąd taka nazwa?

– Andrzej Ostrowski: Faktycznie mamy „coś” wspólnego z uzbrojeniem, ale nie tylko. Przez to, że posiadamy wszystkie wymagane koncesje rządowe i certyfikaty uprawniające do obrotu specjalnego w handlu uzbrojeniem wojskowym i wyposażeniem specjalnym, możemy też działać w prawie wszystkich sektorach gospodar-

czych, zarówno cywilnych, jak i w sektorze obronnym – w Polsce i za granicą.

Beata Kornacka: Działania firmy nie ograniczają się do powszechnie nazywanego „handlu bronią”. Jesteśmy po prostu brokerem handlowym, łączymy dwie strony czyli potencjalnego kupca i sprzedającego. Reprezentujemy zagraniczne firmy w Polsce i polskie firmy za granicą, głównie w krajach Zatoki Perskiej i Indiach.

W jakich obszarach działacie? Czy może państwo powiedzieć coś więcej?

– B. K.: Działamy na kilku płaszczyznach. Jako firma handlu zagranicznego – pośrednictwo handlowe, czyli, tak jak mówiliśmy – broker. W tym mieści się również obrót specjalną bronią, uzbrojeniem wojskowym i wyposażeniem specjalnym, materiałami wybuchowymi i technologiami podwójnego zastosowania. Jesteśmy też agencją ochrony osób i mienia, na co posiadamy odrębne zezwolenia. Działamy ponadto jako agencja PR, włącznie z zakresem government PR.

A.O. : W naszej działalności jest też miejsce na pełne usługi ubezpieczeniowe i profesjonalną naukę strzelania dla osób prywatnych, grup czy firm, w tym na eventy ze strzelaniem i profesjonalną nauką strzelania.

Dużo tego wszystkiego. Jak państwo tym zarządzacie?

– B.K.: Jest nas dwoje – dwoje wspólników. Dzięki temu, że zarządzają tylko dwie osoby, proces decyzyjny jest bardzo sprawny. Dzielimy się obowiązkami zgodnie z naszymi kompetencjami. To, co wiąże się ze strzelectwem, uzbrojeniem prowadzi Andrzej Ostrowski. Natomiast to, co jest związane z finansami, negocjacjami i ubezpieczeniami, jest moją domeną.

Jak doszło do powstania firmy Ostrowski Arms?

– B.K.: Prowadzimy działalność już 23 lata, od 1992 roku. Firmę założył Andrzej Ostrowski, a razem pracujemy od 2011 roku. Połączyliśmy nasze doświadczenie i umiejętności. Można powiedzieć, że firma powstała z pasji Andrzeja Ostrowskiego do strzelectwa i miłości do wojska i munduru. Potem dołączyłam ja, z taką samą silną miłością do munduru, ale też z wiedzą ubezpieczeniowo-finansową i z doskonałymi zdolnościami negocjacyjnymi. Staramy się iść zawsze do przodu, podejmować rynkowe wyzwania. Z nich też wynika rozwój firmy w kierunku klienta indywidualnego.

Co możecie zaoferować klientowi indywidualnemu?

– B.K.: Przede wszystkim naukę strzelania dla tych, którzy chcą zapoznać się z bronią, ale też dla tych, którzy chcą nauczyć się dobrze strzelać. Organizujemy naukę dla jednej osoby oraz dla kilkusobowych grup. Dostosowujemy dzięki temu tempo nauki do postępów ucznia. Oprócz tego organizujemy eventy dla grup prywatnych, na przykład wieczory kawalerskie i panieńskie czy zwykłe spotkania znajomych. Urządzamy także eventy dla firm, zarówno tych małych, jak i dużych.

Jak przebiega nauka strzelania?

– **A.O.:** Posiadane doświadczenie i opracowana przez nas dydaktyka pozwalają nam nauczyć osobę strzelać, bez względu na to, czy jest to kobieta czy mężczyzna, w około 2,5 godziny. Zajęcia składają się z 2 części. Są prowadzone indywidualnie dla 1 osoby lub w małych grupach dla 2-3 osób. Wtedy osiągamy najwyższą efektywność. W pierwszym etapie uczymy zasad bezpieczeństwa, prezentujemy broń i amunicję, uczymy prawidłowego ustawienia w postawie strzeleckiej, prawidłowego uchwytu i trzymania broni, celowania, prawidłowego wyciskania języka spustowego, obsługi broni, ładowania i rozładowania magazynka, wkładania i wyjmowania magazynka z broni i jej załadowania – wprowadzenia amunicji do komory nabojeowej, rozładowania broni - wyjęcia amunicji z komory nabojeowej, rozkładania i składania broni. Uczymy i ćwiczymy poszczególne zakresy sekwencyjnie do tzw. elastycznego opanowania. Oznacza to, że na poszczególne sekwencje i czynności z nią związane przeznaczamy tyle czasu, ile potrzeba danej osobie. Przejście do kolejnej sekwencji jest możliwe po opanowaniu poprzedniej. W kolejnym etapie strzelamy, czyli uczymy już strzelać z broni na stanowisku strzeleckim. Uczeń oddaje swoje pierwsze strzały.

Skąd u państwa ta wiedza?

– **B.K.:** To pasja Andrzeja Ostrowskiego jeszcze z dawnych lat, kiedy był wyczynowym zawodnikiem w strzelectwie sportowym. Posiada bardzo szerokie know-how, jest ceniony w Polsce i za granicą, zarówno w szkoleniu strzeleckim, jak i z powodu znajomości uzbrojenia ze szczególnym uwzględnieniem broni i amunicji. Andrzej Ostrowski jest instruktorem strzelectwa z uprawnieniami państwowymi po kursie byłych żołnierzy Specjalnej Wojskowej Jednostki JW 2305 GROM. Już w 1991 r. zorganizował pierwszy w Polsce pokaz karabinu snajperskiego III generacji i poprowadził szkolenie dla Strzelców Wyborowych Wydziału Antyterrorystycznego Policji z użyciem tego karabinu. Był też ekspertem zaproszonym przez Zarząd Sztabu Generalnego Wojska Polskiego na Zgrupowanie Kadry Dowódczej Jednostek Specjalnych Sił Zbrojnych RP w Lublińcu, gdzie obecnie stacjonuje jedna z najlepszych polskich jednostek w Wojskach Specjalnych – Jednostka Wojskowa Komandosów.

Gdzie odbywa się nauka?

– **A.O.:** Preferujemy nowoczesną, w pełni krytą i zautomatyzowaną strzelnicę, na której można strzelać z pistoletów i karabinów, włącznie z karabinem AK-47 Kałasznikow. Strzelnica kryta, tzn. w budynku, daje komfort strzelania bez względu na pogodę czy porę dnia. Ma właści-



we oświetlenie, nie pada nam deszcz czy śnieg na głowę. Dodatkowo, w pewien sposób dostosowana jest dla rodzin, bo ma też dwa tory do gry w kręgle i piec do wypieku pizzy, co podoba się głównie zgłodniałym dzieciakom, kiedy mama i tata uczą się strzelać

Na jakiej broni kursanci uczą się najczęściej?

– **A.O.:** Najbardziej popularne warianty to sławny Karabin Szturmowy AK-47 Kałasznikow, kaliber 7,62x39 i pistolet Glock, model 17, ale posiadamy również wiele innych modeli broni, na przykład kultowy pistolet COLT model 1911, kaliber 45, czy strzelba Shot Gun – Pumpt Action caliber 12 oraz rewolwer kaliber 357 Magnum.

Czy po takim dwu i półgodzinnym szkoleniu można już dobrze strzelać?

– **A.O.:** Po takim szkoleniu możemy powiedzieć, że zrobiliśmy pierwszy solidny krok, żeby zacząć dobrze strzelać. Tak jak każdy sport, strzelectwo wymaga treningów. Prowadzimy kursy doszkalające, proponujemy konkretne ćwiczenia, które podniosą naszą sprawność w tej dziedzinie. Każdy klient może być jednak pewny, że po takim kursie może sam przyjechać na strzelnicę i rozwijać swoje nowe hobby.

A co oferuje Ostrowski Arms dla firm albo grup?

– **B.K.:** Dla firm oferujemy organizację imprez-eventów ze strzelaniem, organizację zawodów strzeleckich z wręczeniem medali, dyplomów, certyfikatów i pucharów. Możemy też zaprosić ciekawych prelegentów ze świata armii, wojsk specjalnych czy nawet wywiadu. Wszystkie szczegóły to nie tylko dotyczące szkolenia czy zawodów, ale także cateringu, rezerwacji hotelu, sal konferencyjnych i bankietowych, a nawet SPA uzgadniamy z zamawiającym. Wszystko to organizujemy w czterogwiazdkowym hotelu, 10 kilometrów od strzelnicy, czyli łączymy przyjemne z pożytecznym. Można w ten sposób zorganizować zarówno super zabawę dla pracowników lub klientów firmy, ale też podsumowanie kwartału czy naradę menagerów. Można więc przyjechać na parogodzinny event lub na dłuższy pobyt.

A na koniec może jakieś ciekawostki?

– **B.K.:** Hmm... W czasie EURO 2012 ochranialiśmy wszystkie amerykańskie ekipy telewizyjne. Andrzej uczył strzelać Bogusława Lindę. Był konsultantem na planie filmowym takich filmów, jak „Psy”, „Sara”, „13 posterunek”. Obsługiwał też takie osoby, jak generał Sławomir Petelicki – twórca i pierwszy dowódca Specjalnej Jednostki Wojskowej JW. 2305 GROM Pozostaje nam powiedzieć po prostu „zapraszamy”. ■

Wietrzne pieniądze



Fot. Bogdan Śladowski

– Udziały w elektrowni można w każdej chwili sprzedać z zyskiem czy zapisać dzieciom bądź wnukom w spadku. Są one doskonałym zabezpieczeniem przyszłości i świetnym rozwiązaniem rentierskim. Znam przypadki zakupu udziałów w elektrowni jako prezentu na 18 urodziny i z okazji ślubu. Słyszałem też opinię, że jest to świetny sposób na zawsze udane wakacje nad Bałtykiem – o inwestowaniu w OZE rozmawiamy z Tomaszem Kopiszką, dyrektorem sprzedaży w Pracowni Finansowej.

ROZMAWIA ANETA SIENICKA

Przejeżdżając przez Niemcy czy Austrię można dostrzec setki a nawet tysiące elektrowni wiatrowych, dlaczego w Polsce jest ich tak niewiele? Czy u nas nie ma korzystnych warunków wietrznych?

– Zasoby energetyczne wiatru w Polsce są niemal identyczne jak w Niemczech,

leżymy w tej samej strefie wietrzności co nasi zachodni sąsiedzi. Można powiedzieć że $\frac{3}{4}$ terenu Polski ma korzystne warunki do tej działalności, ale wiatr to nie wszystko. Aby uzyskać pozwolenie na budowę trzeba spełnić cały szereg skomplikowanych procedur i uzyskać ponad

300 różnych dokumentów, badań, ekspertyz, opinii i analiz. To powoduje, że na rynku pozostają tylko najwytrwalsi. Inną kwestią jest fakt, że dopiero od kilku lat mamy w Polsce prawo, które pozwala stawiać wiatraki w sposób bezpieczny dla inwestora. Nie bez znaczenia jest też

system wsparcia zielonej energii. Zarówno w Niemczech jak i w innych krajach instalacje te nie powstawałyby, gdyby nie dodatkowe środki na rozwój OZE (Odnawialnych Źródeł Energii). Teraz taki czas nastał w Polsce i już wkrótce na naszych polach będziemy widzieć coraz więcej wiatraków.

Dlaczego zatem przedsiębiorcy inwestują w branżę, która bez dopłat nie jest opłacalna?

– Po pierwsze dlatego, że wszystkie kraje Unii Europejskiej oraz sygnatariusze protokołów międzynarodowych (słynny Protokół z Kioto) zobowiązali się, że co najmniej do 2050 roku będą rozwijać ekologiczne źródła energii na rzecz walki z zanieczyszczeniem środowiska i emisją gazów cieplarnianych. Jako członek Unii jesteśmy zobowiązani do wypełniania dyrektywy UE 2009/28/WE nakazującej rządowi krajów UE wsparcie projektów OZE. Przepisy te ustalają m.in. ilość energii odnawialnej jaką mamy mieć w miksie energetycznym. Do 2020 r. Polska ma mieć 20 proc. energii z OZE. Polski rząd robi zatem wszystko, aby wspierać firmy budujące wiatraki i instalacje słoneczne,

westycyjnego. Jest to złożona procedura. Po uzyskaniu jednego dokumentu, można wnioskować o kolejny a potem o następny, itd. Po drodze pojawia się cały szereg okoliczności, które mogą wstrzymać inwestycję. Dla przykładu: przez cały rok trzeba badać ptaki i nietoperze występujące w okolicy. Jest to dosyć kosztowne badanie, na końcu którego może się okazać, że są przeciwwskazania do postawienia turbiny, ponieważ w pobliżu występuje żerowisko jakiegoś rzadkiego gatunku. Uzyskanie decyzji środowiskowej jest jednym z trudniejszych warunków do spełnienia. Istotne są również pozytywnie przeprowadzone konsultacje społeczne, umowa przyłączeniowa, aż wreszcie pozwolenie na budowę. W naszym przypadku bezpieczeństwo inwestycji zapewnia generalny wykonawca, firma z blisko 20-letnim doświadczeniem, która gwarantuje podłączenie każdej zamówionej przez nas turbiny w określonym czasie do sieci energetycznej. Bezpieczeństwo inwestycji zapewnia też polskie prawo energetyczne oraz wchodząca od stycznia 2016 roku ustawa o OZE, która gwarantuje m.in. 15-letni okres wspar-

Od kilku lat mamy w Polsce prawo, które pozwala stawiać wiatraki w sposób bezpieczny dla inwestora

choć te drugie, póki co, nie są jeszcze opłacalne.

A ile mamy zielonej energii obecnie?

– Na rok 2015 jest to niecałe 9 proc. Sporo nam zatem brakuje, a limity podnoszą się z roku na rok. Prawdopodobnie długo jeszcze będziemy je gonić, co jest dobrą informacją dla inwestorów, ponieważ przez cały ten czas możemy liczyć na wsparcie i wysokie ceny zielonej energii. Polityka energetyczna Polski zakłada, że do 2050 roku mamy mieć w Polsce 50 proc. energii z OZE. Jak na kraj, który w ponad 90 proc. opiera się na węglu, to całkiem niezły wynik. Trzeba jednak podkreślić, że już teraz są miejsca na świecie, w których przekroczono pułap 50 proc., a wkrótce zasilane będą w 100 proc. czystą energią z wiatru, wody bądź słońca.

Z tego co wiem, wasza firma od pięciu lat stawia elektrownie wiatrowe, macie już zatem spore doświadczenie. Czy są to bezpieczne inwestycje?

– Każda inwestycja wiąże się z ryzykiem. Nawet lokata w banku wiąże się z ryzykiem, choć się o tym nie mówi. Najwięcej zagrożeń jest na etapie procesu in-

westycyjnego. Z punktu widzenia biznesu to sytuacja wymarzona. Mamy pewność, że przez kolejne 15 lat nasza elektrownia będzie przynosiła ponadprzeciętne zyski.

Dlaczego nie budujecie dużych farm wiatrowych tylko stawiacie pojedyncze maszyny? Czy nie jest bardziej opłacalne stawianie kilku wiatraków obok siebie, przecież zwykle jest tak, że w hurcie wychodzi taniej?

– W tej branży jest inaczej. Budowaniem farm wiatrowych zajmują się głównie duże firmy i zakłady energetyczne, my jesteśmy mniejszym graczem. Poza tym, stawianie pojedynczych elektrowni w tak zwanym modelu rozproszonym jest znacznie bardziej opłacalne. Farma wiatrowa ma duży wpływ na sieć i musi prognozować produkcję, tzn. przewidzieć ile wyprodukuje następnego dnia. Ponieważ nie jest to proste, zwykle farma sprzedaje ok. 75 proc. tego co wyprodukuje. W przypadku pojedynczej turbiny, takiej jak nasza, cała produkcja musi zostać od nas odkupiona po z góry ustalonej cenie. Czyli każdy obrót śmigła przekłada się na złotówkę.

Ile więc można zarobić na tym biznesie?

– To oczywiście zależy od parametrów turbiny, lokalizacji, cen zakupu wyprodukowanej energii, itd. Jeżeli projekt jest dobrze przygotowany, maszyna regularnie serwisowana to są to zyski między 10 a 25 proc. rocznie. Jeżeli spojrzymy na to jak na biznes prawie bezobsługowy i porównamy go z lokatą bankową na poziomie 1-2 proc. czy wynajmem mieszkania z zyskiem 4-6 proc. w skali roku, to nie ma on sobie równych.

Te potężne, ponad 100 metrowe maszyny na pewno dużo kosztują. W jaki sposób „przeciętny Kowalski” może dołączyć się do tego biznesu?

– Postawienie jednej elektrowni wiatrowej to koszt rzędu kilku do nawet kilkunastu milionów złotych. Stać więc na to niewielu. Najprostszym sposobem na udostępnienie takiego przedsięwzięcia małym i średnim inwestorom jest utworzenie spółki celowej i podzielenie jej na udziały. Wówczas można do biznesu zaprosić osoby z kapitałem wielkości od kilkudziesięciu do kilkuset tysięcy złotych, a następnie wypłacać każdemu dywidendę adekwatnie do wkładu finansowego. Jest to model od wielu lat praktykowany m.in. w Niemczech w formie spółdzielni energetycznych, gdzie grupa inwestorów partycypuje w budowie jednej elektrowni, a następnie czerpie z tego zyski. Nasza firma w tzw. modelu obywatelskim realizuje właśnie elektrownię nr 17.

Czy mam rozumieć, że inwestycja w wiatraki może być sposobem na prywatną emeryturę, niezależną od ZUS?

– Zdecydowanie tak. Coraz więcej osób właśnie z tego względu wybiera inwestycje w elektrownie wiatrowe, ponieważ zapewniają one stabilne i wysokie zyski na długie lata. Szczególnie przedsiębiorcy powinni to brać pod uwagę mając świadomość niezwykle niskiej emerytury jaką zapewni im Państwo. Poza tym, jest to również bardzo płynny rodzaj aktywów. Udziały w elektrowni, szczególnie już tej działającej, można w każdej chwili sprzedać z zyskiem czy zapisać dzieciom bądź wnukom w spadku. Są one doskonałym zabezpieczeniem przyszłości i świetnym rozwiązaniem rentierskim. Znam przypadki zakupu udziałów w elektrowni jako prezentu na 18 urodziny i z okazji ślubu. Słyszałem też opinie, że jest to świetny sposób na zawsze udane wakacje nad Bałtykiem.

A to w jaki sposób?

– Proszę sobie wyobrazić, że jedzie pani wypocząć nad polskie morze. Niestety jest zimno i wieje wiatr. Nie chce się wychodzić z hotelowego pokoju. Kto wtedy ma powody do zadowolenia? Właściciel wiatraka, bo im mocniej wieje, tym więcej trafia do jego kieszeni (śmiech). ■

Wellnes na konferencji...

Chcesz żyć zdrowo i bliżej natury? Wybierz się na konferencję lub jedno ze szkoleń organizowanych przez Platformę Produktów i Usług. Uzyskasz tam informację o zdrowiu i profilaktyce, a także poznasz produkty lecznicze lub po prostu zdrowe i ekologiczne – przekonują Jarosław Szymanek i Robertem Sienczewski – założyciele Platformy Produktów i Usług.



Robert Sienczewski i Jarosław Szymanek

ROZMAWIA MAGDALENA WENDA

Czym się zajmuje Platforma Produktów i Usług?

– W tej chwili główną działalnością Platformy jest organizacja szkoleń, konferencji, seminariów oraz innych eventów. Wydarzeniem, które jest dla nas w tej chwili najważniejsze, jest Konferencja Wellness – 28 listopada odbędzie się 8 edycja. Drugim ważnym filarem naszej działalności jest sklep internetowy – platforma-zakupow.pl.

A jakie były początki?

– Pierwotnie Platforma Produktów i Usług miała być programem partnerskim opartym na rabatach i rekomendacjach. Platforma to miało być miejsce, gdzie firmy i indywidualni klienci mogą znaleźć każdy produkt lub usługę, która ich interesuje, w korzystnej cenie. Z czasem jednak okazało się, że to, co najbardziej lubimy robić, to organizacja szkoleń i konferencji, a zaczęło się od konferencji Wellness. **Pierwsza konferencja Wellness...**

– To bardzo miłe wspomnienia. Pomysł, jak to często bywa, zrodził się z braku na rynku wydarzenia, na którym można by było uzyskać informację o zdrowiu,

Zgodnie z zasadami wellness, trzeba umieć zachować równowagę między życiem prywatnym i firmowym, między ciałem, umysłem i duchem. Staramy się do tego dążyć i w codziennym biegu znajdować czas dla rodziny, znajomych, przyjaciół, a także na chwilę refleksji

profilaktyce i leczeniu – rzeczowo i merytorycznie, a równocześnie kupić, czy też tylko poznać i obejrzeć produkty lecznicze, profilaktyczne lub po prostu zdrowe i ekologiczne.

Stworzona przez nas impreza łączy w sobie merytoryczne wykłady głoszone przez osoby będące autorytetami w swojej dziedzinie, i stoiska wystawiennicze, na których można spróbować i/lub kupić róż-

ne produkty i usługi związane ze zdrowiem i z wellness.

VIII edycja, czym różni się od pierwszej?

– Wszystkim tak naprawdę. Przede wszystkim skalą wydarzenia. W tej chwili o konferencji Wellness piszą nie tylko media internetowe, ale także drukowane. Były też dwie audycje w Polskim Radiu poświęcone tej imprezie. Od szóstej edycji, każda kolejna jest poświęcona jakiemuś



Jeden z wykładów o zdrowym odżywianiu na konferencji Wellnes

konkretnemu zagadnieniu – było o odchudzaniu i o zdrowym domu. Listopadowa edycja odbędzie się pod hasłem „Jesteś tym, co jesz”, a kolejna edycja – już w 2016 roku – będzie poświęcona tematowi ruchu i ćwiczeń fizycznych, czyli „Ruch po zdrowie”. Już dziś zapraszamy na stronę internetową: konferencje.ppiu.pl

Oprócz konferencji Wellness organizujecie też inne imprezy – jakie?

– Szkolenia motywacyjne, m.in. „Tajniki charyzmy” z Piotrem Tymochowiczem, szkolenia finansowe, m.in. cykl seminariów finansowych „Przedsiębiorcy a finanse” z Andrzejem Spułą.

I całkiem w innym klimacie – „Annalia – festiwal Zdrowia, Urody, Mody i Kuchni”, na którym razem z Anną Kalatą nagradzaliśmy znane i lubiane Anny.

Plany na przyszłość?

– 5 grudnia całodniowe seminarium „Twoja niezależność finansowa”, 10 marca „Warszawskie Forum Współpracy Gospodarczej” – impreza dedykowana głównie małym i średnim przedsiębiorstwom, które chcą nawiązać kontakty gospodarcze z firmami z Polski i z zagranicy. I oczywiście kolejne Konferencje Wellness – 4 edycja w 2016 roku. Na pewno będzie coś jeszcze, ale co – tego w tej chwili nie możemy zdradzić.

A skąd wśród tych imprez pomysły na sklep internetowy?

– Po pierwszych edycjach konferencji Wellness zauważyliśmy, że dostęp do produktów cztery razy w roku to za mało. Poza tym chcieliśmy – jako członek-zało-

źciel Polskiej Izby Produktów i Wyrobów Naturalnych, żeby zdrowe, polskie produkty mógł kupić każdy i zawsze. Dlatego powstał sklep platforma-zakupow.pl, w którym sprzedajemy kosmetyki krzemowe, wyroby z mikroorganizmami, oleje tłoczone na zimno, suplementy diety. Cały czas poszerzamy asortyment – teraz do oferty wprowadzamy produkty piorące i czyszczące w oparciu o orzechy oraz kalendarze motywacyjne.

A jak się układa współpraca – jesteście jak ogień i woda?

– I dzięki temu świetnie się uzupełniamy. Robert ma 1000 pomysłów na minutę i wszystko chciałby „tu, teraz i już”. A Jarek za to wszystkie moje pomysły systematyzuje, dorzuca swoje, sprowadza do rzeczywistości i warunków rynkowych. Dzięki temu wszystko udaje nam się zorganizować i zawsze mamy co robić. Oczywiście bywa, że się spieramy, ale zawsze udaje nam się wypracować kompromis.

Skąd bierzecie pomysły, kontakty, prelegentów i gości na wydarzenia?

– Gros kontaktów to wynik spotkań networkingowych. Działamy w wielu organizacjach – KIE (Klub Integracji Europejskiej), PWP (Projekt Wspierania Przedsiębiorczości), WIG (Warszawska Izba Gospodarcza), KIG (Krajowa Izba Gospodarcza), ZPP (Związek Przedsiębior-



Robert Sienczewski podczas konferencji Wellnes

ców i Pracodawców). Jesteśmy członkiem Rady Programowej spotkań SFoP (Stołeczne Forum Przedsiębiorczości) na Targówku. Staramy się uczestniczyć w jak największej ilości spotkań, konferencji i szkoleń organizowanych dla przedsiębiorców.

Czy wśród tych eventów, spotkań, konferencji macie czas na życie prywatne?

– Tak, choć czasem bywa trudno. Na szczęście jest nas dwóch plus panie w biurze. Dzięki temu, gdy sytuacja tego wymaga, możemy się podzielić zadaniami (spotkaniami), każdy z nas może reprezentować firmę. Poza tym, zgodnie z zasadami wellness, trzeba umieć zachować równowagę między życiem prywatnym i firmowym, między ciałem, umysłem i duchem. Staramy się do tego dążyć i w codziennym biegu znajdować czas dla rodziny, znajomych, przyjaciół, a także na chwilę refleksji. ■



Śpiew jest moim życiem a malarstwo pasją

– rozmowa

z Wiesławem Ochmanem

– Ważne jest, aby tak żyć, żeby w następnym dniu nie żałować tego, co się zrobiło wczoraj – mówi Wiesław Ochman, światowej sławy śpiewak operowy, także pejzażysta i wielbiciel malarstwa. Od lat zaangażowany w działalność charytatywną.

ROZMAWIA IZABELLA JARSKA

Pana dwie pasje to wykonywany zawód oraz malarstwo. Biorąc pod uwagę pana wykształcenie, malarstwo, jak rozumiem, było pierwszą pasją... Wygrał jednak śpiew...

– Śpiew jest moim życiem a malarstwo pasją. Tak bym to określił. Muszę się bowiem przyznać, że śpiew nie jest moją pasją. Oczywiście dostarczył mi mnóstwo zawodowej satysfakcji, ale także wiele kłopotów i zmagani. Natomiast od dzieciństwa moją najlepszą zabawką były kredki, ołówki i papier. Wobec tego, gdy skończyłem podstawówkę, rodzice i moja wychowawczyni doszli do wniosku, że najlepiej abym poszedł do liceum plastycznego. Wyjechałem zatem do Bolkowa, gdzie była taka szkoła. Dodam, że miałem wtedy 13 lat i pojechałem sam na Dolny Śląsk, po drodze były cztery przesiadki, a ja się nie zgubiłem. Jestem z tego dumny do tej pory. To liceum plastyczne w Bolkowie, do którego wyjechałem, zostało w międzyczasie przemianowane na Technikum Ceramiczne, z kierunkiem zdobnictwa ceramicznego, ponieważ ówczesni decydenci doszli do wniosku, żeby lepiej dać sobie spokój z artystami i stworzyć coś bardziej praktycznego. Po tej zmianie przeniesiono tę szkołę do Szczawna Zdroju. Oczywiście nadal uczono nas tam rysunku i malarstwa a zajęcia z języka polskiego były na wysokim poziomie i pamiętam, że wszyscy uczniowie należeli do kółka mickiewiczowskiego. Skończyłem tę szkołę z wyróżnieniem, nie tylko dlatego,

że miałem bardzo dobre oceny, ale przede wszystkim z takiego powodu, że namalowałem przodownika pracy, który był naprawdę wycieńczony. I komisja egzaminacyjna uznała, że faktycznie wiernie oddałem całość jego wysiłku. Po maturze pierwotnie chciałem iść na Akademię Sztuk Pięknych, ale koledzy zadali mi wtedy jedno zasadnicze pytanie – czy dałbym radę namalować Bitwę pod Grunwaldem? Skromnie przyznałem, że raczej nie i poszedłem z nimi na Akademię Górniczo-Hutniczą, czego zresztą nie żałuję. Na uczelni śpiewałem w zespole Krakus. Skierowano mnie wobec tego na lekcje śpiewu. Jednak nie miałem do tego jakiegoś specjalnego zapалу. W dodatku, kiedy przyszedłem do Gustawa Serafina na wspomnianą na lekcję śpiewu, trafiłem tam na śpiewaka, którego popisy wokalne wydawały mi się znakomite. Wycofałem się więc, bo uważałem, że ja tak nigdy tak nie zaśpiewam i wróciłem do akademika. Jednak pewnego razu przyszedł tam siwy, dystyngowany, pięknie wyglądający pan – jak się potem okazało był to Gustaw Serafin – wszedł do mojego pokoju, który dzieliłem z trzema Koreańczykami i zapytał – „Który z panów to pan Wiesław Ochman?” Ponieważ Koreańczycy się nie przyznali, przyznałem się ja. Na to on, że byłem z nim umówiony na lekcję śpiewu, a nie przyszedłem, więc obiecałem, że następnym razem na pewno będę i słowa dotrzymałem. Od tego czasu, przez wiele lat mieszkanie państwa

Serafinów było dla mnie drugim domem. Następnie wygrałem konkurs „Echa Krakowa” i Polskiego Radia w Krakowie i tak to się zaczęło. Później pojechałem do Szczecina na konkurs wokalistów. Przyznam, że trochę niepoważnie do niego podszedłem, bo do godz. 17 grałem w piłkę nożną, a konkurs zaczynał się o 17. 30., ale był tam pewien dziennikarz „Kuriera Szczecińskiego”, który o moim występie napisał: czyżby przyszedł Kiepus? Zrobiło to na mnie wrażenie. Ponadto wezwała mnie do siebie pani z Polskiego Radia, bardzo partyjna, i powiedziała mi, że muszę dbać o mój głos, bo to jest teraz własność narodu. I ja, wracając pociągiem do domu, cały czas myślałem jakby tu nie zawieść tego narodu. Ostatecznie po powrocie rzuciłem palenie. Później napisałem pracę magisterską i prof. Tomasz Kuroś powiedział do mnie – „Wie pan co? Niech pan pójdzie do opery i niech pan tam spróbuje.” Posłuchałem go. No i tak próbuję do dzisiaj.

W którym teatrze pan debiutował?

– Rozpocząłem jako śpiewak w Operze Bytomskiej. W tamtych czasach to był wyjątkowy teatr, taka kuźnia talentów. Była tam fenomenalna atmosfera.

Czy w tym czasie zarzucił pan malarstwo?

– Nie, cały czas mnie do niego ciągnęło. Bo to się w sobie albo ma albo nie. Malować można się nauczyć, ale jeśli nie ma w tym pasji, to pozostanie jedynie rzemieślnikiem.

Czy pana zamiłowania i talenty artystyczne są rodzajem schedy rodzinnej?

– Moja mama i brat bardzo dobrze śpiewali, chociaż amatorско. Więc to zapewne rodzinne. To właśnie mama zaszczepiła we mnie operę, ponieważ podczas okupacji, kiedy byłem mały, mnie i rodzestwu często śpiewała cały „Straszny dwór”, włącznie z partiami basowymi, jak aria Skołuby. Była to także pierwsza opera, jaką zobaczyłem w teatrze. Oczywiście mama śpiewała nam nie tylko arie, ale i różne szlagiery, np. „Chryzantemy złociste”, które były moim popisowym numerem, kiedy miałem cztery lata. Wyśpiewywałem je na podwórku naszej kamienicy, a panie słuchając płakały. Po latach spotkałem dozorcę tej kamienicy. Ogromnie się ucieszył na mój widok, porozmawialiśmy, a na koniec mi powiedział – „Wiesiu słyszę w radio jak śpiewasz, ale powiem ci, że tak, jak śpiewałeś wtedy te «Chryzantemy», to teraz już nie dasz rady.” I faktycznie miał rację.

A pasja do malarstwa – też pan ją wyniósł z domu rodzinnego?

– Kiedy miałem 4 czy 5 lat, wpadł mi w ręce „Skarbczyk polski” z wykonanymi w sepii portretami królów i książąt polskich. Byłem tym zachwycony i praktycznie nie rozstawałem się z tą książeczką. Ponadto dostaliśmy kiedyś od sąsiadki w prezencie obrazek, na którym biegło stado jeleni, a w krzakach siedział myśliwy i walił do nich z dubeltówki. Strzelanie do zwierząt oczywiście mi się nie podobało, ale fascynował mnie ten ogień wychodzący z lufy i dlatego często w ten obrazek się wpatrywałem. Później wycinałem z gazet reprodukcje różnych dzieł sztuki a na bazar Różyckiego chodziłem głównie na stoiska z obrazami. Na studiach trochę malowałem, ale nieco mnie do tego zniechęcała wysoka cena farb, więc starałem się radzić sobie innymi sposobami. Z tym wiąże się pewna anegdota. Któregoś razu nie poszedłem na zajęcia z marksizmu i leninizmu, żeby się oddać sztuce i zainspirowany twórczością Wierusza Kowalskiego naszkicowałem wtedy stado wilków, a że nie miałem farb, umieściłem zwierzęta na śniegu, który namalowałem pastą do zębów... Na to mój kolega, który to zobaczył, powiedział - Jaki idiota wypuszcza owce na taki śnieg? Od tego czasu dałem sobie spokój



WIESŁAW OCHMAN

METROPOLITAN OPERA

J. Hoffmann Photographer

Arrigo w operze Verdiego "Nieszpory Sycylijskie" (Met)

Wiesław Ochman

śpiewak operowy światowej sławy. Jest absolwentem AGH, gdzie uzyskał dyplom inżyniera-ceramika. W trakcie studiów rozpoczął naukę śpiewu pod kierunkiem Gustawa Serafina. Na scenie debiutował w 1960 roku, w Operze Śląskiej w Bytomiu, gdzie śpiewał przez trzy sezony. Karierę międzynarodową rozpoczął w 1967 na deskach Opery w Berlinie. Występował na największych scenach operowych i estradach świata, w towarzystwie najsłynniejszych gwiazd operowych. Jego pasją jest malarstwo. Ważnym elementem działalności Wiesława Ochmana jest działalność charytatywna. Co roku organizuje aukcje obrazów w konsulacie polskim w Nowym Jorku, z których dochód wspiera kulturę. Ponadto jest współorganizatorem koncertów charytatywnych. W 2001 roku został odznaczony Krzyżem Komandorskim z Gwiazdą Orderu Odrodzenia Polski, a w 2005 Złotym Medalem Zasłużony Kulturze Gloria Artis. 30 stycznia 2008 Senat AGH nadał Wiesławowi Ochmanowi godność Doktora Honoris Causa AGH. Jest też członkiem Polskiej Akademii Umiejętności w Krakowie.



Fot. Andrzej Świątek

z malowaniem zwierząt i skupiłem się głównie na pejzażach. Miałem także i to szczęście, że poznałem wielu malarzy, m.in. zaprzyjaźniłem się z Czesławem Rzepińskim, który mi udzielił wielu cennych wskazówek. Znałem też Jana Szancenbacha, Jurka Dudę Gracza i wielu innych, od których dużo się nauczyłem, bo są to genialni twórcy, z olbrzymim talentem i znakomitym warsztatem. Czerpałem od nich wszystkich, a ponadto ganiałem po muzeach, także zagranicą. Nawiasem mówiąc, w naszych czasach popularność zastąpiła jakość i teraz wystarczy się przebić z nazwiskiem i wtedy już absolutnie można robić co się chce, niezależnie od tego, czy się ma talent czy nie. Dlatego, chociaż malarstwo z jednej strony sprawia mi ogromną radość, to drugiej trochę się martwię, bo to, co się teraz maluje w mainstreamie, to w moim odbiorze już nie jest malarstwo tylko namalowane obiekty do oglądania. Ale takie są czasy.

Wracając do opery – w drugiej połowie lat 70. wystąpił pan w Berlinie i był to pana pierwszy znaczący zagraniczny występ. Jak pan go wspomina?

– Wspominam to bardzo dobrze. Zostałem zaangażowany do Deutsche Staatsoper i śpiewałem tam w „Rycerskości wieśniaczej”, rozumiejąc zaledwie siedem słów po niemiecku. Za występ w Berlinie dostałem bardzo dobre recenzje, w których znowu porównywano mnie do Kiepur, ale także chwalono za aktorstwo. Na jedno z przedstawień przyszedł uroczy człowiek – Robert Schulz – i był to impresario, ale w takim bardzo szlachetnym wydaniu, bo bardziej mu zależało na rozwoju artysty, niż na zarabianiu na nim. I złożył mi propozycję udziału w festiwalu monachijskim, gdzie zaśpiewałem w „Traviacie”. Po tym spektaklu za kuliszy przeszedł Rolf Liebermann,

„Chryzantemy złociste”, były moim popisowym numerem kiedy miałem cztery lata. Wyśpiewywałem je na podwórku naszej kamienicy a panie słuchając płakały

dyrektor Opery w Hamburgu, i zapytał, czy zaśpiewałbym „Tosce”. Powiedziałem, że z przyjemnością. Pojechałem zatem do Hamburga, gdzie wystąpiłem ze słynnym barytonem Tito Gobbi. I on mi udzielił bardzo mądrej rady, powiedział – „Pamiętaj, że ty w swojej pracy masz iść do przodu a nie do góry. Bo można po jednym razie wystąpić we wszystkich największych teatrach świata, ale to nie jest to. Dopiero jak cię zaproszą gdzieś powtórnie, to znaczy, że tam zostawiłeś jakiś poważny ślad.” Widocznie ten mój ślad w Hamburgu był na tyle wyrazisty, że śpiewałem tam piętnaście sezonów.

A który z teatrów operowych lubi pan najbardziej?

– Moją pierwszą i dozonną miłością była Opera Bytomska. To tam zdobyłem pierwszą świadomość artystyczną. Oczywiście są i inne sceny, do których jestem przywiązany, jak Opera w Hamburgu, Metropolitan Opera czy Opera w San Francisco, gdzie przeżyłem trzęsienie ziemi lub Opera Paryska. Ale teatr bytomski jest mi jednak najbliższy.

Opery jakich kompozytorów najchętniej pan śpiewa?

– Moim zdaniem najlepiej napisaną na świecie operą jest „Don Giovanni” Mozarta, ponieważ tam jest wszystko: wspaniała muzyka, genialne libretto, zderzenie opery komicznej z tragicznym zakończeniem. Lubiłem zawsze tę operę także i dlatego, że z reguły śpiewali w niej tenorzy – jak to mawiali koledzy w branży – „pitu – pitu”. Ja się uparłem, że te koloratury będę tak strzelał, jak z karabinu maszynowego i tak robiłem. Tyle, że śpiewałem to pełnym głosem. Potem pisano o tym, że jako Don Ottavio, odkryłem nowe wartości w ariach Mozarta, i że idealnie nadają się do Verdiego. Zaśpiewałem więc „Rigoletto” Verdiego – po czym krytyk w Hamburgu napisał, że zrobiłem to fenomenalnie głosowo i aktorsko wybitnie, ale szkoda, że nie śpiewam Wagnera. Bardzo też zawsze lubiłem śpiewać w „Rycerskości wieśniaczej” Mascagniego, w „Tosce” oraz grać Dymitra Samozwańca w „Borysie Godunowie”. W tym ostatnim wypadku byłem nawet w pewnym sensie zaszufalowany do tej roli.

Poza życiem zawodowym oraz pasją do malarstwa udziela się pan także charytatywnie...

– Zadzwoił do mnie kiedyś znajomy – Romuald Dymski, który na stałe mieszka w Nowym Jorku i powiedział mi, że miał telefon od konsula na Litwie, i że jest problem z muzeum Adama Mickiewicza, które popada w ruinę, i trzeba by coś zrobić, aby im pomóc. Ponieważ wcześniej już robiłem aukcje na rzecz Funduszu Kultury Polskiej, zaproponowałem, aby zrobić w konsulacie w Nowym Jorku taką charytatywną licytację na litewskie Muzeum Mickiewicza. Zwróciłem się z prośbą do znajomych malarzy, aby przeznaczili swoje obrazy na taką aukcję i wszyscy chętnie się zgodzili. Polecałem zatem z ich dziełami do Nowego Jorku, gdzie zorganizowaliśmy licytację, która przyniosła nam 40 tysięcy dolarów. Część tych funduszy przeznaczylismy na Dom Mickiewicza a część na Muzeum w Częstochowie i inne instytucje kulturalne. Następnego roku zrobiliśmy ponownie taką akcję, ale tym razem cały dochód – 44 tysiące dolarów – został przekazany na Dom Mickiewicza. Z tych pieniędzy muzeum zostało całkowicie wyremontowane i znakomicie funkcjonuje do dziś, a liczba zwiedzających to teraz 30 tysięcy osób rocznie. Aukcje na różne cele – hospicja, domy seniorów, placówki kulturalne, szpitale – organizujemy do tej pory, osiągając nawet fundusze w wysokości 140 tysięcy dolarów. Od 23 lat organizujemy też co roku charytatywne koncerty wspólnie z fundacją Auxylium w Zabrze. Imprezy te, poza charakterem dobroczynnym, mają i taki walor, że zapraszam na nie także młodych śpiewaków, którzy mają w ten sposób szansę aby – bywa, że pierwszy raz – wystąpić przed tak liczną publicznością i zaśpiewać z wielką orkiestrą.

Na koniec – co obok pracy i pasji do malarstwa jest jeszcze ważne dla pana?

– Ważne jest, aby tak żyć, żeby w następnym dniu nie żałować tego, co się zrobiło wczoraj. Bardzo dla mnie ważna jest rodzina i jej zdrowie. Także książki. A w szerszym wymiarze – również zdrowie moich rodaków. ■

Teraz Polska

Promujemy
polskie
marki



Termin zgłoszeń
do konkursu
upływa 22.01.2016





Wciąż mam w sobie telewizyjną ciekawość

– rozmowa z Bożeną Walter

– Działalność charytatywna była dla mnie zupełnie nowym, nieznanym dotąd obszarem. Musieliśmy się tego nauczyć, rozpoznać, a z czasem oswoić - mówi Bożena Walter, dziennikarka i prezenterka telewizyjna, obecnie prezes zarządu Fundacji TVN „Nie jesteś sam”.

Fot. Daniel Duniak – sesja dla „URODY ŻYCIA”



ROZMAWIA IZABELLA JARSKA

Jest pani Prezesem fundacji TVN „Nie jesteś sam”. Co wpłynęło na decyzję porzucenia mediów i zaangażowania się w działalność charytatywną?

– Fundacja TVN powstała 15 lat temu i została powołana przez zarząd Telewizji TVN, który mianował mnie jej prezesem. Nie porzuciłam telewizji dla Fundacji gdyż Fundacja jest jej nierozłączną częścią. Nasza działalność, akcje, impre-

Bożena Walter

znana dziennikarka i prezenterka telewizyjna. Założycielka oraz prezes zarządu Fundacji TVN „Nie jesteś sam”. Karierę w TVP zaczęła na początku lat 70. współprowadząc program rozrywkowy Telewizyjny Ekran Młodych. Była także jedną z prowadzących i współautorką popularnego wielogodzinnego bloku programowego Studio 2. Współtworzyła i przez pewien czas kierowała programem dla dzieci i młodzieży 5-10-15, oraz była autorką programu rozrywkowego Czar Par.

zy są tworzone przy współpracy z TVN. To 15 letni stały związek.

Jak wspomina pani początki działania Fundacji? Były łatwe czy trudne?

– Początki z reguły są trudne. Dla mnie działalność charytatywna była zupełnie nowym, nieznanym dotąd obszarem. Musieliśmy się tego nauczyć, rozpoznać a z czasem oswoić. Pomocną dłoń wyciągnęli do nas ci, którzy już wtedy prowadzili fundacje. Jedną z takich osób była Pani Małgorzata Żak, która już od kilku lat prowadziła z dużymi sukcesami Fundację Polsat Dzieciom. Jej rady były bardzo pomocne i cenne. Dziś wydaje mi się jakbym niczego innego nie robiła w życiu oprócz pracy na rzecz fundacji. Nieskromnie powiem, że po tych 15 latach zespół pracujący ze mną w Fundacji TVN to jedni z najwybitniejszych w tej dziedzinie osób. A Fundacja TVN jest jedną z pięciu największych organizacji charytatywnych w Polsce. Wspaniale nam się udało.

Komu głównie pomaga Fundacja TVN?

– Niestety nie potrafiliśmy ograniczyć się w naszej działalności. Pomagamy więc prawie wszystkim. Na naszą pomoc mogą liczyć dzieci cierpiące na wiele schorzeń, min. na porażenie mózgowie, przepuknię oponowo – rdzeniową, zanik mięśni, stwardnienie rozsiane, autyzm, choroby genetyczne, choroby nowotworowe. Długo mogłabym wymieniać... Pomagamy także ludziom starszym, którym opłacamy min. zakup leków, bo nie mają na nie pieniędzy. Przez 15 lat wsparliśmy prawie 20 000 osób. Pomagamy także szpitalom, czyli polskiej służbie zdrowia. Wydajemy dziesiątki milionów na remonty klinik, oddziałów szpitalnych. Przekazaliśmy na cele charytatywne ponad 230 000 000 złotych.

Czy czasami tęskni pani jeszcze za pracą w mediach?

– Jeśli ma pani na myśli pracę stricte w telewizji, bycie producentem programów etc., to dla mnie jest to już daleka przeszłość, która była oczywiście fantastyczną przygodą, wspaniałą pracą, ale jak wszystko kiedyś musiała się skończyć. Wciąż mam w sobie jednak tę telewizyjną ciekawość. Oglądam telewizję, śledząc

ją inaczej niż zwykły widz, bardziej wnikliwie. Podziwiam to co dobre i smucę się, że jest tak dużo słabych programów. Lubię programy newsowe i publicystyczne bo lubię wiedzieć co dzieje się w kraju i na świecie. Ostatnio polubiłam seriale tj.: „House of Cards”, „Chirurgdzy”, „Skandal”.

Który z telewizyjnych programów (których była pani współautorką lub prowadzącą) wspomina pani z największym sentymentem i dlaczego?

– Każdy z robionych przeze mnie programów miał swój czas, ten telewizyjny i ten w moim życiu. Lubiłam program dla dzieci „5-10-15”. Miło wspomina „Czar Par”, który był jak na tamte czasy wielkim wyzwaniem, ogromnym przedsięwzięciem wymagającym dużo pracy mojej i zespołu. Z sentymentem wspomina oczywiście Studio 2. To były inne czasy, szara Polska..., starałam się więc tworzyć kolorowe, miłe dla oka i dowcipne programy.

Co jeszcze najchętniej ogląda pani w telewizji?

– Od rana oglądam stację TVN 24. Czasem poranne Dzień Dobry TVN. Oglądam nie tylko TVN. Lubię „Must be the music”, który od lat emituje Polsat.

Pani dzieci poszły w ślady rodziców i związały swoje życie zawodowe z mediami – czy odradzała im pani tę drogę?

– Naszym dzieciom nigdy niczego nie narzucaliśmy. Sami podejmowali decyzje. Niczego im nie podpowiadaliśmy i nie odradzaliśmy. Daliśmy im możliwość dobrego wykształcenia, nauki języków. Reszta to były ich wybory z których wraz z mężem jesteśmy bardzo dumni.

Prywatnie – jak pani lubi spędzać wolny czas?

– Lubię niedzielne rodzinne obiady, które co jakiś czas udaje nam się zorganizować w naszym domu. Zjeżdżają się wtedy wszyscy, jest wesoło i gwarno. Lubię jak są u nas wnuki i zostają potem na noc.

Gdyby miała pani wymienić trzy pani zdaniem najistotniejsze w życiu rzeczy to byłyby to?....

– Rodzina, miłość, zdrowie... ■

Ostatnia perspektywa z UE

Unijna perspektywa finansowa na lata 2014-2020 ruszyła na dobre.

Ogłoszone zostały już pierwsze nabory, m.in. w Programie Operacyjnym Inteligentny Rozwój oraz Polska Wschodnia. Pierwsze konkursy dla przedsiębiorców pojawiają się także w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych.

PAWEŁ IWANEK
Kierownik Zespołu
ds. Funduszy Europejskich
VARSOVIA CAPITAL S.A.

Pierwsze nabory pojawiają się w ramach Regionalnych Programów Operacyjnych. Województwa kończą pracę nad kluczowymi dokumentami, dzięki czemu możliwe jest ogłaszanie pierwszych konkursów skierowanych do przedsiębiorców. Konkursy zostały już ogłoszone m.in. w województwie wielkopolskim, które do 6 października br. przyjmowało wnioski do poddziałania 1.4.1 „Kompleksowe wsparcie rozwoju działalności przedsiębiorstw na rynkach zagranicznych dla przedsiębiorstw posiadających plan rozwoju eksportu. Działanie 1.4.1 pozwoli

sfinansować opracowanie nowych modeli biznesowych oraz wdrożenie Planu Rozwoju Eksportu. Przedsiębiorcy z sektora MŚP uzyskają wsparcie w wysokości do 85 proc. kosztów kwalifikowanych, które będzie mogło zostać przeznaczone na uczestnictwo w zagranicznych imprezach targowych oraz w misjach gospodarczych.

Przygotowania do swoich wniosków aplikacyjnych mogą rozpocząć podmioty lecznicze z woj. mazowieckiego posiadające kontrakt z NFZ, zainteresowane wsparciem na projekty z zakresu e-zdrowia. Od 30.09.2015 r. do 27.10.2015 r., w ramach mazowieckiego RPO, możliwe będzie pozyskanie dofinansowania na projekty dotyczące informatyzacji służby





Na największe wsparcie mogą liczyć przedsiębiorcy z najslabiej rozwiniętych regionów Polski Wschodniej tj.: woj. lubelskie, podkarpackie, podlaskie, warmińsko-mazurskie

zdrowia, ze szczególnym naciskiem na wdrożenie elektronicznej dokumentacji medycznej, dostosowującej działalność podmiotów leczniczych do znowelizowanych przepisów prawa oraz wprowadzeniu świadczenia usług on-line, takich jak np. rejestracja wizyt, elektroniczne skierowanie, elektroniczna recepta czy elektroniczny dostęp do dokumentacji medycznej. Całkowita alokacja wynosi 28 mln euro, a maksymalna wysokość wsparcia jednego projektu to 8 mln zł; wysokość dofinansowania będzie sięgała 80 proc. kosztów kwalifikowalnych.

Konkursy inwestycyjne w ramach regionalnych RPO już w IV kwartale

Najszybciej, bo już w IV kwartale 2015 r. po środki na projekty inwestycyjne sięgną przedsiębiorcy z woj. łódzkiego, śląskiego, dolnośląskiego, podkarpackiego, podlaskiego oraz wielkopolskiego. Wsparcie będzie można pozyskać na inwestycje w środki trwałe oraz wartości niematerialne i prawne przyczyniające się do rozwoju innowacyjności w mikro, małych oraz średnich przedsiębiorstwach. W przypadku tych działań, zgodność z regionalnymi inteligentnymi specjalizacjami nie jest obligatoryjna, jednak projekty zgodne z regionalnymi specjalizacjami będą lepiej punktowane, co zwiększy ich szanse na dofinansowanie. Warto zaznaczyć, że każde województwo indywidualnie dostosowuje zapisy dotyczące konieczności zgodności z inteligentnymi specjalizacjami, dlatego przed rozpoczęciem procesu aplikowania o środki warto zbadać, czy tematyka naszego projektu jest zgodna z inteligentnymi specjalizacjami danego regionu. Wysokość wsparcia w projektach inwestycyjnych ustalona została zgodnie z regionalną mapą pomocy regionalnej, a na poziom dofinansowania ma wpływ wielkość przedsiębiorstwa oraz poziom rozwoju województwa, w którym funkcjonuje firma. Na największe wsparcie mogą liczyć przedsiębiorcy z najslabiej rozwiniętych regionów Polski Wschodniej tj.: woj. lubelskie, podkarpackie, podlaskie, warmińsko-mazurskie – wsparcie do 70 proc. kosztów kwalifikowanych. O nieco mniejsze wsparcie, bo maksymalnie do 55 proc. kosztów kwalifikowanych, mogą aplikować przedsiębiorstwa z lubuskiego, łódzkiego, kujawsko-pomorskiego, świętokrzyskiego, małopolskiego, opolskiego, pomorskiego i zachodniopomorskiego. W woj. dolnośląskim, śląskim oraz wielkopolskim maksymalny poziom dofinansowania na projekty inwestycyjne ustalony został na poziomie 45 proc. kosztów kwalifikowalnych. Najbogatszy region Polski – Mazowsze, został podzielony

➔ na podregiony, z którego każdy ma inny maksymalny poziom wsparcia.

W podregionie obejmującym m.st. Warszawa do 31.01.2017 r. maksymalny poziom dofinansowania wyniesie 35 proc., po tej dacie już tylko 30 proc. W pozostałych podregionach Mazowsza maksymalny poziom wsparcia wynosi 55 proc. lub 40 proc. – w przypadku podregionu warszawsko-zachodniego. Warto wspomnieć, że z maksymalnego poziomu dofinansowania mogą skorzystać tylko mikro i mali przedsiębiorcy. W stosunku do średnich przedsiębiorstw maksymalny poziom wsparcia należy obniżyć o 10 proc., a dla dużych przedsiębiorstw o 20 proc.

Srodki na działania B + R już dostępne

Przedsiębiorcy poszukujący środków na sfinansowanie projektów B+R mogą już korzystać ze środków oferowanych w ramach Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój. Dużą popularnością wśród przedsiębiorców cieszą się prowadzone od maja tego roku nabory do działań 1.1.1 i 1.1.2. W ramach tych konkursów możliwa jest realizacja projektów obejmujących badania przemysłowe i/lub prace rozwojowe, które mają na celu wdrożenie nowych rozwiązań technologicznych lub nowych produktów czy usług – w przypadku działania 1.1.1. Alokacja na nabór w działaniu 1.1.1. trwającym do 31.12.2015 r. wynosi 1,6 mld zł, a jeden podmiot będzie mógł pozyskać dofinansowanie w maksymalnej wysokości 15 mln euro w przypadku tylko prac rozwojowych oraz 20 mln euro w przypadku prac przemysłowych. Wsparcie w ramach działania 1.1.2 obejmuje wyłącznie prace rozwojowe z uwzględnieniem wytworzenia instalacji demonstracyjnej. Przyznana alokacja na działanie wynosi 500 mln zł, a min. wartość projektu to 5 mln zł (mikro i małe przedsiębiorstwa) oraz 20 mln zł dla dużych przedsiębiorstw. Jedno przedsiębiorstwo w ramach jednego projektu będzie mogło uzyskać wsparcie maksymalnie w wysokości 15 mln euro.

Do końca roku trwa także nabór w ogłoszonym przez PARP działaniu 2.3.2 – „Bon na innowacje dla MŚP”. Dofinansowanie w ramach tego działania może zostać przeznaczone na realizację projektów obejmujących zakup od jednostki naukowej usługi, polegającej na opracowaniu nowego lub znacząco ulepszonego wyrobu, usługi, technologii produkcji lub nowego projektu wzorniczego. Kluczowymi kryteriami branymi pod uwagę podczas tego konkursu są zgodność z Krajowymi Inteligentnymi Specjalizacjami i stopień innowacyjności oraz gotowości wdrożeniowej rezultatów pro-

jektu. Całkowita alokacja w ogłoszonym konkursie wynosi ponad 46 mln zł, z czego 4,48 mln zł dla firm z woj. mazowieckiego. Maksymalny dopuszczalny poziom dofinansowania projektu wynosi 80 proc. wartości kosztów kwalifikowalnych projektu, w przypadku mikro lub małego przedsiębiorcy oraz 70 proc. wartości kosztów kwalifikowalnych projektu w przypadku średniego przedsiębiorcy, a dopuszczalna wartość projektu, ustalona została na poziomie od 60 000,00 zł do nawet 400 000,00 zł kosztów kwalifikowanych.

Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości ogłosiła także nabór do działania 3.2.1 „Badania na rynek”. W ramach konkursu trwającego do końca września 2015 r. do wykorzystania jest łącznie 500 mln zł, z czego ponad 49 mln zł dla firm z woj. mazowieckiego. Dofinansowanie może zostać przeznaczone na realizację projektów dotyczących wdrożenia wyników prac badawczo-rozwojowych przeprowadzonych przez Wnioskodawcę samodzielnie lub na jego zlecenie, prowadzących do wprowadzenia na rynek nowych bądź znacząco ulepszonych produktów (wyrobów lub usług). Szczególnie preferowane będą projekty, które uzyskały wsparcie w ramach działania 1.1.1 „Szybka Ścieżka”. Przedmiotem dofinansowania w ramach projektów mogą być także wydatki inwestycyjne, usługi doradcze lub eksperymentalne prace rozwojowe, jednakże wymogiem kluczowym jest zgodność projektu z Krajową Inteligentną Specjalizacją. Minimalna wartość kosztów kwalifikowanych w ramach działania 3.2.1. ustalona została na poziomie 10 mln zł, a maksymalna wynosi równowartość 50 mln Euro. Wysokość wsparcia na inwestycję ustalona została zgodnie z regionalną mapą pomocy regionalnej, a na poziom dofinansowania ma wpływ wielkość przedsiębiorstwa oraz poziom rozwoju województwa w którym funkcjonuje firma.

W ramach Programu Operacyjnego – Inteligentny Rozwój, Ministerstwo Gospodarki stworzyło możliwość wsparcia w zakresie tworzenia i rozwoju centrów badawczo-rozwojowych przedsiębiorców. Trwający do końca października nabór w działaniu 2.1 „Wsparcie inwestycji w infrastrukturę B+R przedsiębiorstw” pozwoli na sfinansowanie infrastruktury badawczej, która posłuży do realizacji zaplanowanej na etapie wniosku agendy badawczej, składającej się z orientacyjnego planu prac B+R i rezultatów, które powstaną w wyniku realizacji zaplanowanych prac, skupiając się w szczególności na innowacjach produktowych oraz procesowych. W ramach działania możliwy będzie zakup lub wy-

tworzenie wymaganej infrastruktury do prowadzenia prac B+R – zgodnie z mapą pomocy regionalnej (od 15 proc. do 70 proc. w zależności od wielkości firmy i miejsca realizacji projektu). Sfinansowane zostaną również prace rozwojowe, w tym m.in. koszty odpowiedniej wiedzy technicznej oraz koszty doradztwa i równorzędnych usług wykorzystywanych na potrzeby projektu – maksymalne wsparcie do 45 proc. kosztów kwalifikowanych. Minimalna wartość projektu wynosi 2 mln zł, całkowita alokacja konkursu wynosi aż 460 mln zł.

Polska Wschodnia szczególnie wspierana

Pierwsze nabory pojawiły się także w Programie Operacyjnym Polska Wschodnia. PARP ogłosił konkurs z działania 1.3.1. „Wdrażanie innowacji przez MŚP”. Program Polska Wschodnia charakteryzuje się tym, że dofinansowaniu będą podlegały projekty realizowane na terytorium co najmniej jednego województwa makroregionu Polski Wschodniej (woj. warmińsko - mazurskie, podlaskie, lubelskie, świętokrzyskie lub podkarpackie). Konkurs skierowany jest do przedsiębiorców z sektora MŚP, należących od co najmniej 6 miesięcy przed złożeniem wniosku o dofinansowanie do ponadregionalnego powiązania kooperacyjnego składającego z minimum 5 przedsiębiorców, z co najmniej 2 województw.

W ramach trwającego do końca października konkursu możliwe będzie pozyskanie wsparcia m.in. na nabycie nieruchomości czy nabycie albo wytworzenie środków trwałych. Minimalna wartość wydatków kwalifikowalnych wynosi 1 000 000 zł, a maksymalna wartość wydatków kwalifikowalnych wynosi 7 000 000 zł. Maksymalny poziom dofinansowania w tym działaniu wynosi 70 proc. kosztów kwalifikowanych, a w przypadku usług doradczych sięga 85 proc.

Oprócz opisanych powyżej typów działań, przedsiębiorcy w ramach 16 Regionalnych Programów Operacyjnych i 8 krajowych Programów Operacyjnych będą mogli uzyskać wsparcie na projekty związane m.in. ze zwiększeniem efektywności energetycznej, poprzez m.in. wdrażanie odnawialnych źródeł energii. Nie zabraknie również środków na działania „miękkie”, czyli szkolenia i inne formy podnoszenia kwalifikacji w przedsiębiorstwach. Nadal finansowane będą także projekty z dziedziny kultury, edukacji, zatrudnienia czy przeciwdziałania wykluczeniu społecznemu. ■



Bank Spółdzielczy
w Ostrowi Mazowieckiej
www.bsostrowmaz.pl Grupa BPS

Mistrzowski Bank nowe technologie

Bankowość
mobilna **mobiBS**



Biometria - wypłata
gotówki z bankomatu
bez karty i PIN



Mikołaj Radgowski

Brązowy Medalista Mistrzostw Europy
Katowice 2013



Michalina Chrobot

Mistrzyni Europy - Katowice 2013



Certyfikaty dla gmin przyznane

Dobiegły końca tegoroczne edycje programów certyfikacyjnych dla samorządów „Gmina Fair Play” i „Przyjazna Polska” prowadzonych przez Fundację „Instytut Badań nad Demokracją i Przedsiębiorstwem Prywatnym”.

OlgiERD STAŃCZAK

Wszyscy laureaci zostali powiadomieni o zdobyciu certyfikatu listownie, a uroczyste wręczenie dokumentu i podsumowanie obu programów zaplanowano na 23 października w hotelu Bristol w Warszawie.

Konkurs „Gmina Fair Play” – Certyfikowana Lokalizacja Inwestycji

W zakończonej XIV edycji konkursu certyfikat przyznano łącznie 17 gminom, w trzech z pięciu uwzględnionych w regulaminie kategorii: Miasteczko i Małe Miasto, Średnie Miasto oraz Wielofunkcyjna Gmina Wiejska.

Miano Złotej Lokalizacji Biznesu w tegorocznej edycji zdobyły Gmina Góra Kalwaria i Gmina Bełchatów. Złota statuetka - nagroda dla gminy, która w pięciu kolejnych edycjach uzyskała tytuł i certyfikat „Gmina Fair Play” – trafiła do Gminy Koźnice. Statuetki dla najlepszej gminy w danej kategorii otrzymały Tarczyn, Mszczonów i Lesznowola. Wyróżnieniami honorowymi mogą się pochwalić gminy Miasto Bełchatów i Kleszczewo.

Tytułem „Samorządowy Menedżer Roku” w 2015 roku uhonorowano wóldarzy Brwinowa, Tarczyna i Kleszczewa. Wyróżnienie to Kapituła Konkursu przyznaje osobom, które w sposób szczególnie angażują się w rozwój gminy.

Droga do sukcesu

Samorzady ubiegające się o certyfikat „Gmina Fair Play” muszą przejść dwuetapową weryfikację. W pierwszym etapie wypełniają ankietę o działalności gminy. Jest ona oceniana, a gminy, które uzyskają wymaganą liczbę punktów, przechodzą dalej. Drugi etap to audyty przeprowadzane w gminach. Audytorzy weryfikują zgodność zawartych w ankietach deklaracji ze stanem faktycznym. Spotykają się też z inwestorami prowadzącymi działalność na terenie gminy, by poznać ich opinię o warunkach do rozwoju biznesu. Ponadto w tym etapie prowadzone jest badanie telefoniczne losowo wybranych inwestorów i przedsiębiorców działających na terenie uczestniczących w programie gmin. Na podstawie wyników audytu oraz badania telefonicznego powstaje raport bench-

markingowy, który jest dla gminy źródłem wielu cennych informacji o jej kondycji.

Wyniki obu etapów podsumowuje Komisja Konkursowa, która przygotowuje rekomendacje dla Kapituły Konkursu. Ostateczne decyzje o przyznaniu certyfikatów oraz nagród i wyróżnień podejmuje Kapituła.

Wszyscy Laureaci są wpisywani do internetowej bazy gmin przyjaznych dla inwestorów. Informacje o bazie co roku przekazywane są do władz regionalnych, instytucji otoczenia biznesu i mediów.

Program Promocji Polskich Samorządów „Przyjazna Polska”

Certyfikację w ramach Programu „Przyjazna Polska” wyróżnia różnorodność kategorii, w których gminy mogą się zaprezentować. W tym roku wyłoniono 11 Laureatów, którzy poza certyfikatem ogólnym, zdobyli laury w certyfikacji tematycznej w 5 z 9 regulaminowych kategorii: Certyfikowana Lokalizacja Biznesu, Dobre Miejsce Zamieszkania, Kraina Historii i Kultury, eGmina, Gmina z Tradycją.

Laureaci

Laureaci Programu to gminy, które mimo pewnych niedostatków potrafią określić swoje mocne strony i umiejętnie wykorzystywać je do rozwoju. Nagrody główne programu, dla gmin szczególnie wyróżniających się w swojej kategorii, w tym roku otrzymały gminy Lesznowola, Jarosław i Tryńcza. Wyróżnienie Kapituła Programu przyznała zaś gminie Sędziszów Małopolski.

Po raz pierwszy w Programie przyznano certyfikat dla eGminy, który zdobyła Gmina Belchatów. Kategoria ta przeznaczona jest dla samorządów, które walczą z wykluczeniem cyfrowym, prowadzą edukację informatyczną i wykorzystują narzędzia elektroniczne w codziennej obsłudze interesantów.

Zasady weryfikacji

Proces certyfikacji w Programie „Przyjazna Polska” prowadzony jest w dwóch etapach. W pierwszym gminy wypełniają ankietę certyfikacji ogólnej oraz ankietę tematyczną, jeśli chcą przystąpić do certyfikacji w wybranej kategorii. Komisja Programu weryfikuje i ocenia ankietę, a w gminach, które uzyskały ocenę pozytywną, przeprowadzane są audyty. Podczas wizyty w gminie audytor weryfikuje zgodność informacji podanych w ankietach ze stanem faktycznym. Na podstawie ocen ankiet i wyników audytów Komisja Programu przygotowuje rekomendacje dotyczące przyznania poszczególnych certyfikatów. Ostateczne decyzje podejmuje Kapituła Konkursu.

Szczegóły programów
na www.fairplay.pl

Konkurs „Gmina Fair Play” – Certyfikowana Lokalizacja Inwestycji 2015

NAGRODA GŁÓWNA - STATUETKA

- Gmina Lesznowola, mazowieckie, *Wielofunkcyjna Gmina Wiejska*
- Gmina Mszczonów, mazowieckie, *Miasteczko i Małe Miasto*
- Gmina Tarczyn, mazowieckie, *Miasteczko i Małe Miasto*

WYRÓŻNIENIE

- Miasto Belchatów, łódzkie, *Średnie Miasto*
- Gmina Błonie, mazowieckie, *Średnie Miasto*
- Gmina Kleszczewo, wielkopolskie, *Wielofunkcyjna Gmina Wiejska*

ZŁOTA STATUETKA

- Gmina Kozienice, mazowieckie, *Średnie Miasto*

ZŁOTA LOKALIZACJA BIZNESU

- Gmina Belchatów, łódzkie, *Wielofunkcyjna Gmina Wiejska*
- Gmina Góra Kalwaria, mazowieckie, *Miasteczko i Małe Miasto*

SAMORZĄDOWY MENEDŻER ROKU 2015

- Pani Barbara Galicz
– Burmistrz Gminy Tarczyn
- Pan Arkadiusz Kosiński
– Burmistrz Gminy Brwinów
- Pan Bogdan Kemnitz
– Wójt Gminy Kleszczewo

POZOSTALI LAUREACI

Miasteczko i Małe Miasto

- Gmina Brwinów, mazowieckie
- Gmina Międzyzlesie, dolnośląskie

Wielofunkcyjna Gmina Wiejska

- Gmina Dywity, warmińsko-mazurskie
- Gmina Kaczory, wielkopolskie
- Gmina Płużnica, kujawsko-pomorskie
- Gmina Strzałkowo, wielkopolskie
- Gmina Tryńcza, podkarpackie
- Gmina Żelazków, wielkopolskie

Program Promocji Polskich Samorządów „Przyjazna Polska” 2015

*wszyscy Laureaci uzyskali certyfikat ogólny

Dobre Miejsce Zamieszkania

- Gmina Grębocice, dolnośląskie
- Gmina Haczów, podkarpackie
- Gmina Jarosław, podkarpackie – Statuetka
- Gmina Lesznowola, mazowieckie – Statuetka
- Gmina Tarczyn, mazowieckie
- Gmina Tryńcza, podkarpackie – Statuetka

Gmina z Tradycją

- Gmina Gać, podkarpackie
- Gmina Góra Kalwaria, mazowieckie

Certyfikowana Lokalizacja Biznesu

- Gmina Sędziszów Małopolski, podkarpackie - wyróżnienie

Kraina Historii i Kultury

- Gmina Zarszyn, podkarpackie

eGmina

- Gmina Belchatów, łódzkie

Korzyści – „Gmina Fair Play”

- budowa i wzmocnienie wizerunku gminy jako przyjaznej inwestorom,
- nawiązywanie nowych kontaktów biznesowych, m.in. dzięki prezentowaniu gmin Laureatom Programu „Przedsiębiorstwo Fair Play”,
- uzyskanie argumentów ostatniego rzędu w negocjacjach z inwestorami (np. gmina jest najlepiej oceniana pod względem szybkości obsługi inwestorów w danej grupie gmin),
- potwierdzenie przez niezależną instytucję, że gmina spełnia wysokie standardy i działa z korzyścią dla inwestorów, przedsiębiorców i mieszkańców,
- niezależna ocena gminy ujęta w raport benchmarkingowy, zawierający wskazówki, co działa w gminie dobrze, a nad czym należy popracować,
- promocja w Polsce i za granicą wśród potencjalnych inwestorów, przedsiębiorców, instytucji i organizacji biznesowych i samorządowych,
- promocja w mediach i na wydarzeniach branżowych.

Korzyści – „Przyjazna Polska”

- uwiarygodnienie gminy jako miejsca dobrego dla biznesu, mieszkańców i turystów, dbającego o rozwój społeczności lokalnej, pamięć historyczną i kulturę regionu,
- możliwość przyciągnięcia nowych inwestycji,
- potwierdzenie profesjonalnego podejścia do zarządzania,
- możliwość wykazania różnorodnych kompetencji w 9 zakresach tematycznych,
- szeroka promocja gminy na forum krajowym i zagranicznym oraz w mediach,
- nawiązywanie nowych kontaktów biznesowych, m.in. dzięki prezentowaniu gmin Laureatom Programu „Przedsiębiorstwo Fair Play”.



O Hiszpanii i stosunkach gospodarczych z Polską

Polska jest postrzegana przez Hiszpanię jako strategiczny partner handlowy, i zajmuje czołową pozycję wśród nowych państw członkowskich UE. Hiszpania w 2013 roku była 10. partnerem handlowym Polski w eksporcie wśród państw UE i 8. pod względem importu.

W 2013 r. udało się przywrócić nadwyżkę w wymianie handlowej z Hiszpanią, Polska zanotowała dodatnie saldo (81,63 mln euro). Polski eksport wyniósł 3.447,04 mln euro i był wyższy o 20,7 proc. w porównaniu z rokiem 2012, a import zwiększył się o 8,3 proc. i wyniósł 3.365,42 mln euro.

Jakich produktów potrzeba w Hiszpanii?

W sektorze spożywczym istnieje potencjał dla eksportu polskich mrożonek warzywno-owocowych, soków owocowych oraz dla przetworów w szerokim zakresie. Wysoki popyt jest również na mięso wołowe wysokiej jakości. Popyt w tej branży przewyższa podaż, a mięso wołowe sprowadzane jest do Hiszpanii głównie z państw Europy Zachodniej. Również wyroby mleczarskie mają możliwości rozwoju na rynku hiszpańskim.

Potencjalnymi klientami polskich producentów żywności mogą być duże firmy zaopatrujące hiszpańskie restauracje, hotele i duże sieci handlowe, które na polskim rynku poszukują produktów konkurencyjnych cenowo wobec rodzimych towarów.

Możliwość polskim producentom stwarza również hiszpańska branża meblowa. Polska znajduje się na 6. miejscu wśród dostawców mebli do Hiszpanii, a wartość importu z naszego kraju wyniosła w 2011 r. około 153 mln euro. Polskie meble są cenione przez Hiszpanów. Zamknięcie w Hiszpanii wielu fabryk zaopatrujących ten segment rynku spowodowało, że powstała luka, którą mogą wypełnić polscy producenci.

Coraz większym uznaniem na rynku hiszpańskim cieszą się polskie jachty. Mimo odczuwalnych skutków kryzysu gospodarczego, w Hiszpanii wciąż jest wysoki popyt na dobra luksusowe.

Polscy inwestorzy wykazują coraz większe zainteresowanie rynkiem hiszpańskim, ale inwestycje polskich przedsiębiorstw w Hiszpanii wciąż są stosunkowo niewielkie. W 2013 r. wartość polskich inwestycji (BIZ) wyniosła tam 32,8 mln euro.

Dotychczas polskie firmy inwestowały głównie w sektorze chemicznym, motoryzacyjnym i usługach IT. Wśród polskich inwestorów są: X-TRADE BROKERS (dom maklerski), SELENA Co S.A. (chemia budowlana), ASSECO POLAND S.A (IT), BORYSZEW S.A. (motoryzacja), AMREST (restauracje/fast food), POINT A (systemy ochrony), MERCOR (systemy przeciwpożarowe), AMICA (AGD), COMARCH (IT).

Co mówią eksperci?

– Hiszpania jest blisko pierwszej 10-tki naszych odbiorców od wielu lat, choć w ostatnich latach wymiana handlowa

między Polską a Półwyspem Iberyjskim była mniejsza. Teraz na Półwyspie Iberyjskim widać gospodarczą odwilż, a to jest bardzo dobra informacja dla naszych eksporterów – mówi Robert Antczak, odpowiedzialny za rozwój Biznesu Międzynarodowego w Banku Zachodnim WBK.

Ekonomiści Banku Zachodniego WBK dodają, że odbicie w hiszpańskiej gospodarce w 2014 r. było szybsze niż tego oczekiwano, zwłaszcza jeśli chodzi o konsumpcję prywatną. – W 2015 r. spodziewamy się kontynuacji poprawy sytuacji gospodarczej na Półwyspie Iberyjskim. Naszym zdaniem konsumpcja w Hiszpanii zwiększy się o ok. 2 proc. w 2014 i 2015 r. Konsekwentnie poprawia się sytuacja hiszpańskiego rynku pracy i o ile bezrobocie jest wciąż wysokie, to spada w szybszym tempie – prognozuje Marcin Luziński, ekonomista Banku Zachodniego WBK.

Udział Hiszpanii w polskim eksporcie to obecnie 2,4 proc., przy czym jest on większy niż udział USA czy Ukrainy. Hiszpania to piąty pod względem liczby ludności kraj w Unii Europejskiej, a więc potencjalnie jeden z największych rynków dla naszych eksporterów. Potencjał rynku hiszpańskiego oceniam przynajmniej na pierwszą piątkę odbiorców naszych towarów i usług. Dla Banku Zachodniego WBK rynek Półwyspu Iberyjskiego jest szczególnie istotny ze względu na przynależność do Grupy Santander. Wszyscy nasi klienci, którzy chcą się rozwijać w tamtej części Europy, mają ułatwione zadanie – mówi Robert Antczak i wskazuje jednocześnie, że szansę ekspansji na rynku hiszpańskim ma bardzo wiele polskich branż. Świetnie radzą sobie eksporterzy zbóż (głównie pszenicy i żyta), leków, kosmetyków i chemikaliów przemysłowych oraz np. wyrobów z kauczuku (w tym opon). Hiszpania jest też ważnym rynkiem dla branży motoryzacyjnej i mięsnej, jak również artykułów AGD i RTV oraz mebli.

Specjaliści Banku Zachodniego WBK zwracają również uwagę na dodatkowy potencjał współpracy z Hiszpanią: z oczywistych powodów, takich jak powiązania historyczne i tradycje handlowe oraz wspólny język, Półwysp Iberyjski ma doskonałe warunki rozwoju współpracy z Ameryką Łacińską.

– Jeśli polska firma zdecyduje się na obecność w Hiszpanii i zainwestuje w budowanie tam swojej pozycji, to drugi krok – wejście do Ameryki Łacińskiej – staje się o wiele łatwiejszy. Jest to trafna strategia, bo kraje Ameryki Południowej i Środkowej mają olbrzymi potencjał. Polskie firmy mogą skorzystać na połączeniu sił z hiszpańskimi przedsiębiorstwami – podkreśla Piotr Dylak, Dyrektor Zespołu Finansowania Handlu w Banku Zachodnim WBK.

Biznes i wakacje

Costa del Sol to słoneczne wybrzeże południowej Hiszpanii, gdzie słońce gości niemal w każdym zakątku przyciąga turystów przez cały rok, pomimo, że upalny sezon turystyczny trwa od kwietnia do listopada. Znajduje się tu wiele znanych kąpielisk morskich: Marbella, Torremolinos, Benalmadena, Malaga, oraz porty Estepony, Puerto Banus i Malagi.

Na znacznej części długości (ok. 180 km) wybrzeża znajdują się zabudowania – hotele, ośrodki wypoczynkowe, rezydencje. Plaże są w dużym procencie kamieniste, część wybrzeża skalista, choć można również spotkać dobrze utrzymane, piaszczyste plaże.

Malaga to miejsce narodzin Pabla Picassa, więc można by ją nazwać kolebką kubizmu. Założona w XVIII wieku przez Fenicjan, jest jednym z najstarszych miast na świecie. Nikogo nie zdziwi stwierdzenie, że Malaga to miasto sztuki. Można tu zobaczyć wystawy dzieł wykonanych ze szkła i stali, pokazy samochodów, współczesne instalacje oraz, co oczywiste, dzieła Picassa.

Jeśli chodzi o andaluzyjskie parki technologiczne, najbardziej rozpoznawalnym obecnie także na świecie ośrodkiem jest Park Technologiczny Andaluzji. Mieści się w Maladze i rozpoczął funkcjonowanie w 1992 roku. PTA leży na obrzeżach miasta, w pobliżu kampusu uniwersyteckiego i lotniska. Do jego infrastruktury należy lądowisko dla helikopterów i hotel, zaś z Madrytem łączy go szybka kolej hiszpańska AVE. Na jego terenie działa ponad 600 przedsiębiorstw, przede wszystkim z branży informatycznej i telekomunikacyjnej, medycznej i kosmetycznej. W swoich założeniach miał on, dzięki wykorzystaniu naukowego i przemysłowego potencjału Malagi i całej Andaluzji, stymulować rozwój przedsiębiorstw opartych na zaawansowanych technologiach. Jego działania polegają obecnie m. in. na tworzeniu infrastruktury dla prowadzenia działalności gospodarczej, promowaniu firm, zwłaszcza małych i średnich, wykorzystujących nowoczesne technologie, komercjalizowaniu wyników badań naukowych, pozyskiwaniu inwestorów zagranicznych, podnoszeniu kwalifikacji przedsiębiorców czy współpracowaniu z krajowymi i zagranicznymi ośrodkami proinnowacyjnymi. PTA opracował własny model wspierania rozwoju przedsiębiorstw, składający się z etapów preinkubacji, inkubacji, gniazd, kontenerów i parceli. Pierwszy z nich rozpoczyna się od przygotowania przez przyszłych przedsiębiorców biznesplanu, a kończy się otwarciem działalności gospodarczej. Drugi polega na wspieraniu firm na wczesnym etapie rozwoju, m. in. poprzez ułatwienie dostępu do nieruchomości (wynajem powierzchni biurowych po preferencyjnych stawkach).

Źródło: Ministerstwo Gospodarki, Bank Zachodni WBK, Hiszpańsko Polska Izba Handlowa, Bank Światowy, DataInVex, Hiszpańskie Ministerstwo Gospodarki i Konkurencyjności, MSZ, NBP, PARP.

W polskim eksporcie do Hiszpanii, pod względem wartości sprzedanych towarów (do sierpnia 2014 r.), dominowały:

- maszyny i urządzenia mechaniczne, sprzęt elektryczny i ich części
- wyroby przemysłu chemicznego i przemysłów pokrewnych
- pojazdy i jednostki pływające
- tworzywa sztuczne i wyroby z nich, kauczuk i wyroby z kauczuku
- metale nieszlachetne i wyroby z nich
- artykuły rolno-spożywcze (głównie mięso i nabiał)
- wyroby różne (głównie meble i zabawki)

Niszą rynkową dla polskich przedsiębiorców mogą być branże:

- moda polska (odzież, wyroby jubilerskie, design),
- sektor usług prozdrowotnych,
- kosmetyczna i perfumeria
- spożywcza
- meblowa
- budowlana i robót wykończeniowych specjalistycznych,
- jachtowa
- IT/ICT
- sprzętu medycznego
- sektor kapitałowy
- nieruchomości



CÁMARA DE COMERCIO | HISZPAŃSKO-POLSKA
HISPANO-POLACA | IZBA HANDLOWA

zapraszają na:

Misję Gospodarczą do Hiszpanii

W dniach od 22 do 27 stycznia 2016 r.

Klub Integracji Europejskiej, przy współpracy z Hiszpańsko-Polską Izbą Handlową w Hiszpanii, organizuje wyjazd misji gospodarczej ogólnobranżowej do Malagi, Marbelli i Gibraltaru.

W programie m.in. seminarium biznesowe · spotkania B2B · zwiedzanie i spotkania: Park Technologiczny Andaluzji, Izba Handlowa w Maladze, Muzeum Thyssen, Muzeum Picasso, Puerto Banus, Beach Club Trocadero Sotogrande, Urząd miasta Marbelli.

Zapewniamy

zakwaterowanie i wyżywienie · kompleksową obsługę logistyczną · opracowanie strategii spotkań z potencjalnymi partnerami · usługi tłumaczeniowe · transport

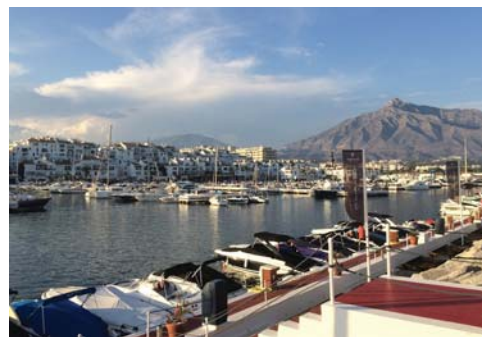
Zapraszamy do uczestnictwa!



Kontakt:

Barbara Jończyk
Klub Integracji Europejskiej
Biuro Współpracy z Zagranicą

kom 501243876
e-mail: bjonczyk@efp.biz.pl



V edycja targów China Expo Poland 2015

W dniach 17–19 września br. odbyła się V edycja Targów China Expo Poland 2015, impreza miała miejsce na terenie Centrum Targowo-Kongresowego MT Polska. Wydarzenie patronatem honorowym objęły: Ambasada Chińskiej Republiki Ludowej w Polsce, Krajowa Izba Gospodarcza, Polska Agencja Informacji i Inwestycji Zagranicznych, Stowarzyszenie Eksporterów Polskich, Związek Banków Polskich.



OlGIERD STAŃCZAK

Wystawcy z Chin, biorący udział w targach, zaprezentowali produkty z różnych branż. Wydarzenie miało, jak zawsze charakter biznesowy i informacyjny. Targom towarzyszył bogaty program konferencyjny. Zaprezentowano zagadnienia z zakresu współpracy polsko-chińskiej. Przedstawiona podczas prelekcji praktyczna wiedza, pomogła uczestnikom w interpretacji różnic kulturowych oraz zwróciła uwagę na istotne aspekty w kontaktach z kontrahentami z Państw Środka, związany z importem międzykontynentalnym.

Organizatorzy już przygotowują przyszłoroczną edycję, która odbędzie się w dniach 15–17.09.2016 r.

Planowana jest rekordowa liczba wystawców z Państwa Środka, a w ramach wydarzeń towarzyszących targom szereg konferencji wraz forum inwestycyjne Polska – Chiny. ■



Spółka „cywilna” – charakterystyka stosunku prawnego

czyli czym jest i co każdy przedsiębiorca
powinien o niej wiedzieć



AGATA REWERSKA
PARTNER ZARZĄDZAJĄCY
KANCELARIA Ad EXEMPLUM

Każdy z nas prowadząc działalność gospodarczą zamierza osiągnąć określony cel gospodarczy, którym najczęściej jest korzyść majątkowa. W celu osiągnięcia tej korzyści podejmujemy określone działania, szukamy kontrahentów, negocjujemy stawki, uzgadniamy terminy i podpisujemy umowy. Nasze cele możemy realizować także w różnych formach organizacyjnych – możemy zatem prowadzić działalność gospodarczą, spółkę jawną, partnerską, komandytową, akcyjno-komandytową, akcyjną czy w końcu najbardziej popularną – spółkę z ograniczoną odpowiedzialnością. Możemy także dążyć do osiągnięcia zysku podejmując współpracę z innym przedsiębiorcą – jedną z form tej współpracy jest właśnie „spółka”. Nazwa „spółka cywilna” jest powszechnie używanym określeniem umowy o współ-

pracę pomiędzy przedsiębiorcami, która zgodnie z kodeksem cywilnym nazywa się „spółką” (art. 860 KC). Drugi człon nazwy – potoczny, czyli „cywilna”, pochodzi od rodzaju kodeksu, którego przepisy normują spółkę, jako umowę. Chcąc zatem rozpocząć wspólne dążenie do osiągnięcia zamierzonego celu gospodarczego, co powinniśmy wiedzieć o umowie spółki, którą chcemy zawrzeć?

Umowa o współpracy

Umowa powszechnie zwana spółką cywilną jest umową zawieraną wyłącznie pomiędzy przedsiębiorcami (wspólnicy, spółnicy) i jest umową o charakterze umowy o współpracę. Wspólnicy, zawierając umowę spółki muszą jasno sprecyzować cel gospodarczy, jaki chcą osiągnąć i wskazać sposoby działania, które pozwolą im na osiągnięcie tego celu. Zobowiązani są zatem oznaczyć działania, jakie będą podejmować, aby realizacja celu się powiodła. Jedną z form oznaczonego działania jest oczywiście wniesienie wkładów. Warto jednak pamiętać, że wkład wspólnika może polegać na wniesieniu do spółki własności lub innych praw albo na świadczeniu usług – nie każdy zatem, planując zawarcie umowy spółki, musi wносить do niej pieniądze w ramach oznaczonego działania. Cechą wyróżniającą umowę spółki od innych umów o współpracę jest to, że w mocy samego prawa wkłady wniesione do spółki stanowią jej majątek odrębny. Niejednokrotnie spółka cywilna porównywana jest pod tym kątem do małżeństwa, i ciężko się z tym porównaniem nie zgodzić. Poprzez wniesienie wkładów wyodrębnia się bowiem oddzielny majątek – majątek spółki. Zarząd tym majątkiem jest powierzony wszystkim wspólnikom łącznie, zaś żaden z nich nie może rozporządzać udziałem we wspólnym majątku wspólników, ani udziałem w poszczególnych składnikach tego majątku. Do tego, także w czasie trwania umowy

**Niejednokroć
spółka cywilna
porównywana jest
do małżeństwa
i ciężko się z tym
porównaniem
nie zgodzić**

spółki, wspólnik nie może domagać się podziału wspólnego majątku spółki.

Bez osobowości prawnej

Konsekwencją stworzenia oddzielnego, nowego majątku jest oczywiście konieczność posiadania przez spółkę oddzielnego numeru NIP i REGON. Ważne natomiast jest to, że spółka (jako umowa) nie posiada odrębnej osobowości prawnej, zatem pozywani muszą być jej wspólnicy, a nie sama spółka. W czasie trwania umowy spółki, wierzyciel wspólnika nie może jednak żądać zaspokojenia z udziału tego wspólnika we wspólnym majątku spółki, ani udziału w poszczególnych składnikach tego majątku. Do prowadzenia spraw spółki, czyli dążenia do osiągnięcia wspólnego celu gospodarczego, każdy wspólnik jest



tak samo uprawniony, jak i zobowiązany. Oczywiście, umowa spółki bądź uchwała wspólników może wprowadzać ograniczenia tej swobody prowadzenia spraw spółki dla poszczególnych wspólników, niemniej czynność nagłą, której zaniechanie mogłoby narazić spółkę niepowetowane straty, może wykonać każdy ze wspólników, w każdym czasie, bez uprzedniej uchwały wspólników spółki. Kolejną ważną kwestią dotyczącą prowadzenia spraw spółki jest pamiętanie, że wspólnicy odpowiadają za zobowiązania spółki solidarnie. Kończąc ten ramowy opis spółki cywilnej podkreślić jeszcze należy, że przy zawieraniu umów, w komparcji po stronie spółki trzeba wskazać nie spółkę, lecz wszystkich wspólników, ponieważ to oni de facto są stroną tej czynności prawnej. ■

Agata Rewerska

radca prawny od 2003 roku. Od tego czasu też prowadzi Kancelarię Prawną (obecnie pod nazwą) AD EXEMPLUM. Absolwentka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Warszawskiego oraz studiów podyplomowych na Cambridge University, University of Florida, Wyższej Szkoły Zarządzania i Finansów oraz Uniwersytetu Jagiellońskiego. W latach 2004-2005 partner w dużej niemieckiej kancelarii odpowiedzialna za dział prawa procesowego i prawa pracy. W latach 2005-2006 radca prawny w Europejskim Trybunale Praw Człowieka w Strasburgu. W latach 2006-2010 wykładowca zasad etyki i wykonywania zawodu na aplikacji radcowskiej w Warszawie. Od 2011 roku prowadzi własną Szkołę Prawa Procesowego AD EXEMPLUM oferującą szkolenia dla osób przygotowujących się do egzaminów radcowskich i adwokackich oraz organizującą szkolenia zawodowe dla prawników i prawnicze dla przedsiębiorców. Od 2012 roku prowadzi prywatne wydawnictwo naukowo-prawnicze AD EXEMPLUM wydające praktyczne komentarze i pozycje książkowe dla praktyków. Autorka publikacji i pozycji książkowych dotyczących procedury cywilnej, zasad konstruowania umów i opinii prawnych. Od 2014 roku wpisana na listę adwokatów przy ORA w Warszawie oraz wykładowca na aplikacji notarialnej. Specjalizuje się w prawie spółek, kontraktach, własności intelektualnej oraz prowadzeniu postępowań sądowych.

Aktualny stan prawny dotyczący wydawania zarządowi wiążących poleceń w zakresie prowadzenia spraw spółki



W świetle dyskusji jaka została podjęta w środowisku prawa kapitałowego na temat roli komitetu audytu w ramach Rady Nadzorczej, także w kontekście odpowiedzialności członków Rady, chcemy pokazać aktualny stan prawny. Zaczynamy cykl artykułów od powołania regulacji dotyczących relacji pomiędzy Zarządem a Radą Nadzorczą. Zapowiadane zmiany przepisów prawa, wynikające z implementacji Dyrektywy Parlamentu Europejskiego 2014/56/UE oraz Rozporządzenia 537/2014 Parlamentu Europejskiego i Komisji Europejskiej, mogą doprowadzić do nowych relacji w ramach zarządzania i nadzoru.



Mariola Więckowska

RADCA PRAWNY, PARTNER

KANCELARIA CSW WIĘCKOWSKA I PARTNERZY

Jak *expressis verbis* wynika z treści art. 375¹ KSH, walne zgromadzenie i rada nadzorcza nie mogą wydawać zarządowi wiążących poleceń dotyczących prowadzenia spraw spółki.

W niniejszym opracowaniu przedstawiamy wnioski i tezy płynące z doktryny oraz orzecznictwa, które dotyczą przedmiotowego zagadnienia.

Jak píše prof. A. Kidyba (MOP rok 2004 numer 7, Nowelizacja Kodeksu spółek handlowych. Cz. I. – zmiany w przepisach ogólnych, w spółkach osobowych i w spółce z o.o., Prof. dr hab. Andrzej Kidyba), „zarząd jako organ uprawniony i zobowiązany do prowadzenia spraw spółki ponosi odpowiedzialność za podejmowane czynności. Na gruncie KSH nie jest możliwe oderwanie kompetencji zarządzających od odpowiedzialności za dokonane czynności. Tym bardziej nie powinna istnieć możliwość wpływania na proces zarządzania (w kontekście prowadzenia spraw spółki) przez innych uczestników spółki bez ponoszenia przez nich odpowiedzialności.”

Ponadto jak wynika z powyższego opracowania, „do istoty spółek akcyjnych należy ściśle powiązanie podejmowania decyzji w zakresie prowadzenia spraw z ponoszeniem odpowiedzialności za powzięte czynności, a generalnie tylko zarząd może ponosić odpowiedzialność za swoje działania lub zaniechania w ramach prowadzenia spraw spółki”. Prof. A. Kidyba wskazuje także, że „rozważając możliwość oddziaływania organów właścicielskich lub wspólników na czynności zarządcze, możliwe jest podejmowanie decyzji strategicznych dotyczących funkcjonowania spółki na walnym zgromadzeniu, jeżeli klu-

czowe kwestie nie zostały rozstrzygnięte w statucie spółki oraz, że można także rozważyć umieszczanie pewnych postanowień uszczegółwiających kompetencje w regulaminach organów spółki, ale pamiętając o «trójpodziale organów» w spółkach akcyjnych”.

Ponadto, w komentarzu do art. 375¹ Kodeksu spółek handlowych (stan na 30 stycznia 2012 roku) prof. A. Kidyba stwierdza, iż „nie może (...) dochodzić do oderwania kompetencji zarządzających od odpowiedzialności, jak również nie może być tworzona możliwość wpływania na proces zarządzania przez innych uczestników spółki (...) Tylko zarząd może ponosić odpowiedzialność za swoje działania, ewentualnie zaniechania, gdy powinien brać w tym udział lub nie zapobiegł określonym skutkom.” Autor komentarza zauważa również, że taka sytuacja prawna „nie może (...) oznaczać, że wspólnicy są w ogóle pozbawieni możliwości oddziaływania na proces zarządzania. W toku podejmowanych uchwał mogą starać się odpowiednio kształtować kierunki funkcjonowania spółki. Kierunki te mogą być również ukształtowane w statucie spółki. Nie może to być jednak oddziaływanie na bieżące funkcjonowanie.” Trzeba też mieć na uwadze, że „z art. 375¹ wynika wyraźny nakaz oddzielenia kompetencji nadzor-

ływania na aktywność zarządu, ale nie w formie wiążącej, gdyż w takim przypadku powstałby problem, kogo należy obarczyć odpowiedzialnością za podjęte decyzje. W sytuacji przyjętego przez kodeks spółek handlowych osłabionego wpływu rady nadzorczej, walnego zgromadzenia i samych akcjonariuszy na zarząd, struktura spółki zyskuje klarowny układ kompetencyjny (...) Należy jednak pamiętać, że brak uwzględnienia sugestii rady nadzorczej czy też dominującego akcjonariusza może skutkować w praktyce odpowiedzialnością organizacyjną polegającą na zawieszeniu w czynnościach, odwołaniu z pełnionej funkcji, ewentualnie wnioskiem do organu lub osób odwołujących o odwołanie z pełnionej funkcji”.

Jak wskazuje prof. A. Strzępka (Kodeks spółek handlowych. Komentarz do art. 375[1] KSH, rok wydania: 2012, C. H. Beck, wydanie 5.) „walne zgromadzenie i rada nadzorcza przy wykonywaniu swoich obowiązków mogą zatem wydawać opinie, oceniać działalność spółki i zarządu, postulować dokonanie określonych zmian czy podjęcie różnych działań, ale nie mogą nakazać zarządowi podjęcia określonych czynności. Gdyby nawet uchwały walnego zgromadzenia czy rady nadzorczej wskazywały na potrzebę podjęcia określonych działań lub doko-

Zarząd jako organ uprawniony i zobowiązany do prowadzenia spraw spółki ponosi odpowiedzialność za podejmowane czynności

czych lub «właścicielskich» (prerogatywy akcjonariuszy działających jako walne zgromadzenie) od zarządzania. Rada nadzorcza ani walne zgromadzenie (a już w szczególności, choć nie wynika to literalnego brzmienia przepisu, pojedynczy akcjonariusze – choćby dominujący) nie są uprawnieni do wydawania poleceń, które wiązałyby członków zarządu przy prowadzeniu spraw spółki.”

Na koniec prof. A. Kidyba w Komentarzu do art. 375¹ Kodeksu spółek handlowych stwierdza, że „wspomniany zakaz wydawania wiążących poleceń zarządowi dotyczy sfery zarządzania i ma (...) swoje uzasadnienie. Zarząd jest organem podejmującym decyzje, jego członkowie ponoszą za skutki tych decyzji odpowiedzialność. W związku z tym organ uprawniony do nadzorowania lub też gremium właścicielskie (walne zgromadzenie akcjonariuszy) ma prawo oddzia-

łania czynności (czy też je zalecały), to kwestia, czy zostaną one podjęte, zależy od uznania zarządu.”

Warto w tym miejscu przywołać wyrok Sądu Najwyższego z 3 listopada 2009 r. (sygn. akt: II CSK 181/09). Sąd Najwyższy wskazał, że walne zgromadzenie spółki akcyjnej, narzucając zarządowi obowiązek zawarcia umowy o świadczenie usług nadzoru z przewodniczącym rady nadzorczej, ewentualnie zobowiązując zarząd do określenia w umowie i wypłacania wynagrodzenia w wysokości ustalonej przez walne zgromadzenie, narusza określony w art. 375¹ KSH zakaz wydawania wiążących poleceń dotyczących prowadzenia spraw spółki.

Warto także zwrócić uwagę na twierdzenia J. Bieniaka (Kodeks spółek handlowych. Komentarz do art. 375[1] KSH, Jacek Bieniak, dr Michał Bieniak, dr Grzegorz Nita-Jagielski, dr Krzysztof

➔ Oplustil, Robert Pabis, dr Anna Rachwał, dr Marcin Spyra, dr Grzegorz Suliński, dr Marcin Tofel, dr hab. Robert Zawłocki, rok wydania: 2011, wydawnictwo: C.H. Beck, wydanie: 1), który wskazuje, że „użyte w art. 375¹ KSH sformułowanie «prowadzenie spraw spółki» wyraźnie wskazuje, że zawarte w tym przepisie ograniczenie dotyczy sfery wewnętrznych stosunków spółki. Przepis ten nie znajduje więc zastosowania do tych wszystkich sytuacji, kiedy zarząd (poszczególne jego członkowie) powinien uzyskać przed dokonaniem czynności prawnej zgodę walnego zgromadzenia lub rady nadzorczej. Ograniczenia takie dotyczą bowiem sfery reprezentacji spółki, aczkolwiek ich rezultat (jeżeli ograniczenia takie zostały wprowadzone statutem spółki, a nie ustawą) występuje w sferze stosunków wewnętrznych spółki”.

Rada nadzorcza może badać wszystkie dokumenty spółki, żądać od zarządu i pracowników sprawozdań i wyjaśnień oraz dokonywać rewizji stanu majątku

Ponadto J. Bieniak podkreśla, że należy również zwrócić uwagę, iż „walne zgromadzenie i rada nadzorcza, w przypadku gdyby dochodziło do nieprawidłowości w działaniach zarządu, dysponując innymi środkami wywierania wpływu na zarządzanie spółką, niejednokrotnie skuteczniejszymi aniżeli wydawanie wiążących poleceń. Są nimi przede wszystkim: odwołanie członka zarządu, zawieszenie członka zarządu w czynnościach czy w końcu środki wynikające z prawa pracy (wypowiedzenie warunków pracy i płacy członka zarządu).”

Sytuacja w spółce z o.o.

W odniesieniu do spółki z ograniczoną odpowiedzialnością przedmiotową kwestię reguluje art. 219 § 2 KSH, zgodnie z którym, rada nadzorcza nie ma prawa wydawania zarządowi wiążących poleceń dotyczących prowadzenia spraw spółki.

Jak twierdzi prof. A. Kidyba (Komentarz do art. 375¹ Kodeksu spółek handlowych, stan na 30 stycznia 2012 roku) „pominięto w spółce z o.o. zakaz oddziaływania wspólników, co uważam za wątpliwe. W świetle wykładni systemowej można dojść do wniosku, że zgromadzenie wspólników w spółce z o.o. może wydawać zarządowi wiążące polecenia w przedmiocie prowadzenia spraw spółki. Trud-

no przyjąć argumentację, w której w nieco sztuczny sposób wprowadza się elementy osobowe do spółki z o.o., przyjmując de facto zgodę na wtrącanie się wspólników w zarządzanie spółką. Poza tym wydaje się, że przepis art. 219 § 2 KSH jest błędny systemowo, ponieważ narzuca podział kompetencji w spółce z o.o. Zarówno akcjonariusze (w spółce akcyjnej), jak i wspólnicy (w spółce z o.o.) nie ponoszą odpowiedzialności za zobowiązania spółki. W konsekwencji utrzymania regulacji art. 219 § 2 KSH na gruncie spółki z o.o. może dochodzić do rozdzielenia sfery decyzyjnej od sfery odpowiedzialności (za podejmowane decyzje). Wspólnicy będą podejmować decyzje, za które odpowiedzialność ponosił będzie następnie zarząd. Stanowi to naruszenie zasady związku decyzji gospodarczej z odpowiedzialnością poprzez brak tożsamości

podmiotu podejmującego decyzje i obciążonego odpowiedzialnością za te decyzje”.

Podobne stanowisko na temat braku możliwości wydawania zarządowi spółki z ograniczoną odpowiedzialnością wiążących poleceń dotyczących prowadzenia spraw spółki zajął prof. A. Szumański (Kodeks spółek handlowych, Komentarz do art. 301-458 KSH, prof. dr hab. Stanisław Sołtysiński, prof. dr hab. Andrzej Szajkowski, prof. dr hab. Andrzej Szumański, prof. dr hab. Janusz Szwaja, rok wydania: 2008, wydawnictwo: C.H. Beck, wydanie: 2), który stwierdza, że wprawdzie „(...) w ramach tzw. wykładni systemowej (...) zgromadzenie wspólników spółki z o.o. może dawać zarządowi wiążące polecenia co do prowadzenia spraw spółki (...)” to jednak „może to rodzić uzasadnione wątpliwości systemowe, gdyż wspólnik, który z natury spółki z o.o. nie odpowiada za spółkę (art. 151 § 4 KSH), podejmuje jednak decyzje w zakresie prowadzenia jej spraw, za które będzie odpowiedzialna inna osoba tj. zarządca (art. 293 § 1 KSH).” W celu doprecyzowania wskazują, że zgodnie z art. 293 § 1 KSH, tylko członek zarządu, rady nadzorczej, komisji rewizyjnej oraz likwidator odpowiada wobec spółki za szkodę wyrządzoną działaniem lub zaniecha-

niem sprzecznym z prawem lub postanowieniami umowy spółki, chyba że nie ponosi winy.

Odpowiedzialność Rady Nadzorczej

Odnosnie odpowiedzialności Rady Nadzorczej, należy przytoczyć postanowienie zawarte w ustawie o rachunkowości, z którego wynika solidarna odpowiedzialność Rady za sprawozdania finansowe i sprawozdanie z działalności spółki.

Art. 4a [Wymagania dotyczące sprawozdań]:

1. Kierownik jednostki oraz członkowie rady nadzorczej lub innego organu nadzorującego jednostki są zobowiązani do zapewnienia, aby sprawozdanie finansowe oraz sprawozdanie z działalności spełniały wymagania przewidziane w niniejszej ustawie.

2. Kierownik jednostki oraz członkowie rady nadzorczej lub innego organu nadzorującego jednostki odpowiadają solidarnie wobec spółki za szkodę wyrządzoną działaniem lub zaniechaniem stanowiącym naruszenie obowiązku wynikającego z ust. 1.

W celu wykonania swoich obowiązków rada nadzorcza może badać wszystkie dokumenty spółki, żądać od zarządu i pracowników sprawozdań i wyjaśnień oraz dokonywać rewizji stanu majątku (art. 382 par. 4 KSH). Rozszerzenia uprawnień rady nadzorczej można dokonać jedynie w statucie (art. 384 par. 1 KSH). KSH wprowadził jednak rozwiązanie zawarte w postanowieniu par. 2 art. 384 pozwalający zarządowi zwrócić się do walnego zgromadzenia w celu uzyskania zgody na dokonanie określonej czynności w przypadku nieuzyskania zgody rady nadzorczej na dokonanie określonej czynności. Jednakże wskazane jest przyjęcie możliwości skorzystania z uzyskania zgody zgromadzenia, także w przypadku bezczynności rady nadzorczej.

Należy zwrócić uwagę, iż w statutach przewidziane są określone kompetencje Rady Nadzorczej na udzielanie Zgody Zarządowi do podejmowania określonych czynności prawnych i ich wartości oraz opiniowanie strategicznych planów wieloletnich i rocznych planów rzeczowo-finansowych.

Na ile zapowiadane zmiany i to już od 2016 roku powinny wkraczać w dotychczasowe relacje pomiędzy organami spółek, szczególnie małych i średnich podmiotów, będziemy pisać w kolejnych artykułach. Odniesiemy się także do tego, na ile dotychczasowe regulacje kodeksu spółek handlowych pozwalają na wypełnienie celów określonych we wspomnianych na wstępie regulacjach unijnych. ■



Odpowiedzialność za zobowiązania w spółkach prawa handlowego

Jednym z podstawowych kryteriów decydujących o wyborze formy prawnej prowadzenia działalności gospodarczej jest kwestia odpowiedzialności przedsiębiorcy za zobowiązania związane z jej prowadzeniem.

KAROLINA JANAS
RADCA PRAWNY,
KANCELARIA CSW WIĘCKOWSKA I PARTNERZY

Obok aspektów podatkowych i księgowych, wymogów ustawowych charakterystycznych dla niektórych branż, czy też skali prowadzenia biznesu, kryterium to ma istotne znaczenie zarówno dla każdego, kto rozpoczyna swoją działalność, jak i dla doświadczonego przedsiębiorcy.

Podstawowe kryteria odpowiedzialności

Prowadzenie jednoosobowej działalności gospodarczej na zasadzie wpisu do ewidencji działalności gospodarczej wiąże się z ponoszeniem nieograniczonej odpowiedzialności za zobowiązania, w tym również z majątku prywatnego przedsiębiorcy. Ta podstawowa forma prowadzenia działalności często jest niewystarczająca, ze względu na rosnące wraz z roz-

wojem firmy zobowiązania czy też chęć zapewnienia sukcesji swojego biznesu.

Odpowiedzią na te potrzeby jest prowadzenie działalności gospodarczej w formie spółki prawa handlowego. Każdy rodzaj spółki zapewnia inny poziom ochrony i wymaga odmiennych warunków formalnych funkcjonowania.

W polskim kodeksie spółek handlowych wyróżnia się dwie grupy spółek: osobowe i kapitałowe. Jednym z kryteriów różniących te dwa rodzaje podmiotów jest regulacja odpowiedzialności wspólników za zobowiązania spółki.

Zarówno spółki osobowe, jak i kapitałowe posiadają własne, odrębne od majątków wspólników kapitały, stworzone początkowo z wnoszonych wkładów, a w miarę rozwoju spółki również z nabytych towarów czy maszyn, osiągniętych przez nie przychodów i zysków przeznaczonych na rozwój spółki.

W przypadku spółek osobowych, to spółka w pierwszej kolejności ponosi od-

powiedzialność za swoje zobowiązania. Dopiero, gdy wierzyciel nie może zaspokoić swoich roszczeń z majątku spółki, to wspólnicy bądź członkowie zarządu stają się wobec niego odpowiedzialni za spełnienie tych zobowiązań.

W spółkach kapitałowych wspólnicy nie ponoszą odpowiedzialności za zobowiązania spółki z własnego majątku. W przypadku spółki z ograniczoną odpowiedzialnością, odpowiedzialność wobec wierzycieli za zobowiązania mogą ponosić członkowie jej zarządu. W odróżnieniu od spółek osobowych, gdzie odpowiedzialność majątkowa wspólników jest co do zasady nieograniczona, w przypadku spółki z ograniczoną odpowiedzialnością członkowie zarządu mogą się od niej uwolnić przy spełnieniu określonych warunków.

Powyższe reguły odpowiedzialności dotyczą zobowiązań spółki przede wszystkim wobec jej kontrahentów. Nieco inne reguły odpowiedzialności wspólników

- ➔ spółek osobowych i członków zarządów spółek kapitałowych obowiązują przy załgłościach podatkowych.

Solidarność i subsydiarność

Podstawową regułą odpowiedzialności w spółkach osobowych jest zasada solidarności wspólników i spółki za jej zobowiązania. Solidarność oznacza, że każdy ze wspólników oraz spółka odpowiadają wspólnie za spełnienia całego zobowiązania. Skutkuje to możliwością dochodzenia całości świadczenia zarówno od spółki, jak i od każdego ze wspólników według wyboru jej wierzyciela. Spełnienie zaś zobowiązania przez spółkę lub przez któregośkolwiek ze wspólników zwalnia pozostałych od obowiązku świadczenia. Wspólnikowi, który zaspokoił wierzyciela spółki przysługują wobec pozostałych wspólników roszczenia regresowe, tzn. wspólnik, który spełnił świadczenie, może żądać zwrotu tego świadczenia w częściach równych od pozostałych wspólników odpowiedzialnych solidarnie, chyba że inne zasady rozliczeń zostały określone w umowie spółki.

Podstawową regułą odpowiedzialności w spółkach osobowych jest zasada solidarności wspólników i spółki za jej zobowiązania

Ze względu na zasadę solidarnej odpowiedzialności wspólników, osoba przystępująca do spółki osobowej powinna zbadać jej zobowiązania. Nowy wspólnik odpowiada bowiem za wszystkie zobowiązania spółki, nawet te powstałe przed jego przystąpieniem, tak jak jej dotychczasowi wspólnicy.

Drugą zasadą odpowiedzialności jest subsydiarność, która oznacza, że wierzyciel spółki może domagać się spełnienia świadczenia od wspólników w drodze egzekucji sądowej, dopiero gdy egzekucja z majątku spółki okaże się bezskuteczna.

Bezskuteczność egzekucji może zostać potwierdzona przez komornika w drodze postanowienia o umorzeniu postępowania egzekucyjnego, ze względu na brak majątku spółki, z którego wierzyciel może się zaspokoić. W niektórych jednak przypadkach, jeżeli stan majątku spółki jest znany, wystarczające jest wykazanie, że czynności podejmowane wobec spółki i tak nie przyniosą zamierzonych efektów.

Zasada subsydiarności nie stoi na przeszkodzie prawu wierzyciela do wystąpienia z powództwem zarówno prze-

ciwko spółce, jak i wspólnikom, zanim podjęte zostaną jakiekolwiek czynności egzekucyjne wobec spółki. W przypadku, gdy wyrok zapadnie zarówno przeciwko spółce jak i wspólnikom, wierzyciel będzie mógł domagać się zapłaty od wspólników dopiero w sytuacji, gdy spółka nie będzie mogła spełnić świadczenia z własnego majątku.

Aby sięgnąć do majątku wspólników, wierzyciel nie musi jednak pozywać wspólników razem ze spółką. Zgodnie z przepisami dotyczącymi egzekucji, wyrokowi zapadłemu przeciwko spółce można nadać tzw. klauzulę wykonalności przeciwko jej wspólnikom i na tej podstawie prowadzić egzekucję z ich majątku osobistego.

Zasada odpowiedzialności subsydiarnej obowiązuje dopiero od momentu wpisu spółki osobowej do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego. Za zobowiązania spółki powstałe przed tym dniem, wspólnicy ponoszą solidarność ze spółką, bez względu na skuteczność czynności egzekucyjnych podejmowanych wobec spółki.

Powyższe zasady są wspólne dla wszystkich spółek osobowych. Różnica dotyczy zakresu ponoszenia odpowiedzialności przez wspólników z własnego majątku. Modelową spółką osobową jest spółka jawna, w której wszyscy wspólnicy ponoszą odpowiedzialność za zobowiązania spółki całym swoim majątkiem. Ustawodawca wprowadził jednak ograniczenia odpowiedzialności majątkowej wspólników w pozostałych spółkach osobowych.

Suma komandytowa

Formą spółki osobowej cieszącą się aktualnie największą popularnością wśród przedsiębiorców jest spółka komandytowa, w której co najmniej jeden wspólnik zwany komplementariuszem ponosi odpowiedzialność bez ograniczenia, a odpowiedzialność co najmniej jednego ze wspólników zwanego komandytariuszem jest ograniczona.

Ograniczenie odpowiedzialności komandytariusza wyraża się w tzw. sumie komandytowej, określonej w umowie spółki. Suma komandytowa to abstrakcyjnie

wskazana kwota, do wysokości której komandytariusz może ponosić solidarną i subsydiarną odpowiedzialność ze spółką wobec jej wierzycieli.

Rzeczywisty zakres odpowiedzialności komandytariusza wyznacza jednak relacja pomiędzy wkładem tego wspólnika rzeczywiście wniesionym do spółki, a wysokością sumy komandytowej. Wkład komandytariusza do spółki powinien być równy lub wyższy od sumy komandytowej, choć wspólnik może w umowie spółki zobowiązać się do wniesienia wkładu o niższej wartości.

W przypadku wniesienia wkładu odpowiadającego wysokości sumy komandytowej, odpowiedzialność komandytariusza ograniczona jest do rzeczywiście wniesionego wkładu i wierzyciel nie będzie mógł prowadzić egzekucji z osobistego majątku komandytariusza. Jeżeli zaś wkład rzeczywiście wniesiony do spółki komandytowej jest niższy od wysokości sumy komandytowej, to komandytariusz odpowiada za zobowiązania spółki w zakresie różnicy pomiędzy rzeczywiście wniesionym wkładem a sumą komandytową.

W razie zwrotu przez spółkę wkładu komandytariusza w całości lub w części, odpowiedzialność zostaje przywrócona w wysokości równej wartości dokonanego zwrotu, w granicach do wysokości sumy komandytowej. W razie uszczuplenia majątku spółki przez stratę, za zwrot wkładu uważa się również każdą wypłatę dokonaną na rzecz komandytariusza przed uzupełnieniem wkładu do pierwotnej wysokości określonej w umowie spółki.

Obniżenie wysokości sumy komandytowej nie wpływa na ograniczenie odpowiedzialności wspólnika za zobowiązania wobec wierzycieli powstałe przed wpisaniem zmiany do rejestru przedsiębiorców. Za powstałe w tamtym czasie zobowiązania spółki komandytariusz odpowiada do wysokości sumy komandytowej zadeklarowanej przed zmianą.

Komandytariusz będzie ponosił nieograniczoną odpowiedzialność za zobowiązania spółki komandytowej tak jak komplementariusz w przypadku, gdy jego nazwa lub imię i nazwisko zostaną zamieszczone w firmie spółki komandytowej. Co do zasady komandytariusz nie ma prawa reprezentowania spółki komandytowej. Może to uczynić jedynie na podstawie pełnomocnictwa. Jeżeli komandytariusz nie ujawni swojego pełnomocnictwa przy dokonaniu lub z jego przekroczeniem, również może ponosić odpowiedzialność za zaciągnięte w ten sposób zobowiązania z całego swojego majątku.

Komplementariusz jest wspólnikiem ponoszącym odpowiedzialność w sposób

nieograniczony za zobowiązania spółki. Jeżeli jednak komplementariuszem spółki komandytowej zostanie spółka z ograniczoną odpowiedzialnością, to wierzyciel będzie mógł egzekwować jedynie z majątku spółki oraz spółki, która występuje w roli komplementariusza, nie sięgając do majątku wspólników.

Odpowiedzialność zarządu spółek kapitałowych

Wspólnicy spółki z ograniczoną odpowiedzialnością i akcjonariusze spółki akcyjnej ponoszą ryzyko majątkowe związane z prowadzeniem działalności gospodarczej jedynie w granicach wkładu wniesionego do spółki.

W razie niewypłacalności spółki, odpowiedzialność za zobowiązania wobec wierzycieli mogą ponosić jednak członkowie zarządu spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. Przepisy dotyczące spółki akcyjnej nie przewidują podobnych reguł odpowiedzialności zarządu spółki za zobowiązania wobec jej wierzycieli.

Podstawowe przesłanki odpowiedzialności członków zarządu spółki wobec jej wierzycieli to istnienie wymagalnego zobowiązania wobec spółki oraz bezskuteczność egzekucji z całego jej majątku. W odróżnieniu od reguł obowiązujących w przypadku spółek osobowych, w przypadku spółki z ograniczoną odpowiedzialnością wierzyciel nie może wystąpić do sądu z odrębnym powództwem przeciwko członkom jej zarządu zanim egzekucja przeciwko spółce nie okaże się bezskuteczna.

Wierzyciel może wykazać istnienie bezskuteczności egzekucji również w przypadku, jeżeli przednio nie prowadził postępowania egzekucyjnego wobec spółki i posiada przeciwko niej jedynie tytuł egzekucyjny, np. prawomocny wyrok lub nakaz zapłaty. Jeżeli spółka nie posiada własnego majątku, z którego prowadzenie egzekucji mogłoby okazać się skuteczne, można dowodzić ten fakt za pomocą wykazu majątku, ksiąg handlowych, sprawozdań finansowych, z których wynika w jednoznaczny sposób, że majątek spółki nie wystarczy na zaspokojenie roszczeń wierzyciela.

Środkami dowodowymi przesądzającymi o bezskuteczności egzekucji mogą być: postanowienie sądu oddalające wniosek o ogłoszenie upadłości ze względu na brak majątku wystarczającego na zaspokojenie kosztów postępowania, bądź też postanowienie komornika o umorzeniu postępowania egzekucyjnego z powodu bezskuteczności egzekucji.

Odpowiedzialność za zobowiązania spółki wobec jej wierzycieli ponoszą jedynie osoby prawidłowo powołane do pełnienia funkcji. Ponadto należy pamiętać,

że członkowie zarządu spółki odpowiadają wobec wierzycieli za zobowiązania spółki, które powstały i były wymagalne w okresie pełnienia przez nich funkcji, bez względu na to, czy ich mandaty wygasły w tym okresie czy zostali powołani do zarządu spółki już po powstaniu wierzytelności. Członkowie zarządu spółki ponoszą solidarną odpowiedzialność za zobowiązania spółki, bez względu na podział funkcji i zadań wewnątrz zarządu, np. niezwiązany z dostępem do informacji finansowych.

Kodeks spółek handlowych przewiduje również solidarną odpowiedzialność członków zarządu ze spółką z ograniczoną odpowiedzialnością wobec jej wierzycieli, w związku ze złożeniem fałszywego oświadczenia o wniesieniu wkładów na kapitał zakładowy przy jej założeniu lub podwyższeniu kapitału zakładowego. Podanie fałszywych danych rodzi odpowiedzialność w razie działania umyślnego lub przez niedbalstwo członków zarządu, bez względu na podejmowane wobec spółki działania egzekucyjne. Surowsze warunki odpowiedzialności obowiązują w takim przypadku w okresie trzech lat od dnia zarejestrowania spółki lub zarejestrowania podwyższenia kapitału zakładowego.

Uwolnienie się od odpowiedzialności

Odpowiedzialność członków zarządu za podanie fałszywych danych w oświadczeniach o wniesieniu kapitału, ze względu na terminowy charakter, nie podlega żadnym wyjątkom. Co do zasady odpowiedzialność członków zarządu nie ma jednak bezwzględnie charakteru. Członek zarządu może uwolnić się od odpowiedzialności za zobowiązania spółki, jeżeli wykaze ziszczenie się przynajmniej jednej z trzech przesłanek ekskulpacyjnych, wyłączających jego winę na brak zapłaty przez spółkę.

W przypadku, gdy spółka stała się niewypłacalna, zarząd spółki kapitałowej powinien złożyć wniosek o ogłoszenie upadłości spółki nie później niż w terminie dwóch tygodni od dnia, w którym wystąpiła podstawa do jej ogłoszenia. Złożenie wniosku o ogłoszenie upadłości we właściwym terminie stanowi podstawę uwolnienia członków zarządu od odpowiedzialności za zobowiązania spółki wobec wierzycieli. Dotyczy to zarówno wniosku o ogłoszenie upadłości obejmującej likwidację majątku spółki, jak i postępowania upadłościowego prowadzonego z możliwością zawarcia układu.

W razie niezgłoszenia upadłości we właściwym terminie, członek zarządu spółki może uwolnić się od odpowiedzialności, jeżeli wykaze, że niezłożenie

wniosku nastąpiło bez jego winy. Należy przy tym pamiętać, że członkowie zarządu zobowiązani są zachować przy wykonywaniu swoich obowiązków staranność wynikającą z zawodowego charakteru działalności. W konsekwencji, do okoliczności wyłączających winę członka zarządu należą sytuacje o wyjątkowym charakterze, np. długotrwała choroba czy też brak dostępu do informacji o spółce, pomimo podejmowanych starań.

Członek zarządu spółki może uwolnić się od odpowiedzialności wykazując, że pomimo niezłożenia wniosku o ogłoszenie upadłości, wierzyciel nie poniósł szkody. Przede wszystkim może być to sytuacja, w której nawet gdyby wniosek o ogłoszenie upadłości został zgłoszony we właściwym czasie, to i tak zostałyby oddalone ze względu na brak majątku wystarczającego do zaspokojenia kosztów postępowania. Może to dotyczyć również przypadku, w którym wniosek spółki byłby co prawda uwzględniony, ale wierzyciel i tak nie zostałyby zaspokojony w postępowaniu upadłościowym.

Należy przy tym zaznaczyć, że członek zarządu może nadal ponosić odpowiedzialność wobec wierzycieli spółki, jeżeli okaże się, że pomimo występowania podstaw do ogłoszenia upadłości zarząd spółki zaciągał dalsze zobowiązania, uszczuplając możliwość zaspokojenia się kolejnych wierzycieli. Jeżeli wierzyciel udowodni, że w postępowaniu upadłościowym zostałyby zaspokojony chociażby w części, to za pozostałą część tej należności członek zarządu i tak będzie ponosił pełną odpowiedzialność.

Zalety spółek prawa handlowego

Spółki prawa handlowego są dla przedsiębiorców podstawową formą ochrony prywatnych majątków przed ryzykiem związanym z prowadzeniem biznesu. Ochrona ta przysługuje na mniejszym lub większym poziomie, w zależności od typu spółki. Przewidziane są również różnego typu zabezpieczenia wierzycieli tych spółek umożliwiające zaspokojenie ich roszczeń.

Ze względu na możliwość oddzielenia majątku osobistego przedsiębiorcy od kapitału przeznaczonego na prowadzenie działalności gospodarczej, pozwalają w bezpieczny sposób zapewnić sukcesję biznesu w ramach rodziny. Stanowią również alternatywę dla ciągle popularnych spółek cywilnych, które nie spełniają jednak funkcji zabezpieczającej, ponieważ nie stają się odrębnym od wspólników podmiotem praw i obowiązków. Tym samym, wspólnicy spółki cywilnej odpowiadają wobec wierzycieli bez ograniczeń, solidarnie i z całego majątku zarówno wniesionego do spółki jak i prywatnego. ■

Nieuczciwa konkurencja – co to jest i jak się przed nią bronić?

Jednym z filarów gospodarki wolnorynkowej jest zjawisko konkurencji. Choć sama konkurencja jest zjawiskiem pożądanym i stymulującym rozwój gospodarki, nie rzadko w walce o klienta przedsiębiorcy stosują metody i praktyki rynkowe nieuczciwe, wymierzone w innych przedsiębiorców.

JOANNA CZERWIŃSKA
aplikant radcowski
KANCELARIA PRAWNICZA PATRIMONIUM

Praktyki takie, określane mianem nieuczciwej konkurencji, w istocie stanowią zagrożenie dla rozwoju wolnego rynku i z tego względu zostały zabronione, a ustawodawca przewidział szereg instrumentów prawnych, które pozwalają przedsiębiorcom bronić się przed takimi zachowaniami konkurencji.

Czyn nieuczciwej konkurencji

Podstawowym aktem regulującym zwalczanie i zapobieganie nieuczciwej konkurencji w prawie polskim jest ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Zgodnie z tą ustawą za czyn nieuczciwej konkurencji uznaje się każde zachowanie podjęte w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą, sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, które jednocześnie zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta. Dla przyznania ochrony przedsiębiorcy przed nieuczciwą konkurencją nie jest istotne, czy podmiot dopuszczający się czynu nieuczciwej konkurencji robi to świadomie. Wina spraw-

cy będzie miała natomiast wpływ na rodzaj przysługujących poszkodowanemu przedsiębiorcy roszczeń.

Ponieważ zawarta w ustawie definicja czynu nieuczciwej konkurencji jest niezwykle szeroka i nieostra, ustawodawca wskazał w ustawie dodatkowo przykładowy katalog zachowań, które stanowią najbardziej typowe i najczęściej występujące czyny nieuczciwej konkurencji. Czynami nieuczciwej konkurencji są w szczególności: wprowadzające w błąd oznaczenie przedsiębiorstwa, fałszywe lub oszukańcze oznaczenie pochodzenia geograficznego towarów albo usług, wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług, naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa, nakłanianie do rozwiązania lub niewykonania umowy, naśladownictwo produktów, pomawianie lub nieuczciwe zachwalanie, utrudnianie dostępu do rynku, przekupstwo osoby pełniącej funkcję publiczną, nieuczciwa lub zakazana reklama, organizowanie systemu sprzedaży lawinowej oraz prowadzenie lub organizowanie działalności w systemie konsorcyjnym.

Kiedy mamy do czynienia z nieuczciwą konkurencją? Przykłady

Jeżeli inny konkurencyjny podmiot prowadzący – choćby ubocznie – dzia-

łalność gospodarczą stosowanymi praktykami narusza w sposób sprzeczny z prawem lub ogólnie przyjętymi normami zachowania (dobrymi obyczajami) nasz interes gospodarczy (lub co najmniej mu zagraża), z dużym prawdopodobieństwem staliśmy się ofiarami nieuczciwej konkurencji. W praktyce najczęściej będziemy jednak mieli do czynienia z zachowaniami, które zostały wprost wymienione w ustawie, co znacznie ułatwia ich klasyfikację jako czynu nieuczciwej konkurencji.

Wiele problemów sprawia przedsiębiorcom czyn nieuczciwej konkurencji polegający na naśladownictwie (kopiowaniu) produktów, jeżeli powoduje to mylne przekonanie klienta o tożsamości produktu lub producenta. Czyn ten może polegać nie tylko na dokładnym, wiernym odwzorowaniu produktu, ale również na zachowaniu podobnego wyglądu zewnętrznego, charakterystycznego dla produktu oryginalnego. W branży wydawniczej naśladownictwem produktu może być na przykład skopiowanie w publikacji takiego samego formatu, layoutu i kolorystyki, kojarzonych przez klientów z popularną serią książek innego wydawcy o podobnej tematyce lub skierowanej do tego samego kręgu odbiorców.



Niezwykle szkodliwym jest czyn nieuczciwej konkurencji polegający na przekazywaniu, ujawnieniu lub wykorzystaniu tajemnicy przedsiębiorstwa



Innymi czynami nieuczciwej konkurencji związanymi z wprowadzeniem klientów w błąd jest fałszywe oznaczenie przedsiębiorstwa nazwą, godłem, skrótem lub innym charakterystycznym symbolem (np. logo firmy) używanym wcześniej legalnie przez innego przedsiębiorcę. Niekiedy czyny nieuczciwej konkurencji będą wiązały się z naruszeniem niektórych praw własności intelektualnej, na przykład w sytuacji posługiwania się cudzym znakiem towarowym albo chronionym oznaczeniem geograficznym lub chronioną nazwą pochodzenia.

Niezwykle szkodliwym, z punktu widzenia poszkodowanego przedsiębiorcy, jest również czyn nieuczciwej konkurencji polegający na przekazywaniu, ujawnieniu lub wykorzystaniu tajemnicy przedsiębiorstwa. Tajemnicą przedsiębiorstwa mogą zostać objęte wszelkie poufne informacje, takie jak dokumentacja techniczna, procesy produkcyjne, know-how czy baza klientów lub kontrahentów, pod warunkiem podjęcia przez przedsiębiorcę niezbędnych środków w celu zapewnienia ich poufności. Warto zauważyć, że ten czyn nieuczciwej konkurencji może zostać popełniony również przez osobę, która świadczyła pracę na rzecz przedsiębiorcy w okresie trzech lat od ustania stosunku pracy lub innego stosunku prawnego.

Jak bronić się przed nieuczciwą konkurencją?

Przedsiębiorcy, którego interes został zagrożony lub naruszony czynem nieuczciwej konkurencji, przysługuje szereg roszczeń cywilnoprawnych. Pokrzywdzony czynem nieuczciwej konkurencji przedsiębiorca może bronić się przed takimi działaniami jeszcze przed poniesieniem szkody majątkowej, a nawet bezpośrednim naruszeniem jego interesów. Wystarczający jest już zatem stan samego zagrożenia, który jednak powinien być oceniany obiektywnie.

Pokrzywdzony przedsiębiorca może w szczególności żądać zaniechania niedozwolonych działań, a więc zakazania pozwanemu określonych zachowań np. przez zakaz dalszej emisji reklamy wprowadzającej klientów w błąd. Może on również żądać usunięcia skutków wywołanych czynem nieuczciwej konkurencji (np. żądając wycofania z obrotu towarów podrobionych) oraz złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia przez podmiot, który dopuścił się czynu nieuczciwej konkurencji. Złożenie oświadczenia następuje najczęściej za pośrednictwem środków masowego przekazu, w szczególności przez publikację w prasie. Zgłaszając żądanie wydania oświadczenia, niezwykle ważne jest do-

kładne określenie jego formy (wyróżnienia graficznego, wielkości i koloru czcionki, koloru tła itp.) i treści, a także miejsca publikacji, co pozwoli na łatwiejsze wyegzekwowanie wyroku oraz osiągnięcie zamierzonego celu.

W przypadku, gdy w wyniku czynu nieuczciwej konkurencji przedsiębiorca poniesie szkodę majątkową, może on dochodzić jej naprawienia na zasadach ogólnych. Na przedsiębiorcy dochodzącym odszkodowania będzie ciążył dodatkowo obowiązek wykazania i udowodnienia wysokości poniesionej szkody oraz faktu, że szkoda ta została wywołana czynem nieuczciwej konkurencji. Ponadto jeżeli osoba, która dopuściła się czynu nieuczciwej konkurencji, uzyskała w związku z tym jakieś korzyści majątkowe kosztem poszkodowanego przedsiębiorcy, możliwe jest domaganie się wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści.

Jeżeli czyn nieuczciwej konkurencji był zawiniony, przedsiębiorcy, którego interes prawny został naruszony lub zagrożony, przysługuje ponadto prawo dochodzenia zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej lub ochroną dziedzictwa narodowego.

Sąd może również na wniosek uprawnionego przedsiębiorcy orzec o zniszczeniu przedmiotów związanych bezpośrednio z czynem nieuczciwej konkurencji, takich jak podrobione wyroby, opakowania, materiały reklamowe. Przedmioty takie mogą również zostać zaliczone na poczet przysługującego odszkodowania i przekazane uprawnionemu przedsiębiorcy.

Odpowiedzialność karna

Wiele działań, stanowiących czyn nieuczciwej konkurencji, stanowi równocześnie przestępstwo lub wykroczenie. Ich ściganie uzależnione jest od złożenia stosownego wniosku lub żądania przez pokrzywdzonego przedsiębiorcę. Zatem obok dochodzenia roszczeń na drodze cywilnoprawnej, przedsiębiorca może wystąpić również z wnioskiem o ściganie sprawcy czynu nieuczciwej konkurencji do prokuratury.

Podsumowując, przedsiębiorca, w którego interesy wymierzone jest działanie o charakterze nieuczciwej konkurencji, dysponuje szeregiem roszczeń, którymi może nie tylko dochodzić naprawienia już wyrządzonych szkód, ale również domagać się zaniechania działań, które dopiero zagrażają jego interesom. Wybór skutecznej formy zwalczania nieuczciwej konkurencji powinien być zawsze poddyktowany okolicznościami sprawy, w szczególności typem czynu nieuczciwej konkurencji oraz następstwami, jakie czyn ten spowodował. ■



Prawne aspekty prowadzenia sklepu internetowego

Nowa ustawa o prawach konsumenta obowiązuje od 10 miesięcy. Czy rzeczywiście stworzyła dla sklepów internetowych formalne rafa nie do pokonania? Wydaje się, że jej prokonsumencki charakter jest często demonizowany, a w ustawie nie brakuje przepisów chroniących internetowych sprzedawców. Nie taki diabeł (czy może raczej konsument i stojący na straży jego interesów urząd) straszny...



JOANNA HETMAN-KRAJEWSKA
Adwokat, radca prawny
KANCELARIA PRAWNICZA PATRIMONIUM

Nowa ustawa

Ustawa z dnia 30 maja 2014 r. o prawach konsumenta (Dz.U. z 2014 r. poz. 827) (dalej: „u.o.p.k.”) zaczęła obowiązywać w pierwszy dzień świąt Bożego Narodzenia – 25 grudnia 2014 r. Już sama data wejścia w życie rozszerzyła rynek e-commerce – jak można powodować, by nowe, rewolucjonizujące handel internetowy przepisy wchodziły w życie w szczycie sprzedażowego ruchu? – krzyknęli internetowi sprzedawcy. Polska nie miała tu wiele do powiedzenia – celem uchwalenia nowych przepisów była implementacja do prawa polskiego Dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady 2011/83/UE z dnia 25 października 2011 r. w sprawie praw konsumentów, która dotyczy umów konsumenckich zawieranych w lokalu przedsiębiorstwa, poza lokalem przedsiębior-

stwa, a także umów zawieranych na odległość (w tym przez Internet).

Nowa polska ustawa zastąpiła dwie inne ustawy konsumenckie: ustawę z dnia 2 marca 2000 r. o ochronie niektórych praw konsumentów oraz o odpowiedzialności za szkodę wyrządzoną przez produkt niebezpieczny (Dz. U. z 2012 r. poz. 1225) oraz ustawę z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz. U. Nr 141, poz. 1176, ze zm.).

Nowe przepisy wprowadziły szereg zmian o charakterze podmiotowym, jak i przedmiotowym, które mają istotne znaczenie dla zakresu i formy prowadzonej sprzedaży na odległość. W szczególności przepisy ustawy wprowadziły nowe obowiązki sprzedających wobec konsumentów w zakresie:

- obowiązków informacyjnych zawierającego umowę na odległość z konsumentem;
- obowiązków potwierdzania konsumentowi faktu zawarcia umowy i przekazania tej informacji na trwałym nośniku;
- zasad i trybu zawierania umowy na odległość;
- zasad i trybu wykonania prawa odstąpienia od umowy, przysługującego konsumentowi.

Nowa ustawa wymaga, by każdy przedsiębiorca prowadzący sklep internetowy dokonał zmian zarówno w regulaminie sklepu, jak i w jego interfejsie – prawnym wymogiem stała się bowiem konieczność podania konsumentowi wyraźnych informacji dotyczących niektórych elementów treści zawartej umowy w taki sposób, by nie ograniczało się to wyłącznie do odesłania do treści regulaminu, lecz było uwypuklone w interfejsie sklepu, przede wszystkim na poszczególnych etapach zamawiania.

Zmiany o charakterze podmiotowym – nowa definicja konsumenta

Przepisy ustawy o prawach konsumenta wprowadzają zmiany w definicji konsumenta, znajdującą się w art. 22¹ Kodeksu cywilnego. Zgodnie z brzmieniem zmienionego przepisu „Za konsumenta uważa się osobę fizyczną dokonującą z przedsiębiorcą czynności prawnej niezwiązanej z jej działalnością gospodarczą lub zawodową.”

Konsumentem będzie zatem także osoba prowadząca jednoosobową działalność gospodarczą, która zakupi produkt w celu, który w przeważającym stopniu nie będzie związany z prowadzoną przez nią działalnością. Zastosowanie nieostrego pojęcia niezwiązania dokonywanego zakupu z prowadzoną działalnością gospodarczą stanowi ryzyko rozszerzenia odpowiedzialności sprzedawcy wobec osób prowadzących działalność gospodarczą. W tym zakresie należy zatem zachować ostrożność w kwalifikowaniu klientów do kategorii konsumentów.

Rynek próbuje radzić sobie z rozgraniczeniem osób dokonujących zakupów w związku z prowadzoną działalnością gospodarczą, jak i poza nią, w ten sposób, że w wielu regulaminach sklepów internetowych znajdujemy wyraźne zapisy, iż niektóre postanowienia dotyczą wyłącznie konsumentów (chodzi o te postanowienia, których wymagalność u.o.p.k.).

Zmiany o charakterze przedmiotowym

• Nowe obowiązki informacyjne

Rozszerzenie obowiązków informacyjnych ma ułatwić konsumentom pod-

jęcie świadomej decyzji o wyborze kontrahenta lub kupnie produktu/usługi. Konsumentom muszą być jasno i rzetelnie poinformowani o:

- danych przedsiębiorcy, w tym nazwie, adresie siedziby, numerze telefonu, faksu, adresie e-mail;
- wszystkich kosztach, które będą zobowiązani ponieść,
- prawie do odstąpienia od umowy zawartej na odległość.

Podmiot prowadzący sklep internetowy jest zobowiązany zadbać o to, by w momencie zamawiania towaru lub usługi (usługą będzie np. sprzedaż treści cyfrowych, np. ebooków lub audiobooków) konsument wyraźnie potwierdził, że wie o konieczności zapłaty za dostarczony towar lub usługę w momencie zamówienia. Jeśli obowiązek ten nie zostanie dochowany, tj. konsument nie potwierdzi, że wie o konieczności dokonania zapłaty, umowa będzie uznana za niezawartą. Realizacja powyższego obowiązku informacyjnego ma następować poprzez zamieszczenie na ostatnim etapie składania zamówienia odpowiedniego przycisku potwierdzającego jednoznacznie fakt złożenia zamówienia wymagającego zapłaty. Ustawodawca sugeruje, by przycisk ten miał treść „zamówienie z obowiązkiem zapłaty”. Może to jednak być inne analogiczne sformułowania, byle było jednoznaczne.

Ponadto, w przypadku zakupów na odległość lub poza lokalem przedsiębiorcy wymagane przez prawo informacje będą musiały być udzielone na papierze lub – za zgodą konsumenta – na innym trwałym nośniku. W tym przypadku „trwały nośnik” oznacza również e-mail.

Sprzedawca, który nie wypełnia obowiązków informacyjnych, naraża się na karę grzywny.

• Odstąpienie od umowy – zwrot towaru

Prawo konsumenta do odstąpienia od umowy zawartej na odległość wydłużyło się z 10 do 14 dni, przy czym o prawie tym konsument musi zostać wyraźnie poinformowany. W tym czasie konsument ma prawo do odstąpienia od umowy i zwrotu towaru bez podania przyczyny. Jeżeli konsument nie zostanie poinformowany o prawie odstąpienia od umowy, termin na odstąpienie przedłuża się do 12 miesięcy (wg poprzednio obowiązujących przepisów okres ten wynosił 3 miesiące).

Jeżeli konsument odstępnie od umowy i odsyła zakupiony towar, ten zaś nosi cechy użytkowania i przestaje być pełnowartościowym towarem handlowym, wówczas konsument ponosi odpowiedzialność za zmniejszenie wartości towaru. Jeśli jednak sklep nie poinformował

konsumenta o prawie odstąpienia od umowy, wówczas konsument nie będzie ponosił takiej odpowiedzialności odszkodowawczej (art. 34 ust. 4 u.o.p.k.).

Prawo odstąpienia od umowy nie przysługuje, jeżeli przedmiotem świadczenia są nagrania dźwiękowe lub wizualne albo programy komputerowe dostarczane w zapieczętowanym opakowaniu, jeżeli opakowanie zostało otwarte po dostarczeniu.

• Forma odstąpienia od umowy

Ustawa wprowadza jednolity wzór odstąpienia od umowy. Jednocześnie – by nie narzucać konsumentowi stosowania ustawowego wzoru oświadczenia o odstąpieniu od umowy – nałożono na sprzedawców konieczność zapewnienia konsumentom dostępu do tego wzoru z jednoczesnym zastrzeżeniem, że konsument – odstępując od umowy – może z tego wzoru skorzystać lub nie, składając takie oświadczenie w jakimkolwiek innym brzmieniu.

• Sprzedaż treści cyfrowych

Odrębnej regulacji w u.o.p.k. oczekiwała się sprzedaż treści cyfrowych (np. audiobooków mających postać wyłącznie cyfrową, nieutrwaloną na trwałym nośniku, czy ebooków). Zgodnie z definicją ustawową, treść cyfrowa to dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej (art. 2 pkt 5). W stosunku do treści cyfrowych sklep internetowy – najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową – ma obowiązek poinformować konsumenta o funkcjonalności treści cyfrowych oraz mających zastosowanie technicznych środkach ich ochrony, a także mających znaczenie interoperacyjności treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem.

Jeżeli przedmiotem umowy jest dostarczanie treści cyfrowych, które nie są zapisane na nośniku materialnym, a spełnianie świadczenia rozpoczęło się za wyraźną zgodą konsumenta przed upływem terminu do odstąpienia od umowy i po poinformowaniu go przez przedsiębiorcę o utracie prawa odstąpienia od umowy, wówczas konsument nie może odstąpić od umowy.

• Koszty ponoszone przez konsumenta z tytułu zawieranej umowy

W momencie zawierania umowy konsument musi zostać poinformowany w sposób jasny i rzetelny o wszelkich kosztach związanych z zawieraniem umowy. Jakiegokolwiek koszty dodatkowe mogą być naliczane jedynie za wyraźną zgodą konsumenta. Dotyczy to również przypadków odstąpienia od umowy w zakresie poniesienia przez klienta kosztów odesłania towaru. Będzie on zobowiązany do ponie-

➔ sienia tych kosztów jedynie pod warunkiem, że został o tym wcześniej poinformowany.

Ważnym, korzystnym dla administratorów sklepów internetowych, przepisem jest wyraźne określenie wysokości kosztów wysyłki, jakie sklep zwraca konsumentowi w razie odstąpienia przez konsumenta od umowy. Otóż zwrotowi podlegają jedynie najniższe spośród oferowanych przez sklep koszty wysyłki (art. 33 u.o.p.k.). Jeżeli zatem konsument wybrał przesyłkę kurierską, a następnie odstąpił od umowy, wówczas sklep zwróci mu koszty zakupu książki oraz najniższe stosowane przez nią koszty wysyłki, czyli z reguły koszty przesyłki zwykłej za pośrednictwem Poczty Polskiej. Ponadto sklep może wstrzymać się ze zwrotem płatności otrzymanych od konsumenta do chwili otrzymania rzeczy z powrotem lub dostarczenia przez konsumenta do wodu jej odesłania.

Nowe przepisy wprowadziły także zakaz pobierania kosztów za wybór określonego sposobu zapłaty wyższych niż te, które przedsiębiorca faktycznie poniósł.

W przypadku kontaktów telefonicznych konsumenci nie mogą być obciążani opłatami większymi niż jak za zwykle połączenia telefoniczne.

• Rękojmia za wady

W przypadku wady zakupionego towaru konsumentowi przysługują zamiennie uprawnienia do:

- naprawy,
- wymiany,
- obniżenia ceny,
- zwrotu pieniędzy.

Decyzja w sprawie wyboru formy uprawnienia, z którego konsument skorzysta w związku z wadą zakupionego towaru, należeć będzie do niego.

Złożenie reklamacji z tytułu niezgodności zakupionego towaru z umową jest nadal możliwe w ciągu dwóch lat od zakupu. Natomiast czas, w którym przyjmuje się, że wada istniała już w momencie sprzedaży, wydłużył się z 6 do 12 miesięcy.

• Przepisy przejściowe

Do umów zawartych przed wejściem w życie nowych przepisów zastosowanie mają przepisy dotychczasowe. Oznacza to w praktyce, że w przypadku sprzedaży przez Internet sprzedawca będzie zobowiązany do udostępnienia dwóch regulaminów sklepu internetowego – jednego właściwego dla przepisów dotychczasowych oraz drugiego, dostosowanego do nowych przepisów.

Klauzule niedozwolone (abuzywne)

Niezależnie od wymogów wynikających z u.o.p.k., regulamin sklepu inter-

netowego nie może zawierać klauzul niedozwolonych (abuzywnych), których przykładowy katalog prowadzi Prezes UOKiK (http://www.uokik.gov.pl/rejestr_klauzul_niedozwolonych2.php).

Obecnie w rejestrze jest blisko 6000 klauzul. Za klauzule abuzywne uznaje się takie postanowienia wzorca umownego (np. regulaminu), które kształtują prawa i obowiązki konsumenta w sposób sprzeczny z dobrymi obyczajami, rażąco naruszając jego interesy. Istotą tego mechanizmu ochrony konsumentów jest jak najbardziej słuszne założenie, że w wielu sytuacjach, w tym w przypadku dokonywania zakupów przez Internet, konsument nie ma możliwości indywidualnego negocjowania warunków umowy, co sprawia, że przedsiębiorca może mu narzucić postanowienia umowne rażąco dla konsumenta niekorzystne.

Za klauzule niedozwolone uznano m.in. postanowienie o zwolnieniu się sklepu z odpowiedzialności za działanie Poczty Polskiej bądź firmy kurierskiej, postanowienie o właściwości sądu wg siedziby administratora sklepu, postanowienie o uzależnieniu rozpatrzenia reklamacji od spisania protokołu z kurierem dostarczającym towar, postanowienie o potrącaniu kosztów wysyłki towaru w razie odstąpienia przez konsumenta od umowy. To właśnie za zastosowanie tej ostatniej klauzuli w swoim regulaminie księgarnia internetowa Matrasa została ukarana przez UOKiK grzywną w wysokości blisko 500 tys. zł.

Sankcje

Sankcją za niedopełnienie obowiązków nałożonych ustawą o prawach konsumenta w zakresie udzielania informacji lub wydania dokumentów określonych w ustawie jest kara grzywny. Na podstawie art. 45 pkt 2 u.o.p.k. do Kodeksu wykroczeń dodano nowy przepis w postaci art. 139b, który wprowadza odpowiedzialność karno-administracyjną za uchybienie obowiązkowi informacyjnym w niej przewidzianym.

Zgodnie z art. 24 Kodeksu wykroczeń grzywnę wymierza się w wysokości od 20 do 5000 złotych. Wymierzając grzywnę, bierze się pod uwagę dochody sprawcy, jego warunki osobiste i rodzinne, stosunki majątkowe i możliwości zarobkowe.

Ponadto zgodnie z art. 24 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów zakazane jest stosowanie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Przez praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów rozumie się godzące w nie bezprawne działanie przedsiębiorcy, w szczególności:

1) stosowanie postanowień wzorców umów, które zostały wpisane do rejestru

postanowień wzorców umowy uznanych za niedozwolone;

2) naruszanie obowiązku udzielania konsumentom rzetelnej, prawdziwej i pełnej informacji;

3) nieuczciwe praktyki rynkowe lub czyny nieuczciwej konkurencji.

Za naruszanie zbiorowych interesów konsumentów Prezes UOKiK może nałożyć na przedsiębiorcę karę pieniężną w wysokości nie większej niż 10 proc. przychodu osiągniętego w roku rozliczeniowym poprzedzającym rok nałożenia kary, jeżeli przedsiębiorca ten, choćby nieumyślnie, naruszał zbiorowe interesy konsumentów.

Przykładowe klauzule niedozwolone:

• „W chwili odbioru towaru od kuriera klient jest zobowiązany sprawdzić stan opakowania przesyłki. W przypadku stwierdzenia uszkodzenia opakowania należy spisać z kurierem protokół reklamacyjny oraz niezwłocznie skontaktować się ze Sklepem. Wszelkie reklamacje z tego tytułu będą uwzględniane jedynie po dostarczeniu protokołu reklamacyjnego”.

• „Podmiot prowadzący księgarnię uprawniony jest do interpretacji niniejszego Regulaminu”.

• „Gwarantujemy zwrot kwoty równej zapłaconej cenie pomniejszonej o koszty wysyłki”.

• „W przypadku odstąpienia od umowy kupna koszt wysyłki zwrotnej pokrywa nabywca towaru, a zwracana nabywcy kwota zostanie automatycznie pomniejszona o faktycznie poniesione koszty wysyłki, koszty bankowe, związane z przelewem zwrotnym środków na konto nabywcy oraz ubezpieczenia przesyłki i opłaty za pobranie należności, jeśli takie zostały poniesione”.

• „...Sklep gwarantuje zwrot ceny równej cenie produktu,... Koszty przesyłki towaru nie są zwracane... Jeśli zamówienie było zrealizowane z wysyłką gratis, od wartości zwrotu zostanie odjęty koszt tej wysyłki wg cennika Poczty Polskiej”.

• „Sądem właściwym dla rozpatrywania sporów wynikających z umowy jest sąd właściwy dla siedziby sklepu”.

• „Sądem właściwym dla rozpatrywania ewentualnych sporów (...) związanych z niniejszym Regulaminem jest sąd właściwy miejscowo i rzeczowo dla siedziby SPRZEDAWCY”.

• „Właściciel sklepu (...) zastrzega sobie prawo do zmiany treści niniejszego regulaminu bez uprzedzenia”.

• „(...) zastrzega sobie możliwość zmiany regulaminu bez wcześniejszego poinformowania o tym fakcie zarejestrowanych w serwisie Klientów. Wszelkie zmiany obowiązują od daty opublikowania ich na stronie (...)”.

www.burlingtonschool.co.uk
www.englishsummercamps.co.uk
marketing@burlingtonschool.co.uk
1-3 Chesilton Road,
London SW6 5AA, UK
+44 (0)20 7736 9621
+44 (0)20 7610 9662



Burlington School

Excellence in English



Isabella Anders

Właścielka i dyrektorka
Burlington School



Misją Burlington School of English jest zapewnienie swoim słuchaczom szkoleń na najwyższym poziomie, zgodnie z hasłem "Excellence in English".

Świadectwem dobrej jakości usług zarówno szkoleniowych jak i pozostałych, oferowanych przez szkołę, są akredytacje British Council, ISI, szkoła jest także członkiem English UK oraz centrum egzaminacyjnego Trinity College.

Szkoła położona jest w ekskluzywnej dzielnicy Londynu - Fulham.

Organizujemy kursy dla wszystkich poziomów językowych i dla wszystkich grup wiekowych, oferujemy zajęcia o profilu ogólnym, biznesowym, kursy przygotowujące do egzaminów (Cambridge, IELTS, itp.), specjalistyczne (np. język medyczny, akademicki) oraz szkolenia umożliwiające połączenie nauki z praktyką w firmie.

Słuchacze uczą się w międzynarodowych grupach.

Burlington oferuje także programy letnie dla dzieci i młodzieży z możliwością mieszkania w internacie tzw. Residential Courses.

Gorąco zapraszamy do naszej szkoły, jesteśmy pewni, że czas spędzony z nami, to czas, który zaowocuje nowymi znajomościami i pewnością siebie w porozumiewaniu się w języku angielskim a co za tym idzie, także nowymi możliwościami.

**Poukończeniu kursu
możliwość skorzystania
z gwarantowanej
oferty zatrudnienia!**

Kursy w Londynie:

- ✓ J. angielski o profilu ogólnym
- ✓ Egzaminacyjne (IELTS & Cambridge)
- ✓ Specjalistyczne i Business English
- ✓ Zajęcia indywidualne
- ✓ Program dla dzieci (8-17), Londyn

**Prosimy podać
kod promocyjny "KZ"
w celu uzyskania rabatu
w wysokości £50**



IZABELA WIERZCHACZ-LANGNER
SPECJALISTA DS. POZYSKIWANIA FUNDUSZY UE
AGENCJI ROZWOJU INNOWACJI SA

Według opublikowanego na początku 2015 roku raportu Comarch SA i serwisu Dotacjomat.pl, przedsiębiorcy chętnie korzystają z dofinansowania z UE, jednak zdecydowana większość z nich (85 proc.) uważa, że pozyskiwanie środków z funduszy unijnych jest trudne. Tyle samo respondentów zaopiniowało, że korzystanie z funduszy unijnych wymaga znajomości skomplikowanych procedur.

Tymczasem środki unijne mogą stanowić duże wsparcie w rozwoju przedsiębiorstwa, warunkiem powodzenia jest jednak odpowiednie przygotowanie już na etapie pisania wniosku. W niniejszym artykule chcieliśmy państwu wskazać kilka ważnych aspektów, które mogą zadecydować o tym, czy projekt odniesie sukces, czy też stanowić będzie dla przedsiębiorstwa źródło problemów. Posłużymy się tutaj przykładami projektów realizowanych przez naszych klientów.



W labiryncie dotacji, czyli jak przygotować się do aplikowania o środki unijne

Projekt to podstawa

Jednym z czynników decydujących o powodzeniu jest właściwe dopasowanie źródła finansowania do projektu, który przedsiębiorstwo chce zrealizować. Próba dopasowania „w drugą stronę”, czyli podejście „na co mogę dostać dotację”, nie przyniesie wnioskodawcy sukcesu. Nawet jeśli pozyska on środki na dofinansowanie, szanse na prawidłową realizację przedsięwzięcia są nikłe. Dlaczego? Trzeba pamiętać, że dotacje unijne nie są nie-

wyczerpanym źródłem pieniędzy, które pozwolą przez kilka lat finansować bieżącą działalność. Dofinansowanie można uzyskać wyłącznie na konkretne przedsięwzięcie, które musi spełniać określony cel. Projekt powinien być częścią działalności firmy i przyczyniać się do jej rozwoju, a nie stanowić cel sam w sobie. Jeśli przedsiębiorstwo ma opracowaną strategię rozwoju, planowane przedsięwzięcie powinno się w nią wpisywać i stanowić narzędzie jej realizacji.



Trzeba też pamiętać, że konkurencja wśród aplikujących może być duża, a wniosek o dofinansowanie to nic innego, jak biznesplan opisujący dane przedsięwzięcie

Kryteria dostępu – na co zwrócić uwagę?

Zanim jeszcze konkurs zostanie ogłoszony, warto zapoznać się z kryteriami wyboru wniosków oraz zasadą punktowania projektów podczas oceny. Kryteria te dostępne są w jednym z ważniejszych dokumentów – uszczegółowieniu osi priorytetowych danego programu (SzOOP). Można tam znaleźć wskazanie głównych warunków, których niespełnienie może wyeliminować wnioskodawcę ze startu w konkursie lub obniżyć jego szansę na otrzy-

manie dotacji. Co istotne, w obecnej perspektywie wnioskodawca może zdobyć także punkty... ujemne, które znacząco mogą obniżyć szansę na wysoką lokatę na liście rankingowej. Po opublikowaniu dokumentów konkursowych warto zapoznać się szczegółowo z umową o dofinansowanie. Mimo że dokumentu tego wnioskodawca może ostatecznie nie podpisać, to znajdzie tam wszystkie niezbędne informacje, jakie obowiązki mogą na nim ciążyć w przypadku realizacji projektu, o dofinansowanie którego się stara.

Przystępując do aplikowania, należy koniecznie określić status przedsiębiorcy pod względem wielkości, biorąc pod uwagę wysokość zatrudnienia oraz wyniki finansowe. Nie wolno zapominać o wszystkich powiązaniach kapitałowych i osobowych. Jest to o tyle istotne, że gros działań adresowanych do przedsiębiorców w tej perspektywie finansowej obejmuje tylko MŚP. Niespełnienie kryterium wielkości może wyeliminować wnioskodawcę ze startu w wielu konkursach.

Warto też zastanowić się, czy projekt wpisuje się w inteligentne specjalizacje (krajowe lub regionalne, w zależności od konkursu). W obecnej perspektywie spełnienie tego kryterium często jest obligatoryjne, a nawet jeśli nie, to może znacznie zwiększyć szanse na pozyskanie dofinansowania.

Jeśli działanie objęte jest pomocą de minimis, należy sprawdzić, czy wnioskodawca nie przekroczył już dopuszczalnej wysokości wsparcia, czyli łącznie 200 tys. EUR w ciągu trzech ostatnich lat.

Niezmiernie istotną kwestią jest także moment rozpoczęcia wydatkowania. Należy pamiętać, że aby wydatki projektowe były objęte wsparciem, muszą być poniesione dopiero po złożeniu wniosku. Wyjątek stanowi zakup gruntu oraz pozyskanie niezbędnych pozwoleń – te działania mogą być podjęte jeszcze przed aplikowaniem o środki. Przedsiębiorstwo ponosi jednak te koszty na własne ryzyko – istnieje przecież zawsze niebezpieczeństwo, że dotacja nie zostanie przyznana.

I wreszcie trwałość projektu. Wnioskodawca musi pamiętać, że złożenie końcowego wniosku o płatność i rozliczenie dotacji wcale nie oznacza zakończenia realizacji projektu. Mówiąc dokładniej, należy pamiętać o tym, że przedsięwzięcie musi zachować trwałość przez co najmniej trzy lata w przypadku MŚP. W dalszej części artykułu prezentujemy przykład przedsiębiorcy, który nie przewidział tej kwestii.

Przygotowanie wniosku

Przygotowanie wniosku wymaga umiejętności prognozowania i przewidywania ryzyk, które związane są z realizacją projektu. Dobrze przygotowany wniosek może ochronić przedsiębiorcę przed przykrymi niespodziankami. Poniżej prezentujemy kilka przykładów, które obrazują sytuację odwrotną – wnioskodawcy nie przewidzieli niektórych zagrożeń przed złożeniem wniosku, co spowodowało nieprzyjemne konsekwencje.

Firma X realizowała projekt w zakresie tworzenia oprogramowania dla branży logistycznej. Założyła, iż popyt na

➔ jej usługi będzie systematycznie rósł w kolejnych latach. Jednak rynek zmienił się i przychody ze sprzedaży produktu już w pierwszym roku trwałości projektu były dużo niższe od zakładanych. Jest prawie pewne, że zakładany w trzecim roku trwałości poziom przychodów ze sprzedaży nie zostanie osiągnięty. Beneficjentowi grozi w związku z tym niezachowanie trwałości projektu, a co za tym idzie, konieczność zwrotu dotacji w całości.

Jak wspomnieliśmy wcześniej, o trwałości projektu trzeba pamiętać na długo przed jego rozpoczęciem. Wiąże się to z koniecznością dokładnego oszacowania wskaźnika efektywności ekonomicznej już na poziomie przygotowywania wniosku. Czym grozi niedopełnienie tego warunku, pokazuje powyższy przykład.

Przygotowanie wniosku wymaga także dokładnego określenia wskaźników, jakie beneficjent chce osiągnąć, realizując projekt. O tym, czym skutkuje brak precyzji w tym zakresie, przekonał się jeden z naszych klientów.

Wnioskodawca jako jeden ze wskaźników projektu wpisał zakup środka trwałego w postaci stołów, przy których mogłoby zasiąść 48 osób. Wydawałoby się, że sprawa jest oczywista. Jednak okazuje się, że stół stołowi nierówny. Początkowo wnioskodawca założył, że kupi 12 stołów czteroosobowych. Taką też liczbę wpisał do wniosku. Ostatecznie zakupionych zostało 8 stołów sześciuosobowych. Przeznaczenie to samo, a jednak różnica w zapisie we wniosku nie do zaakceptowania przez oceniającego – wnioskodawca nie zrealizował wskaźnika, ponieważ miał zakupić 12 sztuk środka trwałego, a zakupił zaledwie 8.

Jak można było uniknąć błędu? Zamiast dokładnej liczby stołów wystarczyło wskazać 1 komplet stołów dla 48 osób. Niby to samo, a jednak zupełnie inaczej brzmi dla instytucji pośredniczącej.

Realizacja projektu wiąże się także z przestrzeganiem harmonogramu, który również musi być dokładnie opracowany. Należy pamiętać o tym, że niektóre działania mogą trwać dłużej niż zakładano, z przyczyn niezależnych od wnioskodawcy. Oto przykład:

Firma Y jako narzędzie promocyjne wybrała Google AdWords. Akcją promocyjną zaplanowana była na ostatnie tygodnie realizacji projektu. Tak też została ustawiona kampania w Internecie. Okazało się jednak, że reklama Google AdWords, ze względu na swoją specyfikę, wyświetla się także po zakończeniu projektu. Nie byłoby w tym nic złego, jednak z punktu widzenia realizacji projektu stanowi spore utrudnienie. Skoro usługa trwa, nie można podpisać protokołu od-

bioru świadczenia, a tym samym zamknąć projektu. Nie wpłynęło to ostatecznie na wynik finansowy, jednak znacznie wydłużyło formalności związane z zakończeniem przedsięwzięcia.

Kolejny przykład pokazuje z kolei, jak ważne jest przewidywanie różnych ryzyk związanych z realizacją projektu.

Beneficjent założył na etapie pisania wniosku, iż jednym z elementów projektu będzie jego udział w konkretnych targach. Niespodziewanie dla niego, organizator wydarzenia przeniósł je w czasie – de facto targi miały się odbyć już po zakończeniu realizacji projektu przez beneficjenta, w związku z tym jego udział w nich nie podlegał dofinansowaniu. Mimo, iż firma zwróciła się do instytucji pośredniczącej o możliwość innego sposobu wykorzystania środków przeznaczonych na event, ta nie przychyliła się do prośby. W efekcie projekt nie został zrealizowany, ponieważ udział w pla-

wśród aplikujących może być duża, a wniosek o dofinansowanie to nic innego, jak biznesplan opisujący dane przedsięwzięcie.

Na co jeszcze zwrócić uwagę?

W obecnej perspektywie finansowej ogromny nacisk położony jest na projekty związane z pracami badawczo-rozwojowymi. W zasadzie większość konkursów adresowanych do MŚP wymaga prowadzenia takich prac lub wdrożenia ich wyników. Często wymaga to nawiązania współpracy z jednostkami naukowymi. Chcemy podkreślić, że przedsiębiorcy nienawykli do takiej kooperacji muszą liczyć się ze specyfiką funkcjonowania instytucji publicznych, przede wszystkim z procesem podejmowania decyzji, który trwa znacznie dłużej niż w małych przedsiębiorstwach. Jeśli dokumentem, który jest obowiązkowy lub zwiększa szansę na uzyskanie do-

Przygotowanie wniosku wymaga umiejętności prognozowania i przewidywania ryzyk, które związane są z realizacją projektu

nowanych targach był ważnym jego elementem.

Jeszcze kilka uwag na temat sposobu aplikowania. Po ogłoszeniu konkursu należy sprawdzić, w jaki sposób należy składać wnioski. Przeważnie służy do tego specjalnie przygotowany generator udostępniany na stronie internetowej, której adres znajduje się w dokumentach konkursowych. Formy składania wniosku mogą być różne – od formy elektronicznej on-line, po formę papierową. Ważne jest, by sprawdzić, w jaki sposób i gdzie należy dostarczyć gotowy wniosek. W ogłoszonych ostatnio konkursach bardzo często warunkiem koniecznym złożenia wniosku jest zastosowanie podpisu elektronicznego lub skorzystanie z elektronicznej Platformy Usług Administracji Publicznej (ePUAP). Niezłożenie podpisu w takiej formie może spowodować odrzucenie wniosku na poziomie oceny formalnej, bez możliwości dokonania korekty.

Wypełniając wniosek samodzielnie, należy dokładnie zapoznać się z instrukcją jego wypełniania. O konieczności precyzji w opisie wspomnieliśmy już wcześniej. Dodamy to ponownie – podstawą dobrze przygotowanego wniosku jest dobrze przygotowany i opisany projekt. Trzeba też pamiętać, że konkurencja

jest umowa o współpracy z uczelnią, należy dużo wcześniej podjąć kroki, aby uzyskać ją na czas. To dotyczy także planowania wspólnych działań podczas realizacji projektu.

Wnioskodawca musi pamiętać, że warunkiem sprawnej realizacji i rozliczenia projektu jest udana współpraca z instytucją pośredniczącą. O wszystkich nieprzewidzianych trudnościach należy informować opiekuna projektu. Choć zabrzmiało to banalnie, szczerze jest w tym przypadku jak najbardziej wskazana. Choć wnioskodawca, jak pisaliśmy wcześniej, powinien przewidzieć wszystkie ryzyka związane z realizacją projektu, to często trendy i realia rynkowe są czynnikiem nieprzewidywalnym. W takiej sytuacji warto podjąć rozmowy z instytucją pośredniczącą w celu zminimalizowania potencjalnych strat.

Dobre przygotowanie wniosku to połowa sukcesu. Warto podjąć wysiłek zapoznania się z najważniejszymi dokumentami i przewidzieć wszystkie scenariusze wydarzeń. Nawet jeśli dofinansowanie nie uda się pozyskać w danym rozdaniu, to zdobyta wiedza może przydać się w najbliższych latach. Zawsze też można powierzyć to zadanie firmie doradczej i zlecić przygotowanie wniosku ekspertom. ■

Jak przełamywać blokady mówienia w nauce języka obcego?

Na co dzień spotykamy się z sytuacją, że jednym osobom mówienie w języku obcym przychodzi dużo łatwiej niż innym. Podobnie jest zresztą w komunikacji w języku ojczystym. Z czego to wynika i jak można sobie radzić z blokadami i oporami w mówieniu i nauce języka obcego?



Mariusz Paszko

Jeśli chcesz się napić wody, to musisz zrobić to sam, bo żaden, nawet bardzo dokładny jej opis, ci jej nie zastąpi.

Stare indyjskie przysłowie

Każdy z nas rodzi się z pewnym bagażem genetycznym, który decyduje o naszych talentach, uzdolnieniach, ale też i słabościach. Ponadto od samego początku, w procesach socjalizacji i edukacji, jesteśmy wyposażani w różnego rodzaju umiejętności i nawyki. Co jest silniejsze geny czy wychowanie?

Okazuje się, że jednymi z najczęstszych przyczyn wywołujących bariery w mówieniu są niewłaściwe wychowanie, nadmierny stres w dzieciństwie, zbyt autorytarni rodzice oraz nadmierna krytyka dziecka i oczywiście predyspozycje genetyczne, a zwłaszcza temperament.

Na bazie przeprowadzonych przeze mnie badań naukowych można przyjąć, że najłatwiej kontaktują się osoby z dobrym słuchem fonetycznym oraz te, z rozszerzonym kodem językowym według kon-

cepcji Bernsteina. Kodem tym, czyli sposobem wysławiania się i rozumowania, posługują się osoby – zarówno dzieci jak i osoby dorosłe – wychowywane w sposób wyjaśniający, bez stosowania systemu nakazowo-zakazowego. Wszelkie zagadnienia są wyjaśniane i omawiane w dzieciństwie, wprowadzany jest system pojęć abstrakcyjnych, a dzieci mają poczucie bezpieczeństwa i stabilności.

Aby przełamywać bariery w mówieniu bardzo przydatne okazują się techniki stosowane między innymi przy radzeniu sobie z nieśmiałością. Warto przy tym:

- zacząć słuchać innych ludzi, aby zobaczyć, jakie tematy będą dla nas i dla innych interesujące,
- można zacząć zadawać bardzo proste pytania koleżdze czy koleżance, wiedząc, że nie będziemy ośmieszani i traktowani przez nich z góry,
- uczęszczać na dość popularne już kluby rozmów w danym języku – uczestnicy są tam bardzo wyrozumiali i przede wszyst-

kim chodzi w nich o mówienie; chętnie też pomagają i poprawiają, jeśli trzeba, czysto po przyjacielsku – osobiście uczęszczam na spotkania jednego z takich klubów,

- uświadomić sobie, że każdy człowiek robi mniejsze lub większe błędy i czasem powie coś wręcz głupiego; błędy są najzwyczajniej wpisane w naszą ludzką naturę.

Czasem te zabiegi miękkie mogą być wzbogacone o techniki czytania na głos z lektorem i kilkukrotne powtarzanie tego samego tekstu. Można te ćwiczenia wzbogacić o elementy aktorskie, formy zabawy, coraz szybszego czytania, tak, aby mieć poczucie mówienia płynnego. Pozwoli to na większe uwierzenie we własne siły oraz stopniowe przełamywanie barier w mówieniu.

Ponieważ każdy człowiek jest trochę inny to warto się zdać na doświadczonego lektora lub pedagoga, który będzie w stanie indywidualnie dobrać odpowiednie ćwiczenia i właściwie rozplanuje je w czasie. ■

Mariusz Paszko

Prywatny nauczyciel i lektor języka angielskiego od 9 lat, wykładowca, konsultant z wieloletnim stażem w zakresie zarządzania, planowania, doradztwa ścieżki kariery oraz budowania wizerunku osobowego. Doświadczenie zdobywał pracując w takich firmach jak: IBM Polska, SEKOM, ComputerLand czy Alcatel. Odpowiadał w nich między innymi za analizę, wdrożenia i kustomizację systemów CRM (Customer Relationship Management). Wprowadził do Polski narzędzia informatyczne wspierające techniki wizualizacji informacji.

Specjalista i wykładowca w obszarach zarządzania projektami. Prowadził szkolenia, warsztaty i wykłady na konferencjach naukowych i uczelniach (UW, SGGW, UJ, SGH, IDG, CXO, Polskie Towarzystwo Informatyczne, Zarządzanie Przyszłością Przedsiębiorstwa FUTURE 2002, Wpływ zasobów niematerialnych na wartość firmy VALUE 2003, Uwarunkowania sukcesu przedsiębiorstwa w gospodarce opartej na wiedzy SUCCESS 2004 i inne). Publikował w fachowych pismach dla menedżerów i kadry zarządzającej: MANAGER, Miesięcznik Stowarzyszenia Project Management Polska (PMI i IPMA).

Autor książki *Mind Mapping. Jak ogarnąć całość*, K2lider.eu, 2004

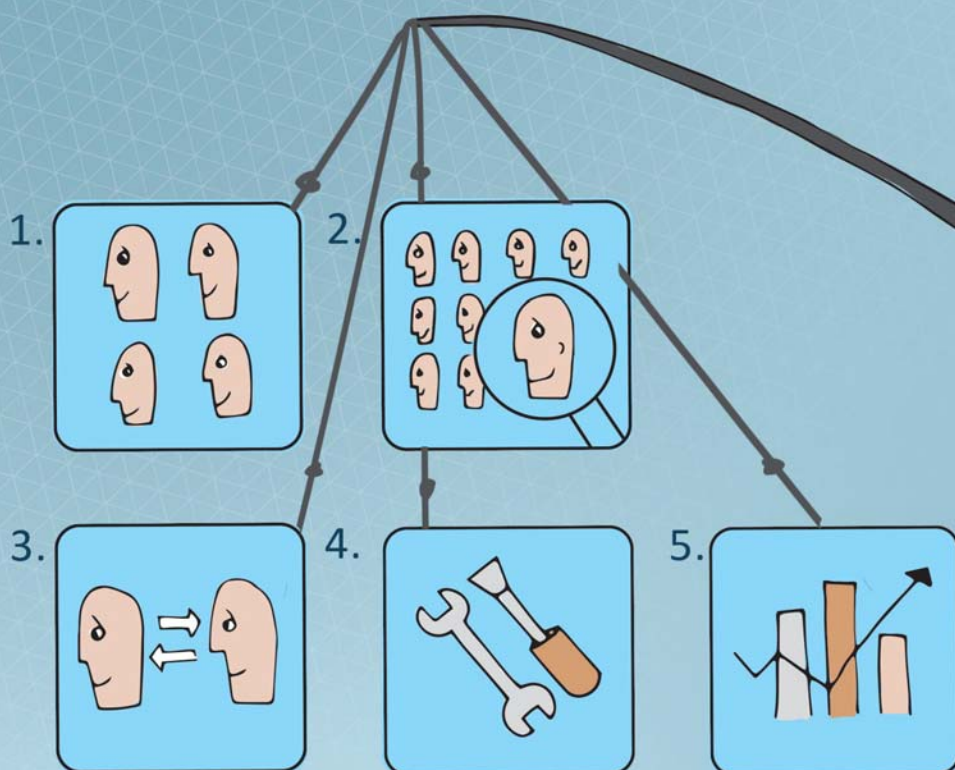
Ekspert w Narodowym Teście IQ 2004 w TVN

Ekspert ds. nauczania dzieci w programie TVP2 *Dookoła siebie* Joanny Brodzik

Doktorant w zakresie kapitału ludzkiego

Od 9 lat prowadzi szkołę języków obcych i sam też uczy języka angielskiego

5 kroków do nowych klientów



Zacznij zdobywać nowych klientów w pięciu prostych krokach

Przedsiębiorca, który funkcjonuje w rynkowej rzeczywistości zмага się z licznymi wyzwaniami. Kwestie kadrowe, system motywacyjny w postaci odpowiednio dobranych płac i benefitów pozapłacowych, zmieniające się przepisy, optymalizacja podatkowa, konkurencja, która bacznie przygląda się jego krokom, odpowiednio dobrany PR i przekaz marketingowy - to tylko niektóre z nich. Jedno z podstawowych pytań, które sobie zadaje brzmi: jak mogę dotrzeć do potencjalnych klientów? Jak to zwykle bywa w przypadku pytań otwartych, nie ma tu jednej poprawnej odpowiedzi.



Iqor Belczewski
DBMS Sp. z o.o.

Istnieją jednak pewne wzorce, których warto przestrzegać. W tym artykule przedstawię pięć prostych kroków, które pozwolą odpowiedzieć na to pytanie każdemu zmagającemu się z nim przedsiębiorcy. Zapraszam do lektury.

Człowiek jest zwierzęciem emocjonalnym. Dan Ariely, psycholog zajmujący się ekonomią behawioralną, w swojej książce „Potęga irracjonalności” przekonuje, że wcale nie jesteśmy tak logiczni jak nam się to wydaje. Przynajmniej nie wtedy, gdy wziąć pod uwagę nasze codzienne decyzje. Zastanów się przez chwilę. Gdybyś mógł spędzić weekend w Paryżu lub weekend w Rzymie, płacąc za to identyczną cenę, co byś wybrał? A gdyby tylko lekko zmienić twoje opcje i miałbyś do wyboru trzecią: weekend w Rzymie, ale bez porannej kawy (będziesz musiał za nią dodatkowo zapłacić 1,5 Euro), to co by się stało?

Okazuje się, że gdy mamy do wyboru dwie opcje, postępujemy zgodnie z naszymi preferencjami. Jedni wolą Paryż, inni Rzym – preferencje rozkładają się mniej więcej po równo. Wprowadzenie trzeciej opcji, Rzymu, w którym dawka porannej kofeiny dodatkowo nas kosztuje, sprawia, że Rzym w opcji all inclusive staje się bardziej atrakcyjny i wybiera go więcej osób. Jaki to ma związek z pozyskiwaniem klientów?

Zacznij myśleć jak twoi klienci

Żeby zrozumieć klienta, trzeba myśleć jak on. Trzeba go poznać, starannie wy badać jego potrzeby, wczuć się w jego sytuację. Trzeba wykroczyć poza racjonalizm i to, co „nam się wydaje”. Marc Gobe, autor m.in. książki „Emotional Branding”, wyraża to bardzo prosto: „Konsumenci to żywi ludzie. Ich życie nie polega na samym kupowaniu.” Niezna-

jomość klienta, podobnie jak niezajomość prawa, szkodzi.

Rzeczywistość przedsiębiorcy sprawia, że musi on swoich klientów poznać i o nich zabiegać. Często ma trudności w zdefiniowaniu kim są, w dotarciu do nich, w domknięciu sprzedaży. Jaka jest tego geneza i co z tym zrobić?

Andy Green w książce „Kreatywność w public relations” przekonuje, że nie potrzebujemy bardziej kreatywnych rozwiązań, tylko bardziej kreatywnych pytań. Pytania skłaniają nas do refleksji, dają większe pole do popisu naszej największej mocy napędowej – kreatywności. Niektóre z nich warto zadawać sobie bardzo często, nawet jeżeli już od dłuższego czasu prowadzimy własny biznes. Weź kartkę papieru i zadaj je sobie właśnie teraz. To tylko kilka chwil, które mogą zmienić bardzo wiele.

5 prostych kroków dotarcia do nowych klientów

1. Jaka jest moja grupa docelowa?

Zastanów się, kim są twoi klienci? Gdzie mieszkają? Ile mają lat? Jak się ubierają? Jaki mają styl życia? Za co płacą? Czego pragną? Jakie mają wartości? Co sobie cenią? Kim chcą się stać? Pytania, które sobie zadasz mają na celu pobudzenie twojej kreatywności i lepsze poznanie twoich potencjalnych klientów.

2. Gdzie mogę znaleźć moją grupę docelową?

Rzeczywistość przedsiębiorcy sprawia, że musi on swoich klientów poznać i o nich zabiegać. Często ma trudności w zdefiniowaniu kim są, w dotarciu do nich, w domknięciu sprzedaży

To kontynuacja zadawania kreatywnych pytań, które pobudzają do myślenia. Odpowiedź na to pytanie pozwoli lepiej określić, co twoi klienci robią w wolnym czasie, na jakie strony internetowe wchodzi, co mijają w drodze do pracy. Jeżeli wiesz, co cenią i jakie mają wartości – pomoże Ci to doprecyzować miejsca, w których możesz ich znaleźć.

3. Jakich narzędzi użyję, żeby dotrzeć do mojej grupy docelowej?

Kiedy określiłeś już grupę docelową i to, gdzie ją znajdziesz, pora na wybór narzędzi. Tutaj opcji jest wiele. Możesz wykorzystać tradycyjne media, prasę, telewizję, internet, ogłoszenia, reklamę outdoorową, ambient, korzystanie z usług call

center. Możesz też udać się do internetu i przeprowadzić kampanię e-mailową lub, o wiele bardziej skuteczną, kampanię hybrydową. Polega ona na wysyłce mailingu do określonej grupy, a następnie np. na wysyłce wiadomości SMS z kodem promocyjnym, do tych osób, które otworzyły twojego maila. Znacząco podnosi to efektywność działań marketingowych i stanowi realne wsparcie sprzedaży.

4. Jak stworzę relację z potencjalnymi klientami?

Warto pomyśleć o standardzie komunikacji z klientem. Jaki on jest w przypadku twojej firmy? Czy klienci wychodzą od ciebie zadowoleni? Czy do ciebie wracają? Czy rekomendują twoją firmę swoim znajomym? Jak budujesz relacje ze swoimi klientami? Zadowolony klient to nie tylko klient, który otrzymał upragniony produkt bądź usługę. To również klient, który został obsłużony w odpowiedni sposób. Zadaj sobie pytanie: czy poszedłbyś do restauracji z wykwintnym jedzeniem, gdyby obsługiwał Cię w niej niewychowany gbur? To pytanie możesz przeformułować w kontekście twojego biznesu.

5. Jak będę monitorować swoje postępy?

Najprostszym wskaźnikiem jest wolumen sprzedaży, ale wskaźników jest o wiele więcej i są one specyficzne dla każdej z branż. Przykładowo, jeżeli wysyłamy

do klientów kampanie mailingowe, warto patrzeć na wskaźnik otwarć i wskaźnik kliknięć w link. Czy przekładają się one na sprzedaż? Czy pomagają nam osiągać nasze cele?

Odpowiedzi na powyższe pytania nie sprawiają, że automatycznie zwiększysz swoje obroty. Na pewno jednak przyczynią się do większego zrozumienia twoich klientów. Zaczyniesz lepiej rozumieć ich potrzeby i motywy, którymi się kierują. Odkryjesz narzędzia, które umożliwią ci dotarcie do nich. Jak powiedział Tom Peters, amerykański pisarz z tematyki zarządzania: „Wysłuchiwanie się w głos klientów powinno stać się biznesem każdej firmy”. I tego ci z całego serca życzę. ■



Sklep z ideami – czemu concept store jest lepszy od marketu?



MARTA BUZAŁSKA
SPECJALISTKA DS. MARKETINGU
W AGENCJI REKLAMOWEJ QA

Era marketów o bliźniaczych rozkładach, wypełnionych sklepami tych samych sieciówek powoli mija. Centra miast na nowo ożywają dzięki startupom, firmom rzemieślniczym i prężnie rozwijającym się młodym polskim projektantom. To idealne warunki dla dla concept store'ów, w których doświadczenie zakupowe zostaje wyniesione na zupełnie inny poziom.

Idęę concept store zapoczątkowała w 1990 roku Carla Sozzani, pracująca jako redaktor naczelna m.in. dla włoskiego Vogue'a oraz Elle. Doświadczenia z luksusowych magazynów chciała przenieść do rzeczywistości, łącząc w jednym miejscu sztukę, design, modę oraz szeroko pojętą kulturę. W ten sposób powstał concept store 10 Corso Como. Trudno go nazwać po prostu sklepem, mimo, że oczywiście cała jego przestrzeń służyć m.in. sprzedaży. Na 10 Corso Como składa się bowiem galeria artystyczna, butik, księgarnia, restauracja, a także hotel – wszystkie te elementy spina w spójną całość charakterystyczny styl Sozzani. Ona sama o concept store mówi, że to miejsce, gdzie odwiedzający mają się poczuć jak w domu, zobaczyć marki i przedmioty, które ją zachwycają i, jeśli im przypadną do gustu, kupić je. Concept store to przyjemność kupowania, bez pośpiechu, z dbaniem o każdy szczegół doświadczenia. W takim miejscu nie kupuje się przedmiotów pierwszej potrzeby, ale takie, które mają być luksusem, prezentem dla samego siebie. Tego właśnie szuka współczesny konsument – także polski.

Być unikalnym

W ciągu ostatnich lat coraz więcej Polaków kupując design zwraca uwagę nie tylko na jego formę, ale też przekaz jaki reprezentuje. Nie interesuje ich już masowa oferta – szukają unikalności. Zapotrzebowanie rodzi popyt. W ciągu ostat-

nich lat swą działalność rozpoczęło wielu polskich projektantów, którzy zyskują uznanie nie tylko w kraju, ale także na zagranicznych rynkach. To młode marki, które reprezentują nowe, bliższe, bardziej intymne podejście do konsumenta: Risk made from Warsaw, Femi Pleasure czy SHE'S A RIOT. To miejsca, gdzie przedmioty nie mają onieśmielać, ale zachęcać do zastania dłużej, gdzie klienta przyciąga wyczuwalna obecność i osobowość ich twórców.

Świetnym przykładem jest SHE'S A RIOT, założone przez Ewelinę Kustrę. W swoim butikiu na Mysiej w Warszawie, poza jej kolekcją na odwiedzających czekają marki z całego świata, które Kustra uznała za wartościowe, spójne z jej wizją i które chce promować w Polsce. Luksusowa czekolada Le Chocolat des Français, polska porcelana z Cmielowa, niszowe perfumy – wszystko oparte o zasadę codziennej przyjemności.

Relacja z klientem

Concept store to nie tylko wyjątkowa oferta zbudowana wokół filozofii marki, ale też zespół. To miejsce w którym można bezpośrednio porozmawiać z założycielem marki, wypić kawę, wymienić się doświadczeniami. To sklep, który jest gościnny, a ekspedient nie ograniczy się tylko do standardowego „czy mogę w czymś pomóc” oraz nabicia paragonu. W tradycyjnych sklepach nadrzędnym celem jest sprzedaż – wszystko jest przygotowane tak,

by jak najwięcej klientów mogło w jak naj szybszym czasie kupić jak najwięcej towaru. W concept store akcent jest przeniesiony na klienta i relację, jaką się z nim tworzy. Klient jest gościem, o którego należy zadbać, z którym często utrzymuje się kontakt po transakcji. Nie jest on anonimową osobą w tłumie, której zadaniem jest wpisać odpowiedni PIN przy płaceniu. Klient w concept store odpowiada co chciałby kupić, jak można ulepszyć sklep, czasami wpada na chwilę, by po prostu się przywitać. Mogłoby się wydawać, że przy dzisiejszej dużej konkurencji na rynku nie ma czasu ani środków na indywidualne podejście do klienta, a tym bardziej na częstowanie go kawą. Jednak taka strategia w perspektywie czasu przynosi wymierne korzyści, bo pozwala na długofalowe budowanie komunikacji z odbiorcą. Dzisiejszy konsument szuka z markami intymnego kontaktu, którego brakuje w międzynarodowych sieciówkach. Kawa i ciepłe słowo w butikiu nadal zaskakują Polaków, jednak jest to z pewnością zaskoczenie pozytywne. Ja sama wizytę w poznańskim oddziale SHE'S A RIOT wspominam z uśmiechem, choć od tamtej pory odwiedziłam dziesiątki innych sklepów. Tam jednak nikt nie porozmawiał ze mną o urodzie neonów czy perypetiach z kurierami. O wizytach w takich miejscach chce się opowiadać, a siła takiego marketingu szeptanego jest lepsza, niż kolejne billboardy czy bliźniaczo podobne spoty w telewizji. ■

Standardy obsługi w firmie kluczem do jej sukcesu?



Aleksandra Makles, Małgorzata Król

Standardy obsługi stały się bardzo ważnym elementem w kulturze organizacyjnej firmy. To dzięki nim jesteśmy w stanie zapewnić swoim klientom powtarzalną i najwyższą jakość świadczonych usług.

W obecnych czasach w dobie rywalizacji i konkurencji firm, standardy obsługi są czynnikiem decydującym o powodzeniu, zapewniając tym samym organizacji stałych, lojalnych klientów, renomę i uznanie na rynku.

Co jest zatem ważniejsze? Marketing czy obsługa klienta?

Jedno, i drugie jest równie istotne. Jeśli Twój marketing działa sprawnie, a masz złą obsługę, dowiedzą się o tym wszy-



scy. W dobie internetu niezadowolony klient może zakomunikować swoją opinię kilkuset osobom jednocześnie. Ciężko dziś spotkać znajomego, który powie: „Hej, polecam tę firmę, mają świetne produkty”, natomiast niemal na każdym kroku można spotkać się z negatywnymi opiniami na temat usług i produktów rozżalonych klientów.

Z najnowszych badań wynika, że aż 68 proc. klientów odchodzi do konkurencji

Aleksandra Makles, Małgorzata Król

Założycielki firmy szkoleniowo-doradczej Krawat i Muszka specjalizującej się w prowadzeniu szkoleń otwartych i zamkniętych m.in. z etykiety w biznesie, autoprezentacji, standardów obsługi, dress code'u oraz doradztwa wizerunkowego. Autorki bloga www.krawatimuszka.pl gdzie poruszają zagadnienia z szeroko pojętego savoir-vivre'u.

z powodu złej obsługi klienta, 14 proc. z powodu jakości produktu, 9 proc. z powodu ceny, 5 proc. ze względu na zmianę przyzwyczajzeń, 3 proc. z powodu przeprowadzki a 1 proc. z innych powodów. Jest to pierwszy dowód, który obala mit, że liczy się tylko cena.

Jeśli masz znakomitą obsługę, a nie masz marketingu to prawdopodobnie tej świetnej obsługi nikt nie będzie miał okazji doświadczyć. Firmy, które inwestują w reklamę, by zyskać nowego klienta powinny zadbać też o jego profesjonalną obsługę, ponieważ lojalność klientów buduje się przez satysfakcję.

Co składa się na standardy obsługi?

Na uporządkowanie procesu obsługi klienta składają się najwyższe standardy zachowań wśród pracowników i osób zarządzających. Wszystko tu ma znaczenie, począwszy od prawidłowego powitania, rozmowy z klientem, prezentacji oferty, analizy potrzeb, po dobre maniery pracowników. To właśnie styl bycia personelu buduje wizerunek i wiarygodność firmy.

Korzyści dla firmy

Należy pamiętać, że klienci na podstawie zachowania pracowników oceniają profesjonalizm firmy. Wysoka jakość obsługi buduje wizerunek dbającej o komfort klienta organizacji, co wpływa bezpośrednio na zminimalizowanie liczby trudnych sytuacji podczas obsługi oraz reklamacji.

Korzyści dla pracowników

Pracownik ma jasno określony szablon obsługi, co staje się bardzo istotne podczas trudnych sytuacji z klientami przy rekomendowaniu rozwiązań. Pracownik ma pewność, że zaproponowane opcje zostaną potwierdzone przez innych pracowników i kierownictwo.

Korzyści dla klienta

Klienci pod wpływem pozytywnych doświadczeń budują swoje zaufanie wobec firmy oraz wiedzą, czego mogą spodziewać się po jej pracownikach. Uporządkowanie procesu obsługi pokazuje i uświadamia, że warto być klientem danej firmy z innych powodów, niż aktualna promocja. ■

Prywatna opieka medyczna dla pracownika to już standard

Prywatna opieka medyczna, czy to w formie abonamentu, czy ubezpieczenia jest najczęściej stosowaną formą benefitu pracowniczego. Największą popularnością cieszy się w Warszawie i innych dużych miastach, ale powoli staje się popularne w mniejszych miejscowościach.

Fot. Tomasz Pietrzak



Michał Zając
KIEROWNIK MARKETINGU FALCK

Pracodawcy coraz częściej mierzą się z pytaniem czy warto wykupić dla swoich pracowników prywatną opiekę medyczną. Otóż warto i to z kilku istotnych powodów. Po pierwsze, pracownicy stawiają opiekę medyczną na pierwszym miejscu spośród wszelkich rodzajów pozapłacowego wynagrodzenia. Służbowa komórka lub laptop stały się już niemal oczywistością, a nawet zaczęły być postrzegane jako „elektroniczne” smycze.

Po drugie, wielu pracodawców także przekonało się do opieki medycznej jako narzędzia do zmotywowania pracowników oraz podwyższenia poziomu ich lojalności wobec firmy. Rotacja, szczególnie na kluczowych stanowiskach to mierzalny koszt i odczuwalna dezorganizacja pracy.

Trzecim powodem przemawiającym za objęciem pracowników opieką medyczną są rosnące koszty zwolnień chorobowych. Płacąc za pierwsze 33 dni zwolnienia swojego pracownika, firmy dodatkowo ponoszą koszty nadgodzin zastępujących ich kolegów oraz przestoju w procesie produkcji, obsługi klienta lub zawierania nowego kontraktu. Jak wykazują badania prowadzone przez Falck Medycyna objęcie pracowników fizycz-

nych opieką medyczną zmniejszyło ich krótkoterminową (do 3 tygodni) absencję chorobową o 15 proc. Długookresowa (ponad 3 tygodnie) nieobecność w pracy spadła jeszcze bardziej, bo o 20 proc.

Jak kupować?

Z punktu widzenia kupującego, do niedawna najważniejszym i prawie jedynym czynnikiem brany pod uwagę była cena. Kolejnymi czynnikami były: zakres świadczeń i ilość placówek.

Wciąż są to istotne elementy, ale spadek jakości i dostępności u największych sieci medycznych i coraz częstsze przypadki, że do niektórych specjalistów trzeba było jechać na drugi koniec miasta, bądź czekać nawet do trzech czy czterech tygodni sprawił, że dziś na pierwszym miejscu, z punktu widzenia pracodawcy (bądź osoby indywidualnej kupującej usługę), powinna być gwarancja realizacji usługi do 5 dni roboczych (wizyta u specjalisty) bądź 48 godzin (wizyta u internisty, pediatry). Dużo mniej istotna jest liczba placówek – co z tego, że jest ich wiele, skoro nie ma w nich terminów. Także rozdmuchany do granic absurdów zakres nie powinien być brany na poważnie. W końcu ilu z nas skorzysta z wizyty u patomorfologa (w zakresie w jednej z sieci medycznej – lekarz bada wycinki i pobrany materiał, raczej nie udamy się do niego na rozmowę), czy anesteziologa (znieczula do zabiegów, natomiast jest bardzo niewiele przypadków, w których faktycznie trzeba udać się do niego na konsultacje), albo z innych bardzo skomplikowanych i rzadkich badań diagnostycznych.

Kluczowe jest podstawowe 16 specjalistów (a nawet 10), do tego najpopularniejsza diagnostyka laboratoryjna i diagnostyczna (USG, RTG, a w bogatszej opcji Rezonans Magnetyczny i Tomograf) oraz w opcji rehabilitacja i coraz popularniejsza stomatologia.

Lepiej na firmę niż indywidualnie

Oferty dla osób indywidualnych są z reguły dużo droższe i mniej atrakcyjne zakresowo od ofert dla firm. Wynika to

z prostej kalkulacji – kupująca osoba indywidualna z dużym prawdopodobieństwem ma ochotę z pakietu korzystać. Kalkulując ofertę firmową operator medyczny czy ubezpieczyciel zakłada, że część pracowników będzie z usług korzystała często, część od czasu do czasu, a część prawie wcale. Cena na pracownika jest średnią z tych opcji. Dlatego, jeżeli mamy możliwość, to warto starać się o pakiet firmowy, czy to we własnym przedsiębiorstwie czy u kogoś z rodziny. Jeżeli jesteśmy pracownikiem, a szef nie chce płacić za abonament, to i tak warto namówić pracodawcę na zwrócenie się do firmy medycznej o ofertę. Nawet jeśli to pracownik ma za niego płacić, a firma jedynie potrącać z pensji, to z reguły jest to dla pracownika dużo bardziej korzystna opcja niż kupowanie go samodzielnie.

Możliwe też, że wspólnie z firmą świadcząca opiekę medyczną będzie możliwe zbudowanie takiej oferty, która przekona niezdecydowanego szefa. Zamiast stałego miesięcznego abonamentu, kupi on jednorazowy program profilaktyczny lub zdecyduje się na przedpłaconą kartę gwarantującą szybki dostęp do konsultacji lekarskich i badań diagnostycznych.

Podsumowując, obecnie najważniejsza przy wyborze powinna być:

- gwarancja dostępności (zapisana w umowie),
- zakres adekwatny do potrzeb (czyli płacimy za to, co faktycznie może się przydać. Z reguły najdroższe pakiety VIP kompletnie się nie opłacają – od czasu do czasu jak czegoś nie ma w pakiecie po prostu zapłacimy za to komercyjnie – na 99 proc. w perspektywie roku będzie to znaczna oszczędność),
- w miarę możliwości pakiet grupowy/firmowy a nie indywidualny.

Pozostałe elementy są ważne, ale mniej istotne. Najmniej powinniśmy kierować się prestiżem i ilością reklam w mediach oraz znajomością przez nas danej marki. Co z tego, że ładne logo i prawie wszyscy je znają, skoro niekoniecznie idzie za tym jakość. ■

Czas na outsourcing

Rozwiązania outsourcingowe stają się z każdym rokiem coraz bardziej popularnym rozwiązaniem organizacyjno-zarządczym już nie tylko w firmach małych, ale również w przedsiębiorstwach średnich i dużych. Następuje przy tym stopniowa ewolucja postrzegania outsourcingu przez managerów i właścicieli firm.



JACEK CZELADKO
PREZES ZARZĄDU FK PARTNER

Outsourcing nie jest już jedynie metodą obniżania kosztów. Coraz częściej za decyzjami o wyborze outsourcingu stoi motywacja związana z zarządzaniem ryzykiem, optymalizacja wykorzystania zasobów przedsiębiorstwa czy też strategiczne decyzje co do organizacji firmy.

Cechy outsourcingu

Trudno wskazać na jeden wiodący element, który najbardziej przyczyniałby się do wzrostu popularności tej branży. Należy raczej brać pod uwagę zespół czynników, które w świadomości klientów w różnym stopniu przyspieszają podjęcie decyzji o skorzystaniu z usług firmy zewnętrznej. Jednym z najważniejszych jest niewątpliwie dążenie do obniżenia kosztów (likwidacja własnych etatów, obniżenie kosztów technologicznych itp.). Z kolei uproszczenie własnej struktury wewnętrznej przyczynia się do poprawy zarządzania, jednocześnie zdejmując z kierownika obowiązek nadzorowania pracy działu i umożliwiając mu koncentrację

na kwestiach strategicznych i rozwojowych, co zwykle prowadzi do wzrostu konkurencyjności firmy.

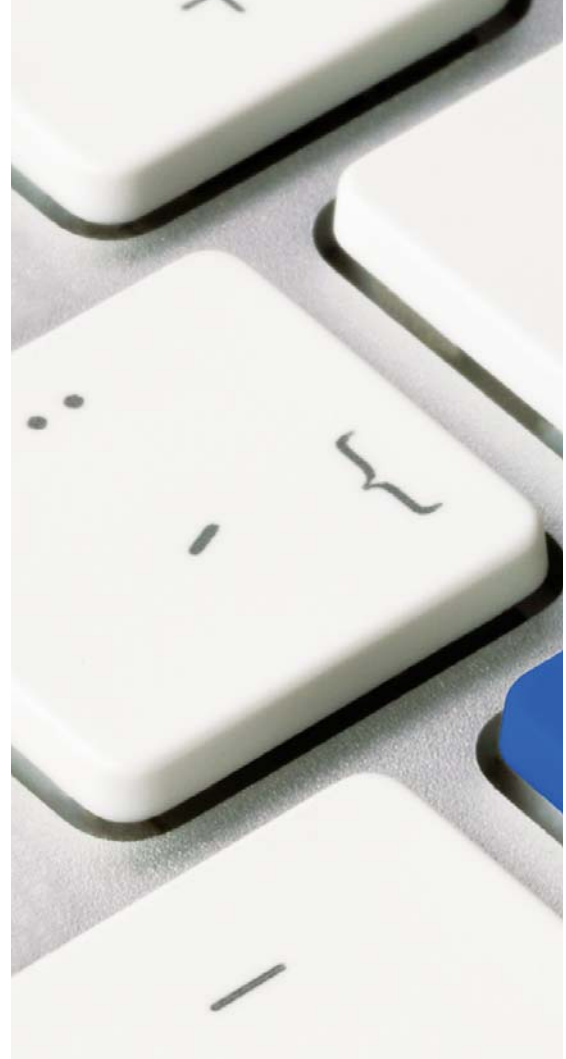
Najważniejsze powody podejmowania przez managerów decyzji o przejściu na outsourcing to:

- redukcja i kontrola kosztów bezpośrednich,
- koncentracja na działalności podstawowej,
- dostęp do najlepszych i najnowszych rozwiązań,
- brak zasobów wewnętrznych,
- transfer ryzyka na usługodawcę,
- poprawa cash flow.

Najłatwiej prześledzić rozwój rynku outsourcingu na przykładzie branży usług księgowych. Wzrosło nie tylko zainteresowanie klientów usługami prowadzenia ksiąg handlowych, ale zmienił się także sposób podejścia do outsourcingowania tej działalności. Samo prowadzenie ewidencji księgowej dla nowocześnie zarządzanej spółki to za mało. Należy zaoferować klientowi szereg innych korzyści i mieć świadomość, że dobrze zarządzane podmioty mają na tyle sprawne struktury wewnętrzne, że zbudowanie dla nich oferty dużo tańszej od rozwiązania tradycyjnego jest nierealne. Ale i nie zawsze oczekiwane. Rynek usług księgowych zmierza w kierunku wysoko wyspecjalizowanych usług, gdzie standardowy pakiet ewidencji księgowej i rozliczeń podatkowych rozbudowywany jest o analizy finansowe i operacyjne, nierzadko wymagające tworzenia niestandardowych rozwiązań w obszarze narzędzi IT i systemów finansowo-księgowych i zatrudniania pracowników o szerokich kompetencjach.

Współpraca idealna

Ciekawym zjawiskiem na rynku staje się stopniowa ewolucja modeli outsourcingowych. Dawniej klient przysyłał (a nawet przynosił) dokumenty do biur. Obecnie modele współpracy są różne – obsługa w biurze to standard. Ale nie ma jed-



Na zainteresowanie usługami outsourcingowymi wpływa kwestia odpowiedzialności finansowej przed urzędem skarbowym

nak problemu jeśli klient chce, aby księgowanie odbywało się w jego firmie na systemie informatycznym firmy zewnętrznej. Tak samo jak dostęp on-line do ksiąg czy też integracja modułów oprogramowania z modułami wykorzystywanymi przez klienta (np.: kasa, program magazynowy albo program do fakturowania). Usługi są w pełni konfigurowalne – można je dopasować do specyfiki każdej organizacji.

Zewnętrzna księgowość

Zlecenie usług księgowych na zewnątrz wynika często z potrzeby popra-



wy dostępu do informacji przez kadre zarządzającą w firmie. Firma zewnętrzna, która zwykle korzysta z zaawansowanych systemów informatycznych i dysponuje zespołem fachowców, dostarcza wymagane informacje zarządcze w ściśle określonych terminach, zgodnie ze zdefiniowanymi uprzednio wzorami. Jest to związane z kolejnym czynnikiem – dbałością o kompetencje. Klient nie zawsze może sobie pozwolić na ciągłe szkolenie własnego zespołu księgowego, tymczasem w sytuacji ciągłych zmian i nowelizacji przepisów podatkowo-księgowych jest to po prostu niezbędne. Wiarygodna firma, dla której usługa outsourcingu księgowego jest podstawową działalnością, nie ma wyboru – jeśli nie zapewni najwyższych kompetencji merytorycznych swoim pracownikom, nie utrzyma się na rynku.

Współczesne formuły outsourcingu jako efekt doświadczeń i stopniowego rozwoju rynku w Polsce wprowadziły szereg podziałów na sektory, które znacznie różnią się od siebie zarówno parametrami zewnętrznymi, takimi jak cena i jakość usługi, jak również podejściem formalnym i organizacją usługi. Poszczególne oferty różnicują również zakres świadczonych usług, w zależności od posiadanych zasobów oraz przyjętej w firmie stra-

tegi i portfolio. Powoduje to oczywiste trudności, a nawet czasem nieporozumienia przy porównywaniu do siebie ofert. Z tego względu, profesjonalnie działające firmy decydujące się na uruchomienie outsourcingu księgowości, mają przed sobą niełatwe zadanie wyboru dostawcy z właściwego segmentu, który będzie potrafił dostosować się do specyfiki branży klienta i zrealizować dostawę usługi w formule odpowiadającej wymogom klienta.

Na zainteresowanie usługami outsourcingowymi wpływa też niewątpliwie kwestia odpowiedzialności finansowej przed urzędem skarbowym. Zmieniające się przepisy zwiększają poczucie niepewności i ryzyka biznesowego. Oddając swoją księgowość na zewnątrz, firmy pozbywają się tego problemu. To firma zewnętrzna przejmuje odpowiedzialność za wykonywane czynności księgowe, a dysponując polisą OC, jest w stanie pokryć ewentualne kary i odsetki karne. ■

Jacek Czeladko

Doktor Nauk Ekonomicznych – Zarządzanie Finansami, Akademia Ekonomiczna w Katowicach, absolwent MBA w SGH & University of Calgary & Université du Québec, Magister Ekonomii w Silesian International Business School (University of Strathclyde z Glasgow oraz Ecole de Commerce de Toulouse), Magister Nauk Społecznych (kierunek: Nauki Polityczne i Dziennikarstwo), Uniwersytet Śląski. Certyfikowany Audytor Wewnętrzny (CIA) i biegły sądowy. Członek i ekspert Związku Pracodawców i Przedsiębiorców. Autor publikacji prasowych i książek o tematyce ekonomicznej. Posiada 20 letnie doświadczenie na stanowiskach kierowniczych w finansach i zarządzaniu. Założyciel i główny udziałowiec FK Partner. Wdrażał systemy kontrolingu i budżetowania, prowadził restrukturyzacje organizacyjne i finansowe, pozyskiwał finansowanie na rynku kapitałowym i bankowym, wdrażał systemy informatyczne, opracowywał wieloletnie plany strategiczne i marketingowe. Posiada rozległe doświadczenie w pozyskiwaniu źródeł finansowania zarówno kapitałem własnym (emisje akcji i obligacji zamiennych na akcje), jak i długiem (kilkadziesiąt wynegocjowanych umów kredytowych). Doświadczenie z kilkudziesięciu dużych wdrożeń rozwiązań outsourcingowych w obszarze księgowości, raportowania, kadr i płac oraz kontrolingu plasuje FK Partner wśród wiarygodnych partnerów projektów outsourcingowych.

Diament - talizman inwestora

Marilyn Monroe śpiewała, że diamenty są najlepszym przyjacielem każdej dziewczyny. Powinna dodać, że diamenty są także najlepszym przyjacielem każdego inwestora. Inwestowanie w diamenty jest doskonałym sposobem na dywersyfikację portfela lub stworzenie dopasowanej indywidualnej inwestycji – własnego super funduszu.



MARCIN MARCOK
PREZES MART DIAMONDS

Diamenty... Choć towarzyszą człowiekowi od zarania dziejów, dziś wciąż wzbudzają tyle samo emocji co kilka tysięcy lat temu. Uważane za symbol doskonałości, czystego i bezinteresownego uczucia, stały się jednym z najbardziej pożądanych i upragnionych przedmiotów na świecie.

Diament w kieszeni...

Historycznie diamenty są bardzo bezpiecznym systemem lokacji finansów, charakteryzującym się przewidywalnym i stałym wzrostem wartości. Na pewno nie są idealnym rozwiązaniem na krótki, kilkumiesięczny okres, chyba że rozpatrujemy je jako produkt typowo „pośredniczący” – umożliwiający obrót nimi w krótkich okresach, poprzez zakup i sprzedaż na rynku innym klientom. Diamenty są doskonałym medium dla długoterminowej inwestycji, mającej tę przewagę nad wszystkimi innymi, że jest to inwestycja

w fizyczny produkt, który znajduje się w naszym posiadaniu. Dający dodatkowe możliwości, pozwalające nie tylko inwestować, ale w przeciwieństwie do innych aktywów – czasami posłużyć jako typowy produkt lokacyjny, zabezpieczający nasz majątek. Bezpieczeństwo inwestowania w diamenty jest bardzo wysokie. Przemysł reguluje rynek, aby utrzymać stabilne ceny. Wyczerpujące się złoża i rosnący popyt w najbliższych latach, także będą wpływać na wzrost ich wartości. Musimy pamiętać, iż wśród wszystkich kamieni szlachetnych – diament pozostaje najpopularniejszym i najbardziej kosztownym klejnotem na całym świecie. Przewagą diamentów nad innymi produktami inwestycyjnymi jest ich dyskrecja, łatwość w transporcie, brak dodatkowych kosztów związanych z zarządzaniem i obsługą. W przeciwieństwie do nieruchomości lub sztuki – inwestycja w diamenty może być rozłożona na kilka kamieni dających sumarycznie docelową wartość.

Jakość 4C

Odpowiedni wybór diamentu przeznaczanego pod inwestycję powinien być poprzedzony analizą potrzeb, założeń, jakie klient stawia przez taką formę lokacji finansów. Dobór kamieni będzie rzutował w późniejszym czasie nie tylko na osiągnięty wynik, może być ważny także w momencie realizacji zysków z inwestycji. Nie wszystkie diamenty są idealne dla inwestycji, a skuteczny wybór odpowiednich kamieni to bardzo często połączenie kilku ważnych kryteriów. Diamenty inwestycyjne, to najprościej rzecz ujmując, szlifowane diamenty o jak najlepszej jakości. 4C – czyli zasada określająca jakość i wartość diamentów ma szczególne zastosowanie przy wyborze kamieni pod inwestycję. Im wyższej jakości jest wybrany diament, tym rzadszy jest to okaz, a tym samym i wyższa jest jego wartość. Mniejsza dostępność takiego diamentu na rynku wpływa na szybszy wzrost jego wartości. Przyjmuje się, iż diament inwestycyjny powinien mieć masę minimum 1 karata, jednak dla diamentów kolorowych

masa ma mniejsze znaczenie niż kolor i jego nasycenie.

Diamentowa kolekcja

Innym sposobem inwestycji diamentowej jest tworzenie kolekcji. Niektórzy klienci kupują co jakiś czas diamenty o tej samej jakości i masie, tworząc przez lata kolekcję takich samych kamieni, wzmacniając tym wartość swojej inwestycji. Najbardziej pożądanym kształtem szlifów jest brylant, ale rozważając zakup większego masowo kamienia, powyżej pewnej masy – kształt szlifów przestaje mieć znaczenie. Dla diamentów o masie między 5 a 10 karata kształt szlifów jest sprawą drugorzędną. Wiadomo, że im większy diament oraz im lepsza jego jakość, tym rzadszy jest to okaz, a nauczeni prawami rynku dotyczącymi podaży i popytu, wiemy doskonale, iż mała dostępność jakiegoś produktu zawsze przekłada się na wzrost jego wartości.

Ważne – za ile?

Określenie kwoty, którą chcemy ulokować w diamentach jest sprawą kluczową. Choć wydaje się prostym określenie, ile możemy przeznaczyć na zakup diamentu, należy sobie zadać proste pytanie – czy przeznaczoną kwotę na inwestycje ulokować w jednym dużym kamieniu, czy może lepiej w kilku nieco mniejszych. Duży, bezpieczny portfel i jego dywersyfikacja pozwala inwestować w duże, pojedyncze kamienie, które lepiej utrzymują wartość i częściej drożeją. Jeśli jednak w momencie wyboru diamentów jako inwestycji pojawia się przeświadczenie, iż być może w szybszym czasie, do zakładanego będziemy chcieli lub będziemy zmuszeni do częściowego wyjścia z programu – warto wybrać kilka kamieni mniejszych. W miarę potrzeb możemy sprzedać jeden kamień lub dwa, reszta zaś może nadal wypracowywać zysk.

Cena jako czynnik najważniejszy, decyduje o powodzeniu naszej inwestycji już na samym jej początku. Odniesieniem do realnych tendencji, cen i nastrojów na diamentowym rynku jest cennik RAPA-PORT. Jeśli uda nam się zakupić diament



Im wyższej jakości jest wybrany diament, tym rzadszy jest to okaz, a tym samym i wyższa jest jego wartość

w cenie zbliżonej do tej prezentowanej w w/w zestawieniu, możemy traktować naszą transakcję jako doskonały wstęp do inwestycji, biorąc oczywiście pod uwagę założenia dotyczące jakościowego doboru kamienia. Dyskont na poziomie kilkudziesięciu procent pozwala już na początku inwestycji zyskać spory zapas kwoty potrzebnej do zainwestowania, co realnie przekłada się na poprawę jakości oraz wielkości zakupionego diamentu, a także generuje już na początku realny zysk.

Certyfikat wiarygodności

Przy wyborze i zakupie diamentów inwestycyjnych nie możemy zapominać o ich certyfikatach. Certyfikat stanowi nieodłączną część diamentowej inwestycji. Dokument potwierdza jakość zakupionego diamentu, jego parametry, a przez to także i naszą inwestycję. O ile przy zakupie

diamentów do oprawy biżuteryjnej możemy sobie pozwolić na zakup kamieni bez dokumentacji certyfikacyjnej, o tyle zakup kamienia pod inwestycję bez certyfikatu, przełoży się na jego drastyczny spadek wartości przy późniejszej jego odsprzedaży. Warto wybierać diamenty, które prócz certyfikatu posiadają także dodatkowe zabezpieczenie identyfikacyjne w postaci laserowej inskrypcji na swojej rondyście, która jest obecnie jedynym, pewnym sposobem identyfikacji i zabezpieczenia diamentów.

Wybierz sprawdzonego dostawcę

Oczywiście wybór odpowiedniego kamienia, stworzenie idealnej inwestycji w oparciu o nasze potrzeby i oczekiwania, a docelowo osiągnięcie odpowiedniej stopy zwrotu z inwestycji nie będzie możliwe bez odpowiedniego „zaplecza”. Wy-

bór odpowiedniego dostawcy naszych diamentów, firmy o długoletniej tradycji, ugruntowanej pozycji na rynku, umożliwiającej swoim klientom nie tylko najlepszy zakup, ale i późniejszą odsprzedaż posiadanych kamieni – to tak naprawdę jedno z ważniejszych kryteriów, jakie powinno się brać pod uwagę decydując się na zakup diamentów inwestycyjnych. Idealny dostawca nie tylko umożliwia dostęp do największej, realnej oferty diamentów, służy radą oraz pomocą przy wyborze odpowiednich kamieni, ale także oferuje swoim klientom szereg usług dodatkowych. Na przykład, oprócz możliwości pozostawienia w depozycie zakupionych diamentów, darmowych wycen, umożliwia także swoim klientom możliwość realizacji zysków z inwestycji, czyli odsprzedaż zakupionych diamentów poprzez własny system redystrybucji.

Inwestycja w diamenty ma ponadto jedną cechę, której nie ma jakikolwiek inny produkt na rynku. Inwestując w diamenty, tak naprawdę inwestujemy także w swoje szczęście. Nie od dziś wszak wiadomo, iż diamenty chronią swych właścicieli przed całym złem tej ziemi, stanowiąc nierzadko talizman potrafiący odmienić życie na lepsze... ■

Architektura korporacyjna jako pomost pomiędzy środowiskiem biznesowym a technologią IT

Architektura korporacyjna jest użytecznym, a w niektórych przypadkach wręcz niezbędnym narzędziem do budowy w firmie porozumienia pomiędzy środowiskiem biznesowym oraz IT. Ale czy takie porozumienie w ogóle jest potrzebne? Otóż moim zdaniem – tak. Jest tak dlatego, że w erze cyfrowej, IT pełni rolę najważniejszej technologii, która może ułatwić, ale – z drugiej strony - może też utrudnić funkcjonowanie i rozwój firmy. O tym, jak to porozumienie budować, mówi ten artykuł.

DARIUSZ KONCEWICZ

ARCHITEKT ROZWIĄZAŃ, KONSULTANT IT,
TRENER

Fundament biznesu

Czy czasem nie odnosisz wrażenia, że świat biznesu w ostatnich latach działa jakoś inaczej? Stał się bardziej chaotyczny, nieprzewidywalny. Firmy starają się dobrać jak najlepszych pracowników, obserwują rynek i konkurencję, często posiadają strategię biznesową, a mimo to przychody nie rosną tak, jak zakładał plan. Wszyscy pracują coraz ciężiej ale firma zaczyna tracić grunt pod nogami.

Jeśli obserwujesz to w twojej firmie, to być może powinniście w większym stopniu wesprzeć technologiami IT podstawowe obszary waszej działalności, zbudować solidny fundament – posiadać w firmie zautomatyzowane zasadnicze procesy oraz dobrze dobraną do potrzeb infrastrukturę informatyczną.

Głównymi elementami, na które trzeba zwrócić uwagę podczas budowy tego fundamentu są:

- model operacyjny – zestaw reguł opisujących sposób działania firmy w chwili obecnej oraz jej rozwój w dającej się przewidzieć przyszłości, zgodnie z przyjętą strategią biznesową,
- architektura korporacyjna czyli zestaw logicznie uporządkowanych procesów, danych i technologii informatycznych a także aplikacji komputerowych i łączących je interfejsów,
- model współpracy biznesu z IT, gwarantujący prawidłowe wdrożenie przyjętej architektury realizującej model operacyjny firmy, który z kolei wynika z przyjętej w firmie strategii.

Ale co to w praktyce jest architektura korporacyjna? Jaka jest jej relacja do

modelu operacyjnego firmy i poszczególnych projektów informatycznych? Prześledźmy to na przykładzie.

Zakładamy Centrum Medytacyjne dla VIP

Założmy, że wpadliśmy na interesujący pomysł – chcemy otworzyć Centrum Medytacyjne dla VIP-ów, zapracowanych czasem wypalonych biznesmenów, którzy chcą odpocząć, nabrać dystansu do swoich problemów, odświeżyć umysł i zaczerpnąć nieco ożywczych idei.

Planujemy, kim dokładnie będą nasi klienci, jaką wartość będziemy dostarczali naszym klientom i w jaki sposób; sprawdzamy „na grubych liczbach” czy nasz pomysł będzie rentowny – innymi słowy projektujemy jego model biznesowy.

Jeśli w dalszym kroku planujemy, jak nasze centrum będzie działało: jak będą wyglądały główne procesy biznesowe, ilu będzie zatrudnionych ludzi, o jakich umiejętnościach, jak będą zorganizowani – to przechodzimy na poziom modelu operacyjnego.

Jeśli projektujemy fizyczną realizację centrum – wizualizację bryły budynku, układ funkcjonalny pomieszczeń, ciągi komunikacyjne, główne założenia co do oświetlenia, wygląd elewacji po to, żeby nasze centrum odpowiednio się prezentowało, sprawnie działało i żeby klienci byli zadowoleni – to dotarliśmy do poziomu odpowiadającemu architekturze korporacyjnej.

Kiedy dyskutujemy nad architekturą – koncentrujemy się raczej na koncepcji, realizacji strategii; nie martwimy się, jak będą w szczególności wyglądały instalacje sanitarne, zorganizowane będą magazyny, jak będzie działała instalacja elektryczna, czy jak będą zbudowane ściany i stropy

– w świecie IT jest to poziom konkretnych projektów infrastruktury, aplikacji i interfejsów użytkownika.

Ale żeby te szczegółowe projekty były ze sobą spójne i realizowały nasze strategie biznesowe oraz model operacyjny naszej firmy, wcześniej musi powstać spójna wizja całości, która ją łączy – taką właśnie rolę pełni architektura korporacyjna w świecie rozwiązań IT.

Co to jest model operacyjny?

Najprościej – model operacyjny to procesy, ludzie oraz struktury organizacyjne, jakich firma używa do realizacji swojego modelu biznesowego.

Wg definicji sformułowanej przez J. Ross oraz P. Weill’a z MIT, model operacyjny to wizja sposobu działania firmy na poziomie operacyjnym – opis w jaki sposób firma chce osiągać wzrost i prosperity w przyszłości. Jest to deklaracja wyższego kierownictwa, które procesy będą wyróżniać firmę na tle konkurencji i jak będą realizowane. To decyzje, którą okazje strategiczną firma powinna rozwinąć a której poniechać.

Model operacyjny jest bardziej stabilny niż strategia biznesowa czy strategia marketingowa, zatem to on powinien być punktem wyjścia do konkretnych projektów technicznych. Z punktu widzenia architektury rozwiązania dobrze jest model operacyjny rozważać po względem:

- standaryzacji procesów – dotyczy głównych procesów biznesowych i systemów, w jakich są realizowane praktycznie; wysoka standaryzacja oznacza, że dany proces przebiega zawsze tak samo niezależnie od tego, kto i w jakiej jednostce go realizuje.
- integracji danych – w jakim stopniu procesy lub jednostki biznesowe działają na

wspólnych (zintegrowanych) danych. Integracja danych w ramach procesów powinna prowadzić do ich płynnej i niezakłóconej realizacji, integracja w ramach firmy powinna umożliwiać prezentowanie klientom „jednolitego oblicza”.

Z przyjęcia takiego zbioru wyznaczników wynikają cztery rodzaje modelu operacyjnego działania firmy. Są to modele: dywersyfikacji, koordynacji, replikacji oraz unifikacji. Szczegóły przedstawia poniższy rysunek.

Rodzaje modeli operacyjnych i ich wpływ na architekturę

WYSOKI Poziom integracji procesów	Koordinacja Bezproblemowy dostęp do wspólnych danych <ul style="list-style-type: none"> • jednostki biznesowe mają wspólnych: klientów, produkty, dostawców lub partnerów, • podstawową motywacją nie jest obniżka kosztów ale uzyskanie jak najlepszej obsługi klienta. • silne zarządzanie centralne. • rozwój przez ekspansję lub nowych klientów 	Unifikacja Cała firma działa jak jeden organizm. <ul style="list-style-type: none"> • zintegrowany łańcuch dostaw oraz ekonomia skali. • wzrost poprzez optymalizację wydajności i obsługi klienta oraz eliminację różnorodności • pasuje najlepiej do firm wytwarzających, stosowane powszechnie produkty i usługi. 	
	Dywersyfikacja Niezależność przy współdzielonych usługach <ul style="list-style-type: none"> • jednostki biznesowe mają niewielu wspólnych klientów, dostawców lub metod prowadzenia działalności. • oferują odrębne produkty/usługi skierowane do innych klientów, a centrala wywiera na nie niewielki wpływ. • „rozwój poprzez przejęcia” 	Replikacja Model „Franchizowy” – zestandaryzowana niezależność <ul style="list-style-type: none"> • jednostki prowadzą zestandaryzowaną działalność ale też cieszą się znaczną autonomią. • Kluczowe procesy wyglądają tak samo w każdej lokalizacji • Duża swoboda lokalnych menedżerów • Różne modele wzrostu (także przejęcie, rozwój nowych produktów.... 	
NISKI	Poziom standaryzacji procesów		WYSOKI

Źródło: MIT Sloan Center for Information System Research and IMD

Te cztery modele to nie abstrakcja tylko realne wybory, przed jakimi każda firma prędzej czy później stanie. Jaki model wybrać? Jaki jest najbardziej odpowiedni dla mojej firmy i jej strategii? Nie ma prostej i jednoznacznej odpowiedzi. To właśnie czyni zarządzanie po części sztuką a nie tylko nauką.

Architektura korporacyjna – pomost między strategią a realizacją

Dobra architektura korporacyjna, to uporządkowanie procesów biznesowych, danych i infrastruktury IT, uwzględniające wymogi stawiane przez model operacyjny względem integracji i standaryzacji firmy. Od tego, jaki wybierzemy model operacyjny dla naszej organizacji zależy nasze podejście do budowy architektury korporacyjnej.

Przykładowo, jeśli modelem ekspansji Centrum Medytacji dla VIP byłoby powielanie pierwotnego pomysłu w każdej kolejnej lokalizacji, to prawdopodobnie najwłaściwszym modelem operacyjnym byłby model unifikacji zakładający po prostu kopiowanie pierwotnych rozwiązań (zakładamy w tym momencie milcząco, że dobrych i dopracowanych) do każdej nowej lokalizacji. Klient naszej sieci centrów medytacyjnych ma wtedy pewność, że niezależnie od tego, do jakiego konkretnego miejsca trafi, zawsze otrzyma usługę na podobnym poziomie i zostanie obsłużony w ten sam sposób. Dodatkowo, jeśli klient zostałby przykładowo objęty planem terapeutycznym,

mógłby go kontynuować w każdej lokalizacji, ponieważ model unifikacji zakłada, że najważniejsze dane biznesowe są wspólne. Model unifikacji jednak sprawdza się słabo podczas rozwoju za pomocą przejęć lub akwizycji.

Drugim ważnym wymiarem jest aktualny poziom dojrzałości architektury w naszej firmie. Wspomniani naukowcy z MIT proponują rozważać rozwój architektury korporacyjnej na czterech poziomach dojrzałości:

- siłosy biznesowe – zaspokojenie potrzeb poszczególnych jednostek biznesowych lub działów funkcjonalnych; powstają rozwiązania „wyspowe” skuteczne tylko w wąskim, wyspecjalizowanym obszarze,
- standaryzacja technologii – poprawia skuteczność IT poprzez standaryzację używanych technologii; częstym dodatkowym efektem jest centralizacja zarządzania technologiami, ograniczenie ilości dostawców i optymalizacja kosztowa,
- optymalizacja działalności podstawowej – często dopiero na tym etapie osiągamy architekturę korporacyjną dopasowaną do modelu operacyjnego tzn. osiągamy zakładany poziom standaryzacji procesów i integracji danych,
- modularność biznesu – architektura reużywalnych komponentów; osiągamy zakładaną zwinność organizacyjną, uwzględniamy lokalne różnicowanie przy zachowaniu oszczędności efektu skali wynikające z przyjęcia globalnych standardów.

Dopiero złożenie wymagań wynikających z modelu operacyjnego oraz aktualnego poziomu dojrzałości daje nam praktyczne wskazówki, nie tylko jak powinna wyglądać nasza docelowa architektura korporacyjna, ale jaką drogą powinniśmy optymalnie do niej zmierzać.

Jak to wszystko wdrażać w praktyce?

A zatem do dzieła! Niestety, łatwiej powiedzieć niż wprowadzić to hasło w życie.

Zanim przystąpimy do działania warto sobie zadać pytania, jakie dostrzegamy symptomy nieefektywności w obecnych rozwiązaniach. Przykładowe pytania mogą wyglądać następująco:

- czy klient otrzymuje różne odpowiedzi na to samo pytanie zadane w różnych częściach firmy (w różnych lokalizacjach)?
- czy nowe regulacje prawne nastrożają dużo pracy lub są trudne do wprowadzenia?
- czy nowe inicjatywy strategiczne w firmie mogą się opierać na istniejących rozwiązaniach? Czy nowe inicjatywy przynoszą spodziewane zyski?
- czy dział IT wciąż jest wąskim gardłem zmian w firmie?
- czy różne procesy i systemy powielają te same czynności?

Ramy artykułu nie pozwalają na przytoczenie całego badania. Moim zdaniem, wystarczy odpowiedź twierdząca na dwa z powyższych pytań, aby poważnie rozważyć wdrożenie architektury korporacyjnej.

No dobrze, ale jak się do tego zabrać? Zasadnicze działania można sprowadzić do kilku kroków:

- analiza aktualnego fundamentu działalności – danych, procesów, klientów i technologii,
- określenie bieżącego i docelowego modelu operacyjnego firmy,
- zaprojektowanie docelowej architektury korporacyjnej,
- określenie priorytetów inicjatyw IT, uwzględniające tempo wdrażania strategii biznesowej oraz wymogi technologiczne,
- opracowanie i wdrożenie modelu współpracy z IT,
- opracowanie i wdrożenie narzędzi łączących inicjatywy IT z zyskiem firmy.

Podstawowym warunkiem sukcesu jest skupienie na projekcie uwagi najwyższego kierownictwa i odgórne inicjowanie zmian.

Co dalej?

Jeśli wciąż zastanawiacie się państwo, czy w waszej firmie warto podjąć to zwywanie, pomyślcie, czy jesteście zainteresowani:

- wzrostem dochodowości i skróceniem w waszej firmie czasu dostarczania produktów na rynek,
- wyższym zwrotem z inwestycji w IT,
- obniżeniem o 25 proc. kosztów IT,
- lepszym dostępem do współdzielonych danych o klientach,
- zmniejszeniem ryzyka zasadniczych błędów w waszych głównych systemach IT niezbędnych do realizacji misji firmy.

Im więcej udzieliliście państwo odpowiedzi na TAK, tym bardziej warto zająć się architekturą korporacyjną w waszej firmie.

Jeśli masz ochotę wymienić się ze mną swoimi spostrzeżeniami na temat artykułu, napisz proszę na adres redakcja@przedsiębiorcy.eu ■

Money Coaching

– praktyczna edukacja finansowa

Połączyć zysk i bezpieczeństwo kapitału klienta to nasze główne motto.



Andrzej Spuła

W dzisiejszych czasach znacznie wzrasta oczekiwanie oparcia, pewności i bezpieczeństwa, przynajmniej dotyczącego zabezpieczeń finansowych w razie pogorszenia sytuacji majątkowej lub zabezpieczeń na przyszłą emeryturę.

Wielu skosztowało lepszego życia i chciałoby, żeby to pozostało normą. Niestety, bez naszego rozważnego funkcjonowania w dziedzinie finansów osobistych, wszystko może ulec drastycznej zmianie.

Skoro prognozy mówią o niskich przyszłych emeryturach i stopie zastąpienia nawet na poziomie 20–30 proc., to koniecznością staje się odkładanie pieniędzy na poczet przyszłej, prywatnej emerytury.

W jaki jednak sposób zrobić to właściwie i bez większego ryzyka?

Najpierw trzeba się poinformować. Po to właśnie firma Money Coaching organizuje 1,5 godzinne spotkania informacyjne o finansach osobistych i firmowych. Nowość na naszym rynku? Dla niektórych tak, chociaż już od 2011 r. regularnie organizujemy tego typu spotkania w Warszawie i na terenie całego kraju. Mamy też za sobą kilkanaście lat doświadczeń, zdobytych na dojrzałym rynku niemieckim.

Doświadczenia z rynku niemieckiego wyraźnie potwierdzają, iż zainteresowanie tym tematem będzie u nas ciągle wzrastać, gdyż coraz więcej rozważnych ludzi, do-

strzega potrzebę utrzymania obecnego standardu życia, również na czas, kiedy wiek ograniczy naszą aktywność zawodową i zaczniemy mieć więcej czasu dla siebie.

Zabezpieczenie dla dzieci

Zabezpieczenie startu dla dzieci w dorosłe życie to też temat, który zauważyli rodzice i już od najmłodszych lat inwestują regularne kwoty dla dzieci w 10-letnich programach inwestycyjnych. Dziadkowie myślą o wnukach i ich zabezpieczeniu, inwestując wyższe kwoty jednorazowo.

Sami chcemy posiadać środki również na dostatnie życie jutro, a nie tylko dziś. Dlatego wyraźnie motywujemy na spotkaniach do płacenia samemu sobie określonych kwot w bezpieczny i zyskowy program inwestycyjny, zarządzany w peł-

li poczucie bezpieczeństwa w każdym momencie.

Money Coaching, jako fachowiec w tym temacie, dokonuje przeglądu programów inwestycyjnych dostępnych na naszym rynku, będących pod kontrolą Komisji Nadzoru Finansowego. Następnie, po weryfikacji oraz inwestycji własnych środków, przekazuje sprawdzone rozwiązania zainteresowanym. Niezależność firmy jako doradcy finansowego gwarantuje obiektywny wybór inwestycji.

Niepewność klienta

Większość podmiotów doradczych zapomina, iż skoro klienci czują się niepewnie w dzisiejszej rzeczywistości, tym bardziej niepewnie będą się czuli, jeśli chodzi o inwestycje i wybór konkretnego funduszu. „Który fundusz mam wybrać?“, „czy powinienem trzymać cały czas wy-

Motywujemy do płacenia samemu sobie określonych kwot w bezpieczny i zyskowy program inwestycyjny, zarządzany przez specjalistów.

ni przez specjalistów, opłacanych od wypracowanego zysku dla klientów.

To niewątpliwie specjaliści w pełni tego słowa znaczeniu, gdyż już ósmy raz z rzędu (czyli przez ostatnie 8 lat), co roku zostali wybrani najlepszymi zarządzającymi na doświadczonym rynku austriackim.

Pewnie i efektywnie

Klienci zawsze oczekują możliwie najpewniejszych i najefektywniejszych inwestycji swoich środków, które w zależności od potrzeb, chcą lokować na przyszłą emeryturę lub na zabezpieczenie finansowe siebie i swoich najbliższych.

Niezależny doradca, jakim jest Money Coach, zadba, aby oferowane produkty mogły spełnić różnorodne oczekiwania finansowe klientów, a co najważniejsze, żeby dzięki odpowiednim rozwiązaniom inwestycyjnym, klienci zyskali spokój i mie-

brane fundusze, czy zmieniać je w trakcie?“, albo „jeżeli zmieniać, to kiedy mam to zrobić?“, „co będzie, jeśli przeoczę odpowiedni moment i stracę swoje pieniądze?“ – zastanawia się większość osób rozpoczynająca swoją przygodę z produktami inwestycyjnymi.

Jak pokazuje historia inwestycji, jedną rzeczą jest osiągnąć dobre zyski, a inną, równie ważną – te zyski utrzymać. Ta zasada dotyczy w szczególności budowania kapitału emerytalnego, aby w czasie trwania programu ochronić wypracowane już zyski tak, by tuż przed przejściem na emeryturę, gwałtowne spadki na giełdach nie uszczupliły ich w znaczący sposób, bo na odrobienie strat może nie wystarczyć już czasu.

Pewność inwestora

Polecany na naszych seminariach program inwestycyjny należy do grupy Total

Return, czyli całkowitego zwrotu, a zarządzany jest przez wiedeńskie Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych, które w procesie zarządzania wykorzystuje innowacyjny system transakcyjny. Ten sposób zarządzania odpowiada zapotrzebowaniu klientów na inwestycje, które zapewnią im rozsądne zyski w średnim terminie przy możliwie niskim ryzyku i uchronią ich przed utratą kapitału, szczególnie w niepewnych czasach.

System komputerowy analizuje na bieżąco ponad 10 tysięcy funduszy inwestycyjnych o zasięgu globalnym oraz 10 tys. pojedynczych akcji, po czym wybiera zawsze te fundusze inwestycyjne lub akcje, których trendy wzrostowe są najsilniejsze. W zależności od rozwoju sytuacji na rynkach, fundusze wykorzystujące koncepcję Total Return aktywnie inwestują w akcje, obligacje, rynek pieniężny oraz instrumenty pochodne.

Bez ryzyka

Podczas faz spadkowych na rynkach, udział akcji może być zredukowany do zera, aby ograniczyć straty na możliwie najniższym poziomie. Celem polityki inwestycyjnej jest uzyskiwanie we wszystkich fazach rynku, niezależnie od rozwoju sy-

tuacji giełdowej, długotrwałych, pozytywnych stóp zwrotu.

Wszystkie fundusze z polecanego programu dynamicznie reagują na zmieniającą się na rynkach sytuację i, co **NAJWAŻNIEJSZE**, zmiany te dokonują się automatycznie, bez ingerencji klienta czy doradcy. Co to daje w efekcie? Spokój i poczucie bezpieczeństwa, że kapitał jest chroniony. Odciąża zarówno klienta jak i doradcę od nieustannego monitoringu rynkowych trendów, eliminuje stres, że przeoczy się coś, czego konsekwencją będą dotkliwie straty. Dzięki temu klienci mogą spokojnie koncentrować się na swoich codziennych obowiązkach, a zarządzaniem inwestycją zajmują się fachowcy.

Bezpieczeństwo i elastyczność

Wszystkie opisane wyżej produkty są tak skonstruowane, aby zapewnić klientom maksymalną elastyczność. Mó-

wimy przecież o programach na 5 czy 10 lat, a któż może wiedzieć, jak jego sytuacja finansowa będzie wyglądała za lat kilka. W czasie trwania programów inwestycyjnych mogą się zdarzyć różne sytuacje losowe (chwilowy brak pracy, nieoczekiwany spadek zarobków czy wysokie wydatki). Produkty te oferują szereg rozwiązań i funkcjonalności na tę niespodziewaną, często niemiłą, sytuację. Jest więc możliwość czasowego zawieszania składki regularnej, zamiany umowy na bezskładkową, z możliwością uaktywnienia umowy bez konieczności wpłaty zaległych składek, a także częściowe wykupy kapitału. Wszystko po to, aby w niepewnych czasach klient czuł się bezpiecznie i był pewny, że niezależnie od sytuacji, będzie mógł z powodzeniem realizować swoje założone cele.

Nic nie daje człowiekowi tak dużo wolności i niezależności jak jego własny majątek. ■

Specjalna oferta dla czytelników magazynu „przedsiębiorcy@eu”:

Pierwsze 20 osób otrzyma bezpłatne wejściówki wraz z osobą towarzyszącą na spotkania z Money Coaching, które odbędą się w Warszawie 05.11.2015, 19.11.2015 lub 03.12.2015 w godz. od 18.30 do 20.00

Zgłoszenia prosimy kierować na adres: seminaria@moneyc.pl



Money Coaching

zaprasza na seminarium Twoja niezależność Finansowa

- * Zmień myślenie i zaprogramuj się na bogactwo, bez względu na to, jaki stosunek do pieniędzy miałeś dotychczas.
- * W jaki sposób finanse wpływają na Twoje życie zawodowe i inne dziedziny twojego życia.
- * Jak zapewnić bezpieczeństwo i ciągłość finansową własnej firmie.
- * Jak i gdzie inwestować mając do dyspozycji mniej niż 20 tys. zł. Co się zmieni gdy będziesz chciał zainwestować 100 tys. lub pół miliona złotych albo więcej.



**NIE PRZEGAP
SWOJEJ SZANSY**

Szczegóły, bilety
i rejestracja na
www.wolnifinansowo.ppiu.pl

www.moneyc.pl



40 lat tyskiego zakładu Fiata

18 września 1975 r. z nowo zainstalowanych linii produkcyjnych tyskiego zakładu zjechały pierwsze Fiaty 126p – obecnie kultowe już „Maluchy”.

WTychach i w Bielsku-Białej przez 27 lat (1973-2000) wyprodukowano w sumie 3 318 674 szt. tego popularnego samochodu, który zmotoryzował polskie społeczeństwo. W 1991 r. uruchomiono w Tychach produkcję Fiata Cinquecento, a w grudniu 1997 r. na taśmie produkcyjnej pojawił się kolejny nowy model – Fiat Seicento.

Od roku 1996 do roku 2000 w Tychach odbywał się montaż modeli: Punto, Bravo/Brava, Marea, Ducato a nawet Iveco. Warto przypomnieć, że w latach 2000–2004 w Tychach produkowano również Fiaty Uno, Siena i Palio Weekend. Najbardziej dynamiczny rozwój zakładu związany jest z produkcją Fiata Pandy w latach 2003–2012. Tego popularnego i przebo-



jowego modelu pracownicy tyskiego zakładu wyprodukowali 168 491 sztuk. To rekordowa liczba w dotychczasowej historii fabryki. W 2007 r. koncern rozpoczął w Tychach produkcję kolejnego kultowego modelu – Fiata 500, który wy-

tworzany jest to do dziś – obecnie w nowej odsłonie. Aktualnie w Tychach produkowany jest również Ford KA, Abarth 500 oraz Lancia Ypsilon.

FCA Poland jest największym producentem samochodów w Polsce, który w 2014 r. wyprodukował 313 933 samochody i jest największym eksporterem w branży motoryzacyjnej w naszym kraju.

Obecnie na powierzchni 2,4 mln metrów kwadratowych (to jedyny parametr charakteryzujący tę fabrykę, który od początku się nie zmienił), funkcjonuje 56 firm, w których pracuje ok. 6,1 tys. pracowników, z czego w tyskiej fabryce ok. 3,4 tys. osób. W sumie w ciągu dnia na tym obszarze pracuje ok. 12,1 tys. pracowników.

Źródło i fot.: materiały prasowe

Nowy Outlander – zmieniony na 100 sposobów



W polskich salonach dostępna jest już najnowsza generacja Mitsubishi Outlandera. Auto przeszło aż sto głębokich modyfikacji, obejmujących zarówno design, jak i konstrukcję. Auto ma znacznie nowocześniejszy wygląd zewnętrzny, zaskakuje komfortem również wewnątrz. Przeprojektowano w nim wiele elementów, od nowa zdefiniowano sposoby zapewnienia komfortu jazdy, dynamiki, a także bezpieczeństwa oraz wydajności.

Co wyróżnia Outlandera:

- Nowa tożsamość wizualna marki, zaakcentowana przeprojektowanym, chromowanym grillem, nowym zderzakiem i odważnym, emocjonującym „spojrzeniem zmrużonych oczu”
- Wyjątkowo ciche i komfortowe wnętrze

- Precyzyjne, komfortowe i ciche zawieszenie, zmodyfikowany układ kierowniczy
- Nowa automatyczna przekładnia CVT – płynność i dynamika, silniki z EURO 6
- Nowoczesne, oszczędne i wydajne światła LED – wyróżnik spośród konkurencji
- Najwyższy poziom bezpieczeństwa – m.in. 7 poduszek bezpieczeństwa i wzmocniona konstrukcja nadwozia RISE
- 5 lat gwarancji + Mitsubishi Assistance Package bez limitu przebiegu

Ceny nowego Mitsubishi Outlandera zaczynają się od 95 990 zł.

Źródło i foto: materiały prasowe

Kia cee'd – odświeżona i dynamiczna

PREMIERA



Jeden z najpopularniejszych modeli KIA dostępny już w nowocześniejszej, lekko sportowej odsłonie. Uwagę przyciągają światła do jazdy dziennej w formie kostek lodu.

Co wyróżnia cee'da:

- Subtelne zmiany nadwozia i jakości wystroju wnętrza oraz wyższy stopień technologicznego wyrafinowania
- Szeroka gama jednostek napędowych wzbogacona o nowy, ekonomiczny, turbodoładowany silnik benzynowy 1.0 T-GDI
- Niższa emisja spalin i opcja nowej siedmiostopniowej przekładni DCT

• Zaawansowany system informacyjny KiaNaviSystem zintegrowany z usługami TomTom dostępny pod koniec bieżącego roku

• Nowa linia modelowa GT-Line

Ceny za nową Kia cee'd rozpoczynają się od 56 990 zł. Dla przedsiębiorców auto dostępne w leasingu od 581 zł netto miesięcznie lub w wynajmie długoterminowym od 499 zł netto miesięcznie.

Źródło i foto: materiały prasowe

Hyundai Tucson – atrakcyjny, nowy SUV

PREMIERA

Hyundai wprowadził do sprzedaży najnowszy model Tucson – kompaktowy SUV, który pokazuje nowe oblicze marki, poprzez swój odważny, sportowy design i kompleksowe zastosowanie najnowszych technologii.

Co wyróżnia Tucsona:

- Odważne i sportowe elementy podkreślające wyjątkowy design auta
- Wyrafinowane i przestronne wnętrze łączące ergonomię z elegancją
- Funkcje zapewnijające wygodę użytkownika zaprojektowane z myślą o oczekiwaniach europejskich klientów, np. bezdotykowe otwieranie klapy bagażnika
- Nowy system nawigacji z radiem cyfrowym DAB, programem siedmiu darmowych aktualizacji MapCare oraz usługą TomTom Live
- Wszechstronne, pasywne i aktywne systemy bezpieczeństwa
- Nowoczesne jednostki napędowe o mocy od 115 KM do 185 KM
- Nowe zawieszenie przygotowane na rynek europejski, dopracowane pod względem komfortu i dynamiki jazdy

Cena za nowego Tucsona zaczyna się od 83 990 zł. Dla przedsiębiorców auto dostępne jest w leasingu od 789 zł netto miesięcznie przy wpłacie 0 proc.

Źródło i foto: materiały prasowe





Fot. Rafał Korzeniewski (4)

Zaskakująca Škoda Superb

Nowa odsona Škody Superb to duże wyzwanie dla obecnie funkcjonującej na rynku klasy średniej aut. Niewiele znajdziemy tu tak nowoczesnych i komfortowych, ale jednocześnie klasycznych i oszczędnych limuzyn.

ANETA SIENICKA, KRZYSZTOF JOŃCZYK

Cieszący się największym prestiżem w gamie Škody – model Superb ma w sobie wszystkie niezbędne elementy, które człowieka biznesu – bo jemu to auto jest dedykowane – mogą przyciągnąć i zainteresować.

Z zewnątrz to auto nabrało wyrazistego charakteru, którego nie można się już powstydzić. Budzący wcześniej mieszane uczucia tył Superba, w nowym wydaniu prezentuje się bardzo interesująco. Škoda wygląda jak nowoczesne, w europejskim stylu auto. Szczególnie ciekawie jak na samochód, który wygląda jak sedan, prezentuje się bagażnik, który otwierany jest integralnie z tylną szybą. Na

Cechy szczególne wg „przedsiębiorcy@eu”:

- Ukryte w przednich drzwiach parasolki
- Skrobaczka do szyb na pokrywie wlewu paliwa





przodzie nie widać znaczącej różnicy, ale jest ona na tyle wyraźna, że sprawia, że to auto prezentuje się szlachetnie, ale i intrygująco.

Środek wygodnego i wymagającego giganta

Ale to nie wszystko, czym zaskakuje Superb. Nerozwikłaną chyba dotąd zagadką jest to, jak konstruktorzy tego auta sprawili, że jest w nim gigantycznie dużo miejsca, a większego bagażnika nie ma nikt z konkurencji w tej klasie. W tym aucie jest tyle przestrzeni, że dla pięciu osób wygodnie jest aż nadto. Zwłaszcza z tyłu nasz pasażer może spokojnie się zrelaksować wyprostowując nogi, ustawiając odpowiednią dla siebie temperaturę nawiewu i podgrzewanie fotela, jeśli będzie miał taką potrzebę. Poza tym po raz pierwszy w tym modelu dostępna jest funkcja łączenia ze smartfonem, dzięki czemu wybrane aplikacje mobilne, można obsługiwać na ekranie dotykowym w kokpicie auta.

Tę komfortową całość dopełnia zestaw dźwiękowy Canton z dwunastoma głośnikami i 610 watami mocy wyjściowej, który powoduje, że można w tym aucie poczuć się jak w jeżdżącej sali koncertowej. Szczyt wygody i komfortu Skoda osią-



gnęła w konstrukcji foteli i jakości użytych materiałów w swoim wnętrzu.

Komfortowy, ale nie nudny

Nie dajmy się jednak zmylić nadużywanym przez producenta hasłem komfort, które dla wielu oznacza też nudę. Nie ma szans! To auto ma też pazur i jeśli tylko wyrazimy taką wolę, z niewymuszoną lekkością nam (a może raczej innym

uczestnikom na drodze), go pokaże. Przyśpieszenie w ciągu 7 sek. do prędkości 100 km/h, w 2 l. silniku benzynowym o mocy 220 KM mówi samo za siebie. To robi wrażenie i to nie tylko na innych kierowcach. A można mieć jeszcze więcej, bo Skoda ma w swojej stajni również silnik o mocy 280 KM, z przyśpieszeniem 5,8 sek. do setki. Średnie zużycie paliwa w okolicach 7 l. w silniku o mocy 220 KM też jest rezultatem zadowalającym. Takie osiągi oczywiście mają swoją cenę, a w tym przypadku jest to trochę ponad 160 tys. zł. To najdroższa wersja Superba, ale można to auto w wersji Active (o całkiem przyzwoitych parametrach) nabyć już za niecałe 80 tys. zł.

Na pewno jednak nie będzie to już to samo wrażenie i te same emocje, jakie proponuje producent w Škodzie Superb w wersji Laurin&Klement, która swoją nazwę wzięła od założycieli koncernu Škoda.



Dziękujemy za użyczenie do testu nowej Škody Superb Grupie Auto Wimar

Citroën C4 – idealny partner

Już pierwsza wersja C4, produkowana od 2004 roku była dla mnie jednym z najładniejszych aut kompaktowych, jakie można było zobaczyć na drodze. Ten samochód wyróżniał intrygujący i niepowtarzalny styl. II generacja tego modelu, dostępna od tego roku, jest wg mnie idealnym połączeniem elegancji, komfortu i swobody prowadzenia.



krętych, górzystych drogach Rumunii. A tak, miałam okazję trochę potrenować umiejętności... Ale wracając do samego auta, to oprócz tego, że z przyjemnością się na nie patrzy, to nie mniej przyjemnie się je prowadzi. Poruszając się modelem z silnikiem 1,6 Diesel o mocy 120 KM, nie miałam sytuacji, żeby czuć się w tyle, a wręcz przeciwnie. Tym autem bez kompleksów można dynamicznie się poruszać. A do tego jest ono naprawdę oszczędne w zużyciu paliwa. Po przejechaniu niemal 5 tys. km ze średnią prędkością 62 km/h, komputer pokazał spalanie na poziomie 4.9 l/100 km. Mając bak o pojemności 60 l rzadko więc trzeba do niego dolewać. Poza tym C4, którym jeździłam, miało tak istotny przy dłuższych trasach tempomat, wygodne siedzenia, pokryte odporną na zabrudzenia tapicerką, 7. calowy, dotykowy ekran z nawigacją i mnóstwo bardzo użytecznych schowków, w tym jeden duży i klimatyzowany! Tak, to jest fantastyczna sprawa, kiedy podróżuje się w 40. stopniowym upale! Miejsca też w tym aucie jest przyzwoicie dużo, tak w kokpicie, jak i w bagażniku.

Citroëna C4 sprawdziłam w warunkach długiej, czasami trudnej podróży i mogę o tym aucie mówić tylko pozytywnie. Jestem więc przekonana, że tym bardziej w codziennym użytkowaniu będzie on sprawował się znakomicie i to za tak niewielkie pieniądze – 59 900 zł w wersji podstawowej, a 81 900 zł w wersji, którą testowałam. ■

ANETA SIENICKA

Cieszę się, że sprawdziłam to auto i to w dość nietypowych warunkach. W poprzednim numerze pisałam o jednej z koreańskich marek, którą dwa lata temu wybrałam się w długą, wakacyjną podróż. Rok temu była marka włoska. W tym – francuska. Nie zamierzam ich porównywać, ale (choć może to dlatego, że je-

stem na świeżo) najlepiej wspominam Citroëna C4. W poprzednich zawsze czegoś brakowało, a to nie było tempomatu, a to brak nawigacji...

W C4 było wszystko – prawie idealnie... Prawie, bo (oczywiście z czystej wygody) gdyby było w automacie, to byłby szczyt wygody, przydatny zwłaszcza w stromych podjazdach, przy dużym ruchu na

Cechy szczególne według „przedsiębiorcy@eu”:






- klimatyzowany schowek
- „charakterne” światła LED do jazdy dziennej

www.burlingtonschool.co.uk
www.englishsummercamps.co.uk
krystyna@burlingtonschool.co.uk
1-3 Chesilton Road,
London SW6 5AA, UK
+44 (0)20 7736 9621
+44 (0)20 7610 9662



**Specjalna
oferta
dla grup!!!**

Zimowe ferie językowe w Londynie

-  Zakwaterowanie w szkolnym akademiku albo u rodzin goszczących (do wyboru)
-  Opiekę przedstawiciela szkoły przez cały pobyt oraz opiekę rezydenta na miejscu
-  Wyżywienie: 3 posiłki dziennie (śniadanie, obiad, kolacja)
-  Zwiedzanie Londynu z przewodnikiem
-  Muzea

4000 PLN ZA 2 TYGODNIE



REZERWACJA DO ŚWIĄT BOŻEGO NARODZENIA 2015 r.

Obóz letni w Ardingly

-  Dostępność pralni
-  Bogate zaplecze sportowe
-  Ciekawe wycieczki całodniowe
-  Bogaty program pozalekcyjny
-  Niezapomniane przeżycia
-  15 lekcji tygodniowo
-  Certyfikat ukończenia kursu
-  Materiały w cenie
-  Zakwaterowanie na miejscu
-  Pełne wyżywienie

Prosimy podać
kod promocyjny "KZ"
w celu uzyskania rabatu
w wysokości £50





- Cechy szczególne według „przedsiębiorcy@eu”:**
- włączające się światła wewnętrzne, kiedy podchodzimy do auta
 - wzbudzający uśmiech design auta

Kia Soul – radosna dusza

Kia Soul to moim zdaniem auto dla młodego, lubiącego wyróżniać się w towarzystwie i szukającego nowinek technicznych człowieka. Takiego, który lubi jazdę rekreacyjną, ma spokojną, ale fantazyjną duszę.

Krzysztof Jończyk

Bo takie jest to auto – wdzięczne, zaprojektowane z fantazją, wywołujące uśmiech na twarzy przechodnia czy innego kierowcy. Tak! Do tego auta uśmiechają się ludzie! I to jest bardzo przyjemne, biorąc pod uwagę jak wiele agresji doświadczamy niemal codziennie na drogach. A tu nie – jest uśmiech i już. Idealnie, gdyby wszyscy tym autem jeździli...nie no, oczywiście, że to bzdura, wtedy nikt nie zauważyłby z jak umilającą życie konstrukcją ma do czynienia. A ten, co Kia Soul jeździ nie doceniłby tego, że może wybrać sobie tryb sterowania kierownicą i podgrzać ją, kiedy zimą wsiądzie do wychłodzonego samochodu. O tak, to warto zauważyć i pewnie niejednen z was wkrótce o takim roz-

wiązaniu w swoim aucie zamarzy. We wnętrzu tego uroczonego auta znajdziemy też ekran dotykowy z wszelkimi niezbędnymi funkcjami, m.in.: nawigacją i funkcją łączenia telefonu z autem za pomocą Bluetooth. A poza tym przyjemne zarówno w dotyku jak i wizualnie materiały wykończeniowe i dużo miejsca dla pasażerów i na bagaże. Do tego to auto nie jest drogie w eksploatacji, bo spala średnio ok. 7 l/100 km w modelu z benzynowym silnikiem 1.6 l i mocy 132 KM, a kosztuje w najwyższej wersji wyposażenia XL ok. 72 tys. zł. Za to bez szaleństw, w wersji M, Kia Soul jest do kupienia za ok. 57 tys. zł



Dla mnie szczególnie pozytywnym elementem Kia Soul jest fakt, że kiedy do niej podchodzisz z kluczykiem w kieszeni, ona zanim się otworzy po dotknięciu klamki, najpierw da znać, że wie, że tu jesteś, zapalając światła we wnętrzu. I za to szczególnie polubiłem to auto. ■

EVENTY
GADŻETY
STROJE PROMOCYJNE
PROGRAMY DLA HANDLU
MERCHANDISING
PROGRAMY LOJALNOŚCIOWE
MATERIAŁY POS BADANIA MARKETINGOWE
KAMPANIE PROMOCYJNE EVENTY

4MAT

PROMOCJA | REKLAMA



WIDZIMY WIĘCEJ
W KAŻDYM 4MACIE

MERCHANDISING **BADANIA MARKETINGOWE**
KAMPANIE PROMOCYJNE OUTSOURCING SIŁ SPRZEDAŻY
EVENTY MATERIAŁY POS
PROGRAMY LOJALNOŚCIOWE
PROGRAMY DLA HANDLU
STROJE PROMOCYJNE EVENTY
BADANIA MARKETINGOWE **GADŻETY**
OUTSOURCING SIŁ SPRZEDAŻY
STROJE PROMOCYJNE
PROGRAMY LOJALNOŚCIOWE
KAMPANIE PROMOCYJNE
MATERIAŁY POS



- Cechy szczególne według „przedsiębiorcy@eu”:**
- intrygująca i niezwykle przydatna kamera Opel Eye
 - dopasowujący się do warunków drogowych napęd na cztery koła

Opel Mokka – z prezencją modelki

Mokka zapewne większości kojarzy się z kawą, mnie natomiast – z czekoladą. Po raz pierwszy na żywo Opla Mokkę zobaczyłam wystawioną we wnętrzu centrum handlowego i znajdującego się tam marketu, gdzie do wygrania w konkursie było to auto. W kolorze łaciątej, fioletowej...krowy, która jednoznacznie kojarzy się z marką popularnej czekolady.

ANETA SIENICKA

Czekolada, a do tego jeszcze Claudia Schiffer – może być coś słodsze? Trudno jednak się dziwić, że to akurat ikona piękna, a nie Robert Lewandowski, reklamuje Mokkę. Ona jest po prostu kobieca i dla kobiet, choć niewątpliwie wymagających. Takich, co lubią czasem zjechać z asfaltu i pobrudzić trochę auto. Możliwie komfortowy przejazd zapewni im wtedy automatycznie włączający się system 4x4. Również takich, co lubią czasem spojrzeć na faceta z góry i wjechać na wysoki krawężnik, jak nie ma gdzie zaparkować. Wreszcie takich, którym to



auto pomoże, za pomocą sygnału dźwiękowego, nie dopuścić do kolizji, jeśli w porę nie zahamują, malując w korku rzę-

sy... Systemy, w które Mokka jest wyposażona, ostrzegą też przed niezamierzoną zmianą pasa ruchu, co może się zdarzyć kiedy w czasie jazdy pojawi się potrzeba sięgnięcia do torebki, albo do jednego z 19 schowków, w którym gdzieś na pewno leżą nasze okulary. Pełne poczucie szczęścia osiągamy pakując do bagażnika zakupy z supermarketu, sklepu budowlanego, drogerii i naszej ulubionej marki odzieżowej. I to wszystko postawimy razem, obok siebie i się mieści! A za to wszystko tak niewiele zapłacimy (od 69 950 zł), a może i poczekamy, jak lubimy – na promocję.

Ach, ten Opel to rozumie kobiety...■

POŁĄCZ BIZNES Z WYPOCZYNKIEM

7 SAL KONFERENCYJNYCH Z WYPOSAŻENIEM

62 KOMFORTOWE POKOJE
INTERNET WIFI W CAŁYM HOTELU.
BOGATE ŚNIADANIA W FORMIE BUFETU
30 KM OD WARSZAWY
ŁATWY DOJAZD

STREFA AQUA SPA
PROFESJONALNE GABINETY ZABIEGOWE
NAJWYŻSZY STANDART OBSŁUGI

ZAREZERWUJ TERMIN MY ZAJMIEMY SIĘ RESZTĄ

HOTEL AFRODYTA BUSINESS & SPA ****
96-325 RADZIEJOWICE, TARTAK BRZÓZKI
UL. LETNISKOWA 4A

RECEPCJA:
TEL. (46) 85 77 405,
E-MAIL: BIURO@AFRODYTASPA.PL
DZIAŁ SPRZEDAŻY I MARKETINGU
TEL. (46) 85 77 363,
E-MAIL: SPRZEDAZ@AFRODYTASPA.PL





Mazda3 – auto z duszą... ruchu

Mazda3 to auto, które zwłaszcza w kolorze Soul Red, nie przejedzie ulicą niezauważone. Nie dość, że jest niezwykle piękne, to ta głęboka czerwień sprawia, że wyróżnia się na drodze jak perełka w gąszczu nijakości. Mazda3 to auto, które nawet jak stoi, to robi wrażenie jakby jechało, bo taką ma duszę – duszę KODO.

KRZYSZTOF JOŃCZYK

KODO – dusza ruchu to filozofia, którą wyznaje koncern Mazdy, konsekwentnie wdrażając ją w każdym swoim nowym modelu. A o co w nim chodzi? Według głównego projektanta Mazdy3 Koji Tabata

„KODO oznacza mocny design, rozpalający ogień w sercu już po pierwszym spojrzeniu, budząc oczekiwania nowych, emocjonujących doświadczeń w przyszłości.” Ja się z nim zgadzam. To auto rozpala emocje i powoduje, że nie chce się z niego wsiadać. Fantastycznie się prowadzi i wspomaga kierowcę w czasie jazdy, m.in. aktywnym tempomatem czy systemem kontroli pasa ruchu. Wszystko w tym aucie wygląda pięknie, zaprojektowane jest ze smakiem i ekskluzywnym minimalizmem. Zwłaszcza przód auta, z charakterystycznymi, drapieżnymi światłami jest niepowtarzalny i przyciąga uwagę. We wnętrzu, dla mnie szczególnie praktyczny jest elektroniczny wyświetlacz prędkości jazdy, umiejscowiony w pobliżu zegara, którego nie trzeba specjalnie włączać, jak w większości aut. Do tego w Mazdzie mamy też wyświetlacz

Cechy szczególne według „przedsiębiorcy@eu”:

- wyróżniający się na drodze metalizowany kolor nadwozia – Soul Red
- elektroniczny prędkościomierz

head-up, który oprócz prędkości z jaką się poruszamy, pokazuje również kierunek jazdy, jeśli mamy ustawioną nawigację. Nie trzeba więc w ogóle odrywać wzroku od drogi, żeby wiedzieć, gdzie mamy jechać. Dodatkowego prestiżu i ekskluzywnego stylu dodają wnętrzu jasnobieżowe, skórzane fotele i jasna tapicerka. Oczywiście taka bogato wyposażona kosztuje blisko 90 tys., ale myślę, że przy tym aucie nie warto jest oszczędzać i zadowalać się wersją podstawową za 66 900 zł.

Mazda3 powoduje, że czujesz się jak zespolony z tym autem, dlatego tak jak wspominałem wcześniej, tym autem chce się jeździć. Bo ono ma duszę – to widać i czuć. ■



Renault Espace – ekskluzywny van dla Jetsonów czy Kowalskich?

Lubię duże auta, w nich czuję się pewniej i bezpieczniej. Nic dziwnego, bo vany to auta skonstruowane z myślą o rodzinie, a dla rodziny i jej „głowy” nie ma nic ważniejszego niż

bezpieczeństwo. W Renault Espace można

poczuć się jak w twierdzy nie do zdobycia,

a przy okazji jak w kosmicznym statku, który niemal odczytuje nasze gesty...



ANETA SIENICKA

Tak, to auto zaskakuje. Jest jak przeniesione z kreskówki „Jetsonowie”, w której maszyny wykonują większość prac, a rola człowieka sprowadza się głównie do włączania lub wyłączenia przycisku... Na szczęście w Espace tak nie jest, choć oczywiście może on wyręczyć nas w parkowaniu, co staje się powoli standardem. Espace daje ogromne poczucie bezpieczeństwa i jest bardzo pojemne – pomieści nawet 7 osób! Ale przy założeniu, że ma

być autem rodzinnym, ma też jeszcze jedną ważną cechę. Można nim poszaleć! Tak! To nie jest nudne, rodzinne auto! Wy i wasze dzieci będziecie mieć radość z jazdy! Bo jak zajdzie potrzeba, wciśnięcie przycisku...ależ nie! Wróć! Nie przycisk! Dotkniecie swój pionowy 8,7 – calowy ekran i wasz Espace dostanie skrzydeł i w 8,7 sek. rozpędzi się do 100 km/h. Warto dodać, że tak stanie się w modelu z benzynowym silnikiem 1,6 l o mocy 200 KM! I to właśnie jest rodzinne auto...W wersji Initiale Paris kosztuje ok. 160 tys. zł. To nie jest mało, zwłaszcza dla rodziny. Ale to auto tak wiele daje... Jest niezwykle komfortowe zarówno pod kątem użytych materiałów (wysokiej jakości skóra) jak i zastosowania szeroko zaawansowanych, technologii. Oprócz nowoczesnego designu wnętrza

i wszelkich elementów z nim powiązanych, jak np. nietypowa dźwignia zmiany biegów czy kluczyk, który wygląda jak ekskluzywna, smukła mysz komputerowa, w tym aucie zachwyca możliwość konfiguracji parametrów zgodnie z życzeniem kierowcy. I tak, możemy np. ustawić sobie oświetlenie wnętrza w kolorze pięknego fiolektu, włączyć masaż odcinka lędźwiowego kręgosłupa i delektować muzyką z głośników marki Bose. Szczególnie ujmujące i wygodne jest to, że mając klucz przy sobie i znajdując się w pobliżu, auto samo się otwiera (bezdotykowo!), włącza światła zewnętrzne, wewnętrzne, rozkłada lusterka i mrugnięciem kierunkowskazów wita kierowcę. Wysiadając i oddalając się od auta, ono samo się zamyka. Nic dodać, nic ująć! ■

Fot. Magdalena Wenda (3)



Cechy szczególne według „przedsiębiorcy@eu”:

- wybór kolorów oświetlenia wnętrza
- ekskluzywny kluczyk, przypominający mysz komputerową



Warsaw Expo

– nowy ośrodek wystawienniczy w Polsce

WARSAWEXPO
MIĘDZYNARODOWE CENTRUM TARGOWO-KONGRESOWE

Jest najnowszym i największym Międzynarodowym Centrum Wystawienniczo-Kongresowym, znajdującym się w centralnej Polsce. Posiada 43 000 m² powierzchni wystawienniczej w dwóch halach zlokalizowanych w bezpośrednim sąsiedztwie Warszawy, 15 minut jazdy samochodem z centrum miasta oraz w bezpośrednim sąsiedztwie międzynarodowego lotniska Chopina oraz zbiegu najważniejszych dróg krajowych S7, S8 i autostrady A2.

Warto zwrócić uwagę, że właścicielem Warsaw Expo jest Holding Ptak S.A., cieszący się zaufaniem oraz ponad 20-letnim doświadczeniem w organizowaniu międzynarodowych imprez targowych, konferencji i pokazów komercyjnych.

– *Warsaw Expo powstało na przedmieściach Warszawy. To jedyny ośrodek wystawienniczy w Polsce, który położony jest 10 minut od międzynarodowego lotniska i 15 minut od ścisłego centrum Warszawy. Stwarza to idealne warunki, aby organizowane tu targi nabrały międzynarodowego charakteru. To też cel naszego ośrodka.*

Chcemy by Warsaw Expo stało się globalną areną wystawienniczą. W niedalekiej przyszłości planujemy podwoić powierzchnię wystawienniczą o kolejne 43 000 m² oraz wybudować Centrum Konferencyjno-Kongresowe i hotel. Dzięki kolejnym inwestycjom, będzie to miejsce łączące światowy biznes na najwyższym poziomie – mówi Dawid Ptak, współwłaściciel Holdingu Ptak

W targowym kalendarzu imprez Warsaw Expo ma zaplanowanych blisko 20 wydarzeń. Już wkrótce, od 20 do 22 listopada odbędzie się największa impreza motoryzacyjna w kraju – Warsaw Moto Show. W jednym miejscu swoją ofertę zaprezentują m.in. dealerzy światowych marek samochodów oraz najwięksi polscy producenci części do samochodów. Celem imprezy jest przede wszystkim stworzenie importerom i dealerom przestrzeni do sprzedaży samochodów. Dlatego podczas Moto Show pod jednym dachem będzie można spotkać wiele modeli aut, które już podczas imprezy mogą znaleźć swoich nabywców. Moto Show połączy ze sobą wystawę naj-

nowszych modeli samochodów oferowanych w naszym kraju ze sprzedażą bezpośrednią w trakcie trwania targów.

Uczestnicy targów będą mieli okazję do przetestowania wybranych modeli samochodów, a osoby zainteresowane zakupem będą miały zapewnioną kompleksową obsługę w jego nabyciu.

Podczas targów Moto Show odbędzie się także prestiżowa impreza motoryzacyjna Gala Auto Świat, która wyłoni laureatów konkursu „Złota Kierownica”.

Na zwiedzających czeka wiele atrakcji – wystawa zabytkowych aut Oldtimer, spotkanie z gwiazdami sportu, strefa z symulatorami gier motoryzacyjnych, a także kącik zabaw dla dzieci z kolekcjonerskimi zestawami firmy Matchbox z lat 80. Ponadto Piotr Dobrowolski – rekordzista Polski prędkości, zaprezentuje NISSANA GT-R o mocy 1494 KM, osiągającego max. 416 km/h.

Przyszłość Warsaw Expo zapowiada się owocnie, a wystawy przygotowywane przez specjalistów wróżą sukces na arenie międzynarodowej. ■

Wystawa Oldtimer

WARSAWEXPO
INTERNATIONAL EXHIBITION & CONGRESS CENTRE

Cofamy czas!

Wystawa Old Timer zabierze nas do przeszłości!

Podczas targów Warsaw Moto Show, która odbędzie się od 22 do 22 listopada 2015r. w Warsaw Expo, będzie miała miejsce wyjątkowa wystawa Old Timer - prawdziwa gratka nie tylko dla miłośników motoryzacji klasycznej, kolekcjonerów, ale także rodzin z dziećmi.

Podczas Oldtimer swoją ofertę zaprezentują właściciele, kolekcjonerzy oraz firmy, które zajmują się sprzedażą i wynajmem aut klasycznych. Będzie to niepowtarzalna okazja do nawiązania kontaktów biznesowych, poznania fanów motoryzacji, oraz spotkania się z mediami.

Ponadto podczas Gali Auto Świat, odbędzie się rozstrzygnięcie Plebiscytu „Złotej Kierownicy” 2014 roku.

To najbardziej prestiżowa impreza motoryzacyjna, w której co roku wybierane jest najlepsze auto.

O to zaszczytne miano ubiega się w tym roku aż 38 modeli aut w 7 kategoriach. Dwie statuetki od Organizatorów, zostaną wręczone w dwóch kategoriach: najlepszy dealer oraz najlepszy oldtimer.

www.warsawexpo.eu

PARTNERZY:



MIESIĘCZNIK
TopGear
EDYCJA POLSKA



Aktorka w biznesie

Aleksandra Mikołajczyk – aktorka, dziennikarka, prezenterka telewizyjna, businesswoman – jednym słowem kobieta wszechstronna. Gra w serialach oraz w teatrze, prowadzi swój autorski program Startup Kumite w telewizji internetowej StartupTV.pl, jest CEO agencji kreatywnej Moon Media, założycielem Fundacji Magia Sztuki, testuje nowinki techniczne, uczy dzieci aktorstwa, a także uczęszcza na studia doktoranckie w łódzkiej Szkole Filmowej.

ROZMAWIA ROBERT ŻOŁĘDZIEWSKI

(Kiedy pierwszy raz się spotkałiśmy, zastanawiałem się, jak można tak szybko mówić i tak dużo robić. Pomyślałem – ciekawa kobieta – i miałem rację).

Wiesz jak miło spotkać koleżankę po fachu, która do tego świetnie radzi sobie nie tylko w biznesie, ale i na scenie? Jak udało ci się pogodzić aktorstwo, prowadzenie firmy, fundacji z tym wszystkim co się wokół ciebie dzieje?

– Najważniejsze jest stworzenie wokół siebie oddanego, zaufanego oraz kreatywnego zespołu ludzi, który będzie realizował twoje pomysły. Jesteśmy jedną drużyną, w której ja stanowią zapalnik dla mojego teamu, nakręcam ich do działania, wcielania moich pomysłów w życie. Drugą bardzo ważną, a jednocześnie bardzo trudną rzeczą jest umiejętność delegowania zadań. Cały czas się tego uczę. Ponadto, istotna jest spójność w działaniu, w tym co robisz, tzw. holistyczne myślenie. Jedno działanie powinno wynikać z drugiego, muszą być ze sobą powiązane, wtedy to ma sens. Wszystko, co robię musi być dla mnie atrakcyjne, powinnam być z tego zadowolona, ale przecież Ty to wiesz, bo działał w podobny sposób.

(To mówiąc Aleksandra się zaśmiała. Powściągną emocje zadane następne pytanie).

Mówiąc o zespole ludzi, nie masz zapewne na myśli zespołu teatralnego. W jaki sposób rekrutujesz ludzi do pracy czy projektów, nad którymi pracujesz?

– Zespół teatralny? Tak też tym myślę (śmiech), a co do rekrutacji to jest to zasada prób i błędów. Czasami zdarza się, że ktoś ma dobre CV, świetnie wypada na rozmowie kwalifikacyjnej, a później okazuje się, że się nie sprawdza. Niektóre osoby rezygnują już na wstępnym etapie rekrutacji, nie podejmując się nawet wykonania prostego zadania sprawdzającego

umiejętności. W doborze swoich współpracowników zawsze kieruję się intuicją, która jeszcze mnie nie zawiodła. Kilka miesięcy temu zatrudniłam nową pracownicę, z którą przeprowadziłam rozmowę rekrutacyjną przez telefon. To był szalony pomysł, ale i w tym przypadku, się nie pomyliłam. Zaufanie do samego siebie w tym wypadku jest najważniejsze.

Co jest w takim razie najważniejsze dla Aleksandry Mikołajczyk we współpracy z ludźmi?

– Komunikacja. Problemem naszych czasów jest to, że obecnie mamy bardzo dużo sposobów komunikowania się: maile, czaty, sms'y, telefony – ale odnoszę wrażenie, że jest to komunikacja jedno-

kające z ludzkiej psychiki i charakteru, również te, które zachodzą w biznesie.

Staram się też tworzyć jasne zasady, zarówno na zajęciach z dziećmi, jak i współpracując z dorosłymi. Na początku warsztatów aktorskich z dziećmi ustalam pewne reguły, które muszą zaakceptować. Jeżeli któreś z dzieci je złamie, opuszcza zajęcia. Brzmi to może strasznie, ale pozwala zapanować nad dużą grupą i zdecydowanie ułatwia pracę. Muszę przyznać, że dzieciaki uwielbiają ze mną pracować i wbrew pozorom lubią mieć jasno określone reguły. W sumie podobnie działa to w świecie dorosłych (śmiech).

Kiedyś nienawidziłam słów procedura i reguła. Kojarzyło mi się to z czymś

Jestem gadatliwa, mogłabym zagadać człowieka na śmierć, dlatego uczę się skrótości, dokładnego przekazywania myśli

stronna – wydawanie poleceń, informowanie. Zrozumiałam, że nie siedzę w niczyjej głowie, że jeśli nie wyjaśnię, o co dokładnie mi chodzi, to dana osoba może wykonać powierzone mu zadanie dobrze, ale zupełnie inaczej, niż ja bym to zrobiła. Uczę się precyzować swoje oczekiwania, żeby mieć pewność, że zostałam dobrze zrozumiana. Praca na scenie, nawet na wyczynowym teatrze, pomogła mi poprawić kanały komunikacji w biznesowym świecie. Dostając rolę analizuję ją, dzięki czemu łatwiej poznać mi procesy myślowe i zrozumieć mechanizmy wy-

nudnym, z pracą w korporacji, a ja nie chciałam, żeby u mnie pracowało się jak w korporacji.

Jednak jasno określone reguły pomagają i powodują, że czuję się bezpiecznie, wiem czego oczekuję od mojego zespołu, a także i oni to wiedzą. Zdecydowanie łatwiej nam się pracuje.

Jako aktorka masz wiele twarzy, a jaką jesteś szefową?

– Myślę, że jestem trudną, bardzo emocjonalną osobą. W końcu jestem aktorką, a aktorzy są nabuzowani emocjami (śmiech). Na pewno nie jestem idealna, ➤



➔ cały czas się czegoś uczę. Na przykład powściągliwości emocjonalnej, gdyż to pomaga w prowadzeniu własnego biznesu i zarządzaniu ludźmi. Z drugiej strony, to moje rozbuchanie emocjonalne pozwala mi zainteresować i przyciągnąć do siebie ludzi, z którymi chciałabym pracować przy realizacji danego projektu. W końcu sprzedajemy siebie, wrażenia, a nie sam produkt.

Poza tym jestem maksymalistką, dlatego wszystko w co się angażuję, robię na sto procent. Jestem też ambitna, cały czas się rozwijam i uczę nowych rzeczy.

Z pewnością jestem gadatliwa, mogłabym zagadać człowieka na śmierć (śmiech), dlatego uczę się skrótości, dokładnego przekazywania myśli.

Staram się dobrze organizować swój czas. Nauczenie się delegowania zadań, to konieczność. Bez wsparcia innych osób nie mogłabym równocześnie rozwijać firmy Moon Media, angażować się w projekty społeczne, takie jak na przykład kampania „Bezpieczne dziecko w podróży”, którą robię z marką Britax Römer czy charytatywne, takie jak BajkOLandia, czy „Modny Kalendarz”, przy którym do współpracy zaprosiłam markę Pilot.

Podczas pracy przy tak licznych i rozbudowanych przedsięwzięciach, musi istnieć dobra komunikacja oraz umiejętność zarządzania zespołem. To podstawa. Ponadto konsultuję swoje pomysły ze współpracownikami, zwłaszcza jeśli coś robię po raz pierwszy.

Zdaję sobie sprawę, że bez dobrej organizacji pracy łatwo może dopaść mnie kryzys energetyczny, potworne zmęczenie i nie będę w stanie nic robić. Jako businesswoman jestem odpowiedzialna za ludzi i muszę przewidywać pewne sytuacje, dlatego staram się o siebie dbać.

Byłem na twojej stronie internetowej i zobaczyłem, że świetnie sobie również radzisz jako konferansjer. Czy robisz to dlatego, że masz za dużo wolnego czasu?

– Robię to, bo to lubię. Poza tym to świetna okazja do wykorzystania umiejętności aktorskich oraz biznesowych. Biznes to uporządkowanie, natomiast aktorstwo to improwizacja. To jest bardzo ważne przy takich przedsięwzięciach, a mnie niesamowicie kręci praca z ludźmi. Na bieżąco mogę widzieć, jak reagują, jakie mają do mnie nastawienie.

Wiem, że angażujesz się bardzo w działalność charytatywną, dlaczego?

– Wynika to z tego, że zarówno w aktorstwie, jak i w biznesie najważniejsi są dla mnie ludzie, budowanie relacji z nimi. Staram się łączyć ze sobą ciekawe osobowości, bo z tego zawsze wychodzą interesujące projekty. Fantastyczne, jeśli przy realizacji wartościowego projektu, można jeszcze komuś pomóc, dlatego też

bardzo dużo działam społecznie. Te działania sprawiają mi ogromną przyjemność i dają mi duży „zastrzyk energetyczny”. Lubię pomagać i uczyć innych pomagania. Stworzyłam autorski projekt BajkOLandię. Na warsztatach uczę dzieci aktorstwa, a następnie moi uczniowie występują w profesjonalnym teatrze, pomagając innym dzieciom. Podczas akcji zbierane są fundusze na rzecz najbardziej potrzebujących maluchów. Co roku wybieramy inny cel.

Wspieram od lat Fundację Kwiat Kobiecości i zachęcam kobiety, żeby robiły co roku badanie cytologiczne. Jestem również ambasadorką akcji Dotykam=Wygrywam, przypominającej o regularnych badaniach piersi.

Działalność charytatywna jest jednym z elementów pracy w biznesie. Aktualnie współpracuję z projektantami oraz aktorami nad nowym przedsięwzięciem „Modny Kalendarz”, którego myślą przewodnią jest dwanaście godzin z dnia kobiety aktywnej i przedsiębiorczej. Chcę, aby każda businesswoman poczuła się jak modelka na zdjęciu i zechciała powiesić kalendarz w swoim biurze. Oczywiście środki z jego sprzedaży zostaną przeznaczone na wsparcie akcji charytatywnej BajkOLandia i organizację warsztatów w Centrum Zdrowia Dziecka. Jednak to nie wszystko. Jestem współzałożycielem fundacji „Magia Sztuki”, gdyż uśmiech chorych dzieci jest dla mnie czymś najcenniejszym.

Na moment wróćmy do aktorstwa. Jak to się stało, że poszłaś do Szkoły Filmowej?

– Od zawsze chciałam pracować w różnych zawodach – myślałam o tym, aby zostać sędzią, lekarzem czy businesswoman. I pewnego dnia doszłam do wniosku, że tylko aktorstwo może mi to zagwarantować. Szkoła filmowa daje ci pewne umiejętności, które przydają się w wielu zawodach. Również w tych, które wykonuję.

A teraz pytanie, którego nie lubią aktorzy: jaka jest twoja wymarzona rola, którą chciałabyś zagrać?

– Myślę, że chciałabym zagrać kogoś na przekór mojej urodzie. Prawdziwą femme fatale. Kobietę, którą bywam czasem w biznesie (śmiech). Puśćmy wodzę fantazji... Kogoś, kto dąży do swoich celów i jest w stanie je osiągnąć, jeśli tylko tak sobie postanowi. Kobietę twardą i nieustępliwą. Może nawet modliszkę, która niszczy facetów... Jestem kojarzona z działaniami charytatywnymi, więc marzę o roli czarnego charakteru. To byłoby interesujące wyzwanie.

Co nakręca Aleksandrę Mikołajczyk do działania?

– Praca, praca i jeszcze raz praca. Jestem bardzo pracowitą osobą. Oczywiście

zanim w coś się zaangażuję, muszę widzieć potencjał, muszę być przekonana do danego pomysłu. Ale jak wiadomo – praca to nie wszystko. Drugą moją największą pasją jest sport. Poświęcam jej każdą wolną chwilę, a umówmy się – nie ma ich wiele (śmiech).

Czy Aleksandra Mikołajczyk jest kobietą sukcesu?

– Każdy sukces powinien mieć silny fundament, który stanowi praca, do tego szczęście, czyli wykorzystywanie nadarzających się okazji. Istotne jest określenie drogi, którą chcesz podążać, sprecyzowanie swoich oczekiwań. A potem już tylko wystarczy wytrwałość i konsekwentne dążenie do wyznaczonego celu. Ważne jest to, jak się czujesz, gdy coś robisz. Czy odczuwasz entuzjazm z podejmowanych działań, czy czujesz się spełniony.

Czy masz jeszcze czas na marzenia?

– Oczywiście, że mam. Chciałabym osiągnąć równowagę między pracą, a życiem prywatnym. Dokończyć projekt teatralny związany z moją pracą doktorską, mieć dużą rodzinę. Ponadto chcę, aby było równouprawnienie w biznesie, żeby liczyły się kompetencje i umiejętności, a nie płeć.

Boję się w takim razie zapytać o życie prywatne. Czy w nim bardziej jesteś businesswoman czy bohaterką z serialu „Na Wspólnej”, w którym grasz nieśmiałą dentystką, Iwonę Jankowską?

– Zagranie roli, która charakterem jest podobna do mnie, jest dopiero przede mną. Niestety w aktorstwie często role obsadzone są bardzo stereotypowo. Blondynki oraz kobiety o delikatnej urodzie otrzymują rolę pozytywnych postaci. Jeszcze nie grałam w filmie, czy serialu kogoś, kto byłby dla mnie trudnym wyzwaniem, w kontraście z moją urodą. Na co dzień jestem ostrą babką, więc chciałabym również zagrać ją przed kamerą!

(Tu Ola wymijająco odpowiedziała na pytanie dotyczące jej życia prywatnego)

W czym teraz fani mogą cię oglądać?

– Aktualnie można oglądać mnie w Startup Kumite na StartupTV.pl, gdzie przeprowadzam wywiady z niesamowicie interesującymi osobami ze świata biznesu, serialu „Ojciec Mateusz”, a także w swoim własnym domu! (śmiech). Wystarczy kupić „Modny Kalendarz” i otworzyć kartę z miesiącem „kwiecień”. To nie tylko elegancki i dobry jakościowo kalendarz, ale dzięki niemu, każdy może pomóc dzieckom z Centrum Zdrowia Dziecka.

Mam nadzieję, że wkrótce zrealizujemy jakiś wspólny projekt, bo rozmowa z tobą nastraja pozytywnie, a twój profesjonalizm jest imponujący.

– Jestem za! Dziękuję za rozmowę. ■

WŁODEK
MATUSZAK

AREK
DETMER

GRZEGORZ
KOWALCZYK

TOMASZ
BORUSZCZAK



CIT

**Z KINA MOŻESZ WYJŚĆ
STAMTĄD NIE**

W KINACH OD 13 LISTOPADA 2015

MUSHCHEŁKA

przedstawia

film KAMILA SZYMAŃSKIEGO "CIT"

MAD HORSE w koprodukcji z MUSHCHEŁKA GROUP oraz AVANTGARDE PRODUCTIONS

występują AREK DETMER, WŁODZIMIERZ MATUSZAK, GRZEGORZ KOWALCZYK, RAFAL DAJBOR, TOMASZ-BORUSZCZAK, JUSTYNA SIENIAWSKA, MAKSYMILIAN BOGUMIL, ARTUR SMÓLUCHA, MARIAN KRAWCZYK
kierownictwo produkcji PAWEŁ WOLFF scenografia AGNIESZKA BĄK kostiumy IZABELA BULECZKA charakteryzacja NIKOŁO ĐOKO MIJADZEWIC muzyka JACEK MAJURKIEWICZ dźwięk KAROL SZYKOWNY
montaż AMADEUSZ ANDRZEJEWSKI producent RYSZARD SZYMAŃSKI koproduttori ROBERT ZIOŁEK, PAWEŁ WOLFF zdjęcia MIKOŁAJ MAŁECKI scenariusz i reżyseria KAMIL SZYMAŃSKI



AVANTGARDE
PRODUCTIONS

alkop.eu



Muzyka wciąż szuka swojego obrazu

Przed obejrzeniem filmu muszę wiedzieć kto napisał do niego muzykę – rozmowa z Igorem Przebindowskim, kompozytorem i producentem muzycznym.

ROZMAWIA DORA ROSŁOŃSKA

Skończył pan Akademię Muzyczną w Katowicach na prestiżowym Wydziale Jazu i Muzyki Rozrywkowej, co ciekawe, w klasie wibrafonu. Dlaczego wybrał pan tak niecodzienny instrument?

– To była kontynuacja wcześniejszej nauki. W szkole muzycznej uczyłem się w klasie fortepianu, potem doszła perkusja. Na studiach chciałem połączyć melodyjność klawiszy z instrumentem perkusyjnym. Wibrafon był idealny. Poza tym pochodzę z Opola, gdzie uczył się wybitny wibrafonista Bernard Maseli. Miałem szczęście kształcić się u niego na studiach.

Traktuje pan muzykę bardzo wszechstronnie, co widać w pana twórczości. Obok muzyki filmowej i teatralnej są wstępy z DJ-ami czy jazz. Da się to wszystko połączyć w jedną całość?

– Mój pomysł na muzykę ma szeroki zasięg. Fascynuje mnie kompozycja. Po studiach udało mi się dostać zlecenie na aranżację muzyczną dla Teatru Nowego w Łodzi. Dzięki temu zamieszkałem tam, wiążąc się zawodowo z teatrem. Jednocześnie miałem swój zespół FUNKYGOR. Było to połączenie funku i jazzu. Współpracowaliśmy później z Anią Dąbrowską, Mo-

niką Brodką, Samborem Dudzińskim czy Michałem Urbaniakiem. Moje drogi zeszyły się też na kilkanaście lat z DJ Adamusem, z którym opracowywałem szatę muzyczną programu TVN „Kuba Wojewódzki”. Nadal to robię. Miałem okres grywania w klubach z DJ-ami, komponuję muzykę filmową, byłem producentem muzycznym. Nagrałem też własne autorskie płyty, całkowicie moje.

Spróbowałem wielu aspektów i z czasem zacząłem tworzyć i scalać swój własny język muzyczny. To znak dojrzwania – kreacja siebie, swojej rozpoznawalnej jakości.

Pana pierwsza autorska płyta to „Powidoki” z 2012 roku. Potem były „Powidoki Powstania Warszawskiego”. Czy tytuł ma coś wspólnego z Powidokami Władysława Strzemińskiego?

– W pewnym sensie jest to nawiązanie do jego malarstwa. Postać i twórczość Strzemińskiego właśnie powraca do łask. Ale ja znałem to wcześniej. W Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Łodzi natknąłem się na jego obrazy. Spodobała mi się nazwa „powidoki”. Postanowiłem, że będzie to klucz do mojej muzyki, która wciąż szuka swojego obrazu. To dlatego o swojej

pierwszej płycie mówię, że jest to „muzyka do nienakręconego filmu”.

Chcę zrobić tryptyk „Powidoków”. Każdy z nich ma inny charakter. Teraz pracuję nad trzecią częścią „Powidoki/Polish”, która pojawi się w 2016 roku. Autorskie rzeczy, takie tylko dla siebie, tworzy się znacznie wolniej. Jest to proces wewnętrzny, którego nie można wykonać na zawołanie. Ale nadchodzi w końcu moment, w którym muzyka sama do mnie przychodzi.

Tworzy pan zarówno muzykę teatralną jak i filmową. Czy nad tymi rodzajami kompozycji pracuje się podobnie czy zupełnie inaczej?

– Muzyka jest mocno związana z obrazem. Zresztą mam swoją obsesję: przed obejrzeniem jakiegokolwiek filmu muszę wiedzieć kto napisał do niego muzykę. Tak samo jest w teatrze.

Tworzenie ścieżki dźwiękowej do spektaklu jest zupełnie inne niż komponowanie do filmu. Miałem szczęście spotkać na swojej drodze Agnieszkę Glińską, reżyserkę teatralną, od której dostałem świetną lekcję pisania muzyki do spektakli. Staram się pisać melodie, które nie są przerywnikiem, a czymś co widz zapa-



Fot. Wojtek Kurczewski (3)

mięta. Nie pozostanie wobec tego obojętny. Każdy spektakl tej samej sztuki jest za każdym razem inny i muzyka też ma tu różny wyraz. Film z kolei jest obrazem zamkniętym, taki czas utrwalony i taka też musi być w tym przypadku ścieżka dźwiękowa.

W teatrze tworzenie muzyki jest procesem jednoczesnym z tworzeniem się spektaklu. Najpierw są próby czytane, budowanie postaci, wyobrażanie sobie i tworzenie pewnego świata, rozmowy o emocjach i najważniejszych punktach przedstawienia. Wtedy rodzą się pierwsze myśli muzyczne. Kiedy komponuję ścieżkę dźwiękową do filmu, dostaję już gotowy obraz, gotowe emocje, postaci. Mam całość, do której komponuję.

A jak wygląda komponowanie do programu telewizyjnego „Kuba Wojewódzki”?

– Od początku istnienia tego talk show założeniem jest granie na żywo w obecności publiczności. W tym programie jest mało montażu. To program nagrywany w systemie „live to tape”. Oczywiście mamy przed nagraniem próby i ustalamy niektóre sprawy. Jednak podczas nagrywania programu jest już improwizacja. To wymaga czujności, otwartości. Muszę czuć publiczność, czasem nakłaniać ją do większych emocji lub wręcz przeciwnie – uspokoić. Robię to już od czternastu lat, to już wielka suma doświadczeń. ■

Autorskie rzeczy, takie tylko dla siebie, tworzy się znacznie wolniej. Jest to proces wewnętrzny, którego nie można wykonać na zawołanie

Trzy pasje Pawła Leśniaka

– Nie jestem osobą, która działa na pół gwizdka. Jeżeli coś robię, to chcę to robić dobrze albo wcale – mówi Paweł Leśniak, pisarz fantasy, rysownik oraz zawodowy piłkarz. W swoim dorobku ma cztery powieści, w tym poczytną trylogię o przygodach Desmonda Pearce'a: „Zachwianie”, „Równowaga” i „Chaos”.

ROZMAWIA IZABELLA JARSKA

Ma pan trzy pasje – pisanie książek, grafikę oraz sport. Czy jest to wcielanie w życie starej greckiej maksymy o równowadze między duchem a ciałem?

– Na pewno tak. Dobrze jest gdy duch i ciało się równoważą. Moje pasje pojawiały się z biegiem czasu. Pierwszy był rysunek, który mnie pasjonował od najmłodszych lat. Jako kilkulatek oglądałem kreskówkę a potem przerysowywałem ją do zeszytu. Później była piłka nożna. Poszedłem w ślady starszego kuzyna, który był dla mnie wtedy kimś w rodzaju idola. Literatura pojawiła się jako ostatnia, jako skutek mojego zainteresowania rysunkiem. Lubiłem komiksy, pomyślałem zatem kiedyś, że fajnie by było narysować własny. Ale w komiksie są przecież fabuła i dialogi, zacząłem zatem je pisać. I dalej już potoczyło się w tym kierunku. Początkowo myślałem, że będą to krótkie formy, ale przychodziło mi do głowy coraz więcej pomysłów i ostatecznie wszystko rozrosło się do ponad 400 stron. Pokazałem to rodzinie i znajomym a wtedy siostra namówiła mnie abym przedstawił tekst w jakimś wydawnictwie. Wysłałem zatem maszynopis do kilku z nich i odezwał się Zysk i S-ka. Tam właśnie została wydana moja pierwsza książka.

Pisze pan powieści fantasy, skąd wybór tego właśnie gatunku literackiego?

– Z potrzeby serca. Lubię ten gatunek, czy to w literaturze, czy w filmach albo grach.

A ma pan jakiegoś ulubionego bohatera?

– Kilku... na przykład Geralta z Rivii, z książkowej sagi o Wiedźminie Sapkowskiego. Chyba każdy fan fantasy go lubi. Z gier komputerowych jest to Dante z „Devil May Cry”. Gdy idzie o filmy nie mam swojego ulubieńca.

Ktorego z pisarzy fantasy najbardziej pan ceni?

Popularność, jaką zdobyłem będąc sportowcem pomogła mi w karierze literackiej, bo udało mi się dzięki niej szybciej dotrzeć do czytelnika

– Przede wszystkim Andrzeja Sapkowskiego. Jest to dla mnie król gatunku fantasy, i to nie tylko polskiego, ale i światowego. Jarosław Grzędowicz jest blisko tej półki, jednak moim zdaniem twórca sagi o Wiedźminie to absolutny numer jeden.

Do tej pory wydał pan...

– Trzy książki z jednej serii, a w maju tego roku miała premierę czwarta, ale już poza wspomnianym cyklem. Teraz piszę kolejną.

Sukcesy w której z dziedzin dawały panu największą satysfakcję?

– Myślę, że satysfakcja zbliżona do tej z piłki nożnej towarzyszyła mi przy wydaniu pierwszej książki. Przeżywałem jej premierę chyba ze dwa tygodnie. Oczywiście w piłce nożnej te momenty satysfakcji były częstsze, bo książkę wydaję raz na rok, a mecze są częściej, ale emocje są porównywalne. Ogromnie miło było mi też czytać komentarze w internecie, że komuś się moje powieści podobają, że ktoś żyje ich fabułą... To duża satysfakcja.

Czy jako piłkarz zbliżył się pan do wieku emerytalnego? Stąd rezygnacja z uprawiania tego sportu?

– Dwadzieścia sześć lat to jeszcze nie wiek emerytalny dla piłkarza. Zrezygnowałem ze sportu, ponieważ już nie byłem w stanie pogodzić tych trzech dziedzin, jakimi się zajmowałem. Nie jestem osobą, która działa na pół gwizdka. Jeżeli coś robię, to chcę to robić dobrze albo wcale. A zaczynało być tak, że piłka nożna przeszkadzała w pisaniu i odwrotnie. Do tego zaczęły jeszcze dochodzić wystawy mojej grafiki, co także pochłaniało czas i energię. Dlatego zdecydowałem się na rezygnację z jednego z obszarów mojej aktywności. Rysunek i literatura nie kolidują ze sobą, toteż postanowiłem odpuścić sobie piłkę nożną. Zwłaszcza, że wiedziałem, że drugim Lewandowskim już nie będę. Nie wyróżniałem się jakoś wybitnie jako



zawodnik. Dlatego swoją przyszłość widzę raczej w związku z literaturą i grafiką.

A fanek miał pan więcej jako sportowiec czy jako autor książek?

– Najważniejszą fankę mam jedną i jest nią moja narzeczona, ale na pewno ogólnie zainteresowanie moją osobą jest większe, jako pisarzem i rysownikiem niż było jako piłkarzem. Chociaż niewątpliwie popularność, jaką zdobyłem będąc sportowcem, pomogła mi w karierze literackiej, bo udało mi się dzięki niej szybciej dotrzeć do czytelnika.

Co byłoby spełnieniem pana marzeń w literaturze i rysunku?

– W literaturze byłaby to zapewne ekranizacja mojej książki, najlepiej w Hollywood – ze względu na tamtejsze możliwości techniczne. W rysunku... może wystawa w Paryżu albo Londynie...

Jest pan jeszcze bardzo młodym człowiekiem... Jak pan siebie widzi za 5 lat?

– To, co się działo wokół mnie w ciągu ubiegłych 5 czy 6 lat nauczyło mnie, aby nie patrzeć na to gdzie będę za X lat bo życie potrafi napisać całkowicie zaskakujące scenariusze. Oczywiście mam jakiś kierunek, który obrałem, ale nie planuje tego, że coś tam się na pewno wydarzy.

A rodzina, dzieci... Chciałby pan zasadzić drzewo, wybudować dom, mieć syna?...

– To na pewno. W przyszłym roku biorę ślub, chciałbym także mieć dzieci. Dom i rodzina są mi potrzebne.

A zwierzęta?

– Też. Bardzo lubię psy, zwłaszcza rottweilery, które wbrew powszechnej opinii potrafią być bardzo łagodne. ■

Paweł Leśniak

zawodowy sportowiec, piłkarz Sandecji Nowy Sącz, z którą w 2009 roku awansował do pierwszej ligi, a dwa lata później zdobył z tym klubem czwarte miejsce w pierwszej lidze. Swą przygodę z pisaniem rozpoczął w 2004 roku, pisząc krótkie opowiadania fantazy. Opowiadania te przerysowywał na papier w formie komiksu. Swoją debiut literacki miał 24 września 2012 roku książką „Równowaga”, którą wydało wydawnictwo Zysk i s-ka z Poznania.



Fot. Joanna Nowicka (2), archiwum prywatne T. Sikory (2)

Wszystko przez Pinokia

Znany fotograf Tomek Sikora oraz nagrodzona w 2014 roku przez Polską Radę Biznesu Fundacja Iskierka stworzyła zabawny, artystyczny projekt z pomocą dzieci chorych na raka. A wszystko przez Pinokia, który zwiedził świat. Rozmawiamy o tym z Tomkiem Sikorą.

ROZMAWIA DORA ROSŁOŃSKA

Sto drewnianych lalek, twoje fotografie, rysunki i opowiadania stworzone przez dzieci – z tego powstanie przepiękna ilustrowana książka. Kto wpadł na ten pomysł?

– Pomysł rodził się dość długo, i – jak to w takich projektach często bywa – przypadkiem. Mam swoją ciekawą historię związaną z Pinokiem, ale o tym za chwilę. Pewnego razu oglądałem wręczenie nagród Polskiej Rady Biznesu i zauroczyła mnie prosta, krótka, ale pełna serca przemowa prezesa Fundacji Jolanty Czernickiej-Siweckiej. Traf chciał, że po paru dniach spotkaliśmy się u wspólnych znajomych. Od słowa do słowa postanowiliśmy stwo-

żyć coś razem dla podopiecznych Fundacji.

Ale co ma z tym wspólnego Pinokio?

– Wiele lat temu podczas pobytu we Florencji uciekłem od turystycznego tłumu w jedną z mniej uczęszczanych uliczek. Tam, siedząc przy fontannie, zobaczyłem staruszka drepającego z pustą butelką. Gdy napełnił ją wodą, skinął do mnie, bym podszedł za nim. Zaprowadził mnie do małego garażu. Kiedy otworzył drzwi, oniemiałem. Każdy centymetr przestrzeni wypełniony był siedzącymi w rzędach drewnianymi Pinokiami – dużymi, olbrzymimi i takimi najmniejszymi, w formie zapalniczek. Poprosił, bym wybrał so-

bie jednego. Nie chciał zapłaty, jedynie poprosił, bym na kartce napisał nazwę kraju, z którego pochodzę. Wziął wskazane go przez mnie Pinokia w ręce. Otarł go z kurzu, pocałował w czoło i wręczył mi. Na miejsce lalki położył kartkę z napisem Polonia.

Czyli spotkałeś prawdziwego Dżepetta!

– Dokładnie tak. Postanowiłem, że razem z Pinokiem stworzę coś wyjątkowego. Ponieważ jako fotograf wciąż podróżowałem po świecie, brałem ze sobą tę drewnianą lalkę z Florencji na każdą wyprawę. Zainspirowany filmem „Amelia” robiłem jej zdjęcia w różnych zakątkach świata i wysyłałem jako pocztówkę do tego

staruszka z Florencji. Powstała z tego nie-mała kolekcja zabawnych zdjęć. To one zainspirowały panią Jolantę Czernicką-Siwecką do artystycznej akcji na rzecz dzieci chorych na raka z Oddziału Kliniki Pediatrii Onkologii i Hematologii Dziecięcej w Zabrze.

Na czym ona polegała?

– Zaprzyjaźniony z Fundacją Iskierka (www.fundacjaiskierka.pl) właściciel firmy stolarskiej, Rajmund Sorowski z firmy SOR-DREW, wyrzeźbił kilkadziesiąt kopii mojego Pinokia. Wręczono je dzieciom, by pomalowały je tak, jak chcą. Podczas malowania oglądały moje zdjęcia z podróży Pinokia i wysłuchały moich opowieści. W międzyczasie sami wymyślali przygody Pinokia. I o to właśnie chodziło, by dzieciaki stworzyły własnego bohatera i wyobraziły sobie jego losy. Jeden z nich odwiedził nawet kopalnię. W końcu dzieci ze szpitala w Zabrzu są ze Śląska. Podopieczni fundacji ze szpitali w Katowicach i Chorzowie także będą zaproszeni to tej przygody i stworzą swój kawałek historii.

Z tej akcji powstanie książka interaktywna dla dzieci. Na jednej stronie będą moje fotografie z wędrówek Pinokia, strony będą też udekorowane ilustracjami dzieci. Na sąsiedniej kartce będzie napisane tylko jedno zdanie – początek opowieści - który ma zainspirować do napisania dalszego ciągu. W ten sposób powstanie tysiące opowiadań, a dzieci staną się na chwilę pisarzami.

Czemu ma służyć taka akcja artystyczna?

– Fundacja Iskierka już od dziewięciu lat wspiera w ten sposób dzieci i ich rodziców w walce z tą ciężką chorobą. Wszystko zaczęło się od tego, że syn pani Jolanty zachorował. Miesiące spędzone z nim w szpitalu to skupienie na zabiegach, kroplówkach, badaniach i monotonne popołudnia spędzane w czterech ścianach szpitalnego pokoju, gdzie dzieci nudziły się niemiłosiernie, a rodzicom brakowało już pomysłów na coraz to nowe zabawy. Te doświadczenia sprawiły, że Jola Czernicka-Siwecka postanowiła zorganizować raz w tygodniu różne aktywności dla dzieci. Oprócz edukacji mają one pomóc zapomnieć o chorobie, zepchnąć ją na dalszy plan, wypełnić dzień czymś przyjemniejszym i wartościowszym niż komputerowe gry czy bajki.

Dlatego czasem na korytarzach śląskiego oddziału onkologicznego można spotkać panów taszczyjących z trudem wielką harfę, bo Fundacja zorganizowała właśnie koncert w szpitalu. Innym razem dietetyk kliniki łapie się ze śmiechem za głowę, bo iskierekowe dzieci mają właśnie warsztaty z robienia sushi. Podobno po wycieczce do stadniny dzieci i rodzi-

ce przez tydzień żyły tym wyjazdem. Nic innego nie było ważne. Po to są te akcje, by przypomnieć o chorobie i szpitalu oraz by inspirować, pokazywać jak ważna jest jakość życia w długotrwałym procesie leczenia.

Każde z tych dzieci będzie mogło oczywiście zatrzymać pomalowanego przez siebie Pinokia. To też pewnie ma terapeutyczne znaczenie?



Zainspirowany filmem „Amelia” robiłem zdjęcia Pinokia w różnych zakątkach świata i wysyłałem jako pocztówkę do staruszka z Florencji



Skrzypce XXI wieku

„Muzyczna niepewność, która zmienia się w przygodę” – o niezwykłym projekcie opowiada Grzegorz Karnas z MagnetiG Violin Show

ROZMAWIA DORA ROSŁOŃSKA

Choć jest pan skrzypkiem, to raczej nietypowym. Gra pan w klubach na fluorescencyjnych skrzypcach elektrycznych. Skąd taki pomysł?

– MagnetiG Violin Show to projekt, który powstał spontanicznie, z przymrużeniem oka, jako eksperyment łączący

skrzypce z różnymi stylami muzyki elektronicznej. Performance polegał na tym, że jako wykonawca-instrumentalista, nie tylko nie znałem utworów, które miał wypuszczać mi DJ, lecz w ogóle, choćby w najmniejszym stopniu, nie byłem osłuchany ze stylami, które zgromadzona tam publiczność uwielbiała, a do których miałem improwizować na żywo. Nie znałem zatem tonacji, harmonii, rytmiki, melodyki ani nawet formy tych utworów. Jedyne, czego mogłem być pewien, to dynamika, bo poziom natężenia dźwięku oscylował zawsze wokół maksymalnego.

Projekt muzyczny, jeszcze bez swojej nazwy, prezentując zupełnie świeże i z założenia „niestykowe” podejście do danego rodzaju muzyki, spotykał się z entuzjastycznym przyjęciem przez niczego niespodziewających się gości klubów.

Ku memu zaskoczeniu, odłamy elektronicznej muzyki tanecznej, grane w popularnych klubach muzycznych, okazały się bardzo różnorodne, a wizyty w kilkunastu miastach zaowocowały pierwszym w Polsce kontaktem improwizacji skrzypcowych z tak odmiennymi stylami muzyki, jak: house, minimal, deep house, mash-up, r'n'b, a nawet drum'n'bass.

Początkowo anonimowe i niezapowiadane występy cieszyły się coraz większym zainteresowaniem najbardziej prestiżowych klubów w Polsce. Aurę tajemnicy dopełniała zaś strategia nie nagrywania występów na video, tak by nie można ich było obejrzeć w internecie przed wizytą w klubie. Potęgowało to efekt niespodzianki.

Kto panu zrobił takie skrzypce i czyj to był projekt?

– Po sukcesie pierwotnego eksperymentu uznałem, że warto rozwijać ten pomysł. A budowa skrzypiec, pod względem ich wyglądu i wpływu konstrukcji na barwę dźwięku, skrywała w sobie wielki potencjał.

Vanessa Mae, której kasety i płyty znalazły się w wielu polskich domach w połowie lat 90., do dziś w pamięci większości pozostała symbolem skrzypiec elektrycznych. Dlatego czułem potrzebę pójścia dalej. Zwykle, „tradycyjne” skrzypce elektryczne wydawały się niewystarczające, by móc rozwijać się na najwyższym poziomie nowatorstwa.

Wraz z niezwykle uzdolnionym człowiekiem, którego tożsamość musi pozostać tajemnicą, udało się zrealizować wizję wykonania skrzypiec z przezroczystego, a przy tym lekkiego i odpornego na stłuczenie materiału. Skrzypce, dzięki ręcznemu wykonaniu, mogły przybrać dowolny, wymyślony przeze mnie kształt. A designersko podświetlany w ciemności instrument stał się nieodłącznym symbolem marki MagnetiG Violin Show.

Jakim zainteresowaniem cieszy się pana koncertowanie na sali pełnej roztańczonych ludzi? Skrzypce kojarzą się z muzyką klasyczną, a nie klubowym graniem. Jak przyjmowane są solówki?

– Goście klubów reprezentują różne charaktery, wykonują rozmaite zawody, mają różnorodne zainteresowania, lecz najlepsze kluby potrafią stworzyć dla nich taki klimat, w którym wszyscy tam obecni czują się znakomicie, dzięki wystrojowi wnętrza, atmosferze oraz modnej muzyce.

Tuż po występie bardzo często podchodzą do mnie goście, którzy bawili się przez cały czas trwania show i dziękują za to, jak dźwięk skrzypiec na żywo odmienił, uniósł w górę ich odbieranie muzyki.

Ktoś inny mówi o euforii, w którą wprawiło go hipnotyzujące połączenie znanych mu utworów z muzyki house ze skrzypcowym live aktem. Raz podszedł do mnie starszy pan, który wcześniej przysłuchiwał się występowi na siedząco w wygodnej łoży. Powiedział, że jest tu przypadkiem, a na co dzień dyryguje orkiestrą opery. Podziękował mi za to, co pokazałem młodemu ludziom, których być może nikt inny nigdy nie oswoiłby z brzmieniem klasycznych instrumentów na żywo.

Jak klubowicze reagują, gdy pojawia się pan obok DJ-a?

– Występy są bardzo kontaktowe. Mój show jest bowiem wykonywany blisko ludzi, na wyciągnięcie ręki, a nie w odseparowanym miejscu dla DJ-a. Dzięki temu widać jak na dłoni, że dźwięki wydobywają się na żywo, co w wielu klubowych rodzajach muzyki nie było nigdy praktykowane. Przebywanie z publicznością pozwala na lepsze dostrzeżenie emocji widocznych na twarzach ludzi. Często, przy okazji spontanicznych wyznań o tym, że jest to najlepsza impreza ich życia, pojawiają się pytania o możliwość występu na imprezach zamkniętych – prywatnych czy firmowych. Mają one inny charakter niż w klubach, gdzie instrumentalny show pełni rolę wisienki na torcie i zaczyna się około północy. Na eventach zamkniętych, na które byłem zapraszany, goście często wykazywali wielką niecierpliwość w oczekiwaniu na show. Odpowiedzią na to było więc stworzenie dodatkowej usługi – specjalnego repertuaru, którym obecnie otwieram uroczyste eventy. Taki mini-recital na początek, jako niezwykle elegancki akcent muzyczny, łączy w sobie znane i cenione motywy z muzyki klasycznej, filmowej i rozrywkowej – z nowoczesnymi, dynamicznymi podkładami i wirtuozowską partią skrzypiec.

Obecnie to właśnie ten, dopracowany w każdym szczególe repertuar, otoczony jest aurą tajemnicy i można zobaczyć go tylko na żywo, na eventach za-

mkniętych, dzięki czemu zaproszeni goście otrzymują coś, czego nigdy wcześniej nie widzieli.

Czy zatem do muzyki DJ-ów granej w klubach wciąż pan improwizuje, czy jest to już teraz przygotowany program?

– W klubach muzycznych DJ-e wciąż zaskakują mnie nowymi utworami, a show solowy – bez DJ-a – wykonuję tylko na eventach. Taki układ wydaje się idealny, bo we współczesnej muzyce klubowej, która bardzo szybko zmienia trendy, wciąż jest mnóstwo miejsca na improwizację. I choć muzyka z nut to pewność, a muzyka improwizowana to niepewność, to jednak, jeśli mamy u boku utalentowanych ludzi, ta niepewność zamienia się w przygodę. I myślę, że to właśnie chęć jej przeżycia wraz z wykonawcami, przyciąga rzesze gości do tych klubów muzycznych, w których poza tradycyjnym podejściem do muzyki, zjawia się instrumentalista współpracujący z bitami DJ-a.

Koncertuje pan tylko w kraju czy też za granicą?

– W dobie internetu style muzyczne rozprzestrzeniają się w nieznanym wcześniej tempie, a w tysiącach miejsc na świecie brzmiały w jednym czasie te same dźwięki. Również dzięki temu marka MagnetiG Violin Show zaistniała już w najbardziej prestiżowych klubach w Polsce, Wielkiej Brytanii, Holandii, Chorwacji i Hiszpanii, w tym w Mekce współczesnej muzyki klubowej – na Ibiza.

Czy można kupić pana płyty czy jedynie posłuchać pana muzyki w klubie?

– Pełni brzmienia projektu można obecnie posłuchać tylko na żywo – na imprezach klubowych, eleganckich bankietach oraz najbardziej uroczystych eventach, galach czy pokazach, w które doskonale wpisuje się nowy wirtuozowski repertuar solowy. Powstał już jednak pierwszy videoklip, promujący MagnetiG Violin Show w stylu klubowym. Skrzypcowy remix utworu Calvina Harrisa „Feel So Close”, dostępny tylko w internecie, obejrzało ponad 100 tysięcy widzów, a wytyczał on nowe szlaki w muzyce, jako pierwszy na świecie teledysk „live aktowy” – łączący żywy instrument z oryginalnym utworem muzyki house.

Jakie ma pan plany na przyszłość?

– W niedalekiej przyszłości chciałbym „wyjść z ukrycia”, z muzycznego undergroundu, i poprzez nagranie większej części swej twórczości, dotrzeć ze swoją muzyką do szerszego grona słuchaczy. Również do tych, którzy nie bywają gośćmi eventów, a chcieliby posłuchać oryginalnych brzmień w zaciszu własnego domu. Charakter repertuaru wirtuozowskiego wydaje się idealnym materiałem na płytę, co brzmi jak piękna melodia przyszłości. ■

Granice mego języka oznaczają granice mego świata

Bartosz Czarnecki w swoich obrazach i rysunkach dąży do zobrazowania zjawiska, które nie jest jedynie prostym odtworzeniem rzeczywistości.

NINA ALT

S tosuje różne zabiegi malarskie, nieraz formalnie i technicznie odległe od siebie. Podsygnowane jest to potrzebą przekonującego pokazania niektórych stanów jego umysłu, a ściślej – struktur pamięci. Dlatego stara się budować obraz za pomocą abstrakcyjnych form malarskich, których odpowiednie konfiguracje mogą sugerować nawiązania do świata przedstawianego. Jednocześnie w procesie tworzenia skupia się na tym, aby najpierw widzialne były „abstrakcyjne” cechy malowidła, a następnie, poprzez nie – przedstawiające. Kolejność ta jest dla artysty bardzo ważna, stanowi bowiem, jego zdaniem, istotę malarstwa w ogóle, ponieważ tak dla Bartosza Czarneckiego funkcjonuje język malarstwa.

Malarstwo tego artysty mogliśmy podziwiać w siedzibie Krajowej Izby Gospodarczej podczas wernisażu 23 września. Organizatorem wydarzenia była Galeria Stalowa oraz Klub Integracji Europejskiej, który w ramach działającej przy nim Akademii Kultury i Sztuki organizuje cyklicznie wernisaże tzw. saloniki artystyczne. Kuratorem wystawy był Krzysztof Fabijański, właściciel Galerii Stalowa.



Artysta Bartosz Czarnecki i Krzysztof Fabijański właściciel Galerii Stalowa



Wśród gości m.in.: wiceprezes Klubu Integracji Europejskiej Krzysztof Jończyk, fotograf Czesław Czaplński, prezes KIE Barbara Jończyk i aktorka Laura Łącz



Adam Pomorski z drukarni Weda z partnerką



Wielbiciel sztuki



advertising agency

AP GRUPA

PRODUCTION
CREATION
DESIGN

AP Grupa Sp. z o.o.
tel. 22 726 35 60
www.apgrupa.pl



Filigrany i moriole, czyli Smolarek przywrócony



Niezwykle energetyczne dzieło artysty

Rafał Korzeniowski

Cel wystawy w Atelier Grzybowska był więc także edukacyjny. Chodziło o przywrócenie pamięci i przede wszystkim dorobku artysty, znanego i cenionego za oceanem, a u nas właściwie całkiem zapomnianego. Za tło służyło eleganckie wnętrze atelier, w którym można między innymi zamówić projekt kuchni. Na co dzień pracują tu Creative Co-ops Architects z Dominiką Rostowską na czele, Intelidom, Good Mood Studio i Dekorian. A wieczorami pojawia się tu sztuka. Prace artysty zawisły na ścianach atelier lub (co było posunięciem odważnym), na prowizorycznie rozpiętych sznurkach, przypięte do nich spinaczami do bielizny. Opis brzmi tak, jakby dokonano w ten sposób profanacji, tymczasem nie tylko tak nie było, ale sprawdziło się to niezle. Suszące się

na sznurkach, pozbawione ram obrazy zrobiły się jakby młodsze.

Było też coś dla podniebienia – francuskie wina z winiarni „Les Secrets du vin” z Saskiej Kępy i piwo z rzemieślniczego browaru Ninkasi. A na koniec odbyła się loteria wizytówkowa z cennymi nagrodami, które trafiły do szczęśliwców.

Wrażenie zrobiły jednak przede wszystkim obrazy. Wypada więc napisać szerzej o artyście i jego twórczości, której tu mieliśmy małą, ale znakomitą próbkę. Jednak na podstawie tego, co zobaczyliśmy, trudno oceniać twórczość Waldemara Smolareka, bo to jak wspomnieliśmy, drobny jej wycinek. Sięgnijmy więc po tekst napisany przez kuratora wystawy – Natalię Ceterę, krytyka sztuki i znawcę jego twórczości. Tekst nie przeładowany fachowym słownictwem, trudnym do zweryfikowania. A obok parę zdjęć z wernisażu. ■



Goście wernisażu



Wystawie towarzyszyła degustacja francuskich win

Filigrany i moriole, czyli Smolarek przywrócony

Smolarek należał do grona najciekawszych osobowości artystycznych powojennej sztuki polskiej, orbitujących wokół warszawskiej Grupy Malarzy Niezależnych. Jego prace znajdują się w światowych galeriach, w rękach prywatnych kolekcjonerów w Szwecji, Stanach Zjednoczonych i Kanadzie, a jego obrazy osiągają coraz wyższe ceny w światowych domach aukcyjnych.

Po 5 latach od śmierci i 47 od kiedy Waldemar Smolarek opuścił Polskę udając się w swoją emigrację artystyczną, znaczna ilość jego prac powróciła do kraju i stanowi nie lada gratkę dla kolekcjonerów. Wybrane prace można było obejrzeć w lipcu w Atelier Grzybowska podczas wystawy „Filigrany i moriole”.

Natalia Cetera

IX CHARYTATYWNA GAŁA KARNAWAŁOWA PRZYJACIOŁ FUNDACJI OKRĘGOWEJ IZBY LEKARSKIEJ W WARSZAWIE PRO SENIORE

*Poprowadzi
Jacek Borkowski
Wystąpi
zespół „Drugi Tydzień”*

*23 stycznia 2016 roku
Double Tree by Hilton
w Warszawie
ul. Skalnicowa 21*

cena biletu - 350 zł/os.

**DAROWIZNĘ MOŻNA ODPISAĆ OD PRZYCHODU
nr konta: 34 2030 0045 1170 0000 0330 4290**

ODBĘDĄ SIĘ LICYTACJE I LOTERIE FANTOWE

**więcej informacji:
tel. 22 542 83 02, 668 398 719
fundacja.proseniore@gmail.com
www.proseniore.pl**

Zapraszamy





Atelier Krajewscy & Chili Beauty

Ideą powstania „Atelier Krajewscy & Chili Beauty” było stworzenie przestrzeni, w której moda będzie się przenikała ze sztuką, gdzie każda kobieta będzie mogła zadbać o swój wygląd, i z której wyjdzie modnie ubrana, uczesana i umalowana na każdą okazję, a o to wszystko zadbają profesjonalści.



Pierwsza klientka we wnętrzu atelier

NINA ALT

Uroczyste otwarcie atelier, a jednocześnie wernisaż wystawy malarstwa Piotra Krajewskiego, odbyło się 5 sierpnia 2015 roku w Gdyni. Podczas otwarcia Ewa i Piotr Krajewscy zaprezentowali swoją najnowszą kolekcję na sezon jesień-zima 2015, którą charakteryzują niezwykle fasony z wzorzystych i kolorowych, wysokiej jakości, włoskich tkanin. Dopełnieniem wzorzystego trendu są również propozycje w klasycznych odcieniach, np. czerwień i czerń. Kolekcja jest otwarta i będzie sukcesywnie poszerzana o nowe projekty.

W atelier dla najbardziej wymagających pań jest dostępna opcja Exclusive Design, czyli kreacje na zamówienie. W ramach tej opcji będzie można zamówić unikalne i niepowtarzalne kreacje u projektantów, którzy stworzą odpowiedni fason do figury, urody i okoliczności.



Uroczyste przecięcie wstęgi

Chili! to marka dla nowoczesnych i pewnych siebie kobiet, na co dzień podkreślających swój indywidualny styl. Z jednej strony – oznacza pikantną energię, z drugiej – klasyczna elegancję. Ich połączenie w kosmetykach pozwala tworzyć wizerunek odpowiedni zarówno na spotkania biznesowe, jak i weekendowy clubbing. ■

LEGENDARNY CHÓR ALEXANDROWA



KONCERTY listopad-grudzień 2015

19 XI WARSZAWA tel. 501 763 580

20 XI BIAŁYSTOK tel. 504 777 244

21 XI ŁÓDŹ tel. 509 125 400

22 XI PŁOCK tel. (24) 262 48 40, 515 742 333

23 XI BYDGOSZCZ tel. 604 501 753

24 XI ELBLĄG tel. 607 120 031

25 XI GDYNIA tel. 503 875 414

26 XI SZCZECIN tel. 517 113 292

28 XI JASTRZĘBIE ZDRÓJ tel. 602 675 574

29 XI WAŁBRZYCH tel. 603 895 454

30 XI ZABRZE tel. 503 875 414

1 XII KRAKÓW tel. 515 742 333

2 XII LUBIN tel. 501 763 580

www.chor-alexandrowa.pl

Partner Główny:



www.rospolcentr.ru

BILETY:

• Salony Empik

SPRZEDAŻ INTERNETOWA:

www.ebilet.pl
www.ticketpro.pl
www.bilety24.pl

www.kupbilecik.pl
www.eventim.pl
www.biletin.pl

Zamówienia indywidualne i zbiorowe:

tel. 501 763 580

509 125 400

malgorzata@ear.com.pl

Nić babiego lata...

– wernisaż Izabeli Jaśniewskiej



W poniedziałek 7 września 2015 r. w jednej z warszawskich restauracji, odbył się wernisaż wystawy zatytułowanej „Nić babiego lata...”. Autorką jest malarka tworząca wśród mazurskich jezior, mieszkająca w Mrągowie, Izabela Jaśniewska. Artystka związana z BE-ART exclusive, objęta jest stałym patronatem medialnym tej galerii.

Lidia Bąk

KURATOR WYSTAWY

Wystawa w kolorach nadchodzącej jesieni, w promieniach słońca i w blasku księżyca, jest zaproszeniem do świata obrazów Izy Jaśniewskiej. Miejscem ekspozycji jest francuska restauracja Le Bistro Rozbrat na ul. Rozbrat 44A w Warszawie. Organizatorzy wystawy postanowili w jednym miejscu połączyć polską sztukę współczesną z francuską sztuką kulinarną. Prezentuje ona trzy cykle obrazów. Owo „babie lato” jest nicią łączącą wszystkie obrazy w jedną historię, której źródło zaczerpnięte jest z natury. Tam właśnie artystka szuka nieustannie inspiracji. Poprzez osobistą analizę po-



Od lewej: siostra artystki Marta Błaszak i sama malarka Izabela Jaśniewska

strzeżanego świata, autorka prezentowanych obrazów wypracowała swój osobisty język malarski.

Tego dnia w Warszawie było zimno, mokro i ponuro. Pomimo niesprzyjającej jesiennej aury oraz problemów komunikacyjnych w stolicy, na wernisaż przybyli znajomi i przyjaciele oraz sympatycy malarstwa prezentowanego w galerii BE-ART exclusive. Jako współorganizator i kurator wystawy jestem bardzo wdzięczna wszystkim, którzy przybyli na wernisaż, aby przywitać i ugościć wraz z nami artystkę z Podlasia. Gośćmi wernisażu były postaci ze świata biznesu, miłośnicy sztuki, artyści a także osoby znane ze szklanego ekranu. Wśród gości znaleźli się m.in. Barbara Jończyk, Ryszard Rembiszewski oraz artyści Laura Wasilewska, Justyna Radzyńska i Piotr Rzeczkowski. Pomimo, iż Warszawa nie przywitała artystki słownym, atmosfera jaką wspólnie z partnerami wydarzenia oraz przybyłymi gośćmi i przyjaciółmi, stworzono podczas poniedziałkowego spotkania i wernisażu, rozgrzała serce Izy Jaśniewskiej. Najlepszym dowodem na to niech będą słowa artystki jakie napisała na swoim blogu, po powrocie z Warszawy:

„Zakochaj się w Warszawie...czytam na bilecie 90 minutowym w niedzielny poranek jadąc w kierunku znanym i nieznanym. To nie był mój pierwszy raz w stolicy, ale pierwszy raz bez mapy w rękę i... zaplątałam się we własną nić babiego lata i zgubiłam się w wielkim mieście. Na szczęście okazało się, że Warszawa da się lubić! Przyjaciele odnaleźli zgubę i zaprowadzili w miejsce znane i nieznanie. Le Bistro Rozbrat – miejsce, w którym zamieszkała część mojej duszy artystycznej w postaci płócien na ścianach. Wystawa we francuskiej restauracji to wynik wielkiego zaangażowania i zaufania galerii BE-ART exclusive do mojej osoby i twórczości, jaką reprezentuję. Mecenas artystyczny jakim zo-



Bohaterka wieczoru w towarzystwie swoich gości

stałam od roku objęta sprawą, że nagle z małego miasteczka na Mazurach, pojawia się w stolicy i w miejscu, w którym nie tylko goście czują się dobrze, ale sztuka również. Właściciel Alain Budzyk wyczarował Le Bistro Rozbrat swoim niezwykłym francuskim talentem i sprawił, że jest to miejsce nie tylko w klimacie europejskim, ale przede wszystkim jest to miejsce, do którego chce się wracać. Niezwykły duet z jakim miałam zaszczyt przygotowywać tę ekspozycję: Lidia Bąk – osoba tak ciepła i serdeczna, a jednocześnie profesjonalna, że artysta ze swoją zakreconą duszą artystyczną, czuje się najwyczejniej w świecie bezpieczny i wie, że się znowu nie zgubi; Alain Budzyk – gościnny i przyjmujący artystę i jego twórczość z otwartymi ramionami. Zdecydowanie – Warszawa da się lubić! Poniedziałek, czas wernisażu – zamiast babiego lata, słońca listopadowa. Więc na przekór temu, biegnąc przez kałuże i omijając za-

korkowane ulice, czekaliśmy na gości przy dźwiękach JOE DASSIN w utworze L'ETE INDIEN i przy lampce rozgrzewającego ponczu. Z wielką radością powitaliśmy grono tych odważnych, których nie przestraszyła jesienna aura. Dzięki serdeczności jaką przynieśli ze sobą, mogę powiedzieć, że od poniedziałku wieczorem poczułam się warszawianką. Wielkie serca i życzliwość wszystkich obecnych sprawiły, że czas mijał zbyt szybko i z żalem żegnaliśmy się w pogodniejszy już wieczór. Dziękuję wszystkim, którzy byli i tym, którzy jeszcze nie raz zajrzą i choć na chwilę, a może przy herbacie i francuskich przysmakach, spędzą czas wśród babiego lata... na ścianach Le Bistro Rozbrat przy ulicy Rozbrat 44A w Warszawie.”

Nie pozostaje mi nic innego jak wraz z autorką prac, ponownie zaprosić do odwiedzenia wystawy w restauracji Le Bistro Rozbrat oraz do zakupu prac Izabeli Jaśniewskiej!



Artysta fotograf Justyna Radzyńska i kuratorka wystawy Lidia Bąk



Podziękowanie za niezwykle prace



IZABELLA JARSKA

Subiektywny przegląd kulturalny

Książka

„Siedem dni z życia psa”

Dariusz Loranty

„Siedem dni z życia psa” to druga, po bestsellerowej „Spowiedzi psa”, książka znanego negocjatora Dariusza Lorantego. Tym razem jest to powieść sensacyjna opisująca tydzień z życia zawodowego (i nie tylko) komisarza Bernarda – będącego alter ego samego autora. Czytelnik towarzyszy śledczemu w tropieniu większych i mniejszych przestępstw, poznaje także skomplikowane relacje, jakie łączą pracowników komendy, którzy na co dzień walcząc ze złem, nie są przecież wolni od ludzkich przywar i słabości. Walorem powieści jest jej autentyczność, bowiem Loranty barwnie opisując pracę policjantów kryminalnych w stolicy, z pewnością wie o czym pisze, zna bowiem realia tego zawodu z własnego doświadczenia. Powieść polecam każdemu, kto chciałby poznać wspomniane realia podane bez upiększeń, niezwykle szczerze i prawdziwie.



Książka

„Szukając Inki. Życie i śmierć Danki Siedzikówny”

Luiza Łuniewska

Była najmłodszą skazaną, na której w 1946 roku UB wykonało wyrok śmierci. Miała wtedy zaledwie niespełna 18 lat. Przed śmiercią poddawano ją torturom aby zmusić do zeznań przeciwko jej dowódcy i kolegom z oddziału. Do 2014 roku miejsce jej pochówku było nieznane. Danka Siedzikówna, pseudonim Inka – bohaterka książki Luizy Łuniewskiej „Szukając Inki” – była sanitariuszką w oddziale Łupaszki, 5 Wileńskiej Brygady AK. Przez blisko pół wieku od jej śmierci pamiętali o niej tylko jej najbliżsi: siostry, koledzy z oddziałów, którzy nie nawet nie znali jej prawdziwego nazwiska i pewien stary ksiądz, który nigdy nikomu o niej nie opowiadał. Dopiero na początku lat 90. historycy z IPN zaczęli szukać śladów tajemniczej sanitariuszki od Łupaszki. Książka Luizy Łuniewskiej opowiada jej historię i jest to opowieść fascynująca, napisana z zaangażowaniem i dobrym piórem. Szczerze polecam lekturę.



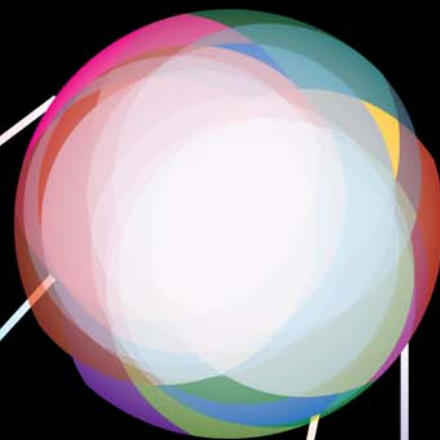
Film

Festiwal „9. Sputnik nad Polską”, start 5 listopada, warszawskie kina: Luna, Iluzjon i Kinoteka

Dziewiąta już edycja „Sputnika nad Polską” poświęcona będzie m.in. literaturze rosyjskiej oraz 70. rocznicy zakończenia II Wojny Światowej. Festiwal rozpocznie się 5 listopada w stolicy, gdzie zagości przez 10 dni a następnie ruszy w Polskę z pokazami, które będą trwały aż do marca przyszłego roku. O statuetkę Grand Prix Sputnika zawalczą m.in. „Anioły rewolucji” Aleksieja Fiedorczenki, który po premierze obrazu w Rzymie został okrzyknięty „reżyserem przyszłości”. W repertuarze festiwalu znajdzie się także retrospektywa filmów Iwana Wyrypajewa, oraz „Kalejdoskop nowego kina”, w którym przedstawione zostaną najgłośniejsze rosyjskie produkcje fabularne różnych gatunków. Ponadto zobaczyć będzie można cykl: „The best of Sputnik”, prezentujący najlepsze filmy poprzednich edycji festiwalu oraz „Rosja w dokumencie”. Dla młodych widzów obędzie się przegląd bajek, czyli Mały Sputnik. Oprócz projekcji odbędą się także wystawy, koncerty (m.in. zespołu Naadja), warsztaty, konkursy oraz gry i zabawy.



www.sputnikfestiwal.pl



9.

FESTIWAL FILMÓW ROSYJSKICH
SPUTNIK
NAD POLSKĄ

5 – 15 listopada
WARSZAWA
Luna, Iluzjon

Listopad 2015 – marzec 2016
40 miast w Polsce

Karolina Michalowska,
30.10.2011

Dofinansowano ze środków Ministra Kultury
i Dziedzictwa Narodowego RP
i Ministerstwa Kultury FR:

Ministerstwo
Kultury
i Dziedzictwa
Narodowego



Główny Sponsor:



Mecenas Główny:

FUNDACJA
KGHM
POLSKA MIEDŹ

Współfinansowanie:



Partner główny:



www.rospolcentr.ru

Partner:





Działania z sercem

Kiedy zachoruje dziecko, pozostałe sprawy przestają być istotne. Zakasuje się rękawy i działa. Te działania przydają się później innym rodzicom, którzy znaleźli się w podobnej sytuacji. Oto historia mam, które lecząc własne dzieci stworzyły ogromną instytucję pomocy – Fundację Serce Dziecka.

DORA ROSŁOŃSKA

Kiedy po narodzeniu dziecka pada diagnoza „wada serca”, nasuwa się masa pytań: czy to się leczy, jakie są rokowania, jaką dokładnie wadę ma moje dziecko, gdzie się z tym zwrócić? Jeszcze w 2004 roku nigdzie nie było informacji na ten temat. To wtedy kilka matek z dziećmi z wadą serca postanowiło to zmienić. Były to m.in. Beata Kulesza, Katarzyna Parafianowicz oraz Dina Radziwiłłowa. W 2006 roku zaczyna się historia Fundacji Serce Dziecka.

– Na początku fundacja mieściła się w moim domu – wspomina Beata Kulesza, prezes fundacji. – Nie mieliśmy pracowników, biura i wszystko było robione „po godzinach”. W ciągu pierwszych lat działania fundacji, skala i jej potrzeby tak wzrosły, że w 2008 roku otworzyliśmy biuro i zatrudniliśmy pierwszych pracowników.

Początkowo przedsiębiorcze mamy skoncentrowały się na stworzeniu strony internetowej i forum internetowego, żeby szerzyć wiedzę o wadach serca, ich leczeniu i diagnozowaniu. Chciały umożliwić wymianę informacji pomiędzy rodzicami. Strona internetowa www.sercedziecka.org.pl nadal jest głównym środkiem przekazu fundacji. Dostępna jest obecnie na urządzeniach mobilnych i jest uzupełniana przez materiały publikowane na Facebooku, Youtubie czy Twitterze.

W 2007 roku fundacja wydała niezbędny *Poradnik dla Rodziców* – „Dziecko z Wadą Serca”. Przygotowana została w części medycznej przez wybitnych polskich kardiochirurgów, kardiologów, diagnostę prenatalnego i pediatrę. Z kolei rozdziały dotyczące wychowania i opieki nad dzieckiem przygotowali rodzice dzieci z wadami serca skupieni w Fundacji Ser-

ce Dziecka – mówi Beata Kulesza. – Łącznie zostało sprzedanych i rozdanych 3,5 tysiąca egzemplarzy. Do dziś książka chwalebna jest przez rodziców ale także przez lekarzy i personel medyczny.

Pierwsze skrzypce w szpitalu

Beata Kulesza przed założeniem fundacji była bankowcem na wysokim stanowisku. To ona wprowadzała pierwszą w Polsce kartę Visa i Polcard, prowadziła szereg strategicznych projektów bankowych na wysokim szczeblu. W 1999 roku urodziła córkę Anię, która już w dzieciętej dobie przeszła operację na oddziale kardiochirurgii w Centrum Zdrowia Dziecka. Kolejne operacje przeszła w wieku dwóch i piętnastu lat.

– Nigdy nie zadałam sobie pytania dlaczego? – wyznaje Kulesza. – Wiedziałam, że to był sygnał, że muszę coś zmienić

w swoim życiu, skończyć bardzo intensywną pracę w banku – zwłaszcza, że najciekawsze projekty już zrealizowałam. Przyszedł czas, o czym byłam głęboko przekonana, żeby zrobić coś, co będzie miało znaczenie, coś co przysłuży się innym. Podzieliłam się doświadczeniem, które zdobyłam podczas leczenia córki. W tamtych latach w internecie nie było żadnych informacji po polsku o wadach serca, ich diagnozowaniu i leczeniu, nie mówiąc już o możliwości uzyskania jakiegokolwiek pomocy.

Od początku fundację tworzyła również Katarzyna Parafianowicz, wiceprezes Fundacji, z wykształceniem psychologicznym, umiejętnością rozmawiania z rodzicami i własnym doświadczeniem opieki nad córką z wadą serca. Ma dobrze zbudowane relacje z ośrodkami zdrowia, które pomogły w uzyskiwaniu pomocy i merytorycznych wskazówek.

– Przekonanie kierujących ośrodkami leczącymi dzieci z wadą serca, że fundacja jest poważnym partnerem, który chce rozwiązywać problemy, a nie je tworzyć, nie było rzeczą łatwą – mówi Katarzyna Parafianowicz. – Ale udało się i teraz współpracujemy ze wszystkimi ważnymi ośrodkami kardiologii dziecięcej, czego najlepszym przykładem jest cykl konferencji Akademia Serca, przygotowujemy wspólnie z najlepszymi lekarzami w tej dziedzinie.

W zarządzie fundacji są jeszcze dwie mamy dzieci z wadami serca. Ostatnio dołączyła do fundacji jako Ambasador Patrycja Piekutowska, wybitna polska skrzypaczka.

– Synek Patrycji – Antoś, operowany był w Centrum Zdrowia Dziecka i właśnie tam się poznałyśmy – wspomina Beata Kulesza. – Od pierwszej chwili znalazłyśmy nić porozumienia. Wiedziałam, że to nie przypadek i musi z tego wyjść coś wspaniałego, coś co pozwoli na osiągnięcie kolejnego etapu rozwoju fundacji.

Patrycja Piekutowska wspaniałym koncertem zainaugurowała nowy projekt fundacji – cykl koncertów „OTWARTE SERCE – Mistrzowie Muzyki, Biznesu i Kardiologii Dzieciom”, którego celem jest pozyskanie środków na zakup niezbędnego sprzętu dla klinik kardiologii i kardiologii dziecięcej w całym kraju.

Sprzęt już po kilku godzinach

Od początku fundacja pomaga finansowo rodzinom opłacając koszty opieki nad dzieckiem w czasie hospitalizacji, leki i rehabilitację. Ilość udzielanych pomocy rośnie z roku na rok. Łącznie Fundacja udzieliła pomocy ponad 4,5 tys. dzieci.

– W sumie rozliczyliśmy ponad 65 tysięcy faktur na łączną kwotę ponad 10,5



Założycielki Fundacji – Beata Kulesza i Katarzyna Parafianowicz w towarzystwie Ambasadorki Fundacji, wybitnej skrzypaczki – Patrycji Piekutowskiej

Fundacja pomaga rodzinom opłacając koszty opieki nad dzieckiem w czasie hospitalizacji, leki i rehabilitację. Łącznie Fundacja udzieliła pomocy ponad 4,5 tys. dzieci

mln złotych. Dokumentacja pomocy to 26 metrów półek zastawionych segregatorami – wylicza bankowiec Kulesza.

Środki finansowe są przeznaczane na pomoc dzieciom, ale i ośrodkom medycznym. Według Katarzyny Parafianowicz początki były skromne, bo w 2009 roku fundacja zaczynała od zakupu foteli, na których rodzice mogli nocować w szpitalach przy łóżeczkach dzieci. Pierwszy naprawdę duży zakup to PrismaFlex – aparat nerkozastępczy dla Instytutu Centrum Zdrowia Matki Polki w Łodzi, o wartości ponad 60 tysięcy złotych, kupiony po awarii sprzętu na oddziale.

– Po dramatycznym telefonie od Prof. Jacka Molla z Kliniki Kardiologii ICZMP w Łodzi o awarii aparatu, zaczęliśmy działać natychmiast. Nie było chwili do stracenia, bo w grę wchodziło życie dziecka, które było podłączone do aparatu. Aparat udało się dostarczyć w ciągu kilkunastu godzin – wspomina Katarzyna Parafianowicz.

„Fundacja Serce Dziecka” z roku na rok kupuje coraz to więcej sprzętu, wśród którego są min. dwa inkubatory do Gdańska o wartości ponad 100 tysięcy złotych, przenośny aparat echo do Krakowa, dzięki któremu dzieci na sali pooperacyjnej mają codziennie robione badania. Ostatnio fundacja przeznaczyła również 200 ty-

sięcy złotych na zakup sztucznego płucoserca do Łodzi po tym, jak zawieszono operację z powodu nieodwracalnej awarii sprzętu. Warto podkreślić, że fundacja kupuje też sprzęt medyczny, który jest używany rodzicom. Dzięki niemu wiele dzieci może być monitorowane i rehabilitowane w warunkach domowych, a nie w szpitalu.

1% podatku

Fundacja od początku istnienia przywiązuje uwagę do rzetelnej i ogólnodostępnej informacji o swoich działaniach. A jest ich sporo, co pokazują liczby. Przychody fundacyjne z 70 tysięcy złotych rocznie w 2005 wzrosły do 5 milionów obecnie. Najwięcej fundacja uzyskuje się z 1 proc. podatku. Właśnie został opublikowany raport Ministerstwa Finansów o wpłatach 1 proc., według którego FSD jest na 9 miejscu na prawie 8 tysięcy organizacji uprawnionych.

„Serce Dziecka” integruje także rodziców i dzieci z wadą serca, dla których organizowane są w lipcu dwutygodniowe wyjazdy nad morze. Organizowane są konferencje informacyjne, a lekarze, z którymi współpracuje fundacja co rusz otrzymują Ordery Uśmiechu od dzieci. Panie z fundacji również zasłużyły na szklanek soku z cytryny. I to nie jedna. ■

Wysyłam Tobie Miłość – pomaganie jest trendy

– Skupiamy się na budowaniu świadomości na temat autyzmu i korzyściach wynikających z wczesnej diagnozy. Problem jest istotny, dotyka bowiem aż 1 na 55 rodzających się na świecie dzieci – mówi muzyk Krzysztof „Gorzki” Gorzkiewicz, który jest obecnie prezesem fundacji, zajmującej się promocją idei pomagania, działającej pod hasłem: Pomaganie jest trendy.

ROZMAWIA JANUSZ UCHNOWSKI

Fot. Bartek Wardziak (2)

„Pomaganie jest trendy” – pod tym hasłem po raz szósty wystartował zainicjowany przez pana projekt. Na czym on polega?

– To projekt nietypowy, zrealizowany w gronie znanych ludzi, dla których dobroczynność to coś więcej niż możliwość promocji, a przede wszystkim nie biorących za udział w akcji żadnych honorariów. Każdego roku, pod tym samym hasłem – już od sześciu lat – gwiazdy nagrywają piosenkę, teledysk oraz recytują bajkę z moich tomików. Klip trafia do serwisu Youtube, a następnie użytkownicy zachęceni są do tego, aby udostępnić linki do teledysków na swoich profilach społecznościowych oraz klikać w reklamy wyświetlane przez serwis w trakcie emisji. W ten oto sposób fundacja gromadzi fundusze wygenerowane przez serwis, nie narażając tym samym darczyńców na jakiegokolwiek koszty.

Jakie znane osoby udało się panu namówić do udziału w projekcie?

– Dotychczas w kampanii wzięli udział m.in.: prezydent Aleksander Kwaśniewski, Beata Tadla, prezydentowa Anna Komorowska, Paweł Małaszyński, Cezary Żak, Ewa Błaszczak, Krzysztof Krawczyk, Daniel Olbrychski, Alicja Węgorzewska i 121 innych znanych postaci. W akcję włączyło się także wiele gwiazd zagranicznych – jak światowej klasy raper Snoop Dogg, śpiewak Julio Iglesias, wokalistka amerykańska Truth Hurts czy Curtis Young – syn ikony hip hopu Dr.Dre'a.

A kogo zobaczymy w najbliższej edycji?

– Do wzięcia udziału w edycji aktualnej zaprosiliśmy już Maizie Williams i Marcia Garrett z Boney M oraz polskie osobistości, takie jak: Hanna Lis, Maryla Rodowicz, Beata Tyszkiewicz, Nina Terentiew, Edward Miszczak, Ewa Miszczak, Zbigniew Zamachowski, Łukasz Golec, prezes Polskiego Radia Andrzej Siezieniewski czy prezydenci RP Andrzej Duda i Bronisław Komorowski.

Poza udziałem znanych osobistości, jakie jeszcze działania planujecie państwo w ramach projektu?

– W ramach szóstej edycji projektu, dzięki współpracy z Mennicą Sudecką, fundacja wypuści na rynek również pocztówki z połączonym 24 karatowym złotem numizmatem, które pod hasłem „Wysyłam Tobie Miłość!” sprzedawane będą osobom, które w okresie przedświątecznym zechcą pomóc dzieciom dotkniętym przez autyzm. Prócz monety, Mennica Sudecka wspólnie z projektantami mody CocoGiovanna.pl, wyprodukowała wyjątkowe bransoletki, stworzone ze srebra połączanego 24 karatowym złotem,



ze sprzedaży której, dochody, podobnie jak te z monet, zasilają konto fundacji. Bransoletka w szybkim czasie stała się hitem, zaraz po tym jak stała się ulubioną ozdobą gwiazd solidaryzujących się z problemem autyzmu. Produkty dostępne są w sklepie fundacyjnym na stronie www.pomaganiejesttrendy.com.pl. Ponadto, marka CocoGiovanna.pl specjalnie dla fundacji wyprodukowała dwa rodzaje luksusowych balsamów z zawartością kolagenów, masła Shea oraz kwasu hialuronowego, których sprzedaż poprzez stronę www.cocogiovanna.pl również generuje zyski dla fundacji.

Czy firmy chętnie uczestniczą w pana projekcie?

– Jak wynika z badań instytutu ARC Rynek i Opinie, prawie 30 proc. Polaków decydując się na zakup danego produktu, bierze pod uwagę działania sponsorskie firm. Najbardziej pozytywnie oceniane jest wspieranie finansowe akcji charytatywnych, które popiera trzy czwarte badanych. Być może właśnie dlatego, w ciągu czterech lat akcja zyskała zaufanie dużych koncernów wspomagających jej coroczną realizację. Firmy takie jak Kupiec Sp. z o.o., Kratki.pl, Mennica Sudecka, CocoGiovanna, Pierre Rene czy Klub Integracji Europejskiej chętnie przyłączają się do projektu. Firmy poprzez udział w jednej z bardziej medialnych w Polsce akcji nie tylko ocieplają swój wizerunek, ale też mogą pochwalić się zwiększeniem sprzedaży swoich produktów.

A jakie macie państwo wsparcie medialne?

– Zdecydowanie pomaga nam wsparcie naszych działań przez media – takie jak Telewizja Polska, Polsat, TVN, Polskie Radio, RMF FM czy „Business&Beauty”. Działania projektu wzmacnia także udział w nim czołowych polskich dziennikarzy, rekomendujących akcję przy nagraniach każdego teledysku oraz prowadzących związane z nim eventy. Do tej pory wsparli nas: Katarzyna Senyk (TVP), Marcin Cejrowski (Polsat), Katarzyna Burzyńska (TVP), Beata Tadla (TVP), Tomasz Lis (TVP), Serafina Ogończyk-Mąkowska („Business&Beauty”), Maciej Orłoś (TVP), Krzysztof Jankowski (Eska) i inni. Co roku w nagraniach udział bierze również prezydent Kalisza Grzegorz Sapiński, który osobiście dziękuje gwiazdom i partnerom za wspieranie fundacji.

W tym roku zarząd fundacji podjął również decyzję o realizacji filmu z udziałem gwiazd – „Królowa Bezdonna” - na podstawie powieści Macieja Waszczyka o tym samym tytule. Autor książki oddał jej wydawnictwo oraz całkowite zyski ze sprzedaży w ręce fundacji. Po przeczytaniu książki stwierdziłem, że jest to proza idealnie nadająca się do przeniesienia na



Prezydent Aleksander Kwaśniewski też uważa, że pomaganie jest trendy

Przy leczeniu autyzmu ważny jest czas – im wcześniej rozpozna się zaburzenia związane z rozwojem dziecka, tym szybciej i skuteczniej można im przeciwdziałać, bo nie zdążą jeszcze dokonać tak wielkich szkód

ekran. Dlatego postanowiłem ją zekranizować powierzając reżyserię Robertowi Żołędziewskiemu, a do współpracy zapraszając czołówkę polskich aktorów, którzy okazali swoje serce biorąc udział w naszej akcji „Pomaganie jest trendy”.

Mam nadzieję, że w drugim kwartale 2016 roku będzie można zobaczyć film w kinie i tym samym dać akces naszej akcji, bo dochód z biletów zasili konto fundacji. Żeby tak się stało, musimy jeszcze znaleźć sponsora, który zaangażuje się w film.

W tym roku fundacja działa na rzecz autyzmu...

– Tegoroczna edycja akcji „Pomaganie jest trendy” powstaje pod hasłem „Autyzm nie musi być wyrokiem”. Podtęł kampanii, mimo iż często wywołuje kontrowersje, nie jest przypadkowy. Główną cechą autyzmu jest trudność w nawiązywaniu kontaktu z otoczeniem. Niestety, wielu rodziców często tłumaczy to zjawisko w sposób wygodny dla siebie, nie do-

puszczając do świadomości faktu, że może być to autyzm. Szczególnie zagrożone autyzmem są dzieci obciążone ryzykiem okołoporodowym, a także te we wczesnym wieku przedszkolnym. Przy leczeniu ważny jest czas – im wcześniej rozpozna się zaburzenia związane z rozwojem dziecka, tym szybciej i skuteczniej można im przeciwdziałać, bo nie zdążą jeszcze dokonać tak wielkich szkód. W wielu przypadkach autyzm wyleczyć można w 100 proc., niezbędna jest jednak do tego szybka reakcja rodzica i podjęcie kroków terapeutycznych. Fundacja „Nowa Nadzieja” może pochwalić się jedną z największych skuteczności w leczeniu autyzmu w Polsce, w dużej mierze dzięki wizytom w jej siedzibie światowego autorytetu w dziedzinie autyzmu, dr Johna Greena. A problem nie jest bagatelny, statystyki bowiem wskazują na to, że aż jedno na 55 dzieci w Polsce dotknięte jest autyzmem. ■

Kobiety z gracją

W mitologii greckiej Gracje były boginiami wdzięku i radości, uosobieniem klasy i powabu. Te cechy wciąż są u kobiet cenione i pożądane. Przykładem mogą być wyjątkowe kobiety sceny, ekranu i życia publicznego – kobiety z gracją.

Nagroda „Gracja”, przyznawana przez Klub Integracji Europejskiej to wyróżnienie znanych postaci życia publicznego za ich ponadczasową elegancję, wyczucie stylu i niezwykle urok. Podczas zorganizowanej z tej okazji IV Gali Akademii Dobrego Stylu, 20 września w Hotelu Airport Okęcie w Warszawie, wręczono statuetki „Gracja” – Katarzynie Dowbor, Jolancie Kwaśniewskiej, Lidii Popiel i Grażynie Wolszczak.

Zapytaliśmy, czym dla wyróżnionych pań jest gracja...

Fot. Artur Zawadzki REPORTER



Jolanta Kwaśniewska:

Gracja wyraża się w różnych aspektach. Najłatwiej jest ocenić, czy ktoś ma grację, kiedy widzimy jak jest ubrany i jak się porusza. Te dwa elementy muszą ze sobą współgrać. Bo nawet najlepiej ubrana osoba, jeżeli nie potrafi nosić swoich kreacji, nie będzie miała gracji. Powiemy wtedy, że ktoś jest fajnie ubrany, ale nic ponad to. Sposób bycia także świadczy o tym, czy ktoś jest obdarzony gracją czy nie. Nie tylko wygląd, ale i wnętrze człowieka ma tu znaczenie. Gdy ktoś jest ujmujący, uśmiechnięty, ma w sobie szlachetność i jest dobrym człowiekiem – wtedy w mojej ocenie ma grację, bo dla mnie takie cechy są ogromnie ważne.

Katarzyna Dowbor:

Gracja u kobiety to umiejętność wybrnięcia z najbardziej niespotykanych sytuacji. Jest to zręczność w poruszaniu się z wdziękiem w dziwnych miejscach i w zetknięciu z trudnymi sprawami. Zawsze wtedy mówimy, że kobieta, która to potrafi, robi to z gracją.



Lidia Popiel:

Gracja musi pochodzić z wewnętrznego wyzwolenia. Jest w niej trochę miękkości ruchów, jak w tańcu. Jest to rodzaj charyzmy, która zwraca uwagę. Jeżeli ktoś jest wewnątrznie wyzwolony i ma w sobie energię to przenosi się to na jego sposób poruszania się. Także na jego psychikę. Bowiem sposób myślenia jest też sposobem poruszania się.

**Grażyna Wolszczak:**

Gracja to styl, elegancja, subtelność. To także wyważenie. Gracja jest złotym środkiem, czyli brakiem przesady w każdą stronę – zarówno przesadnej skromności jak i wybujałego zadufania.

W 2014 r. Grażyna Wolszczak i Lidia Popiel zostały Ambasadorkami ogólnopolskiej kampanii społecznej Projekt Test „Manifest 5.0 Chcemy całego życia”, która od 7 lat działa na rzecz profilaktyki HIV/AIDS. Projekt finansowany jest przez MAC AIDS FUND – globalny fundusz stworzony w ramach społecznego zaangażowania MAC Cosmetics.

*Zdjęcia: Zuza Krajewska
Autorka kampanii: Agata Kwiatkowska*

Podróż szlakiem dawnych smaków Meksyku

Czym byłby Meksyk bez azjatyckiego mango, Belgia bez meksykańskiej czekolady, a Włochy bez jidomatli? Na te i wiele innych pytań odpowie Eduardo Palazuelos, jeden z najlepszych szefów kuchni w Ameryce Łacińskiej.

Fot. Wojciech Rozenek (2)



ROZMAWIA JOWITA MARTA ŁUCZAK

W twojej kuchni króluje meksykańsko-tajski fuzja smaków, jednak sporo uwagi poświęcasz na ratowanie tradycyjnych przepisów i dbanie o rodzimą, meksykańską kuchnię.

– Tak, przy czym kuchnia, którą zaprezentowaliśmy w Polsce, nie ma nic wspólnego z moimi przepisami i kuchnią Mex-Tai, to wyłącznie tradycyjna meksykańska kuchnia. Zresztą jesteśmy znani, z moją mamą na czele, z chęci ocalenia ginących tradycji kulinarnych Meksyku. Zbieraliśmy ocalałe przepisy, które przechodziły z pokolenia na pokolenie i dbaliśmy o to, by jak najwięcej z nich ożywić i wprowadzić ponownie w życie. Dzisiaj spróbujesz nawet dania, które pochodzi jeszcze z XVIII wieku. To *chile morita en nogada*, czyli rodzaj suszonej papryczki jalapeño z nadzieniem. Przygotowanie tej potrawy trwa aż trzy dni. Na początku marynujemy papryczki w *piloncillo vinagre* (*piloncillo* to rodzaj słodkości na bazie melasy), żeby chili straciło pikantny smak, a następnie nadziewa się je masą z dodatkiem pomidorów, kurczaka, migdałów i rodzynek. Tak przygotowaną papryczkę podajemy w kukurydzianej tortilli (tzw. *chilapita*) domowej roboty. I to jest przepis odzyskany jeszcze z dziada pradziada. **Kuchnia jest dla większości Meksykanów niczym religia. Czy ich fascynacja własną kuchnią i zamknięcie na nowości to tylko stereotyp?**

– Kiedy mówimy o Meksyku jako o mieście, musimy wziąć pod uwagę jego rozmiary. Jest ogromny, a więc i oferta kulinarna robi wrażenie. W mieście Meksyk możesz spotkać wszystkie rodzaje restauracji, zarówno z kuchnią tradycyjną (w wielu lokalach przy wyrobie tortilli wciąż towarzyszy proces *nixtamal*), z kuchnią bardziej współczesną, z fuzjami różnych kuchni i oczywiście z jedzeniem z całego świata, jest nawet restauracja serwująca polskie smakołyki. W Meksyku znajdziesz wszystko. To, co jest jednak ważne

– kuchnia meksykańska została wpisana w 2010 roku na listę Niematerialnego Dziedzictwa Kulturowego, a więc wszyscy zaczęli bardziej dbać o tradycję w obszarze gastronomii. Oczywiście to proces, który jeszcze ewoluje. Widoczne są jednak trendy powrotu do tradycyjnej kuchni meksykańskiej, co daje wszystkim poczucie utożsamiania się z naszym krajem.

Różnorodność kulinarna Meksyku jest niezwykle ogromna, czy jest w niej coś, co wciąga zaskakuje?

– Tak, dla mnie zaskakująca jest przede wszystkim ta różnorodność produktów, które – jak się zdaje – można odkrywać każdego dnia, w nieskończoność. Byłbym zachwycony, gdybyśmy mogli pochylić się i zadbać bardziej o lokalnych producentów, choćby ze względu na to, że uprawa niektórych produktów zanika. Spójrzmy chociaż na quelite (rodzaj dzikiego zioła) albo na samą kukurydzę... Jednak widać ogromne zmiany i nowe spojrzenie rządu na kwestie gastronomiczne. Właśnie zakończył się projekt mający na celu zebranie kucharzy z każdego zakątka kraju i zaprezentowanie różnych dań, poznanie smaku Meksyku. Natomiast w listopadzie odbędzie się już trzecie Światowe Forum Meksykańskiej Gastronomii, podczas którego będziemy poruszać wszystkie ważne kwestie związane z kuchnią meksykańską.

A jak wygląda w Meksyku edukacja w sektorze gastronomicznym?

– Powstało wiele nowych szkół gastronomicznych, ale myślę, że czeka nas ogrom pracy, a imponująca liczba nowych szkół nie zastąpi pożądanej dobrej jakości. To, co się powinno teraz zrobić, to przede wszystkim przyjrzeć głębiej planom studiów i zwrócić uwagę na kuchnię regionalną i lokalne produkty. Uświadomienie sobie o ich wagi może spowodować, że wiele uczących się gastronomii ludzi będzie mogło wnieść w przyszłości wiele do świata kulinarnego Meksyku. Kiedy stworzyliśmy Światowe Forum Meksykańskiej Gastronomii, udało nam się zdobyć stypendia dla tysięcy przyszłych kucharzy, którzy mogli przyjechać z różnych stanów w celach edukacyjnych. Nowe pokolenie powinno wiedzieć, że zanim powstaje takie miejsce jak Bulli, trzeba nauczyć się przyrządzać dobry *tamal* czy też *molcajete*. Dopiero potem, gdy nauczysz się już przyrządzać bliską ci kuchnię, możesz dołączyć elementy z zewnątrz i stworzyć coś własnego. Nie należy jednak zapominać o naszej historii, kulturze i rodzimej kuchni.

Wspominałeś o ocalałych przepisach, manuskryptach. Skąd czerpać wiedzę na temat pradawnej kuchni Meksyku?

– Zachowało się dzieło Bernardina de Sahaguna, w którym pojawiają się uży-

wane dawniej warzywa, rośliny. Oczywiście jest i Bernal Díaz del Castillo, który opisuje nawet uczty Montezumy, podczas których władca dostawał blisko 300 potraw. Wiele tradycji zaginęło, to pewne, ale wiele informacji zostało zachowanych. Ważne, by nie zapominać również o ludności rdzennej Meksyku i ich wspaniałych odkryciach. Przykładem jest milpa, czyli system upraw stosowany przez Indian. W swoich założeniach przypomina uprawę współzrędną, pozwalającą na uprawę różnych gatunków roślin w tym samym miejscu, a ze swojego sąsiedztwa mają czerpać wzajemne korzyści. Typowa milpa składa się z kukurydzy, fasoli i dyni. Kukurydza jest tutaj pionowym elementem,



Zbieraliśmy ocalałe przepisy, które przechodziły z pokolenia na pokolenie i dbaliśmy o to, by jak najwięcej z nich ożywić i wprowadzić ponownie w życie

oplata ją i wspina się po jej łodygach fasola, a tuż przy nich rośnie dynia, która dzięki swoim ogromnym liściom chroni ziemię przed utratą wilgoci. Ten opracowany przez Indian system upraw jest tym bardziej ważny, gdy tylko zdamy sobie sprawę, że zaniedbaliśmy uprawy kukurydzy na własnej ziemi, w miejscu, gdzie od lat była ona podstawą żywności naszych przodków. Obecnie eksportujemy kukurydzę ze Stanów Zjednoczonych, a powinniśmy dbać o pierwotne owoce naszej ziemi. Zdecydowanie, co już wspominałem wcześniej, należałoby też wesprzeć lokalnych producentów.

Wróćmy jeszcze na moment do twoich restauracji Zibu i Mar del Zur. Coś je zdecydowanie wyróżnia spośród innych?

– Jak już wiesz, miałem to szczęście i mogłem mieszkać w Tajlandii, gdzie poznałem tamtejszą kuchnię od podszewki. Przy okazji zawsze kochałem

kuchnię meksykańską, więc to co zrobiłem, to połączenie dwóch najbliższych mi kuchni, w ten sposób tworząc swój własny styl. Przy okazji, fascynuje mnie historia mojego kraju, w szczególności historia Acapulco, z którego pochodzę. Dawniej było ono jednym z najważniejszych portów Ameryki Łacińskiej, gdyż przyływały tu *galeones* z Azji. W 1564 r. Fr. Andrés de Urdaneta przepłynął wraz ze swoją ekspedycją z Filipin i trafił właśnie do Acapulco.

Nazwa mojej restauracji nie jest zatem przypadkowa. *Zibu* reprezentuje pierwszą wyspę, na którą dostała się wyprawa Andresa Urdanety. A czemu jest to tak ważne? Otóż z Azji przybyło do Meksyku wie-

le rzeczy, które ukształtowały naszą kulturę, sztukę i oczywiście kuchnię. Na statkach transportowane było do nas mango, kokos, tamarynda. Teraz Meksyk z nich słynie, lecz pochodzą one z Azji. Oczywiście nastąpiła tutaj wymiana, więc tak samo jak w przypadku Europy, do Azji trafiała nasza kukurydza, dynia, fasola, papryczki chili, kakao. To cudowne, jak bardzo rozwinął się świat kulinarny dzięki globalizacji. Czym byłaby Belgia bez *chocolat*? I czym byłyby Włochy bez *jitomat*?

Zdradzisz nam na koniec najbliższą twojemu sercu potrawę? A może danie, które oczarowuje wszystkich gości twojej restauracji?

– Zdecydowanie najbliższe mojemu sercu są owoce morza. Mam w menu rybę zawiniętą w liście bananowca z sosem z *chile de árbol*, pomidorami i kolendrą. Potrawa ma niezwykle charakterystyczny smak. ■

Dzień każdy zrywaj jak owoc

Nie trzeba jechać do Toskanii czy Langwedocji, by degustować doskonałe wina. Wystarczy dojechać chociażby pod Szczecin, gdzie w Baniewicach, w Winnicy Turnau dojrzewa znakomity napój. Rodzinna firma wyrosła tu na największego producenta wina w kraju.

DORA ROSTOŃSKA

Fot. Tomasz Sikora (5)



Na początku było 500 sadzonek. Dziś jest 80 tysięcy

Zbigniew Turnau

Podobno krakowianie, gdy chcą się napić, mówią, że idą „na banię”. Nic więc dziwnego, że kuzyn krakowskiego barda, Zbigniew Turnau, założył winnicę, co prawda pod Szczecinem, za to w Baniewicach, cztery kilometry od miejscowości Banie. W XIX wiecznym budynku znajduje się rodzinna fabryka z wieloma kadziami, gdzie winogrona zamieniają się w „krew natury” czyli wysokojakościowe wino.

– *Od dwudziestu lat prowadzę tam gospodarstwo rolne. Kiedy w 2009 roku mój współpracownik Tomek Krasicki wrócił z Hiszpanii powiedział, że tam winorośl rośnie obok pszenicy – wspomina pierwsze decyzje o stworzeniu winiarni Zbigniew Turnau. – Wspólnie stwierdziliśmy, że może warto pójść za przykładem Hiszpanów. Kupiliśmy 500 sadzonek.*

Zima 2010/11 była bardzo surowa, bo dochodziła do minus 28 stopni. Pan Zbigniew z panem Tomkiem wertowali wtedy książki historyczne dopatrując się tradycji winiarskich w swoim szczecińskim regionie. Na szczęście znaleźli takie wzmianki, a sadzonki bez problemu przetrwały surową zimę. To był znak, że są na dobrej drodze.

Bard na ciągniku

W następnym roku dosadzili dwa hektary winogronowych krzewów, potem jeszcze pięć i znowu dziesięć. Z pięciuset sadzonek winnica rozrosła się do 80 tysięcy drzewek. W 2013 roku zaczęli od produkcji 15 tysięcy butelek rocznie. Obecny rok obrodził 80 tysiącami litrów. Docelowo rodzina Turnau chce produkować 120 tysięcy butelek w roku. Bo chętnych na ich wino nie brakuje. Czerwone i białe trunki z Winnicy Turnau można kupić u najlepszych restauratorów w Szczecinie, w hotelach: m.in. w warszawskim Intercontinentalu, w ekskluzywnych sklepach Marka Kondrata, który był pierwszym dystrybutorem turnauowych win. Ale największa sprzedaż odbywa się na miejscu, w Baniewicach pod Szczecinem. Towarzyszy jej oprowadzanie po winnicy, opowiadanie pełnej anegdot historii rodzinnej firmy, no i przede wszystkim degustacja wyrobów. W sali do degustacji, gdzie przez okno wpada zachodzące słońce, stoi fortepian, na którym od czasu do czasu zagra sam Grzegorz Turnau. Jest on bowiem nie tylko „tworzą” winnicy, ale też aktywnym członkiem rodzinnej firmy.

– *Gdy dowiedział się o planach stworzenia winnicy, zaferował, że będzie jeździć ciągnikiem i doglądać drzewka. I faktycznie tak się stało. Jazda na ciągniku była jego marzeniem z dzieciństwa – opowiada Zbigniew Turnau.*

Zresztą nie tylko Grzegorz spełnia tu swoje marzenia. Również syn Zbigniewa, Jacek, jako ekonomista zajął się współpracą z urzędami, w celu uzyskania na czas wszystkich niezbędnych pozwoleń. Wyszło z tego kilka segregatorów dokumentów. Jacek zajmuje się finansami winnicy i nadzoruje wszystkie prace w winiarni.

Solaris na początek

Wkrótce skończy się sezon zbiorów, winogrona pójdą do kadzi. Wino zostanie rozlane do beczek i butelek. W zimowe wieczory, oczywiście przy lampce wina, doglądając dojrzewające trunki, Turnauowie znowu będą wspominać początki firmy.

Pierwszy projekt winiarni stworzyła wybitna specjalistka tematu – Agnieszka Rousseau. Potem Zbigniew Turnau szukał doradcy we Francji. Na szczęście Marek Kondrat polecił mu Franka Fausta z niemieckiej winiarni. Ale Faust miał swo-

ją pracę we własnej firmie. Mimo to przyjechał do Baniewic.

– Kiedy go słuchaliśmy jak opowiada o winie, chcieliśmy go u nas zatrzymać – wspomina Pan Zbigniew. – Ale wciąż twierdził, że musi wracać do Niemiec. Dziś mój syn śmieje się, że wystarczyły dwie noce spędzone ze mną i cztery butelki piwa, by Frank Faust zadzwonił do mamy i babki po zgodę na pracę w Baniewicach. Dwie kobiety, które rządzą w winnicy Franka, zgodziły się bez problemu.

Pierwsza wyprodukowana przez Turnauów i Fausta butelka otwierana była przy całej ekipie współpracowników z rodzinami.

– To był Solaris, białe wino półwytrawne. Idealnie spełniło nasze oczekiwania – mówi Turnau.

Rodzinna atmosfera w tej firmie jest jednym z ważniejszych priorytetów. Dzięki temu wino ma swój wyjątkowy smak, którego nie sposób otrzymać jedynie recepturą.

Głowa nie boli

Największym priorytetem w winnicy jest opieka nad drzewkami. Cała energia ludzi skupiona jest na tym, by były one w jak najlepszej formie. Sześć pań od samego rana przez 10 miesięcy dogląda każdą gałązkę i kiść. Właściciele dbają o to, by całe przedsiębiorstwo i produkcja były jak najbardziej ekologiczne. Dzięki temu, po wypiciu ich wina, nawet większych ilości, głowa nie boli.

Właściciele z kolei najbardziej zabolala głowa podczas remontu XIX wiecznego budynku, gdzie miały stanąć wszystkie kadzie i maszyny produkcyjne. Z biegiem remontu wydatki zwiększyły się trzykrotnie, a budynek prawie się zawalił. Teraz prezentuje się porządnie i godnie. Do tego stopnia, że pewien starszy pan wzruszył się na jego widok. Pamiętał go ze swojego dzieciństwa i, jak twierdzi, nawet podczas swej świetności, nie prezentował się tak pięknie.

Spacerując po Winnicy Turnau czas zwalnia, automatycznie włącza się w człowieku delektowanie chwilą i każdym widokiem. Wpatrywanie się w czerwień napoju w kieliszku nastraja pozytywnie i twórczo. Nic więc dziwnego, że jedna z piosek Grzegorza Turnaua z płyty „7 widoków w drodze do Krakowa” – „Do Leukonoe” – napisana została w Baniewicach.

*Krótką miarą powściągnij nadzieję
sącz wino w puchary*

*I pomyśl, gdy tak mówimy ucieka za-
zdrosny czas*

Dzień każdy zrywaj jak owoc

*Nie czekaj, nie czekaj, nie czekaj, nie
czekaj jutra*

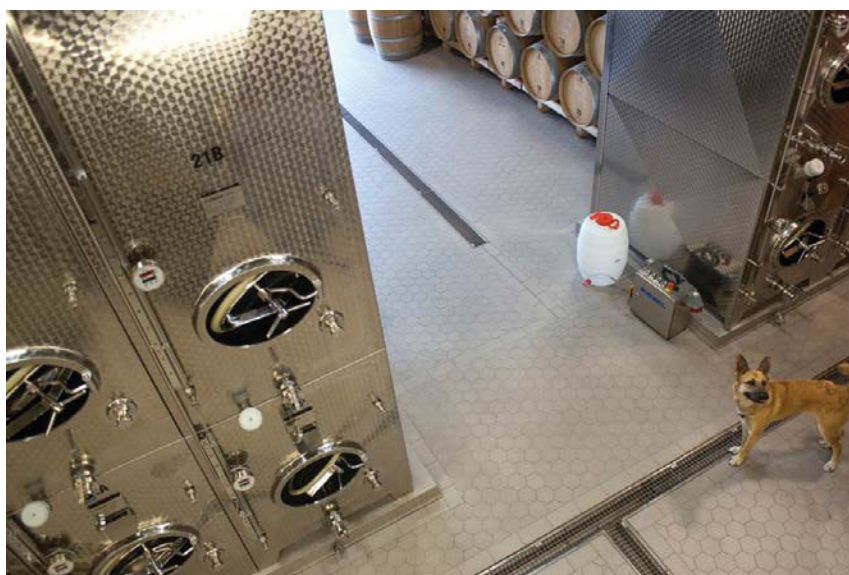
Horacy



XIX-wieczny budynek winnicy



Wino dojrzewa w drewnianych beczkach



Produkcja opiera się na nowoczesnej technologii

Flamenco: magiczne „duende” w sercach polskich artystów

Powiedzieć, że ktoś „ma duende” to trochę tak jakby błogostawić go na całe życie, a przecież artysta może mieć różne dni, nastroje... – o tym, czym jest duende, czy flamenco jest sztuką i dlaczego Polacy zajmują się andaluzyjskim tańcem opowie nam Małgorzata Matuśewska, wybitna tancerka i założycielka Teatru Tańca Nie Tylko Flamenco.

ROZMAWIA JOWITA MARTA ŁUCZAK

Fot. Pagal Creative. (2)



Mówi się, że hiszpańscy artyści flamenco uczą się tańca zanim jeszcze zaczynają mówić. Obcują z tą kulturą, wychowują się w rodzinach o silnie zakorzenionych tradycjach flamenco. To sztuka czy sposób życia i myślenia?

– Taniec flamenco jest sztuką, nie jest folklorem. I tak właśnie jest postrzegany w Hiszpanii. Oczywiście istnieją tancerze którzy wychowują się w rodzinach kulturowych tradycje flamenco, funkcjonujący w niej od pokoleń, ale są i tacy, którzy nie mają styczności z tańcem flamenco od dziecka i rozpoczynają naukę znacznie później. Flamenco jest formą tańca andaluzyjskiego, stąd ogromna liczba szkół i konserwatoriów w tamtych regionach. Są też grupy tancerzy pochodzenia cygańskiego, których rodziny funkcjonują we flamenco i tutaj możemy już mówić o flamenco jako formie „bycia”. Postrzeganie tego jako regułę jest jednak wypaczeniem prawdy, która wiąże się z postrzeganiem u nas flamenco jako folkloru, co jest nieprawdą – to wciąż sztuka.

Prawdziwe flamenco budzi się w człowieku dopiero kiedy jest dojrzały i ma jakiś багаż doświadczeń życiowych? W Hiszpanii tańczyć zaczynają już małe dzieci...

– Nie, nie. Przede wszystkim nie wszyscy zaczynają jako dzieci. Są również wybitni tancerze flamenco, którzy rozpoczęli naukę w wieku kilkunastu lat... czyli tak jak można i u nas. Natomiast flamenco jest sztuką o ogromnej różnorodności, ze względu na fuzję kultur nie jest techniką „czystą”, lecz jest fuzją sama w sobie. Forma tańca flamenco cały czas się zmienia. Nie jest to forma skostniała, lecz forma przyjmująca do siebie wciąż nowe elementy, zmieniająca się na przestrzeni czasu. Taniec flamenco ma wiele odmian, jest bogaty w interpretacje przez poszczególnych tancerzy. Jestem we flamenco już 25 lat i obserwuję mnóstwo

zmian, a przecież sztuka ta ma już blisko 150 lat.

Czy ma pani na myśli różne style tańca?

– To się nazywa we flamenco styl palo. I jest to związane z rytmem, z podejściem do rytmu, ze śpiewem a później z samym tańcem. Czyli mamy różnego rodzaju rytmy i różnego rodzaju pieśni, stwarzające pewien nastrój, który nasuwa sposób wykonania tańca. To oczywiście jest naturalne, przecież inaczej słyszemy walca a zupełnie inaczej kołysankę. Nawet gdybyśmy chcieli zatańczyć do melodii walca i kołysanki za pomocą tych samych kroków, nie będzie to możliwe. We flamenco jest mała liczba kroków przypisanych do konkretnego palo. Przeważnie są to kroki wykonywane w sposób odpowiedni do danego stylu.

Flamenco kojarzy się z improwizacją, historią płynącą z serca. Czy świat teatru i choreografii nie zaburza tej pierwotnej idei spontaniczności i prawdziwości?

– To jest właśnie ta mnogość o której wspominałam. Nie każdy tancerz jest profesjonalistą. U nas tańiec już dawno przestał być integralną częścią życia, powstała pewnego rodzaju dziura, przez co ciężko nam to zrozumieć... tylko po prostu sobie tańczymy. Nie zapominajmy jednak, że dawniej z naszymi tańcami dworskimi było podobnie. To były formy ludowe, które często stawały się częścią świata tańca profesjonalnego, czerpiącego później inspirację z folkloru i tańcy nieprofesjonalnych. I tak w kółko. Improwizacja jest naturalną częścią tańca, ale by móc improwizować trzeba doskonale znać bazę. We flamenco – o czym już wspominałam – jest wiele odmian personalnych, które wynikają z improwizacji, czyli pewnego rodzaju dowolności. Mówi się, że pewne ruchy przynależą do konkretnego stylu, ale w momencie gdy ktoś stworzy nowy sposób wykonywania danego ruchu, który dodatkowo się spodoba i sprawdzi... to on się przyjmie! Inaczej jest z profesjonalnymi koncertami, gdzie pojawia się dopracowana choreografia i gdzie chodzi o uzyskanie pewnego efektu. To jednak wcale nie oznacza, że nie mogą czegoś zmienić w trakcie koncertu. Są przecież utwory nastawione na improwizację. Zakładamy: ja zaśpiewam tę pieśń a ty do niej zatańczysz. Ale to nie stanowi nigdy 100 proc. spektaklu. Dodatkowo, całkowitą improwizacją jest końcowa część koncertu, tzw. por fiesta, czyli zabawa. Wtedy to wychodzą wszyscy tancerze, muzycy i pojawia się naturalna sytuacja stylów festeros.



Często rozmawiamy o różnicach kulturowych, ale co jest tym magicznym elementem łączącym Polaków z Hiszpanami? Skąd się bierze pasja flamenco wśród Polaków?

– Polacy są zasadniczo bardzo dobrymi tancerzami. Jesteśmy emocjonalni i namiętni. Jesteśmy też na granicy wschód-zachód i może to jest powodem, dla którego fuzje są nam bliskie. Mamy też temperament. Weźmy chociażby czeski utwór polkę. Nosi taką nazwę ze względu na jego dynamikę. Kolejnym przykładem jest jedna ze znakomitych austriackich gwiazd baletu romantycznego Fanny Elssler, która miała w repertuarze zarówno tańce hiszpańskie jak i polskie.

Jak zaczęła się pani historia tańca, życia flamenco? Początki były trudne?

– Zaczęłam się uczyć w roku 1990, a już dwa lata wcześniej zaczęłam szukać miejsca.

Wyjechała pani do Hiszpanii?

– Gdzie tam! Gdzie ja bym wyjechała do Hiszpanii!?! (śmiech) To nie było takie proste. W tamtych czasach to było prawie niemożliwe. Najpierw odbyłam pierwszy kurs w Szwecji. Po powrocie ze Szwecji musiałam jeszcze poczekać pół roku, aż mogłam uczyć się pod okiem Eli Moszczyńskiej w Domu Kultury Ochota. Nie wiele wtedy umiała, ale my wszyscy mało umieliśmy. Ela w szaleństwie, zupełnie bez pieniędzy wyjechała do Francji do szkoły tańca i wróciła mogąc nas już trochę

uczyć flamenco. We Wrocławiu powstała wówczas – dzięki Markowi Krajewskiemu – pierwsza sytuacja flamenco w Polsce. Ela również tam mieszkała i zaczęła uczyć. Jednak po 1,5 roku nauczycielka wyjechała z Polski, tak więc to ja musiałam uczyć już w nowo-powstałej pierwszej szkole flamenco w Polsce. To było szaleństwo. Nie było takich możliwości jak teraz.

Są ogromne. Przecież kilka lat temu mieliśmy pewnego rodzaju boom kultury hiszpańskiej, latynoskiej, w tym tańca flamenco. A jak sytuacja wygląda teraz?

– Tak, rzeczywiście był boom. Tak jak potem na Bollywood.

Teraz jest znacznie mniejsze zainteresowanie flamenco, niż za czasu tego boomu. Zmienili się odbiorcy. Ludzie częściej przychodzą na zajęcia dla samego flamenco, a nie żeby np. schudnąć (śmiech). Tak, był taki dziwny moment, kiedy ludzie przychodzili na flamenco w różnych, dziwnych celach. Bez świadomości. Teraz zainteresowanie flamenco jest świadome.

O tajemniczym duende pisał nawet Nick Cave, natomiast artysta flamenco może go doświadczyć, a nawet posiadać. Co to oznacza?

– Zasadniczo – i ja się do tego przychyłam – duende może być. I teraz zależy jak będziemy to duende rozumieć. Bo duende oznacza w języku polskim dobrego duszka. We flamenco chodzi jednak o głębię, wydarzenie na poziomie duchowym. I oczywiście są artyści, którzy mają tę głębię w sobie, preferują repertuar głęboki i poważny, a tym samym wybierają adekwatne style tańca. Wiadomo zresztą, że nie mówi się o duende w kontekście tańców radosnych. Zdecydowanie chodzi tutaj o poważniejsze nastroje. Ale powiedzieć, że ktoś „ma duende” to trochę tak jakby błogosławić go na całe życie, a przecież artysta może mieć różne dni, nastroje... Dlatego duende się pojawia.

Możemy je również poczuć. Kiedy byłam mała, jeszcze za czasów socjalizmu – i myślę, że od tego zaczęła się moja miłość do teatru i sztuki – byłam w teatrze na Weselu Wyspiańskiego i pamiętam, jak pod koniec spektaklu cała widownia wstała i zaczęła śpiewać razem z artystami „Miałeś chacie, złoty róg...”. Aż się robiło ciemno przed oczami, coś nas unosiło. Tam było wtedy duende – uczucie wywołane przez sztukę. ■



10 kroków do pięknego storczyka

Od kilku lat storczyki są jednymi z popularniejszych kwiatów, które uprawiamy w domach czy przyozdabiamy nimi biura. Nic dziwnego, to bardzo piękne i różnorodne w kolorystyce kwiaty, które podkreślają charakter naszych wnętrz. Cały czas jednak nie do końca wiemy, jak je pielęgnować...

Malwina Szymańska
PRACOWNIA FLORYSTYCZNA FLORODESIGN

1. Wybór storczyka

Kupując roślinę warto wybrać zdrowy okaz o jędrnych liściach i korzeniach. Storczyk nie powinien mieć plam i przebarwień. Wybierzmy roślinę z dużą ilością ładnych pąków z rozwiniętymi pojedynczymi kwiatami.

2. W domu

Storczyk jest rośliną tropikalną, w naturalnym środowisku rośnie w zagłębieniu pni, pod koroną drzew. Lubi miejsca nasłonecznione o rozproszonym świetle.

Ostre słońce może doprowadzić do poparzenia rośliny. Dlatego latem należy chronić roślinę przed intensywnym nasłonecznieniem, stawiając za firaną bądź w głębi pokoju. Do uprawy w domu najlepiej nadaje się okno wschodnie.

3. Wilgotność powietrza

Najbardziej popularny i najłatwiejszy w uprawie storczyk *phalenopsis* wymaga wilgotności powietrza na poziomie około 60 proc. Spryskiwanie liści wodą podnosi tylko chwilowo wilgotność rośliny i może powodować występowanie chorób grzybowych. Musimy zatem zadbać o odpowiednią wilgotność powietrza wokół rośliny, np. ustawiając w sąsiedztwie nawilżacz powietrza. Można też umieścić roślinę na warstwie dobrze chłonnego wódę keramzytu bądź piasku. Warstwa taka stopniowo będzie uwalniała wodę poprzez parowanie, poprawiając nawilżenie powietrza.

4. Podlewanie

Najważniejszą zasadą to krótko, a intensywnie. Storczyki możemy np. zanurzać na ok. 20 min. w pojemniku napelnionym wodą bądź podlewać intensywnie do naczynia, o ile posiadamy dobrą warstwę drenującą (piach lub keramzyt). Należy zwrócić uwagę, aby przed każdym podlewaniem roślina zdążyła dobrze wyschnąć (doniczka staje się lekka, a korzenie powietrzne srebrno-białe). Korzenie nie mogą stać w wodzie, ponieważ zaczną gnić. Zazwyczaj wystarczy podlewanie raz w tygodniu, zimą mniej więcej co trzy tygodnie.

5. Temperatura

Storczyki lubią temperaturę w granicy 25–30 °C za dnia w nocy około 18 °C. Na kwitnienie dobrze wpływa różnica temperatur między dniem a nocą. Zimą można zakreślić kaloryfer pod parapetem, na którym ustawiona jest roślina.

6. Nawożenie

Kwiat z rodziny *phalenopsis* nie posiada dużych wymagań pokarmowych. Najlepiej nawozić je preparatami przeznaczonymi do storczyków. Dobrze sprawdzi się małe stężenie nawozu, a często zapobiegniemy w ten sposób zasoleniu podłoża, dostarczając jednocześnie roślinie wszelkich niezbędnych substancji odżywczych.

7. Przesadzanie

Storczyki nie lubą przesadzania. Jeśli roślina nie mieści się w naczyniu należy ją przenieść do odrobinę większego, zapewniając korzeniom dostęp do powietrza.

8. Podłoże

Podłoże do storczyków powinno składać się z lekkiej, przepuszczalnej substancji o obojętnym odczynie. Możemy kupić już gotową mieszankę w sklepach ogrodniczych. Standardowo podłoże składa się z kory sosnowej i keramzytu.

9. Okres spoczynku

Roślinie po kwitnieniu dajemy czas na zregenerowanie sił. Przekwitnięty pęd wycinamy dopiero, kiedy żółknie i zaschnie. Możemy ustawić ją w chłodniejszym miejscu.

10. Rozmnażanie

Większość storczyków dostępnych na rynku rozmnażana jest metodą *in vitro*. W warunkach domowych najłatwiej możemy rozmnożyć roślinę, kiedy wytworzy ona tzw. keiki. To miniaturowe roślinki na pędach. Kiedy korzonki mają kilka centymetrów odcinamy je i umieszczamy w podłożu.

Na zakończenie kilka ważnych wskazówek. Jeśli roślina nie kwitnie zazwyczaj ma za mało światła, rzadko powodem jest brak nawozu. Zrzucenie kwiatów spowodowane może być zbyt niską wilgotnością powietrza, skokiem temperatury lub wysoką zawartością etylenu (etylen wytwarzają owoce i warzywa, głównie jabłka). ■

Jesienna odnowa w gabinecie kosmetycznym

Rozmowa z magistrem kosmetologii Natalią Domoradzką, konsultantem sekcji kosmetologii w Belwederska Clinic

ROZMAWIA NINA ALT



Podstawą każdej udanej stylizacji i długo utrzymującego się makijażu jest gładka, napięta i promienna cera? Jakie zabiegi bankietowe - czyli dające błyskawiczny efekt może pani zaproponować?

– Jedną z naszych propozycji jest uwielbiany przez gwiazdy Hollywood, ekskluzywny zabieg Red Carpet Facial firmy Is Clinical, który w 2011 roku otrzymał nagrodę COSMOPOLITAN Prix de Beaute. Wyjątkowe połączenie składników aktywnych daje efekt głębokiego oczyszczenia, rozświetlenia i ujędrnienia skóry. Protokół opiera się na zastosowaniu dwóch masek – Ogień i Lód. Pierwsza, o działaniu rozgrzewającym, to połączenie kwasu glikolowego i retinolu z antyoksydantami, które zapewniają odświeżenie i wygładzenie skóry.

Druga z nich, bogata w kwas hialuronowy, daje odczucie przyjemnego chłódzenia i intensywnego nawilżenia. Efekty widoczne są od razu po zabiegu, natomiast w przypadku skór wrażliwych zaleca

się jego wykonanie na kilka dni przed planowanym wyjściem.

Często stosuje pani własne, autorskie zabiegi? Może pani zdradzić jakąś propozycję na jesień i zimę?

– Tak, lubię dobrać i łączyć ze sobą różne procedury, aby efekt terapeutyczny był jak najlepszy. Nasz najnowszy, autorski zabieg liftingujący jest szczególnie polecany przez zadowolone pacjentki Belwederska Clinic. Opiera się na trzech krokach: oczyszczeniu, poprawie napięcia i głębokim odżywieniu, dzięki czemu uzyskujemy świeży i nieskazitelny wygląd skóry.

Jak państwo ustalają, czego potrzebuje nasza skóra?

– Po przeprowadzeniu wywiadu oraz wnikliwej ocenie jej stanu, nasi kosmetycy dobierają indywidualny protokół terapeutyczny.

I co dalej?

– Przystępujemy do wykonania zabiegów. Pierwszy etap polega na złuszczeniu naskórka przy pomocy kwasu mlekowego lub peelingu enzymatycznego z papainą, które odświeżają, wygładzają i wyrównują koloryt skóry. Następnie na twarz, szyję i dekol, zgodnie z przebiegiem mięśni zostaje nałożona maska Ekspres Lift, zawierająca wyciąg z rośliny Anamafana. Jej przeciwmarszczkowe działanie wynika z silnej stymulacji fibroblastów, co prowadzi jednocześnie do zwiększonej produkcji kolagenu i elastyny. Anamafana posiada również właściwości rozluźniające mięśnie, dzięki czemu uzyskujemy natychmiastowe wygładzenie zmarszczek mimicznych. W czasie, kiedy pacjent poddawany jest działaniu maski, kosmetolog wykonuje delikatny i przyjemny masaż dłoni. Na zakończenie zabiegu nakładamy odżywczy i ujędrniający krem z wyciągiem ze śluzu ślimaka, który pozostawia przyjemne uczucie lekkiej i aksamitnej w dotyku skóry.

Nasza skóra po lecie jest szczególnie przesuszona i poszarzała. Jakie zabiegi na poprawę tego stanu może pani polecić?

– Moją specjalizacją są peelings i właśnie złuszczenie naskórka kwasami polecam jako jeden ze skuteczniejszych zabiegów gabinetowych, dających efekt głębokiej regeneracji i odżywienia skóry. Mask Peel i Milk Peel to delikatne, powierzchniowe peelings chemiczne, które stanowią absolutną nowość w jesiennym ofercie Belwederska Clinic. Niskie stężenia alfa- i beta-hydroksykwasów (kwas glikolowy, mlekowy i salicylowy) to propozycja bezpiecznych terapii dla wszystkich typów i fototypów skóry. Niewielkie złuszczenie po zabiegu nie wyklucza pacjentów z codziennej aktywności. Peelings wpływają na oczyszczenie i wygładzenie skóry, rozjaśnienie kolorytu, zwiększenie napięcia oraz zmniejszenie widoczności drobnych zmarszczek. Dla uzyskania optymalnych efektów zaleca się wykonanie serii 4-6 zabiegów w odstępach dwutygodniowych.

Można spróbować czegoś więcej?

– Idąc z trendem w nowoczesnej kosmetologii, kładącym nacisk na stymulowanie naturalnych procesów regeneracyjnych zachodzących w naszej skórze, zwłaszcza jesienią polecam poddanie się zabiegom mikroigłowego frakcjonowania skóry. Belwederska Clinic zapewnia swoim pacjentom osiągnięcie najlepszych efektów terapeutycznych z zastosowaniem opatentowanej technologii pulsujących igieł Dermapen3. Poprzez pobudzenie fibroblastów do tworzenia kolagenu wpływamy na poprawę napięcia i elastyczności skóry, a usprawnione procesy naprawcze sprawdzają się w leczeniu blizn, rozstępów oraz zmniejszeniu widoczności porów. Mikronakłucia umożliwiają również głębokie przenikanie substancji aktywnych, które odpowiadają za intensywne odżywienie i nawilżenie skóry.

Propozycje kosmetyczne uzupełnia cała gama złotych standardów medycyny estetycznej, którą w Belwederska Clinic zajmują się dermatolodzy i certyfikowani lekarze medycyny estetycznej. ■

Jak dobrze planować zabiegi medycyny estetycznej



**Rozmowa z doktor Elżbietą Techmańską,
certyfikowanym lekarzem medycyny estetycznej
z Belwederska Clinic w Warszawie.**

Rozmawia NINA ALT

Jakie zabiegi medycyny estetycznej najlepiej wykonać jesienią?

– Jesień i zima to bardzo dobry czas na odnowę skóry po lecie. Krótkie i mniej słoneczne dni są naszym sprzymierzeńcem i pozwalają na szybką rekonwalescencję pozabiegową, z małym ryzykiem po-

wstania przebarwień na skutek ekspozycji obszaru zabiegowego na promieniowanie słoneczne. Do zabiegów, które są złotymi standardami medycyny estetycznej, które można wykonać jesienią należy m.in. mezoterapia. Jest zabieg polegający na powierzchniowych iniekcjach nie-

usieczowanego kwasu hialuronowego lub witamin i aminokwasów. Jest ona szczególnie polecana po lecie w celu biorewitalizacji skóry. Mezoterapia poprawia nawilżenie skóry, a poprzez stymulację fibroblastów wpływa także na jej napięcie i elastyczność. Po zabiegu odzyskuje pro-

mienny i świeży wygląd. Aby zabieg miał lepszy efekt, warto jest go powtórzyć, najlepiej w serii trzech zabiegów co 2-3 tygodnie, bo właśnie po około trzech tygodniach po zabiegu obserwujemy w pełni zbawienne działanie kwasu hialuronowego na skórę oraz efekt biostymulacji. Dlatego też warto zaplanować pojedynczy zabieg lub ostatni z serii na minimum trzy tygodnie przed planowaną uroczystością, imprezą, ważnym wyjściem. Efekt będzie wtedy najlepszy, a ewentualne siniaki po zabiegu na pewno już się wygoją.

A co z różnego rodzaju wypełniaczami?

– Jeśli chodzi o zabiegi wypełniania bruzd np.: nosowo-wargowych, zmarszczek, modelowanie policzków, to efekt widoczny jest od razu. Radziłabym zaplanować go tak, aby mieć dwa tygodnie na rekonwalescencję po zabiegu. Kwas hialuronowy stosowany do wypełnień jest produktem o różnym stopniu usieciowania, czyli elastyczności i lepkości. Wstrzyknięty w bruzdy, natychmiast je wygładza i wypełnia, ale najlepszy, docelowy efekt daje właśnie po około dwóch tygodniach, kiedy to ostatecznie ułoży się w tkankach. Bezpieczny, dwutygodniowy okres po zabiegu to także czas, w którym wygoją się ewentualne zasinienia powstałe podczas podawania preparatu. Obecnie coraz

rzadziej używamy igły do podawania wypełniaczy, jej rolę w zdecydowanej większości przejęła kaniula. Ryzyko zranienia większego naczynia krwionośnego jest zatem znacznie mniejsze, ale zawsze istnieje prawdopodobieństwo zranienia mniejszości naczyń i pojawienia się siniaków. Są też obszary, gdzie bardziej dokładnie będziemy pracować igłą. Dlatego też, zarówno przy zabiegach wypełniania bruzd, modelowania twarzy z użyciem igły, a także kaniuli, warto brać pod uwagę ewentualne mikrowylewy, siniaki po zabiegu, które zazwyczaj znikają w ciągu 10–14 dni.

Na co szczególnie zwrócić uwagę przy planowanym powiększeniu ust?

– Usta powiększamy i modelujemy również kwasem hialuronowym. Są one jednym z najbardziej wrażliwych obszarów na twarzy. Jeśli planujemy zabieg dotyczący ust, warto również dać sobie około tygodnia, dwa na „rekonwalescencję”. Tak samo, jak podczas zabiegu wypełniania bruzd i zmarszczek, mogą pojawić się siniaki. Dodatkowo, zazwyczaj na drugi dzień po zabiegu usta mogą być opuchnięte, czasami do dosyć znacznych rozmiarów. Jest to oczywiście tylko chwilo- wa, przejściowa reakcja, ale nie można o tej ewentualności zapomnieć. Jednym

z dość częstych problemów po zabiegu powiększania ust jest pojawienie się opryszczki wargowej. U pacjentów zgłaszających wcześniejsze epizody opryszczki, zabieg przeprowadza się w osłonie antywirusowej. Nie wszyscy pacjenci jednak o tym pamiętają i zgłaszają to dopiero w gabinecie. Sama opryszczka od pierwszych objawów do całkowitego wygojenia utrzymuje się od jednego do dwóch tygodni.

Czy zabieg z użyciem toksyny botulinowej też trzeba planować wcześniej?

– Sam zabieg podawania toksyny botulinowej, zwanej potocznie botoksem, jest najmniej inwazyjnym i bolesnym z szerokiej gamy zabiegów medycyny estetycznej. Ryzyko powstania siniaków jest zdecydowanie mniejsze. Preparat o konsystencji wody wstrzykuje się bardzo cienką igłą w określone partie mięśni mimicznych. Złotą zasadą, jeśli chodzi o zabiegi z wykorzystaniem toksyny botulinowej, jest kontrola i ewentualna „korekta” po dwóch tygodniach od zabiegu. Swoje ostateczne działanie relaksacyjne i ustalenie nowej równowagi mięśniowej na danym obszarze toksyna botulinowa osiąga właśnie po dwóch tygodniach. Jeśli zachodzi konieczność dostrzyknięcia preparatu, dalszy tydzień lub dwa, są konieczne, aby ocenić ostateczny efekt. ■



BELWEDERSKA CLINIC

SPECJALNY PROGRAM ODBUDOWY SKÓRY PO LECIE

Łączone terapie indywidualnie dobierane i konsultowane ze specjalistą dermatologiem (peelingi chemiczne, mezoterapia, Restylane Skinboosters, osocze bogatopłytkowe Angel System, toksyna botulinowa Azzalure).

Wśród nich nasze nowości **DermaPen 3** - opatentowana technologia pulsujących igieł! innowacyjne, odmładzanie przez nakłuwanie, bezpieczne i skuteczne w:

- profilaktyce przeciwstarzeniowej - głębokie przenikanie substancji aktywnych
- ujednoczeniu koloru skóry,
- leczeniu bliz potrądzikowych,
- leczeniu rozstępów,
- leczeniu łysienia.

BELWEDERSKA CLINIC

ul. Belwederska 9, 00-761 Warszawa

tel. 22 550 90 70

www.belwederskaclinic.pl



dr. med. Dalia Chirzanowska
specjalista dermatolog, lekarz medycyny estetycznej

Z tym kuponem, specjalnie dla czytelników „przedsiębiorcy@eu”
300 zł rabatu na zabieg z użyciem DermaPen3

Jesień złota, bez złotówki na lekarstwa

Być może siedzisz teraz w domu, popijając kolejną szklankę syropu malinowego, walczysz z katarem dziecka, zastanawiając się co zrobić tym razem, żeby na ustach nie wyskoczyła opryszczka. A być może wyszedłeś właśnie z siłowni, popijasz wodę z cytryną, wspominając swoje wycieńczenie na warszawskim maratonie. Czyli przyszła jesień. Poza fenomenem kolorystycznym, refleksją o przemijaniu i częstym korzystaniu z koca, przychodzi okres przeziębień i infekcji.



AGATA ZIEMNICKA-ŁASKA
psycholożka, dietetyczka, CENTRUM
PSYCHODIETETYKI RÓWNOWAŻA.EU

Organizm zmienia temperaturę kilka razy dziennie – w aucie, w domu, w pracy: ciepło, zimno, ciepło, zimno... Czy wzmocnienie odporności jest możliwe? Tak! Czy jest możliwe, abyś zaczynając w tej chwili, wpłynął jeszcze na sezon chorobowy 2015/16? Tak!

Sprawa tkwi w logistyce, dobrych zakupach i dużym apetycie, bo jeść trzeba na zdrowie! oj jeść...!

Trochę o odporności

Czym jest odporność? Działa na dwóch poziomach, jak bariera zewnętrzna, podobnie do płotu, który otacza dom oraz ta wewnętrzna – zaprogramowane na walkę wojsko. Zewnętrzna bariera to głównie skóra, pierwsza linia obrony. Sama w sobie chroni organizm przed wpływem szkodliwych substancji i potencjalnego zagrożenia. Kolejną przeszkodą

w dostaniu się do naszego strzeżonego domu są włoski w nosie, rzęsy, brwi. Jeszcze kolejnym – enzymy zawarte we łzach, ślinie, wydzielinie układu moczowo-płciowego. Następnie przed drobnoustrojami chronią nas płuca i jelita. I to właśnie o nich mówić będziemy najwięcej.

Zdrowa dieta

Dobra flora bakteryjna stanowi najlepszy filtr przed drobnoustrojami. Modyfikacja stanu naszych jelit na szczęście bardzo zależy od sposobu jedzenia. W skrócie można byłoby operację „zdrowa flora” opisać: oczyść jelita, pościel dobrze bakteriom i czekaj. Oczyszczenie jelit i ułożenie w ich wnętrzu dogodnej ściółki dla bakterii polega tylko i wyłącznie na jedzeniu! Przede wszystkim mam tu na myśli błonniki. Te, które czyszczą, nierozpuszczalne w naszym organizmie pochodzą głównie z pestkowych owoców, warzyw, pestek, nasion, produktów pełnoziarnistych – głównie owsa, kasz, mąk, niełuskanego ryżu. Następnie te błonniki, które rozpuszczają się w wodzie tworząc właśnie tę dobrą dla bakterii ściółkę: głównie pochodzące z warzyw i owoców. Zatem chcąc dbać o odporność należy na śniadanie zjeść owsiankę z dodatkiem owoców leśnych, na przekąskę inny owoc, na obiad kaszę gryczaną z warzywami, na kolejną przekąskę suszone owoce z orzechami, a na kolację pełnoziarniste pieczywo z dodatkiem warzyw oczywiście. Jestem przekonana, że takie menu wpłynie pozytywnie nie tylko na jelita.

Walka z mikroorganizmami

Jeśli niefrasośliwe, zmutowane, nowoczesne mikroby przedostaną się przez naszą zewnętrzną linię obrony i dostaną się do naszego organizmu, rozpoczyna się akcja militarna czyli aktywizacja prze-

ciwiał. Przeciwciała są bronią wyselekcjonowaną, starannie dobraną do rodzaju mikrobiowego zagrożenia. Przeciwciała są budowane przez białka. Zatem należy zadbać, aby codzienna dieta była bogata w białko. Szczególnie jeśli jesteście aktywni fizycznie, macie rozbudowaną masę mięśniową. Żeby nie było niepotrzebnej konkurencji na linii siła – odporność o podstawowy budulec. Czyli skąd te białka? Najlepsze są pochodzenia roślinnego lub z ryb.

Białko pochodzenia roślinnego to m.in.: rośliny strączkowe, soja, soczewica, ciecierzycza, fasola, poza tym wszelkie przetwory z tych produktów, tofu, mleka roślinne. Ryby też są dobrym źródłem białka, a poza nimi chude mięso i chudy nabiał. Białkiem niemalże idealnym jest białko w jajach. Gorąco namawiam do ich częstego spożywania. Zatem łącząc idealne zalecenia jelitowe z białkowymi: do płatków owsianych na śniadanie dodajemy mleko kokosowe, do przekąski choćby jedno jajko na miękko, do obiadu koniecznie rybę pieczoną, do orzechów już nic nie trzeba, bo same też zawierają białko, a do kolacji czyli ciemnego pieczywa z warzywami pasta z ciecierzycy, czyli pyszny humus.

A na wzmocnienie...

Aby zwiędzić kolorowo tę piękną historię naszego wpływu na odporność, zarekomenduję jeszcze do wzmocnienia układu immunologicznego jak największe spożycie warzyw i owoców, każdego dnia, najlepiej co 2–3 godziny. W sumie powinno spożywać się minimum pięć porcji warzyw i owoców w ciągu dnia, w tym dwie porcje owoców. Jedną dziennie można zastąpić sokiem owocowym ale tylko 100 procentowym. Jeśli chodzi o warzywa powinny to być minimum trzy

porcje dziennie. Zakładając że porcja to około 100 g, może to być np. mały pomidor, miska rzodkiewek, pół dużego ogórka. Mówiąc „witaminy i minerały”, mam na myśli głównie antyoksydanty, czyli witaminy: E i C oraz minerały: selen, cynk i miedź. To one słyną z wyjątkowych właściwości wzmacniających odporność. Nie tylko na poziomie przeziębieni, ale także ochrony przed przedwczesnym starzeniem, zmniejszając skutki stresu oksydacyjnego, chronią przed chorobami cywilizacyjnymi. Są bezcenne. Wystarczy iść do sklepu, kupić kilka warzyw w różnych kolorach, kilka owoców, również w różnych kolorach i jeść. Powiecie „sezon się skończył” – tak, ale mamy genialne mrożonki, owoce jesiennie, warzywa: dynie, kabaczki, cukinie i kalarepy. Mamy ogórki kiszzone, kapustę kiszoną z beczki (genialnie odżywia jelitowe bakterie!). Jest co dźwigać, jest co jeść, jest wielka gama narzędzi do walki z jesienną słotą.

Jeśli będziemy jedli przedstawione wcześniej menu, te wszystkie cuda antyoksydacyjne również znajdą się w naszych organizmach. Wystarczy, żeby dieta była kolorowa i zróżnicowana.

Nie pozwolę sobie skończyć bez przedstawienia mojego zestawu jesiennego: imbir i cytryna, z dodatkiem łyżeczki miodu jako dzień dobry i dobranoc dla ciała. Widzimy się na maratonie 2016. ■

Chcąc dbać o odporność należy na śniadanie zjeść owsiankę z dodatkiem owoców leśnych, na przekąskę jakiś inny owoc, na obiad kaszę gryczaną z warzywami



Aromaterapia zimową porą, czyli jak nie dać się przeziębieniom i depresji

Mamy dwie możliwości: faszerować się tabletkami albo wykorzystać naturalne sposoby. Wszyscy wiemy, jak ważna jest dieta i ruch na świeżym powietrzu. Ale tylko niektórzy mają świadomość, jak działają na nas olejki eteryczne. A działają kompleksowo.

Jolanta Christol

AROMATERAPEUTKA, ZNAWCZYNI FRANCUSKIEJ SZKOŁY AROMATERAPII, PROWADZI FANPAGE NA FB „W WONNEJ CHWILI”

Zanim dopadnie nas przeziębienie

Słoneczne lato już za nami, pora więc przygotować się na jesienno-zimowe chłody. A że warto o siebie dbać, aby później nie chorować, chyba nikogo nie muszę przekonywać.

Dobrze zbilansowana dieta, obfita w warzywa i owoce pełne witamin, dobrze dobrane do pogody okrycia i odrobina ruchu to podstawa. Starajmy się korzystać

z każdego promyka słońca i chodźmy na spacer. No dobrze, a jeśli już dopadnie nas przeziębienie, to co robić? Są dwie możliwości: biec do apteki po tabletki albo wykorzystać naturalne sposoby, tak jak to czyniły nasze babcie i prababcie. O herbatce lipowej z prawdziwym sokiem z malin, która świetnie rozgrzewa, zapewne wie każdy. Tak jak i o syropie z cebuli na kaszel, albo o czosnku – najsilniejszym naturalnym antybiotyku.

Olejki eteryczne dobre na wszystko

Z naturalnych metod polecam też olejki eteryczne. Są one bardzo znane i często stosowane w Europie Zachodniej, ale

i u nas powoli wiedza o nich się rozprzestrzenia. To bardzo dobrze, bo idealnie zwalczają typowe jesienno-zimowe dolegliwości.

I tak, przy anginie – niezastąpione są olejki z drzewa herbacianego i tymianku. Dla tych, którzy nie lubią olejku z drzewa herbacianego, polecam zmieszanie go z olejkiem eterycznym cytrynowym w proporcji 1:1. Przy zapaleniu oskrzeli pomocne będą olejki niulai (melaleuca quinquenervia) i ravintsary (cinnamomum camphora), zmieszane w równych proporcjach i rozcieńczone w oleju bazowym. Kilkom kroplami takiej mieszanki smarujemy mostek i kark chorej osoby. Przy

Pamiętaj, żeby olejki eteryczne były w 100 proc. czyste i naturalne, zaś olejki bazowe lub do masażu dobrej jakości, a najlepiej hipoalergiczne, jeśli masz alergię



grypie przydadzą się eukaliptus promienisty, niauli i ravintsara.

Przy katarze niezastąpione będą inhalacje z olejku z eukaliptusa promienistego, zaś kropla czystego olejku eterycznego z eukaliptusa promienistego, wmasowana wokół ucha, czyni cuda przy zapaleniu uszu. Udrożnić drogi oddechowe pomoże też olejek sosnowy o leśnym, świeżym zapachu, który posiada właściwości antyseptyczne i łagodnie pobudzające. Stosowany jest przy kaszlu i zapaleniu zatok. Wyleczyć grypę i przeziębienie pomoże nam olejek anyżowy, który używany jest przy kaszlu i katarze, chorobach gardła i jamy ustnej. Ma on działanie antyseptyczne, wykrztuśne i przeciwbólne. Może być stosowany wspólnie z olejkami drzewa herbacianego i cytrynowym do inhalacji. Do płukania gardła polecam następującą mieszankę: pół szklanki letniej wody, płaska łyżeczka sody oczyszczonej i 3 krople olejku eterycznego z drzewa herbacianego. Mieszkanką płuczemy gardło 3–4 razy dziennie. Wzmocnić odporność pomogą nam następujące olejki eteryczne: cytrynowy, niauli, ravintsary, tymiankowy i z eukaliptusa promienistego.

Powietrze wokół nas

Ważne jest też regularne odświeżanie powietrza w pomieszczeniach, w których przebywają chore osoby. Do tego idealnie nadają się ultradźwiękowe dyfuzory rozpraszające olejki. Wystarczy rozpraszać przez 15 minut 10 kropli olejku eterycznego ravintsary zmieszanego z 5 kroplami olejku świerkowego.

Olejki eteryczne można również stosować w odświeżaczach powietrza, kamionkowych nawilżaczach zawieszonych na grzejnikach lub naczyniach z potporurii, czyli z suszonymi mieszankami kwiatów. W zamkniętych zimowych wnętrzach przyniosą świeżość i aurę zapachów natury.

Wspaniałą atmosferę świąt przywołają nam zmieszane: olejek pomarańczowy, cynamonowy i goździkowy.

Eteryczne masaże

Przygotowując się do długiej zabawy możemy zażyć kąpeli z olejkami eterycznymi. Zamiast kąpeli możemy też odprężyć się masażem z dodatkiem następujących olejków: olejek neroli – 3 krople i olejek ylangowy – 2 krople rozcieńczone w 10 ml oleju ze słodkich migdałów. Masaż taką mieszanką usunie zmę-

czenie i wprawi we wspaniałą, zmysłową nastrój. Masaż aromaterapeutyczny wymaga ręki specjalisty, ale naprawdę warto w tym dniu poświęcić pół godziny na dobry relaksujący wypoczynek.

Na chandrze

A co zrobić gdy podczas pochmurnych krótkich dni, dopadnie Cię chandra? Tu też aromaterapia okazuje się przydatna. Sięgnij po olejki eteryczne a rozpraszają Twoje negatywne myśli, przywrócą utraconą energię i zadbają o skórę.

Aby odzyskać energię, wymieszaj 15 kropli olejku pomarańczowego, 10 grejfrutowego i 3 imbirowego w płynie do kąpeli, a następnie zanurz się w wodzie na 20–30 minut.

Odstresować się możesz w kąpeli z olejkami cytrynowym (20 kropli) i lawendowym (10 kropli). Pamiętaj, żeby olejki eteryczne były w 100 proc. czyste i naturalne, zaś olejki bazowe lub do masażu dobrej jakości, a najlepiej hipoalergiczne, jeśli masz alergię.

Pamiętaj też, że olejki eteryczne nie mogą być używane przez kobiety w ciąży (zwłaszcza pierwszy trymestr) oraz dzieci do lat sześciu.

Dużo siedzenia w pracy

Co łączy marzenia z pozycją siedzącą? Jak rozmawia z nami kręgosłup i co może osteopatia?



Arkadiusz Martyniuk

Recepta na spełnienie marzeń

Marzenia. Każdy człowiek ma ich przynajmniej kilka. Zwłaszcza przedsiębiorca, który pragnie stworzyć niebanalną markę, zyskać wolność finansową, zabezpieczyć rodzinę lub po prostu kupić

dużo siedzenia. Niekończące się koło przyczyn i skutków, które poza naszą świadomością toczy się również w naszym ciele.

Dzień powszedni przedsiębiorcy

Wyobraź sobie przeciętny dzień roboczy przedsiębiorcy. W głowie jedynie wizja przyszłości, nieustająca gonitwa myśli. Od chwili siedzenia na łóżku po przebudzeniu, poprzez łazienkę, jedzenie, prasę, samochód, spotkania, kliknięcia w klawiaturę, kolejne spotkania, samochód, aż do siedzenia przed położeniem się spać. Pomijając stres, nieodpowiednie jedzenie, brak seksu i oczyszczającej organizm wody, przedsiębiorca nadmiernie długo przebywa w pozycji siedzącej. Biorąc pod uwagę opinię potwierdzoną naukowo i empirycznie, że wszystko w nadmiarze szkodzi, pozycja siedząca może spowodować dysfunkcję somatyczną. Zgodnie z Międzynarodową Klasyfikacją Chorób i Problemów Zdrowotnych ICD-10, M99.00, dysfunkcja somatyczna to uszkodzenie lub zmieniona funkcja połączonych fizjologicznie ze sobą struktur somatycznych, tj. układu kostnego, stawowego, mięśniowo-powięziowego, krwionośnego, limfatycznego, nerwowego i wisceralnego. W przełożeniu na język polski, dys-

scie pokutuje światopogląd, że jak nie boli, to nic się nie dzieje. Otóż jest to nie prawda. Jeżeli nie wydarzyło się nic nagłego, nie został wykonany żaden nadmiernie obciążający ruch, który mógłby w danej sekundzie, np. urwać tkankę, to ból weźmie się z sumy wszystkich mikrouszkodzeń zebranych w pewnym przedziale czasu, które przeważają szalę na stronę zmian degeneracyjnych.

Kiedy i w jaki sposób powstaje przyczyna choroby?

Kiedy człowiek przechodzi do pozycji siedzącej, w odcinku lędźwiowo-krzyżowym kręgosłupa dochodzi do rozciągnięcia wszystkich tkanek otaczających kręgi. Podczas rozciągnięcia tkanek, w tym samym czasie rozciągają się naczynia krwionośne i limfatyczne, które oprócz mięśni, powięzi, więzadeł, zaopatrują także nerwy. Dochodzi do zwężenia światła przepływu w naczyniach, przez co tkanki, które są rozciągnięte, mają „nóż na gardle”. Dostają, m.in. mniej krwi, tlenu i substancji odżywczych oraz nie dostają odpowiednich informacji nerwowych. Duszą się, przez co zdolność do wykonywania przez nie zadań zmniejsza się. Gdy tkanki są rozciągnięte, uruchamia się działanie wrzecion nerwowo-mięśniowych i receptorów, które powodują kontrakcję na rozciąganie. Mechanizm ten został dawno temu opisany przez Irwina Korr'a. Nie dość, że mięśnie są rozciągnięte, to jeszcze wzrasta ich napięcie. Jest to genialny mechanizm, który zabezpiecza mięśnie przed rozerwaniem, jednakże, jeżeli trwa zbyt długo, dochodzi do błędnego przetwarzania i zapisu informacji sterujących tym mechanizmem. Gdyby wbić sobie szpilkę w okolicy kręgosłupa, przebiłaby ona kolejno: skórę, tkankę podskórną i tłuszczową, powięź powierzchowną, mięsień z powięzią głęboką, aż oparłby się na okostnej kości. Wszystkie przestrzenie pomiędzy wymienionymi strukturami wypełnione są swojego rodzaju limfą.

Zmiana pozycji

Kiedy przechodzi się do pozycji siedzącej, wszystkie tkanki zbliżają się do siebie. Dochodzi wówczas do miejscowego ubytku wody, a pomiędzy wymienionymi

Czy jest możliwe wykrycie choroby kręgosłupa jeszcze przed pojawieniem się objawów bólowych? Tak. A odpowiedź zawiera się w medycynie osteopatycznej, która jest modelem badania, diagnozowania i leczenia manualnego

jacht i popłynąć po kawę na Dominikanę. Marzenia. Cele bez konkretnej daty realizacji. Recepta na ich spełnienie jest dość prosta. Składają się na nią w dużej ilości: mądra praca, dyscyplina, pokora i pasja. Oprócz – między innymi – radości z podróży do sukcesu i nieustającego rozwoju. W perspektywie czasu marzenia mogą mieć jedną wadę. Trzeba się przy ich realizacji nasiedzieć. Dużo pracy daje

funkcja somatyczna to choroba połączonych ze sobą tkanek.

Cała prawda o bólu

Proszę zauważyć, że w definicji dysfunkcji somatycznej nie ma słowa o bólu. Ludzkie ciało ma zdolność do samoregeneracji. Dopóki procesy naprawcze mają przewagę nad procesami destrukcji, dopóty człowiek nie będzie czuł bólu. W Pol-

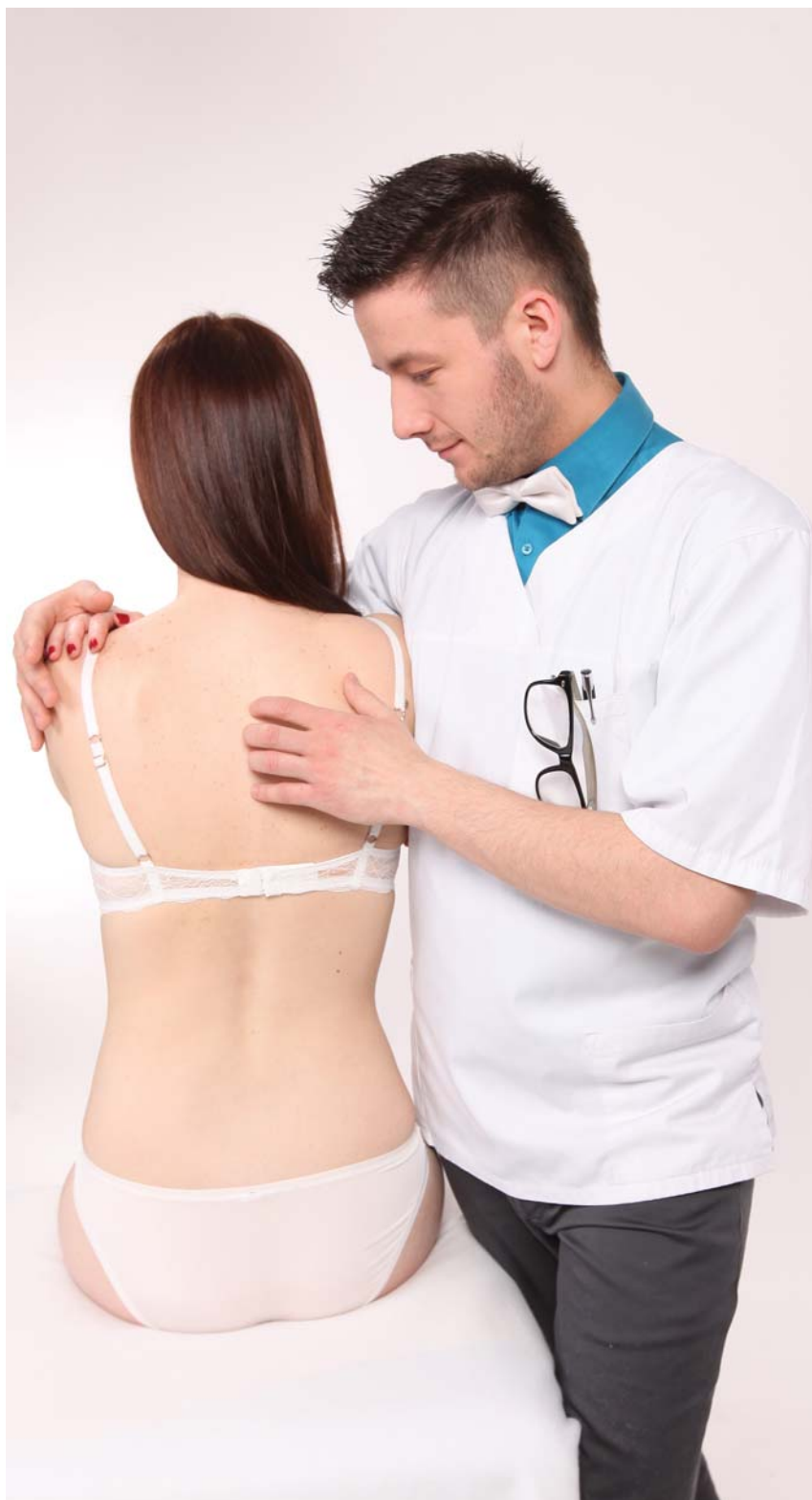
tkankami pozostaje z limfy białko, które powoduje zlepianie się tkanek, ograniczając ich przesuwalność względem siebie. Każdy mięsień i grupy mięśni otoczone są specjalnym opakowaniem. Każdy, kto przyrządził choć raz kurczaka wie, że na jego piersi jest czasem taka biała, prześwitująca błonka. To powięź powierzchowna, która otacza grupy mięśniowe. W środku mięśnia jest również powięź głęboka. Obie składają się w większości z włókien kolagenowych i elastynowych, które, jeżeli przebywają zbyt długo w zbliżeniu do siebie, to tak pozostaną. Jest to tak naprawdę podstawowy powód skrócenia mięśni. Mięsień, który złożony jest z aktywny i miozyny, nie ma szans na skrócenie, ponieważ jest to część bezustannie aktywna. Jedynie skurcz i rozkurcz. Więc opakowanie mięśni determinuje ich długość.

Błędny przekaz informacji nerwowej

Te wszystkie czynniki powodują ograniczenia ruchomości, utratę funkcji i zaburzenia komunikacji między tkankami, tworząc dysfunkcję somatyczną, czyli początek choroby kręgosłupa. Jeżeli posiadamy już skrócony mięsień w opakowaniu, to w trakcie wzmożonej aktywności chętniej uszkodzi się on na przyczepach do okostnej, niż rozciągnie się we właściwym dla siebie miejscu. Jeżeli istnieje błędny przekaz informacji nerwowej, to mięśnie mogą w niewłaściwy sposób ustawiać kości względem siebie na połączeniach stawowych nie tylko miejscowo, ale także daleko od źródła. Wszystkie tkanki zostają skręcone i ściśnięte, powodując w ciele uruchomienie kaskady reakcji odruchowych. Ludzkie ciało jest genialną konstrukcją, i jeżeli nie daje sobie rady z procesami zużycia, to najpierw da nam informację zwrotną w postaci krótkiego miejscowego zakłucia. Jest to ostrzeżenie, które bywa w natłoku pracy niezauważalne. Zaniedbanie tego ostrzeżenia powoduje utrwalenie dysfunkcji somatycznej, które przeistacza się w chroniczny ból.

Lek na całe zło

Ile marzeń ma przedsiębiorca, którego coś boli? Czy chory przedsiębiorca jest w stanie we właściwy sposób myśleć lub działać? Czy jest możliwe wykrycie choroby kręgosłupa, jeszcze przed pojawieniem się objawów bólowych? Tak. A odpowiedź zawiera się w medycynie osteopatycznej, która jest modelem badania, diagnozowania i leczenia manualnego. Zastanów się teraz, czy chcesz korzystać z chemii, która tylko zagłusza objawy? Czy chcesz znaleźć przyczynę, skutecznie ją wyleczyć, żeby myśleć o marzeniach w liczbie mnogiej? ■



Arkadiusz Martyniuk

Nauczyciel akademicki, naukowiec, osteopata, magister fizjoterapii, właściciel gabinetu i lider zespołu REHEALTHY Rehabilitacja Medyczna. Z nauką w kierunkach medycznych związany od 2004 roku. Dzięki zdolnościom organizacyjnym, od tego czasu ukończył studia 1 i 2 stopnia, 3 studia podyplomowe, fakultet z pisania prac naukowych, specjalistyczne kursy w toku indywidualnym, 2 randomizowane prace badawcze. Ma na swoim koncie kilka wystąpień na kongresach i warsztatach. W międzyczasie, od 2008 roku pracuje w zawodzie na stanowisku menadżera i fizjoterapeuty. Obecnie poszerza wiedzę w zakresie osteopatii, promując tym samym jej możliwości badania i leczenia manualnego. Ze znaczenia imienia – „dziecko szczęścia”, ponieważ jego pasją, to jego praca.

Catemaco: zaklęte miasto szamanów, czarownic i pysznych tegogolos



O Catemaco można powiedzieć wiele, ale z całą pewnością nie można go nazwać miastem mdłym i pozbawionym magii. Dobrej magii? Złej? A może oszukanej i nastawionej na grubą kieszeń amerykańskich sąsiadów zwanych „gringos”? Ciężko powiedzieć kto ma tutaj rację.

Planetarium w rezerwacie Nanciyaga



JOWITA MARTA ŁUCZAK

Catemaco? Tu wrony zawracają...!

Zwariowałaś!? Naprawdę chcesz tam jechać? – krzyczała z przerażeniem 30-letnia Adriana, prawniczka z Meksyku. – Zastanów się jeszcze! Nie wiadomo co tam się tak naprawdę dzieje! – dodawali pozostali. Jedni pukali się w głowę, inni byli przerażeni, ale z całą pewnością nie było osoby, która wierzyła, że wyjdzie z tego coś dobrego.

– A cóż takiego może się stać?! Składane w ofierze głowy kogutów, czarne msze, wiedźmy i szamani o mętnych oczach to na pewno mit i przynęta na turystów – odpowiadałam pewna siebie i oczywiście wsiałam w telepiący się autobus z wyrwanymi drzwiami, dudniącą

z głośników salsa i szalonym kierowcą, który zamiast jak człowiek trzymać się prawego pasa to tuż przed zabranie kolejnych pasażerów (najczęściej wymachujących nerwowo rękoma) gwałtownie zjeżdżał z trzeciego pasa, omal nie powodując przy tym śmiertelnych kolizji.

W położonym nad Zatoką Meksykańską w stanie Veracruz, w regionie Tuxtla, mieści się otoczone tropikalnymi lasami rezerwatu biosfery Nanciyaga miasto – o tej samej nazwie co rozległe tafle jeziora, nad którym leży – Catemaco. To właśnie tutaj Mel Gibson nakręcił „Apokalypso”, Jack Sholder „Arachnid – pajęczynę śmierci”, a José Miguel Juárez słynnych „Synów wiatru”. W Catemaco



Temazcal

To właśnie tutaj Mel Gibson nakręcił „Apokalypso”, Jack Sholder „Arachnid – pajęczynę śmierci”, a José Miguel Juárez słynnych „Synów wiatru”

by przedstawiające chaneques (z języka náhuatl „ci, którzy zamieszkują niebezpieczne miejsca”) i duendes (leśne duchy, skrzaty). Podążając dalej pojawia się teren temazcales, czyli szałasów potu, z których korzysta się do dzisiaj siadając w kręgu dookoła rozgrzanych w ognisku kamieni. Ta prastara praktyka i ceremonia sauny indiańskiej jest niezwykle przeżyciem i służy oczyszczeniu ciała i umysłu. Są trzy temazcale: jeden mieszczący blisko 30 osób, drugi trochę mniejszy – mieszczący do 15 osób i ostatni, najmniejszy przeznaczony dla maksymalnie 3–4 osób. Jeszcze większą uwagę przykuwa jednak kamienny krąg, czyli dawne planetarium wybudowane na wzór kalendarza azteckiego. To tutaj organizowane są ceremonie i rytuały oczyszczające duszę.

Cały rezerwat wita nas glinianymi rzeźbami (replikami) ukazującymi sztukę Olmeków.

Ciekawostką jest również źródło wody mineralnej, którą pije się specjalnymi „łyżkami” z liści z paproci. Jedną z ostatnich atrakcji architektonicznych w rezerwacie Nanciyaga jest ukryty pośród potężnych drzew lasu teatr na wolnym po-

wietrze, zbudowany z bazaltu. Czasami mieszkańcy Catemaco mogą tutaj przyjść na odbywające się regularnie spektakle, koncerty, lecz miejsce to słynie głównie z tajemniczego marcowego zlotu szamanów i czarowników.

Synkretyzm religijny

Tutejsze ziemie były pierwotnie zamieszkiwane przez Olmeków, później przez Mexicas, a następnie przez Hiszpanów i przywiezionych przez nich niewolników: Afro-Kubańczyków i Afro-Haitańczyków. Nie powinien zatem dziwić religijny i magiczny twór, jakim jest słynące z synkretyzmu dzisiejsze Catemaco. Od lat mieszało się tutaj wiele kultur i religii: wierzenia Indian, katolicyzm, kubańska Santería i haitańskie Voodoo. Nawet teraz znajdują się wśród mieszkańców tacy co zapalają świece modląc się do Chalchiuhtlicue, azteckiej bogini wody. Niektórzy nazywają to miejsce parkiem rozrywki dla naiwnych turystów, inni przyjeżdżają z poważnymi chorobami i opowiadają o magicznych uzdrowieniach, są jednak i tacy, którzy pojawiają się pod osłoną nocy by odnaleźć tych „złych” brujos

Fot. Jowita Marta Luczak (4)

ukazała się również ubogiemu rybakowi Najświętsza Maria Panna z Góry Karmel – dzisiejsza patronka miasta. Płynąc przez jezioro wynajętą kolorową łodzią można zobaczyć wyspę Agaltepec, zajmującą blisko 8,5 hektara ziemi, gdzie zamieszkuje ślimakojad czerwonoooki (*Rostrhamus sociabilis*) żywiący się żyjącymi w słodkich wodach jezioro tegogolos – rodzajem ślimaków. Drugą ważną wyspą jest Isla de los Monos, gdzie – na co wskazuje nazwa – jedynymi mieszkańcami są małpy.

Nanciyaga

Oczywiście pewne jest to, że region ten najbardziej słynie z rezerwatu Nanciyaga, do którego prowadzi długi wiszący most, z którego możemy dojrzeć tajemnicze rzeź-



Jezioro Catemaco

➔ (czarodziejów) i odbyć spotkanie z szatanem.

Ciężko powiedzieć których jest tutaj więcej. Podejrzani wydają się natomiast ci, którzy reklamują się i wynajmują specjalnych poganiaczy by wylapywali wszystkich nowo witających do miasteczka turystów i przyprowadzali ich do domu. Przeraża, częściowo rozśmiesza, ale na pewno zaskakuje atmosfera panująca w ich „biurach”. Czerwone ściany, mnóstwo świec, laleczek voodoo, ziół, kamieni, zawieszane na ścianach rogi kozła, a z drugiej strony statuetki świętych i wizerunek ukrzyżowanego Jezusa. W swojej ofercie mają głównie rytuały pomagające zaleczyć zranione serca, pomóc się wzbogacić i oczyścić duszę od złych emocji. Jedno jest pewne, u takiego czarodzieja lepiej nie zabawiać długo. O wiele bardziej przekonująco wyglądają mieszkający w lasach szamani, którzy żyją w zgodzie z naturą i leczą za pomocą tradycyjnych mikstur ziołowych. Są darzeni ogromnym szacunkiem ze względu na kultywowanie dawnych tradycji i ziołolecznictwa. Oczyszczają, wypędzają złe duchy, leczą wszelkie choroby i doskonale odgadują naszą przyszłość.

Mnie niestety, przyjmujący w małym szałasie z muszelek, okładający (dość

stanowczo i boleśnie) gałązkami ziół, chuchający w kark i każący powtarzać po sobie dziwne słowa „modlitwy” szaman w białej szacie, nie pomógł i nie wyleczył – jak obiecał – małej, trafnie odgadniętej słabości. Za to, dzięki ziołowym olejkom wtrartym w moją skórę, do końca dnia nie zbliżył się do mnie żaden owad.

Zapach cynamonu i ślimacze afrodyzjaki

Catemaco jest również prawdziwą skarbnicą kulinarną. Choć jest znana głównie ze wspomnianych już wcześniej ślimaków tegogolos (uznawanych jako afrodyzjak, najczęściej podawanych z sosem z pomidorów, cebuli, chili i kolendry – której to w żadnym meksykańskim daniu nie może zabraknąć), wyjątkowym smakiem zachwyca również chocho asado (pieczony kwiat palmy), chilpachole (bulion z owoców morza), casbela (duszona dynia z żeberkami), chocholos (kulki z masy kukurydzianej i fasoli ugotowane w bulionie), słodczyce z kwiatów cocuite, napój z owoców chochogo, popo (napój z nasion kakaowca, cynamonu, ryżu i owocu chupipi) i prze-



Sztuka Olmeków

pyszne tecoyotes (cynamonowe ciasteczka z mąki kukurydzianej).

Do jednych z najbardziej szokujących dań należy carne de chango, czyli małpie mięso. Oczywiście zachowała się jedynie nazwa dania i ze względu na to, że małpy są pod ochroną, podawane mięso to w rzeczywistości wieprzowina, która po odpowiednim marynowaniu i doprawieniu nabiera kolor podobny do koloru mięsa małpy. ■

Jak narty czy snowboard, to tylko z FRAJDA !!!

Biuro Podróży

FRAJDA

www.frajda-sport.com.pl

ZIMA 2016
Austria - Czechy

Terminy

Austria (Villach):

- 1) 29.01. - 07.02.2016 r. (10 dni)
- 2) 05.02. - 14.02.2016 r. (10 dni)
- 3) 29.01. - 14.02.2016 r. (17 dni)

Czechy (Deštné):

- 1) 30.01. - 06.02.2016 r. (8 dni)
- 2) 06.01. - 13.02.2016 r. (8 dni)
- 3) 30.01. - 13.02.2016 r. (15 dni)

Obozy narciarskie
Obozy snowboardowe
Obozy narciarsko-snowboardowe
Obozy dla dorosłych
Wczasy rodzinne

Ceny już od

1660 zł

+ karnet !!!

Biuro Podróży FRAJDA
ul. Żytnia 64a/22, 01-156 Warszawa
tel./fax: 22 621-81-82
tel. kom.: 600-55-15-15
tel. kom.: 602-32-05-06

biuro@frajda-sport.com.pl

www.frajda-sport.com.pl



Malediwy – raj na Ziemi!



Zachwycające swoimi barwami ryby

„Kochaj i rób co chcesz” – te słowa idealnie pasują do Malediwów, egzotycznych wysp, które niezmiennie przyciągają ludzi naturalnym pięknem i radośną zabawą. Dla wielu jest to najpiękniejsze miejsce na ziemi i sprawdzony sposób na osiągnięcie szczęścia. Trudno znaleźć w tym kraju coś smutnego, czy pozbawionego marzeń człowieka.

ELŻBIETA STRAWA

Kochaj!

W tym miejscu trudno uwierzyć, że istnieją gdzieś szare barwy, nuda i problemy. Trudno nie kochać życia, kiedy poznało się urok Malediwów. Turyści z całego świata kochają te egzotyczne wyspy za słońce, wspaniałe widoki i wypoczynek jak ze snów. Można powiedzieć, że jest to miłość od pierwszego wejrzenia, miłość odwzajemniona.

Rób co chcesz!

Malediwy to kraj niekończących się białych plaż, błękitnych lagun i szczęśliwych ludzi. W stolicy kraju – Male, można rozkoszować się przechadzką po krętych uliczkach, odetchnąć w chłodzie świątyń oraz spróbować lokalnych potraw. Największym powodzeniem cieszą się jednak kurorty turystyczne. Spacer malowniczą plażą, kąpiel w lazurowych fa-

lach, hamak między palmami i delikatna bryza kołysząca w wakacyjnym rytmie to takie proste i cieszące czynności. Zachwycające plaże i luksusowe hotele sprawiają, że niczego więcej już nie potrzeba. No chyba, że chłodnego drinka, który ostudzi nieco rozgrzane słońcem i tropikami głowy. Malediwy to nie tylko leniwy relaks, ale i także szalony rytm nocnych imprez i „ćwiczenia zachwyty” – to pewne, że tutaj każdy zaliczy je celująco. Nie jeden powie, że ten kraj to raj.

Trochę faktów i danych

Malediwy to państwo znajdujące się na południowy-zachód od Indii i Sri Lanki, w północno-zachodniej części Oceanu Indyjskiego. Składają się z 19 atoli, w skład których wchodzi ok. 200 wysp. Atole to wyspy otoczone rafami koralowymi. Rify chronią wyspę przed cyklonami i towa-

rzyszącymi im falami sztormowymi. Pokryte są drzewami chlebowymi i palmowymi. To niezwykle egzotyczne wyspy z plażami pełnymi białego piasku, z turkusowymi lagunami, wspaniałymi rafami koralowymi, otoczone przejrzystą, lazurową wodą, w której pływają niezwykle, wielokolorowe ryby. Malediwy znajdują się w strefie klimatu równikowego, wybitnie wilgotnego. Roczna suma opadów wynosi 2130 mm, zaś średnia temperatura powietrza to ok. 27°C. Główną religią na Malediwach jest islam. Wyznanie innych religi i wwożenie przedmiotów obrządku innych religii jest zabronione.

Kuchnia Malediwów jest wynikiem krzyżowania się wpływów różnych kultur – arabskiej, indyjskiej i afrykańskiej. Znaleźć możemy na tutejszych stołach składniki czy dania charakterystyczne dla różnych obszarów kulturowych. Częstym



i podstawowym składnikiem dań jest tutaj ryż – typowo azjatycki. Z kolei popularna tutaj przyprawa – curry – pochodzi z kuchni indyjskiej. Aromatyczne przyprawy to w ogóle jedna z cech charakterystycznych dla tutejszej kuchni.

W klimacie miasta

Stolica Malediwów Male to główny ośrodek handlu i rzemiosła. Jego głównymi atrakcjami są dawny pałac sultana pochodzący z XIX wieku oraz mauzoleum Abdula Barachatuła Barbary. Zobaczyć tu można też liczne meczety. Warto odwiedzić targ rybny i warzywny.

Południowy atol Malediwów to mnóstwo malowniczych zamieszkałych i bez-



Piękne, piaszczyste plaże i hotele na wodzie...

nych i żeglarstwa. Piękne, rajskie plaże zachwycą też lubiących spędzać urlop na leniuchowaniu w cieniu palm. Znakomicie spędzone wakacje na Malediwach gwarantują piaszczyste plaże, ciepła, czysta woda i inne atrakcje. Kto nie chciałby spędzić kilku dni w drewnianej chacie, pod którą przepływa przejrzysta woda? Malediwy to raj na ziemi zapewniający niezapomniane wakacje życia!



...opływające w luksusy

ludnych wysp, często oferujących piękną, dziewiczą przyrodę i wspaniałe plaże oraz mnóstwo znakomitych miejsc do nurkowania. Najlepszymi pamiątkami z wycieczki na Malediwach są lokalne wyroby: piękne, kolorowe tkaniny i stroje oraz biżuteria, maty trudu kuna z miejscowych włókien i modele drewnianych łodzi dhoni.

Jak dostać się na te rajskie plaże?

Z Polski co prawda nie ma bezpośrednich lotów, ale można dostać się samolotem już z jedną przesiadką, w jednym

z większych europejskich miast bądź w Dubaju lub Doha. Dzięki temu można spędzić dodatkowy weekend w większej metropolii w formie stop-overu. Przylatujemy do stolicy Male, skąd na dalsze atole można dotrzeć hydroplanem lub motorówką, w zależności od odległości.

Wakacje życia

Malediwy to niewątpliwie obowiązkowe miejsce, które musi odwiedzić każdy miłośnik błękitnego lenistwa, pływania, nurkowania, wszelkich sportów wod-

Ważne informacje

- Nie ma konieczności wymiany waluty na rupie maledywskie. Waluty wymienialne takie jak USD są powszechnie akceptowane. Nie zaleca się płacić kartą kredytową, ze względu na dodatkowe koszty manipulacyjne.
- Pora monsunowa trwa od maja do września.
- Woda w ośrodkach turystycznych jest czysta, ale poza nimi jest niezdatna do picia czy mycia zębów. Bezpieczna jest woda butelkowana.
- Muszle zakupić można jedynie w sklepach. Wynoszenie ich z plaży jest zakazane i grozi karą finansową.
- Napięcie w gniazdkach jest 220–240V, zaś do gniazdek pasują typowe brytyjskie wtyczki. ■

materiał przygotowany we współpracy z
Trade&Travel Company
Konsorcjum Polskich Biur Podróży
www.rezerwujwakacje.com.pl



Kraj Spokojnego Poranka

Podobnie jak Japonia jest Krajem Wschodzącego Słońca, sąsiednia Korea Południowa nazywana jest od wieków Krajem Spokojnego Poranka. Obie nazwy biorą początek z dosłownych znaczeń ideogramów, którymi zapisuje się ich nazwy. Klucz do ich zrozumienia także jest w miarę podobny – wspólnym mianownikiem najbardziej palących problemów jest demografia.

Rafał TOMAŃSKI

Fot. Rafał Tomański (4)



Panorama Seulu z wieży widokowej Namsan Tower

Według Krajowej Rady ds. Statystyki poranek nie będzie już spokojny dla Korei w 2750 roku. Analitycy twierdzą, że jeżeli niczego nie zrobi się z niewystarczającym przyrostem naturalnym za 7 wieków naród koreański zniknie z powierzchni ziemi. Dla kraju, który 3 października obchodził właśnie 4348. rocznicę założenia, to zauważalny horyzont zdarzeń.

Pracoholizm od urodzenia

Korea Południowa to kraj, w którym tempo życia może zadziwić nawet najstarszych pracoholików. Od najmłodszych lat życie Koreańczyków z Południa kształtuje duch rywalizacji. Szkoły trzeba kończyć z najlepszymi ocenami, rodzice zapisują dzieci na korepetycje do późnych godzin wieczornych, następnie na najwyższych obrotach mijają studia i rozpo-

czynia się walka o jak najlepszą pracę. Korea Południowa jest krajem o jednym z największych na świecie nasyceniu absolwentów wyższych uczelni. Trzeba być najlepszym, bo konkurencja nie śpi. Jednak realia są trudne, ponieważ zaledwie niewielki odsetek z tych, którzy spełnią szaleńcze wymagania, dostaje odpowiednie stanowiska.

Niesamowity duch pracy i optymistyczne podejście nawet w obliczu ekstremalnych sytuacji dało o sobie znać po wojnie koreańskiej. W ciągu zaledwie trzech dekad pomiędzy 1953 a 1988 rokiem, Korea podniosła się z ruin, a kraj przypominający pustynię zadziwił swoją nowoczesnością gości przybywających na letnie igrzyska w Seulu.

Niestety tempo życia i ogromne wymagania towarzyszące każdemu Koreań-



Zatłoczone uliczki targu Gwangjang

czykowi od małego, kładą się cieniem na społeczeństwie. Korea notuje najwyższy odsetek samobójstw wśród krajów rozwiniętych. Przepracowani, zestresowani i zmęczeni nadmiarem obowiązków ludzie nie są w stanie odpowiednio odpocząć. Wszystko bowiem musi dziać się szybko.

Szybko i efektywnie spędza się nawet rzadkie chwile wolny od pracy. Gdy kilkanaście lat temu popularność zyskała turystyka górską (kraj jest w większości gó-

rzysty, można z łatwością znaleźć wiele wzniesień odpowiednich do własnych umiejętności), szybko okazało się, że na wierzchołek się pędzi i następnie jak najszybciej wraca do miasta. Wystarczy tylko zdjęcie na szczycie i świadomość, że cała podróż odbywa się szybciej niż zrobili to nasi znajomi.

Powolna wspinaczka do celu

Rząd stara się walczyć z takim podejściem. Uruchomiono kampanię pod hasłem „Slow Hiking”, czyli dosłownie „powolna wspinaczka”. Taka, podczas której można nacieszyć się widokami po drodze i zaczerpnąć świeżego powietrza. Ale nie szybciej niż inni, tylko we własnym tempie. Akcja kosztuje 10 mln dolarów, musi być zrobiona z rozmachem, ponieważ przyzwyczajenia Koreańczyków obracają się teraz przeciwko nim.

Koreańczycy otaczają góry szczególną czcią. Uważa się, że to właśnie z nich powstał pierwszy przedstawiciel Korei. W górach żyła kobieta-niedźwiedź Ungnyeo, która według wierzeń miała dać początek całemu narodowi. Z każdym rokiem rośnie liczba odwiedzających parki narodowe. Według prognoz w ciągu najbliższych 5 lat odwiedzi je ponad 63 mln osób. Dla porównania, Korea ma 50 mln mieszkańców.

Korea Południowa to także jeden z nielicznych krajów świata, który tak bardzo szczeni się narodowym pismem. 9 października, kilka dni po rocznicy założenia państwa, przypada narodowe święto Korei Południowej, tzw. Dzień Alfabetu. Nosi on nazwę hangul i został stworzony w 1443 roku na polecenie króla Sejonga.

To jedyny sposób tzw. zapisu funkcyjnego używany na masową skalę przez jeden z najbardziej rozwiniętych krajów świata. Hangul powstał jako zbiór liter mających przypominać układ gardła podczas ich wypowiedzania. Niektóre z nich są okrągłe jak usta, inne kanciaste i ostre jak język, krtań i zęby tworzące przy różnych dźwiękach różne kształty.

Kraj Alfabetem Płynący

Król Sejong nazywany jest Wielkim. Pod jego panowaniem Korea znajdowała się w ciągłym rozkwicie, mówiono o złotym wieku całego narodu. Sejong, jak przystało na najlepszego przedstawiciela swojego ludu, był pracoholikiem. Zupełnie nie przeszkadzało mu to, że za czasów jego rządów (1418-1450) kultu pracy jeszcze nie znano. Podobno nie opuścił żadnego ze spotkań z ministrami w swoim pałacu Gyeongbokgung. Codziennie nas ranem, między godziną 3 a 5 rozprawiano o tym, jak jeszcze można by usprawnić kraj. W wolnych chwilach król szukał rozwią-



Wspaniała architektura przed pałacem Changdeokgung



Pomnik króla Sejonga – twórcy m.in. koreańskiego alfabetu

zań bieżących problemów w sali noszące nazwę Sajeongjeon dosłownie „sala, w której król głęboko zastanawia się zanim zdecyduje, co jest słuszne, a co nie”.

Hangul miał pomóc w edukacji społeczeństwa. Wcześniej posługiwano się jedynie skomplikowanym system zapisu koreańskich tekstów przy pomocy chińskich znaków. Poznać go mogli (ze względu na czas, potrzebne wykształcenie i środki finansowe) jedynie najlepiej urodzeni. Dziś Dzień Alfabetu obchodzi się organizując konkursy językowe (także dla obcokrajowców), jest to oficjalne święto państwowe. Dodatkowo w 1997 roku UNESCO wpisało alfabet na listę światowego dziedzictwa.

Dzień, w którym obchodzi się rocznicę powstania alfabetu, kilkukrotnie był zmie-

niany ze względu na uwzględnianie różnic w kalendarzach używanych historycznie oraz na nowe fakty odkrywane o historii hangul. Status tego ważnego dnia także ulegał zmianie, po wojnie wolne od pracy mieli państwowi urzędnicy, następnie uznano, że Korea ma już zbyt wiele takich okazji do urlopu, by od 2013 roku na żądanie Stowarzyszenia Miłośników Hangul powrócić do statusu państwowego święta.

Od 6 lat, w alei prowadzącej do swojego pałacu na złotym tronie siedzi sam król Sejong. Także cały złoty. Jaśnieje z daleka, nawet gdy danego dnia nie ma słońca. Przed pomnikiem znajduje się tablica z informacją o historii alfabetu oraz inne wynalazki największego władcy Korei. ■

Halka – restauracja po polsku

Prawdziwy smak Polski

Celebrowanie posiłków oraz dbałość o najwyższą jakość produktów i polskie tradycje kulinarne w niebanalnych wnętrzach. Tak w skrócie można określić mokatowską restaurację Halka.



Restauracja Halka, mieszcząca się na Puławskiej 43, przy malowniczym parku Morskie Oko w Warszawie, w tym roku obchodzi 7. rocznicę powstania. Od początku istnienia lokal stawia na rodzimą kuchnię, łączącą tradycję z nowoczesnością. Główną ideą, która od lat towarzyszy Halce jest Slow Food, promujący celebrowanie jedzenia i delektowanie się posiłkami, a jednocześnie ochronę polskich tradycji kulinarnych. W restauracji znajdziemy zatem doceniane przez gości smakołyki, takie jak gęszyna, kartacze, słynne już w Warszawie domowe pierogi czy podlaska baba ziemniaczana.

Wraz z następującymi porami roku, w Halce pojawiają się sezonowe dodatki do menu, urozmaicające stałą kartę dań. Latem pojawiają się więc chłodniki i lekkie, orzeźwiający i chłodzące dania, jesienią znajdziemy tu dary polskich sadów. Tradycyjnie już w listopadzie, od świętego Marcina na stołach króluje tu zdrowa, owsiana gęszyna pod różnymi postaciami. Zimą dania są tu rozgrzewające i sycące, a wiosną nie może zabraknąć polskich nowalijek, szparagów czy truskawek.

Świadome wybory składników dań w Halce to także dbałość o nasze naturalne środowisko. Niedawno lokal przystąpił do akcji WWF wspierając projekt „Kampania na rzecz ochrony różnorodności biologicznej mórz i oceanów”. W efekcie, w restauracji nie znajdziemy ryb, które są zagrożone wyginięciem.

Halka ogromną wagę przywiązuje też do jakości obsługi. Dyskretni i profesjonalni kelnerzy zawsze służą pomocą, nawet w najbardziej nietypowych sytuacjach. Nie zapomina się tu także o najmłodszych gościach, dla których przeznaczony jest specjalnie zaprojektowany kącik zabaw.



TATAR ZE SKORZONERY I BOCZNIAKA

Skorzonerę obieramy ze skóry, dokładnie myjemy. Po umyciu trzymamy w wodzie z odrobiną octu, żeby nie ściemniała. W garnku zagotowujemy wodę. Wrzucamy liść laurowy, ziele angielskie i jałowiec. Solimy i dodajemy octu winnego. Na wrzątek wkładamy skorzonerę i gotujemy około 30 min. Odcedzamy. Pozostawiamy do ostygnięcia.

2. Boczniaki kroimy w duże kawałki. Cebulę drobno siekamy. Rozgrzewamy olej na patelni. Wrzucamy boczniaki i cebulę. Dolewamy sosu sojowego jasnego i grzybowego. Podsmażamy około 10 minut. Odcedzamy.

3. Szczypiorek drobno siekamy. Prażymy orzechy włoskie. Orzechy grubo siekamy.

4. Skorzonerę i boczniaki drobno siekamy. W trakcie dodajemy szczypiorek. Posiekane składniki przekładamy do miseczki. Dodajemy olej z pestek dyni i ocet balsamiczny. Doprawiamy sokiem z cytryny, solą i pieprzem. Dodajemy orzechy laskowe. Talerz dekorujemy sosem balsamicznym i kiełkami

Składniki:

- 0,1 kg skorzonerę
- 0,1 kg boczniaka
- 2 liście laurowe
- 3 ziarna ziela angielskiego
- 2 ziarna jałowca
- łyżka octu spirytusowego
- 2 cebule
- 4 łyżki sosu sojowego jasnego
- 2 łyżki sosu sojowo-grzybowego
- pół pęczka szczypiorku
- łyżka orzechów włoskich
- łyżka orzechów laskowych

Całość doprawiamy do smaku:

- olejem z dyni
- octem balsamicznym
- solą, pieprzem
- sokiem z cytryny

KONFITOWANE UDO Z GĘSI W SOSIE Z CALVADOSEM

Marynujemy udo gęsi (rozmaryn, tymianek, marchew, seler, cebula, sól, czosnek)

Upieczona gęsinę podajemy z sosem z calvadosem i częściami smażonego jabłka.

Sos z calvadosem – cebulę przesmażamy na rumiano, dodajemy jabłka pokrojone w dużą kostkę i zalewamy śmietaną 30 proc., następnie redukujemy na koniec dodajemy odrobinę tymianku i calvados.

Jabłko kroimy w ósemki i podsmażamy na maśle. Kawałki jabłka układamy na talerzu, na nie kładziemy udo gęsi i polewamy sosem z calvadosem.

Składniki:

- 2 uda gęsi
- 2 marchewki
- 1 seler
- 2 cebula
- 2 ząbki czosnku
- szczypta soli
- gałązka rozmarynu
- 2 gałązka tymianku



HALKA NA GÓR SZCZYCIE

Lody waniliowe i czekoladowe dekorujemy bitą śmietaną. Całość posypujemy kruszoną bezą i rodzynekami marynowanymi w ziołowym likierze oraz pestkami granatu. Całość polewamy gorącą czekoladą i dekorujemy liściem mięty.



Laureatki „Gracji” – Grażyna Wolszczak, Lidia Popiel, Katarzyna Dowbor i Jolanta Kwaśniewska w towarzystwie prezes Klubu Integracji Europejskiej Barbary Jończyk i wiceprezesa Krzysztofa Jończyka.

Ikony Gracji

Już po raz czwarty wręczone zostały statuetki „Gracja”, honorujące niezwykle kobiety – Ikony Gracji. Z rąk prezes Klubu Integracji Europejskiej Barbary Jończyk i wiceprezesa Krzysztofa Jończyka nagrody odebrały: Jolanta Kwaśniewska, Katarzyna Dowbor, Lidia Popiel i Grażyna Wolszczak.

Fot. Jadwiga Żukowska (11)

EWA ROLKO

Nagroda przyznawana jest wybitnym postaciom życia publicznego, kultury i sportu za elegancję i wdzięk. Jest hołdem dla wyróżnionych nią osób, za to, co w swoim życiu osiągnęły, zachowując przy tym swój indywidualny styl, który budzi podziw.

Nagrodzone panie dołączyły do coraz szerszego grona wcześniej nagrodzonych „Gracjami”: Ewy Błaszczyk, Bożeny Dykiel, Anny Jurkiszczowicz, Beaty Tyszkiewicz, Otylii Jędrzejczak, Izabeli Trojanowskiej, Laury Łącz, Grażyny Szapolowskiej, Haliny Frąckowiak i Urszuli Dudziak.



Ambasadorzy Akademii Dobrego Stylu

Nowi członkowie Klubu Integracji Europejskiej

- Apple Pape
- Auto Wimar
- Biuro Rachunkowe Victoria
- DBMS Sp. z o.o.
- Endo
- ESTETIQ
- Fair Play Plus
- FK Partner Sp. z o.o.
- Fundacja „Nadzieja” Osób Poszkodowanych w Wypadkach Drogowych OPP
- Fabryka Reduktorów i Motoreduktorów Befared
- Gabi Plast PPH
- Halka – restauracja po polsku
- Projekt Ekspert Sp. z o.o.
- Zintech Sp. z o.o.



Pierwsza grupa nowych Członków Klubu Integracji Europejskiej

Organizatorzy wydarzenia, które odbywa się w ramach Akademii Dobrego Stylu Klubu Integracji Europejskiej, zadbał o należyłą oprawę uroczystości. Miała ona miejsce w pięknej i wypełnionej po brzegi gośćmi sali bankietowej Hotelu Airport Okęcie w Warszawie. Gali towarzyszył niezwykle pokazy mody z kolekcji Kobra Fashion, w którym w role modelek wcieliły się gwiazdy sceny i ekranu, m.in.: Olga Borys, Sylwia Wysocka, Katarzyna Walter, Dorota Czaja, Karolina Nowakowska, Ewa Kuklińska czy Anna Kalata. Tego wieczoru odbył się pokazy nie tylko mody dla kobiet, ale i dziecięcej marki Endo. W pięknych kreacjach Kobra Fashion prezentowała się też prowadząca galę aktorka Laura Łącz. Dodatkową atrakcją wieczoru był energetyczny występ Magnetig Violin Show. Po części oficjalnej, po pokazie mody, występach muzycznych, organizatorzy zaprosili wszystkich uczestników wydarzenia na wystawny bankiet.

Podczas uroczystości wręczono statuetki firmom, które włączyły się w prace programowe Klubu Integracji Europejskiej, organizacji biznesowej, cieszącej się dużą popularnością i uznaniem wśród przedsiębiorców w kraju i zagranicą. ■



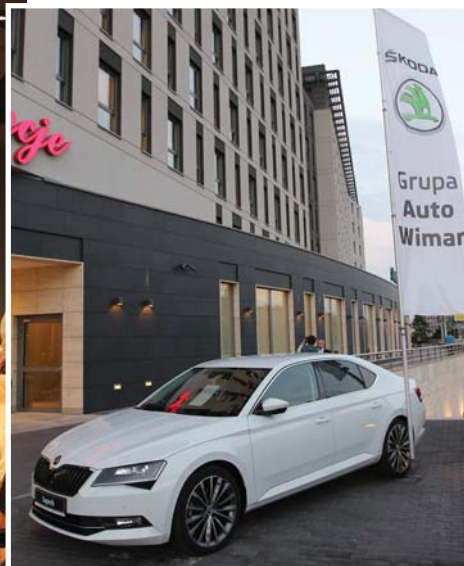
Aktorka Olga Borys w roli modelki



Krystyna Mazurówna i Ryszard Rembiszewski



Druga grupa nowych Członków Klubu Integracji Europejskiej



Goście mieli okazję podziwiać nową Škodę Superb

Dzieci gwiazd w pokazie mody marki Endo



Jolanta Kwaśniewska podpisywała książkę swojego autorstwa



Gwiazdy sceny i ekranu jako modelki w pokazie Kobra Fashion

Podziękowania dla Sponsorów Gali:

Serdeczne podziękowania za wsparcie i zaangażowanie w organizację IV Gali Akademii Dobrego Stylu dla naszych sponsorów, bez których obecności, nasze wydarzenie nie mogłoby się odbyć. Szczególnie pragnę wyróżnić Ambasadorów Akademii Dobrego Stylu, wśród których w tej edycji znaleźli się:

- Isabella Anders z Burlington School of English
- dr. Barbara Parda – z Kliniki Dr. Parda Medycyna Estetyczna
- Jarosław Romańczuk z Grupy Auto Wimar
- Marcin Marcok z Mart Diamonds
- Robert Ziótek z Mushchelki
- Ewa Jakubczyk-Cały z PKF Consult
- Jan Rybka z FRiM Befared

*Barbara Jończyk
Prezes Klubu Integracji Europejskiej*



Katarzyna Dowbor i Lidia Popiel w towarzystwie Marcina Marcoka, właściciela Mart Diamonds, fundatora diamentów – nagród dla lauratek „Gracji”

KLUB SOSNOWY ZAPRASZA NA

*Bal
Andrzejkowy
2015*



139zł
OSOBA

MOC ATRAKCJI

DOSKONAŁA MUZYKA - DJ
KONKURSY I ZABAWY
GREEN BOX

MAGICZNA NOC

TAROCISTA I WRÓŻ
KLIMATYCZNY WYSTRÓJ
ANDRZEJKOWE KONKURSY

MENU

PEŁNE WYŚMIENITYCH DAŃ BUFETY
STACJA LIVE COOKING Z SUSHI
PROMOCYJNE CENY ALKOHOLI
ORAZ ELIKSIRÓW Z TAJEMNICZEGO BARU

SOBOTA, 28.11.2015 GODZ. 19:00

REZERWACJE: tel.: +48 22 379 31 00, kom.:+48 502 707 711

KLUB SOSNOWY Warszawa, Trakt Lubelski 40 a www.klubsosnowy.pl

Bieg po nowe życie

Fot. Magdalena Wenda (6), materiały organizatora (1)



Wojciech Kosicki, reprezentujący osoby po przeszczepie, aktorka Dorota Stalińska oraz redaktor naczelna magazynu „przedsiębiorcy@eu” i prezes Klubu Integracji Europejskiej Barbara Jończyk

W sobotę, 5 września nasz magazyn wziął udział w 7. PZU Biegu po Nowe Życie. To inicjatywa promująca edukację w zakresie transplantacji narządów oraz aktywizująca społeczeństwo do świadomego oddawania narządów do przeszczepu.

BARBARA JOŃCZYK

Uczestnicy wydarzenia tego dnia podjęli też próbę pobicia rekordu Guinnessa w liczbie osób uczestniczących jednocześnie w marszu nordic walking. W tym roku maszerowało ponad 1700 osób. 3,5-kilometrową trasę pokonał m.in. 86-letni Jerzy Hącia.

W głównej części imprezy, w trzyosobowych sztafetach startowali znani ludzie, osoby po przeszczepach, przedstawiciele sponsorów i świata mediów. W naszej sztafecie magazynu „przedsiębiorcy@eu” wystartowałam wraz z aktorką Dorotą Stalińską i Wojciechem Kosickim, który po przeszczepie nerki jest już 12 lat. Na starcie zameldowało się aż 67 sztafet. O profesjonalną rozgrzewkę zadbała Mariola Bojarska-Ferenc. Zwyciężyła sztafeta Runners, prowadzona przez Marka Pławgo – znakomitego sportowca, medalistę Mistrzostw Świata w biegu płotkarskim na 400 m i sztafecie 4x400 m.



Reprezentacja Klubu Integracji Europejskiej



Tomasz Karolak

Towarzyszyli mu Łukasz Bojanowski – sportowiec z Polskiego Stowarzyszenia Sportu po Transplantacji, trzy lata po przeszczepieniu nerki, medalista Zimowych Światowych Igrzysk Osób po Transplantacji oraz Paweł Kempa z redakcji Runner's World.

Na trasie marszu gwiazd można było zobaczyć m.in. ambasadora inicjatywy – Przemysława Saletę, Tomasza Karolaka, Monikę i Zbigniewa Zamachowskich, Andrzeja Nejmana, Wojciecha Majchrzaka, Maję Barełkowską Cyrvus, Jolantę Fraczyńską, Bartosza Obuchowicza i wielu, wielu innych.

Impreza ma też wymiar edukacyjny. Odwiedzający strefę zdrowia PZU mogli skorzystać z bezpłatnych konsultacji kardiologicznych i porad dietetyka, wykonać EKG, zmierzyć poziom cukru i cholesterolu, wykonać analizę składu ciała.

Nie byłoby PZU Biegu po Nowe Życie, gdyby nie Stowarzyszenie Sportu po Transplantacji. Członkowie stowarzyszenia, uprawiając czynnie sport, pokazują, że podarowane im narządy nie zostały zmarnowane, że dostali szansę na drugie życie i w pełni z niej korzystają. ■



Otylia Jędrzejczak



Przemysław Saleta – ambasador akcji



Katarzyna Pakosińska



Marietta Żukowska

Ochrona danych osobowych w praktyce



Po prezentacji przyszedł czas na rozmowy

Temat pierwszej po wakacjach kawy z ekspertem był praktyczny. Spotyka się z nim każdy przedsiębiorca i dosłownie każdy, jako potencjalny klient. Nie tak dawno nowelizowane przepisy kładą nacisk na ochronę nas w tej drugiej roli. To nawet dobrze, gdyż reklamowy spam zalewa, nie robiąc różnicy, także nasze skrzynki mailowe. Nakłada to na przedsiębiorcę dodatkowe obowiązki. O tym, co do nich należy, mówili podczas spotkania zorganizowanego przez Klub Integracji Europejskiej specjaliści z firmy DBMS.

Po pierwsze, nie dajmy się zwariować! Nikt nie zabrania nam przechowywania danych naszych klientów. Nie wolno nam jednak bez ich zgody udostępniać danych na zewnątrz. To samo dotyczy wizytówek – choć, jeśli nie miało to związku z okolicznościami, w jakich je otrzymaliśmy – przed wysłaniem oferty handlowej wypada się spytać, czy ten, komu chcemy ją przesłać, wyraża na to zgodę. Mowa tu właściwie o dobrych obyczajach, bo przepisy wykluczają tak otrzymane dane spod szczególnej ochrony. Wyłączają spod niej także dane do-

stępne publicznie dla każdego, na przykład umieszczone na stronach internetowych. W pozostałych wypadkach wysłanie oferty musi być zawsze poprzedzone otrzymaniem na to zgody, a zasady przechowywania danych adresowych są szczegółowo określone w przepisach. W każdej chwili otrzymujący od nas oferty może też swoją zgodę wycofać i musimy się do jego życzenia zastosować.

Rzeczowo tłumaczyli nam te wszystkie zasady eksperci z firmy DBMS, nie unikając przy tym odpowiedzi na pytania uczestników. Dzielił się z nami swoją wiedzą praktyczną, gdyż zajmują się profesjonalnym przygotowaniem baz danych, zarejestrowanych i kontrolowanych przez Głównego Inspektora Danych Osobowych. Spotkanie odbyło się w salach konferencyjnych Krajowej Izby Gospodarczej.



Uczestnicy spotkania



Joanna Piotrowska, specjalistka ds. e-marketingu firmy DBMS



Igor Belczewski, PR Manager firmy DBMS

Nowa perspektywa funduszy z UE

to rozmowy o biznesie,
fachowe doradztwo,
towarzystwo przedsiębiorców,
pyszne śniadanie i wyborna kawa.

Chcesz wziąć udział?
zadzwoń: 603 333 711



Tomasz Kurek, wiceprezes ARI

Pierwsze konkursy w ramach aktualnej perspektywy unijnej na lata 2014–2020 już ruszyły. Dlatego zainteresowani funduszami z UE, do pracy powinni przystąpić już teraz. Można wziąć się do tego samemu lub skorzystać z pomocy fachowców, takich jak na przykład Agencji Rozwoju Innowacji, której wiceprezes Tomasz Kurek prezentował szczegóły programów dla przedsiębiorców.

W harmonogramach naboru wniosków ogłaszanych w ramach poszczególnych programów regionalnych najczęściej zobaczymy informację, że nabór w tym roku organizowany nie będzie. Mimo to, jeśli chcemy się starać o środki unijne, to decyzji nie powinniśmy odkładać na później. I już dziś rozpocząć przygotowania. Najpierw dobry pomysł, co podkreślił nasz ekspert. Najważniejsze dla większości przedsiębiorców są programy regionalne, bo tam w tym rozdaniu będą największe środki i są to środki na przedsięwzięcia dopasowane do potrzeb mniejszych przedsiębiorstw. A takie stanowią u nas przygniatającą większość. Ale możemy też skorzystać z centralnie rozdzielanych środków z Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój, czy obejmującego pięć najmniej zamożnych województw Programu Operacyjnego Polska Wschodnia (to dawny Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej) i jeszcze paru innych. Co zostało podkreślone, jeśli idzie o programy regionalne, nie musimy korzystać wyłącznie z programu operacyjnego województwa, gdzie mamy zarejestrowaną firmę. Liczy się to, gdzie chcemy zrealizować nasze przedsięwzięcie. To ważne, bo wsparcie, na jakie możemy liczyć na Mazowszu, a zwłaszcza w Warszawie, jest znacznie mniejsze niż w ościennych województwach. W pięciu naj-

biedniejszych województwach możemy też skorzystać ze wspomnianego już Programu Operacyjnego Polska Wschodnia. To celowe i jest formą wsparcia dla rozwoju tych województw. Choć dotychczas niezbyt wiele na ten temat wiadomo, to możemy już dziś przemyśleć nasze przedsięwzięcie do przygotowywanych konkursów i ustalić, gdzie będziemy szukać środków. I przyjrzeć się inteligentnym specjalizacjom województw – to słowa klucze, za które przy ocenie będą dodatkowe punkty. Warto wiedzieć, jak uzasadnić, że nasz projekt do nich pasuje...

Nie zabrakło pytań, temat jest gorący. Padają one również w kularach, podczas pysznego śniadania przygotowanego przez restaurację Florian, która zaprezentowała się gościom w odświeżonej i atrakcyjnej aranżacji.



Nie zabrakło pytań ze strony uczestników



Temat zainteresował wielu przedsiębiorców



Stylowy budynek hotelu



Pogoda sprzyjała relaksowi nad jeziorem



Rejs po jeziorze Mikołajskim



Andrzej Spuła poprowadził szkolenie



Krystyna Matusiak, właścicielka firmy Eko Plastik System, Aneta Sienicka, manager KIE i Magdalena Łuczak, manager hotelu Jabłoń Lake Resort



Okazały żaglowiec „Chopin”

Integracja przedsiębiorców

Trudno sobie wyobrazić lepszą pogodę na wyjazd integracyjno-szkoleniowy na Pojezierze Mazurskie niż ta, która dopisała uczestnikom w pierwszy weekend października. Przedsiębiorcy zrzeszeni w biznesowym Klubie Integracji Europejskiej spędzili w hotelu Jabłoń Lake Resort koło Pisz obfity w wiedzę i atrakcje czas.

MAĞDALENA WENDA

Pełne słońce i temperatura około 20 st. C uprzyjemniały korzystanie z atrakcji dostępnych na terenie hotelu, takich jak: korty tenisowe, łódki czy rowery. Pogoda sprzyjała też spacerom i wypoczynkowi na umiejscowionych nad jeziorem Brzozolasek, pomostach. W międzyczasie, dla zgromadzonych niemal 40 przedsiębiorców zorganizowano szkolenie poprowadzone przez Andrzeja Spułę z Money Coaching. Szkolenie poświęcone było dbaniu o finanse i odpowiednie finansowe zabezpieczenie przyszłości zarówno własne jak i całej rodziny.

Kolejnego dnia pogoda się utrzymała, umilając rejs po jeziorze Mikołajskim i Śniardwy, pięknym, majestatycznym żaglowcem „Chopin”, Zachwycające widoki i leniwie płynący czas, pozwoliły zregenerować siły i w dobrym nastroju wrócić autokarem Garden Service do Warszawy.



Panowie i Panie Najważniejsze jest ŚNIADANIE!

zapraszamy codziennie na
przepyszne śniadania do

Amrit



Kebab



Zdrowy człowiek, zdrowy dom

Pierwszy weekend września obfitował w wiele interesujących wydarzeń. Jednym z nich była VII edycja konferencji Wellness pod hasłem „Zdrowy człowiek, zdrowy dom”, zorganizowana przez Platformę Produktów i Usług. Konferencja odbyła się w Warszawskim Domu Technika NOT. Na uczestników czekały dwie duże sale: w jednej odbywały się prelekcje, w drugiej swoje wyroby i usługi prezentowali partnerzy konferencji.

Gwiazdą tej edycji był Grzegorz Kleszcz – olimpijczyk, medalista mistrzostw Europy i Mistrz Polski w podnoszeniu ciężarów. Opowiadał o tym, jak ważny jest sport w naszym życiu, a także o swojej karierze, i o tym jak osiągnąć sukces. Wcześniej wystąpili Marta Skolmowska i Dr Norbert Szaluś z Centrum Ziołolecznictwa Willcacora, którzy mówili o tym, jak zapewnić organizmowi wysoką odporność przed zbliżającym się sezonem jesiennym. Tradycyjnie już, jeden z wykładów poświęcony był wyrobom z mikroorganizmami – tym razem Wioletta Mysiewicz przedstawiała możliwe zastosowanie probioemów w domu – środki do czyszczenia, i w ogrodzie – środki dedykowane dla gleby, roślin i kompostów.

Ostatnim z cyklu wykładów o profilaktyce był wykład Moniki Słowińskiej: „Piersi w SPA – czas na profilaktykę”. Pani Monika mówiła jak dbać o piersi oraz pokazywała, jak robić masaż – z jednej strony relaksujący, z drugiej pozwalający na wykrycie zmian na bardzo wczesnym etapie. Anna Kalata (Instytut Zmian) i Krzysztof Mencil z magazynu e!stilo mówili o zdrowiu menadżera i tak zwanym Corporate Wellness. Elżbieta Kwiatkowska (Centrum Promocji Zdrowia i Fitnessu) przedstawiała zdrowie jako pasję, oraz zapraszała na wspólny taniec – zumbę. A przedstawicielka Vital Baru&Galeria Kulinarna – Monika Bielik pokazywała, jak można zdrowo i smacznie gotować, m.in. przy użyciu olei tłoczonych na zimno.

Wykłady dr Beaty Dethloff (Klinika dr Beata Dethloff) na temat medycyny estetycznej, Beaty Lingman (Happy Co) na temat pamięci komórkowej organizmu tworzyły trzeci blok tematyczny konferencji.

Na VII edycji konferencji Wellness nie zabrakło także występów artystycznych. W ramach części rozrywkowej wystąpili Anastasja Lutai z pokazem gimnastyki artystycznej oraz Kamil Radzimowski, który grał na duduku ormiańskim, instrumencie, który ma ponad 3500 lat.



Konferencję prowadziła m.in. Anna Kalata



Prezentowano zdrową żywność...



...i napoje



Laureatki plebiscytu „SUKCES ANNA pisany”

ANNA-lia

29 lipca 2015 roku w Centralnej Bibliotece Rolniczej odbył się niezwykły festiwal – ANNA-lia – Festiwal Zdrowia, Kuchni, Mody i Urody. Inspiracją do stworzenia tego wydarzenia była chęć uhonorowania kobiet o niezwykłym imieniu Anna.

Festiwal został zorganizowany przez Kalata Media we współpracy z Platformą Produktów i Usług. Imprezę poprowadzili Anna Kalata i Ryszard Rembiszewski. Gościem honorowym była Anna Maria Anders, córka generała Andersa.

Imprezę uświetniły występy Kamila Radzimowskiego, Anny Cymmerman oraz Danusi Stankiewicz. Były też pokazy najnowszej kolekcji partnera eventu – KOBRA Fashion. Punktem kulminacyjnym wieczoru było wręczenie statuetek i dyplomów w plebiscycie „SUKCES ANNA pisany”. Statuetkę za pomoc Polakom za granicą otrzymała Anna Maria Anders, a za talent wokalny roku Anna Cymmerman.

Oprócz części artystycznej, którą zakończył występ zespołu THE LOVERS, goście mieli okazję obejrzeć i zakupić produkty i usługi partnerów wydarzenia. Największą popularnością cieszyły się badania skóry, świece do masażu, kosmetyki i prezentacje salonów SPA. Tańce, rozmowy i degustacje trwały do północy, a może nawet dłużej...



Anna Maria Anders odbiera statuetkę za pomoc Polakom za granicą



Robert Sienczewski, Anna Kalata i Stan Borys



Ryszard Rembiszewski i Anna Kalata

Fot. Paweł Kazimierzczuk (4)

Fot. Tetiana Fedorets (6)



Mimo niesprzyjającej aury, festiwal przyciągnął wielu gości



Nie zabrakło też grup z przedszkoli i szkół



W otwarciu udział wzięły m. in.: Anna Kalata i Anna Maria Anders



Jak słoik, to też oczywiście pyszna zawartość...



...i domowy smak



Słoiki mogą mieć różne zastosowanie, również do ciekawych doświadczeń

Muzeum Słoików Świata

Otwarcie muzeum odbyło się 4 września 2015 roku. Mieści się ono w Muzeum Techniki w warszawskim Pałacu Kultury i Nauki i jest to miejsce wyjątkowe, bo pierwsze takie w Polsce i na świecie.

Trzy tygodnie wcześniej odbył się jedyny w swoim rodzaju słoikowy festiwal, podczas którego odbyły się m.in. warsztaty kulinarne dla dzieci oraz wegańskie dla dorosłych. Uczestnicy mieli też okazję poznać sztukę rzeźbienia w owocach i warzywach wywodzącą się z Dalekiego Wschodu oraz wziąć udział w grach i zabawach warzywno-owocowych. Chętni mogli wziąć udział w warsztatach malowania na szkle: farbami i metodą decoupage, a także nauczyć się robienia lampionów ze słoików.

Festiwalowi towarzyszyły pokazy kuchni molekularnej, sposobów pasteryzacji warzyw i owoców oraz bogaty w wekowane produkty kiermasz.

Niezwykły smak Świąt

ŚWIĄTECZNE SPOTKANIA BIZNESOWE

w **MCC Mazurkas ******
oraz
w całej Polsce
z **Mazurkas Catering 360°**

KONTAKT:

22-721-47-83

marketing@mazurkashotel.pl

MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel****
ul. Poznańska 177, 05-850 Ożarów Mazowiecki



MCC MAZURKAS
CONFERENCE CENTRE & HOTEL****

www.mazurkashotel.pl



**360° MAZURKAS
CATERING**

www.catering.mazurkas.pl

SIMPLY CLEVER

ŠKODA



NOWA ŠKODA SUPERB



Nasza Pasja Twoje Zadowolenie

Już dziś zapisz się na jazdę próbną
i podziel się wrażeniami

AUTO WIMAR sp. z o.o. sp.k.

ul. Modlińska 224
03-119 Warszawa
tel.: +48 22 510 66 00
sekretariataw@auto-wimar.pl
www.auto-wimar.pl

AUTO WIMAR CENTRUM sp. z o.o.

Al. Jerozolimskie 249B
05-816 Michałowice - Opacz Kolonia
tel.: +48 22 738 46 00
sekretariatawc@auto-wimar.pl
www.auto-wimar.pl