

ELEKTROMOBILNY RAPORT BIZNES PRESTIŻU  
EUROPA - POLSKA - POMORZE. ELEKTRYKI IDĄ W GÓRĘ. ALE SPALINOWE TEŻ.

# Biznes

prestiz  
magazyn trójmiejski

GRUPA INVICTA DOROTA  
BIAŁOBRZESKA - ŁUKASZUK  
ROZWÓJ. TO KRĘCI  
MNIE NAJBARDZIEJ

mBank

MAGDALENA  
CZARZYŃSKA - JACHIM  
SZUKAMY  
SWOJEGO  
MIEJSCA

DOLNE  
MIASTO  
W BLASKU  
GENTRYFIKACJI

W ŚWIECIE BANKOWOŚCI  
PRYWATNEJ mBANKU  
WCZORAJ ZURYCH, DZISIAJ GDAŃSK



# LA ESQUINA

Gdyński modernizm  
z południowym charakterem



+48 788 028 222  
sprzedaz@abinwestor.pl  
abinwestor.pl

UL. 3 MAJA X STEFANA BATOREGO  
GDYNIA CENTRUM



# Spis treści



Zawsze myślałam o miejscu dla kobiet z holistycznym podejściem do ich zdrowia. Nie tylko z profilaktyką, opieką ginekologiczną, położniczą, z towarzyszącymi im specjalizacjami, nie tylko leczącą niepłodność, ale z poródówką oraz innymi elementami wspierającymi. Poza ciałem ważna jest też dusza, więc to wszystko ze wsparciem medycyny naturalnej i psychologią. Po 24 latach działalności i zbierania doświadczeń takie kompletne miejsce właśnie tworzę

# 30



Sytuacja w social mediach prezydentów polskich miast nie wygląda dobrze. To znaczy, na pierwszy rzut oka wygląda fantastycznie. Pełna jest zdjęć czy filmów, na których zobaczymy uśmiechniętego prezydenta czy prezydentkę kibicującego lokalnym drużynom sportowym, głoszących szczere słowa, ochoczo jeżdżących komunikacją miejską czy wręczających przechodniom pączki. Jednak, gdy zagłębimy się w publikacje przekonamy się, że dominują tam treści "miękkie" jak kultura, sport, sprawy społeczne, bądź przegląd miejskich inwestycji. Jednak próżno szukać aktywności zachęcających do dialogu, budowania wspólnoty, czy po prostu pytania mieszkańców o ich opinie. Jedyną przestrzenią na dyskusje zdaje się być sekcja komentarzy, ale i tam na próżno szukać odpowiedzi udzielonych bezpośrednio przez władarzy. Jak na tle Polski wypadają prezydenci z Trójmiasta?

# 38

## Biznes

Wydanie nr 10



- 8 SŁOWEM WSTĘPU  
10 (WY)CENA DZIEŁA SZTUKI  
– DARIUSZ FILAR. FELIETON Z CYKLU  
„GOSPODARKA W LITERATURZE PIĘKNEJ”

### WYDARZYŁO SIĘ

- 12 WIECZÓR DELUXE BIZNES PRESTIŻU.  
KOBIECY PRYMAT, NIETUZINKOWE  
INWESTYCJE, WIBRUJĄCY KLIMAT SOPOTU  
I DEBATA O PRZYWÓDZTWIE KOBIEC

### TEMAT Z OKŁADKI

- 22 W ŚWIECIE BANKOWOŚCI PRYWATNEJ  
MBANKU - WCZORAJ ZURYCH,  
DZISIAJ GDAŃSK

### LUDZIE I BIZNES

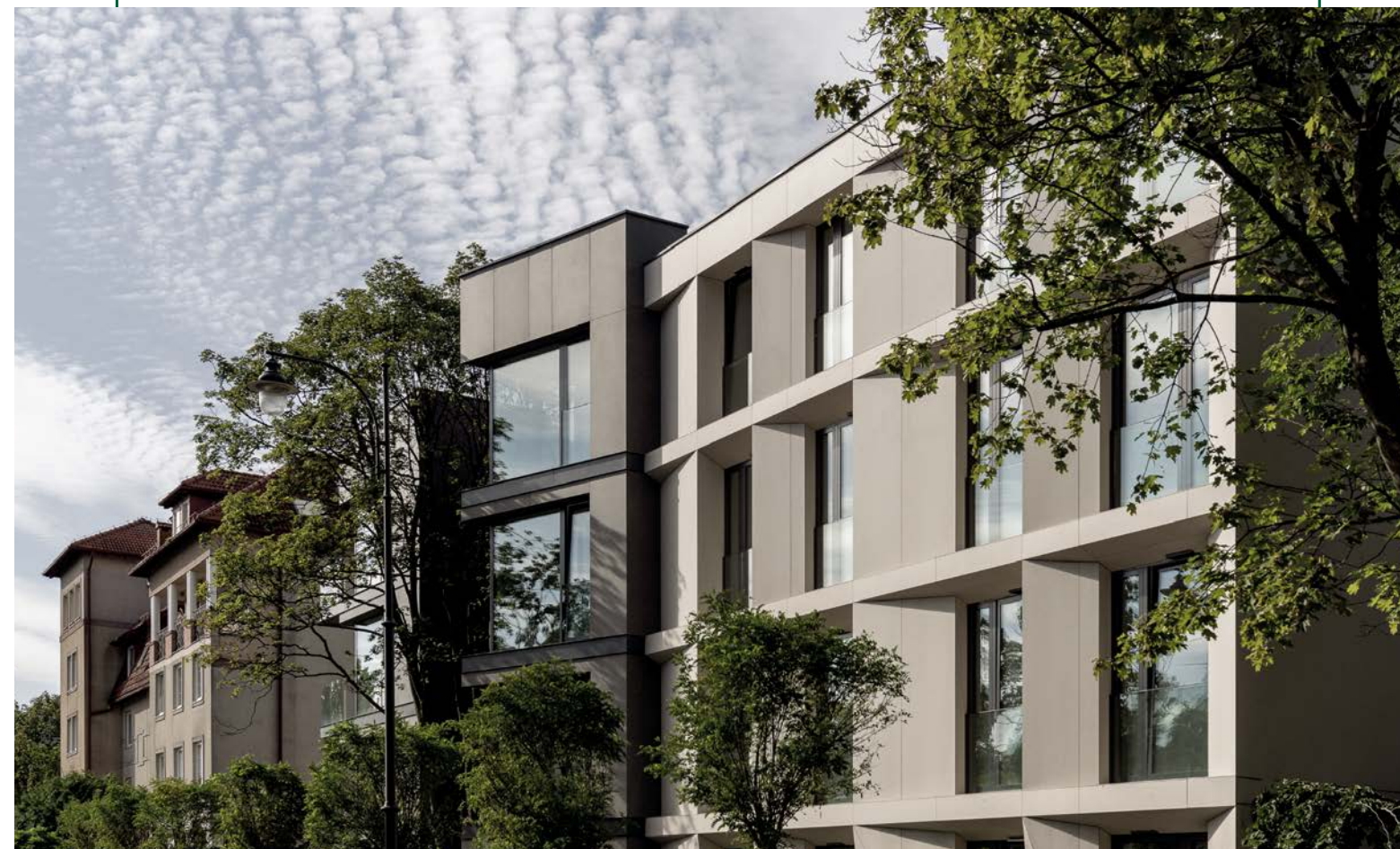
- 30 DOROTA BIAŁOBRZESKA – ŁUKASZUK.  
GRUPA INVICTA. ROZWÓJ. TO KRĘCI MNIE  
NAJBARDZIEJ

### SAMORZĄD

- 38 BAŃKI ZADOWOLENIA.  
O AKTYWNOŚCI TRÓJMIEJSKICH  
PREZYDENTÓW NA SOCIALACH  
48 MAGDALENA CZARZYŃSKA-JACHIM,  
PREZYDENT SOPOTU. SZUKAMY  
SWOJEGO MIEJSCA

KAMERALNIE

# Prestizowa lokalizacja to dla nas za mało.



## Apartamenty w Sopocie

ponadczasowość • unikatowość • komfort

kameralnie.com



82

„Atrakcyjny pod kątem lokalizacji i potencjału rozwojowego teren dolnego miasta w Gdańsku cieszy się zainteresowaniem deweloperów. Zielone przestrzenie, bliskość Motławy i dobra komunikacja to atuty, które kuszą niejednego. Miasto realizuje tu dwa projekty renowacji, jeden w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego, a drugi razem z urzędem marszałkowskim. Obydwa mają jednak spore opóźnienia.



„Ponad połowa firm prowadzonych we Włoszech przez polskich imigrantów należy do kobiet – wynika z raportu „femigracja 2.0” przygotowanego przez muzeum emigracji w Gdyni. To fenomen w skali europejskiej, zwłaszcza, że statystyki dotyczą kraju, w którym stereotypy dotyczące roli kobiety w społeczeństwie trzymają się wyjątkowo mocno.

64

## SPOŁECZEŃSTWO

- 56 RESKILLING SZANSĄ NA ROZWÓJ IT
- 64 POLKI PRZEDSIĘBIORCZE WE WŁOSZACH
- 70 BISTRO OLIWA. MODERNA HOLDING I KAISER PATISSERIE
- 72 ZATRZYMAJ SIĘ, WEŹ ODDECH I... WYPOCZNIJ TAK, JAK LUBISZ. HOTEL SPA DR IRENA ERIS WZGÓRZA DYLEWSKIE
- 74 PAWEŁ PABLO SZYMKOWIAK. CHŁOPAK Z ORUNI

## NIERUCHOMOŚCI

- 82 DOLNE MIASTO W BLASKU GENTRYFIKACJI
- 92 MO REAL ESTATE. REKORDOWA TRANSAKCJA SPRZEDAŻY W TRÓJMIEŚCIE

## GOSPODARKA MORSKA

- 94 PORTY KLUCZEM DO MORSKIEJ ENERGII WIATROWEJ

## MOTORYZACJA

- 96 ELEKTROMOBILNY RAPORT BIZNES PRESTIŻU „ELEKTRYCZNE” ELEKTRYKI ELEKTRYKI IDĄ W GÓRĘ, ALE SPALINOWE TEŻ 100 MODELI DO WYBORU POMORSKIE WYSOKO, ALE NIE NAJWYŻEJ TAJEMNICE SAMOCHODOWYCH STATYSTYK STACJE PRZYŚPIESZAJĄ POMIĘDZY GOSPODARKĄ, A EKOLOGIĄ. MARS LARSSON KONKURENCJA WCIĄŻ ROŚNIE. AGATA WIŚNIEWSKA – MAZUR MAGAZYN Y ENERGII ZASILĄ SAMOCHODY. ENERGEATE Z ELMECHU MIEJSKA ELEKTRYFIKACJA W MODELACH FIATA ELEKTROMOBLIŃCZOŚĆ W SŁUŻBIE PRACY. ELEKTRYCZNE MODELE FIAT PROFESSIONAL ELEKTRYCZNY PRZYBYSZ Z PATAGONII



96

# NOWA KLASA E.

Zmienia się razem z Tobą.

Oto coś więcej niż kolejne wcielenie Klasy E. Nowa limuzyna zachwyca elegancją i nowoczesnością. Charakterystyczna sylwetka wykorzystuje nowe rozwiązania stylistyczne i przyciąga widokiem imponujących tylnych świateł.



Mercedes-Benz

Klasa E 200: średnie zużycie paliwa 6,4l/100km, średnia emisja CO<sub>2</sub> 145g/km.

# RAJSKIE WYSPY SOCIAL MEDIÓW

W nami kolejne wybory samorządowe. W Trójmieście w zdecydowanej większości niespodzianek nie było – w Sopocie wygrała Magdalena Czarzyńska Jachim, a w Gdańsku Aleksandra Dulkiwicz. Jedyną, za to gigantyczną niespodzianką była przegrana Wojciecha Szczurka, prezydenta Gdyni. Może nie sama przegrana, ale jej skala. Władający Gdynią od 26 lat prezydent zajął dopiero trzecie miejsce nie wchodząc nawet do drugiej tury. Choć pewne sygnały przegranej można było wcześniej odczytać, chociażby śledząc social media. I nie chodzi tylko o fora mieszkańców, ale przede wszystkim profile samych kandydatów i kandydatek.

Social media to dzisiaj coraz ważniejszy instrument komunikacji, promocji i marketingu. Skuteczne prowadzenie odgrywa coraz większe znaczenie także w polityce. Dlatego w Biznes Prestiżu dokonaliśmy analizy profili prezydenckich na Facebooku. Pod lupę wzięliśmy oficjalne profile Magdaleny Czarzyńskiej – Jachim, Aleksandry Dulkiwicz i Wojciecha Szczurka. Okres – ostatnie miesiące. Wnioski? Niekoniecznie mało odkrywcze, jak to, że social media stanowią swoiste wyspy szczęśliwości i samozadowolenia. Politycy są w nich wspaniali, mądrzy, wrażliwi, empatyczni. Do bólu uczciwi. Niosą na barkach wielką odpowiedzialność, prowadzą strategiczne projekty, spotykają się z wielkimi i sławnymi tego świata w pięknych przestrzeniach, ale i potrafią pochylić się z troską nad zwykłym, szarym człowiekiem. W jednym momencie czynią rzeczy wielkie, a w innym są podobni do nas – jedzą, jeżdżą na rowerze, tańczą, śpiewają. Podejmują tylko dobre decyzje. Nie mylą się. Nigdy. Jeżeli coś nie wyszło, to znaczy, że ci drudzy rzucili klody pod nogi.

Trzeba jednak przyznać uczciwie, że nie są w tym jedyni. Przecież bańki samozadowolenia to wręcz dogmat social mediów. Autopromocję uprawiamy wszyscy. Jedni z umiarem, chcąc pokazać rzeczywistość, a inni wręcz odwrotnie – budując w nich swoje alter ego, mające niewiele wspólnego ze światem realnym. Są jednak różnice pomiędzy nami, a politykami. Ci drudzy sprawują władzę, ich decyzje bezpośrednio wpływają na nasze życie, a urzędowe profile są utrzymywane z publicznych pieniędzy. Stąd ta stosunkowo nowa dziedzina uruchamia wiele pytań - jak pieniądze wydawane na profile powinny być traktowane w budżecie, jako wydatki bieżące na usługi, czy też zbudowane przez lata profile, z niemalymi

społecznościami i potężnym kontentem stają się wartością majątkową? Jak traktować je pod kątem prawa wyborczego? I wiele innych pytań. W miarę ich rozwoju te zagadnienia z pewnością będą analizowane i regulowane, a póki co social media to coraz ciekawszy obszar do analiz. Takich jak nasza. Jak wypadli władarze, kto najlepiej, a kto najslabiej, o tym przeczytacie w naszym materiale.

W tym numerze publikujemy także wywiad z Magdą Czarzyńską – Jachim, który przeprowadzany był przed głosowaniem, kiedy pełniła obowiązki prezydenta Sopotu. Dzisiaj jest już prezydentem. Albo prezydentką.

No właśnie feminatywy, użyłem dwóch form. To detale, ale jednak istotny. Chociażby z punktu widzenia dziennikarza. Formalnie i prawnie sprawa jest jasna – obowiązują zaimki męskie, jednak w potocznym obiegu coraz częściej stosuje się żeńskie końcówki. Osobiście nie mam z tym żadnego problemu, pojawia się on za to podczas pisania tekstów. Zachować formalną poprawność, czy też stosować dość często używane potoczne zwroty? Pytanie tym bardziej na czasie, że same zainteresowane mają w tym temacie różne opinie i różne oczekiwania od dziennikarzy. Pytanie o feminatywy padło m.in. podczas debaty na temat przywództwa kobiet zorganizowanej przez naszą redakcję (relacja z tego wydarzenia w tym numerze). Nie tylko czy stosować, ale czy prawnie powinny się unormować. Jego adresatką była m.in. wspomniana Magdalena Czarzyńska – Jachim. Odpowiedź była krótka – tak, prawnie uregulować. I ok. Im szybciej, tym lepiej, bo jako media coraz bardziej tkwimy w polu minowym końcówek, ufając dzisiaj wyłącznie intuicji.

A wracając do samego wywiadu z prezydentką – poruszamy w nim kwestie gospodarcze Sopotu, w jakim miejscu jest ta najmniejsza, ale i wyjątkowa gmina Trójmiasta? Z czego żyje i z czego ma żyć, wobec pogarszającej się demografii w tym mieście, a jednocześnie intensywnie rosnącej wokół konkurencji.

Kolejny raz sięgamy też do elektromobilnej rewolucji, która rozpala świat. Polska nie należy do jej liderów, a wręcz odwrotnie. Czy to źle, a może dobrze? Tego, póki co nie wiemy. Dynamika zmian jest tak duża, że wygląda na to, że nawet sami światowcy decydenci, w tym producenci samochodów do końca nie są w stanie przewidzieć co się wydarzy. Wiadomo jednak, że to prawdziwa rewolucja, a nie tylko prosta zmiana napędu w samochodzie.



## MICHAŁ STANKIEWICZ

Redaktor naczelny Prestiż Magazynu Trójmiejski, szef MS Group, wydającej magazyny Prestiż, Biznes Prestiż, Linia, Lustro, a także organizującej eventy, m.in. 3 City Tennis Cup, Sopot Wave. Od ponad 20 lat dziennikarz „Rzeczpospolitej”. Laureat wielu nagród dziennikarskich.

Stąd wszystkie informacje z tych odległych szczytów decyzyjnych także mocno wpłyną na nasze życie. W Biznes Prestiżu przyjrzelem się więc temu co dzieje się na świecie, jak wypada Polska, ale i Pomorskie z Trójmiastem. Wygląda na to, że na krajowej radzimy sobie całkiem nieźle. Szóste miejsce pod kątem liczby aut elektrycznych, a trzecie liczby stacji do ładowania. Są jednak i pułapki, przede wszystkim związane z samymi danymi. Panuje tutaj nieco swobodna interpretacja i sposób ich podawania – o czym też piszemy.

Nie zapominamy o ludziach biznesu. Oto mBank, jeden z największych w Polsce, a jednocześnie lider segmentu bankowości prywatnej. Jak zawsze kluczem do sukcesu są ludzie, a w tym przypadku są nimi członkinie i członkowie trójmiejskiego oddziału. W naszym wywiadzie opowiadają o specyfice swojej pracy i zaletach tego rodzaju bankowości. W przypadku sopockiej Grupy Invicta, największej w Polsce sieci klinik specjalizujących się w in vitro kluczem do sukcesu była z kolei Dorota Białobrzaska – Łukaszuk, a w zasadzie jej determinacja i wola. Założycielka i prezeska Invicty buduje dzisiaj w Sopocie Europejskie Centrum Rodziny. Choć jeszcze nie otwarte to trudno go nie zauważyć. Charakterystyczne białe budynki położone w Dolnym Sopocie widać z daleka. Stawiam, że to miejsce stanie się jedną z ikon Sopotu. Jak od kulis wygląda budowa Invicty? O tym przeczytacie również w tym numerze.

Nie sposób wymienić wszystkich tematów jakie poruszamy, a przecież wszystkie są interesujące. Dlatego gdy już w pierwszej chwili przekartkujecie to wydanie, to zachęcam do znalezienia chwili czasu na dokładną lekturę. Warto!



**ŁODZIE JAK AUTA!  
JACHTY OD RĘKI  
W LEASINGU JAK NA AUTA 103%  
INDYWIDUALNE RABATY, SHARING  
WYNAJEM DŁUGOTERMINOWY**



Finnmaster P8



Grandezza 30



Finnmaster T9



Grandezza 280C



Grandezza 37



Saxdor 320 GTC



Saxdor 400 GTO



Saxdor 320 GTO



Saxdor 400 GTC



Saxdor 270



Hanse 348



Hanse 388



Hanse 410



Hanse 460



Hanse 510



Prestige 520



Prestige 420



Prestige F4



Saxdor 205



Prestige 590



Lagoon 40



Lagoon 42



Lagoon 46



Lagoon 51



Lagoon 55

marina, showroom, biuro  
Super Yachts Club  
Marina Yacht Park Gdynia  
ul. Hryniewieckiego 10

info@superyachts.pl  
600.003.268  
600.977.731  
www.superyachts.pl

## GOSPODARKA W LITERATURZE PIĘKNEJ

**(WY)CENA DZIEŁA SZTUKI**

(MICHEL HOUELLEBECQ „MAPA I TERYTORIUM”)

Powieści Michela Houellebecqa przez wielu czytelników kojarzone są przede wszystkim z niebywale śmiałymi wątkami erotycznymi. Niektóre sceny wydanych w 1998 roku Cząstek elementarnych i późniejszej o trzy lata Platformy (rzecz o Tajlandii jako kraju turystyki seksualnej) pisarz nakreślił z takim rozmachem, że nie zabrakło recenzentów, którzy zarzucili mu uprawianie najzwyczajszej pornografii.

W powieści Mapa i terytorium, którą wypada uznać za najwybitniejsze literackie dokonanie Houellebecqa – wydał ją w 2010 roku i w tym samym roku otrzymał za nią Prix Goncourt, wyróżnienie, jakiego francuski pisarz może dostąpić tylko raz w życiu – seksu jest niewiele. Oczywiście autor nie byłby sobą, gdyby wśród bohaterów powieści nie umieścił Geneviève, pięknej dziewczyny z Madagaskaru, która na swoje malarskie studia w Paryżu zarabia jako prostytutka. Przy okazji dowiadujemy się o rozkoszach, jakie gotowa była zapewnić klientom, cenach tych rozkoszy (standardowa godzina bez ekscesów za 250 euro) i wreszcie o tym, że miesięcznie uzyskiwała w ten sposób między pięć, a dziesięć tysięcy euro.

Geneviève jest wprawdzie postacią epizodyczną (zajmuje tylko trzy strony w pierwszej części powieści), ale bynajmniej nie jest postacią przypadkową – w tym samym czasie co ona w paryskiej Akademii Sztuk Pięknych studiuje Jed Martin, główny bohater utworu, który olśniewającej koleżance zawdzięcza utratę cnoty. Na tle jego dalszych losów Houellebecq sformułował wiele ciekawych obserwacji na temat funkcjonowania rynku sztuki, kształtowania się cen poszczególnych dzieł i materialnej strony bytu artystów w ogóle.

Twórczy rozwój Jeda Martina prowadzi go ku malowaniu farbami olejnymi na płótnie, ale jeszcze nie na etapie studiów, bo wtedy specjalizuje się w fotografii. Tematem jego zdjęć są przedmioty, które fotografuje na tle szarego weluru i sprawia, że – zacytujmy pisarza – „śruby, nakrętki i klucze francuskie nabierały wyglądu dyskretnie połyskliwych klejnotów”. Po studiach Jed nadal fotografuje przedmioty, tym razem takie, które mają pojawić się w reklamach – od rowerów górskich

po gotowe dania do odgrzania w mikrofalówce. Zajęcie jest mało prestiżowe i słabo płatne, ale jednocześnie zapotrzebowanie na zdjęcia duże i w miarę stabilne. W tym okresie Jed rozważania o swojej materialnej sytuacji podsumowuje stwierdzeniem, że jeśli tylko zadał sobie nieco trudu, nie był pozbawiony środków do życia.

Przełom w życiu Jeda następuje wraz z pojawieniem się pomysłu na fotografowanie map drogowych. Oczywiście wykonywane jest to w głęboko przemyślany sposób – przy ustawieniu obiektywu pod specjalnym kątem, użyciu różnorodnego oświetlenia i filtrów, a wreszcie poddaniu zdjęcia obróbce za pomocą Photoshopa. Dzięki temu wydrukowane na mapach linie dróg i autostrad oraz punkty oznaczające wsie i miasta zaczynają wyglądać – ponownie zacytujmy pisarza – „jak krajobraz z marzeń sennych, bajkowy i niedostępny”. Efekt pracy zostaje utrwalony na fotografiach formatu 40x60 cm, a ich liczba po pewnym czasie dochodzi do ośmiuset.

Być może z nowego etapu w twórczości Jeda nic nie wynikło, bo swoich fotografii nikomu nie pokazywał, gdyby koledzy, z którymi był na tym samym roku w akademii, nie porwali się na zorganizowanie wystawy zbiorowej. Trafia na nią jedna praca Jeda, a los sprawia, że przyciąga ona wzrok kobiety mocno osadzonej w sferach biznesowych, wpływowej i jednocześnie będącej „jedną z pięciu najpiękniejszych kobiet Paryża”. Za jej sprawą szybko dochodzi do pierwszej indywidualnej wystawy Jeda, a ta kończy się sukcesem, czyli obecnością na wernisazu licznego grona znamienitych bywalców i koneserów, a także licznymi recenzjami prasowymi. Jed staje się rozpoznawalny jako artysta i nadchodzi moment, w którym można pomyśleć o czerpaniu dochodów z jego dzieł. Zostaje zarejestrowana strona internetowa, na której są one prezentowane i bezpośrednio wystawiane na sprzedaż.

W tym punkcie powieści Houellebecq przeprowadza bardzo klarowną analizę kosztów własnych artysty, a także opis działania mechanizmu popytu i podaży. Jed wylicza, że znakomity papier, na którym sporzą-

dzał fotogramy oraz użycie w tym celu drukarki Epson rodziło koszt jednostkowy w wysokości około trzydziestu euro. Wartość swojego aktu twórczego i rozgłosu, jakim już się cieszy, wycenia jako sześciokrotnie wyższą niż poniesiony koszt i na tej podstawie pierwszą serię dwudziestu fotogramów oferuje w cenie dwustu euro za sztukę. Wszystkie rozchodzą się po niecałych trzech godzinach. Jed dochodzi wtedy do słusznego wniosku, że przy realnie istniejącym popycie ustalił cenę zbyt nisko i oferując kolejne serie fotogramów zaczyna sprawdzać, o ile więcej może za nie zażądać. Po kilku tygodniach dochodzi do dwóch tysięcy za sztukę, co wciąż pozwala na znajdowanie od czasu do czasu kolejnych nabywców. Jed uznaje, że poznał swoją cenę rynkową (użycie w tym kontekście druku rozstrzelonego to autorski chwyt Houellebecqa), a jednocześnie „zbliżył się do wygodnego dobrobytu”. Przypomina mu to czytane w czasach gimnazjalnych dziewiętnastowieczne powieści francuskie, w których młodzi ambitni ludzie robili kariery dzięki kobiecie. Ze zdziwieniem stwierdza, że znalazł się w podobnej sytuacji.

Gdy wpływowa protektorka, podobnie jak wcześniej Geneviève, znika z życia Jeda, jego biznesowym partnerem zostaje Franz – marszand i właściciel jednej z paryskich galerii. Jed zaczyna malować olejami na płótnie (Houellebecq rzeczowo informuje, że pierwsze tubki farby nabywa od firmy Sennelier), a Franz przekonuje go, że pod opieką jego galerii znajdzie na swoje obrazy nabywców wśród najbogatszych na świecie kolekcjonerów sztuki współczesnej. I tak się rzeczywiście staje – obrazy Jeda zaczynają kupować amerykańscy maklerzy, meksykańscy i hinduscy magnaci telekomunikacyjni i rosyjscy miliarderzy w rodzaju Romana Abramowicza. A płacą za nie od pięciuset tysięcy do półtora miliona euro. Według indeksu Artprice – taki indeks, obrazujący ceny dzieł sztuki i przynoszący ranking najlepiej sprzedających się współczesnych twórców, istnieje naprawdę – fortuna Jeda, wypracowana pędzlem i farbami, sklasyfikowana zostaje na siedemnastym miejscu we Francji i pięćset osiemdziesiątym trzecim na świecie.

Pod koniec powieści malarz Jed Martin jest milionerem. W rozmowie, jaką prowadzi z Franzem, obaj zgodnie wyrażają pogląd, że sytuacja na rynku sztuki jest dość zwariowana, a spekulacja jest coraz bardziej intensywna i gorączkowa. Akurat ten pogląd Houellebecq swoją powieścią przekonująco zilustrował.



Fot. Karol Kacperski

**DARIUSZ  
FILAR**

Dr hab., profesor UG, ekonomista, nauczyciel akademicki. Sprawował m.in. funkcję głównego ekonomisty Banku Pekao, członka Rady Polityki Pieniężnej, członka rady gospodarczej przy Prezesie Rady Ministrów.

Specjalizuje się w historii myśli ekonomicznej, makroekonomii oraz funkcjonowaniu przedsiębiorstw transnarodowych. Autor rozpraw „Spór o podział dochodów w rozwiniętym kapitalizmie” (Gdańsk 1989), „Liberalizm społeczny Ferdynanda Zweiga” (Warszawa 1994), „Ekonomia po polsku” (z Andrzejem Rzońcą i Grzegorzem Wójtowiczem, Warszawa 2007), „Między zieloną wyspą, a dryfującą krą” (Gdańsk 2015).

Od zawsze mocno zaangażowany w kulturę, aktualnie członek rady programowej Hevelianum i rady fundacji Theatrum Gedenense. W latach 70. rozpoczął też karierę pisarza science – fiction. Wydał kilka powieści, m.in. „Czaszkę olbrzymia”, czy też „Psa wyścigowego”. Najnowszą powieść wydał w 2020 roku. To wielowątkowa saga rodzinna „Szkłanki żydowskiej krwi”.



## WIECZÓR DELUXE

# KOBIECY PRYMAT, NIETUZINKOWE INWESTYCJE I WIBRUJĄCY KLIMAT SOPOTU

Autorka: Marta Dworak



Silne kobiety i ich droga ku przywództwu wystąpiły w roli głównej podczas kolejnego Wieczoru DeLuxe zorganizowanego przez MS Group, wydawcę Biznes Prestiżu. W elegancki świat quiet luxury i klasycznych stylizacji zabrała gości ekspertka Galerii Klif Gdynia stylistka Katarzyna Kobiela. Do rajskich nieruchomości w Hiszpanii w zasięgu polskiego portfela przenieśli gości przedstawiciele Sol Solecito Real Estate Agency. A taką podróż najlepiej rozpocząć w rosnącym w siłę Porcie Lotniczym Gdańsk. Z kolei fundusze inwestycyjne PZU S.A. to pomocny i dostępny dla każdego sposób na zwiększenie zasobów. Wydarzenie odbyło się w Sopot Marriott Resort & Spa zlokalizowanym przy samej plaży.

Marcowy termin zobowiązuje – Wieczór DeLuxe skupił się na zagadnieniu „Przywództwa Kobiet”, któremu poświęcona została dyskusja panelowa z udziałem prelegentek: Doroty Białobrzeskiej-Lukaszuk - założycielki i prezeski sieci klinik Invicta, prezydentki Sopotu - Magdaleny Czaryńskiej-Jachim, Agaty Grendy, dyrektorki Gdańskiego Teatru Szekspirowskiego oraz Jolanty Szydłowskiej, prezeski Gdańskiej Fundacji Kształcenia Menedżerów. Dyskusję prowadził Ireneusz Osiński i Michał Stankiewicz, prezes MS Group i redaktor naczelny Prestiżu.

Wydarzenie było także okazją do poznania oferty partnerów wieczoru.

Klif Gdynia reprezentowała Katarzyna Kobiela, która opowiadała o idealnej garderobie opartej o dobrej jakości klasykę, na której bazie można tworzyć modne i funkcjonalne stylizacje. Kilka z nich, stworzonych z propozycji marek dostępnych w galerii, zostało zaprezentowanych uczestnikom. Przywołana została także filozofia tzw. quiet luxury, zgodnie z którą praw-

dziwy luksus jest subtelny i niepozorny, zawsze natomiast oparty na jakości.

O tym, dlaczego warto inwestować w nieruchomości w Hiszpanii, zwłaszcza te położone w malowniczym regionie Costa Blanca, mówiła Wioletta Podgórska, która razem z siostrą Sylwią Wichniewicz z sukcesami prowadzi Sol Solecito Real Estate Agency. Poza walorami krajobrazowymi i pogodowymi, to przede wszystkim opłacalne inwestycje o stopie zwrotu 7-10%. Co więcej wysoki popyt na wynajem krótkoterminowy daje dodatkową gwarancję satysfakcji.

Łukasz Antoniak, dyrektor regionu północnego Towarzystwa Funduszy Inwestycyjnych PZU S.A. przedstawił ofertę dedykowaną zarówno inwestorom indywidualnym jak i instytucjonalnym. W ciągu 25 lat istnienia portfolio TFI PZU było sukcesywnie poszerzane o bankowość, obszar zdrowia oraz biznes emerytalny, zapewniając swoim klientom kompleksowość oferty. Dzisiaj wartość aktywów, którymi zarządza TFI PZU wynosi ponad 34 mld zł.

Uczestnicy zapoznali się także z usługami premium oferowanymi przez Port Lotniczy Gdańsk. Strefa VIP

z open barem i przekąskami to niewątpliwa wygoda, a indywidualna kontrola bezpieczeństwa, odprawa oraz transport mogą także zapewnić oszczędność czasu. Warto dodać, że gdański port obchodzi w tym roku jubileusz 50- lecia.

W wieczorze, który odbył się w gościnnych przestrzeniach Sopot Marriott Resort & Spa wzięło udział 150 osób, przedstawiciele pomorskiego biznesu, m.in. z branży nieruchomości, designu, architektury, medycyny, nowych technologii, finansów, mody, a także kultury i sztuki. Goście mogli podziwiać stylowe wnętrze tego nadmorskiego hotelu, jednego z nielicznych w Trójmieście położonych tuż nad morzem, a w trakcie debaty i po niej korzystać z poczęstunku i trunków.

Kuluarowe dyskusje przeciągnęły się do późnych godzin wieczornych. Uczestnicy otrzymali upominki ufundowane przez partnerów Wieczoru DeLuxe takich jak: Sopot Marriott Resort & Spa, Rzecz-pospolita, Nu-candles, Marta Naser, Salony optyczne Optical Christex, Nomad Ceramic, Vivien Beauty Studio, Sine Silk, Kitchen Masala, Dr Irena Eris, Kultura Smaku, Klinika Marii Van De Zell, Swederm, Wow Puzzle.



# PRZYWÓDZTWO Kobiet

## DYSKUSJA PANELOWA

**Współczesny feminizm, a życie zawodowe, konfrontacja czy współpraca, walka o równość czy o przywileje, parytety w biznesie i polityce to tylko niektóre tematy podjęte podczas debaty będącej kulminacyjnym punktem wieczoru zorganizowanego przez MS Group, wydawcę Prestiżu i Biznes Prestiżu. Przywództwo kobiet to liczne wyzwania, ale i zrozumienie, że tylko różnorodność i egalitaryzm gwarantują właściwy kierunek.**

Do dyskusji na temat przywództwa kobiet zaproszone zostały wyjątkowe panie, które przeszły długą drogę zawodową, często wbrew wszystkiemu, ale zawsze w zgodzie ze sobą. Podczas debaty przeplatały się perspektywy: samorządowa, medyczna, kulturalna i biznesowa, ujawniając pewne różnice, ale i sporo podobieństw, a przede wszystkim kobiece doświadczenie. Przebojowość, ambicja, otwartość i pewność siebie to zdecydowanie wspólne mianowniki rozmówczyń.

### WYZWANIA W DAMSKO-MĘSKIM ŚWIECIE

Doświadczenie zawodowe panelistek zahaczało o różne przeszkody, zwłaszcza w początkowych fazach. Nie obyło się bez gombrowiczowskiego upupiania, protekcyjnego mansplainingu, a nawet napaści, która zmieniła kierunek kariery.

- Skończyłam prawo i założenie było takie, że zostanę prawnikiem i będę robiła karierę. Zostałam aplikantką, jednakże pewnego dnia mój przełożony w pustym budynku sądu rzucił się na mnie. Na szczęście na miejscu był portier, ale to wydarzenie zmieniło kierunek mojej kariery. Porzuciłam marzenia o aplikacji prokuratorskiej i po prostu więcej nie poszłam do prokuratury, zostałam skreślona z listy, a moja droga została skierowana do biznesu – opowiedziała Jolanta Szydłowska, prezeska Gdańskiej Fundacji Kształcenia Menedżerów.

To nie jedyny przykład, gdy zetknięcie z męską perspektywą doprowadziło do chęci samodzielnego tworzenia innej rzeczywistości.

- Po skończeniu studiów medycznych poszłam z chęcią do pracy, ale byłam wtedy w ciąży i mojemu pracodawcy powiedziałam, że właśnie tak jest. On na mnie popatrzył z politowaniem i powiedział „Dziewczynko wróć potem.” I wtedy pomyślałam, że to nie do końca jest świat, w którym chciałabym być, że wolałabym go

tworzyć. I tak oprócz tego, że zaczęłam być lekarzem, pomyślałam o biznesie i o tworzeniu miejsca dla kobiet i z kobietami i tak jest do dziś – wspominała Dorota Białobrzaska-Lukaszuk, założycielka i prezeska sieci klinik Invicta.

Wyzwania kobiet to też podbijanie obszarów zdominowanych przez mężczyzn – np. w przypadku urzędów to przekonywanie, że nie muszą zajmować się tylko edukacją, kulturą i pomocą społeczną. A to wszystko przy obciążeniu opieką nad dziećmi z biegiem lat płynnie przechodzącą w zajmowanie się starzejącymi się i chorującymi rodzicami.

### SZEFOWA KOBIETA, A SZEF MĘŻCZYŻNA

Zdaniem panelistek męskie i damskie style zarządzania różnią się od siebie i dlatego najlepiej sprawdzają się zespoły mieszane, które się uzupełniają.

- Różnimy się na pewno, ale ważne jest, żeby od siebie czerpać. Mężczyźni zarządzają bardziej transakcyjnie, kobiety – transformacyjnie i ja się tej transakcyjności uczyłam, bo zauważyłam, że ona jest po prostu potrzebna, że nie można być tylko tą matką, opiekunką, która widzi drugiego człowieka. Pierwiastek męskiego zarządzania jest nam kobietom niezbędny – stwierdziła Dorota Białobrzaska-Lukaszuk. - Warto brać to, co można w swoje ręce, żeby nie czekać, nie oglądać się, być odważną, pozbyć się tego syndromu oszustki, bo my potrafimy tak samo jak mężczyźni, a że inaczej zarządzamy i istniejemy w tym świecie, to cudne. Samo bycie liderem wykracza poza płęć, bo dotyczy pewnych umiejętności i predyspozycji.

- Po pierwsze, żeby być liderką czy liderem, potrzeba cech liderskich, a to nie jest związane z płcią. Natomiast kobiety mają większy szacunek dla czasu, bo mamy go po prostu mniej i musimy więcej rzeczy zrobić. Mój mąż się ze mnie śmieje, że kobiety mają, taką



Fot. Karol Kacperski

dodatkową miarę czasu, która się nazywa międzyczas – wspomniała Magdalena Czarzyńska-Jachim.

To zdecydowanie nie płęć definiuje dobrego szefa, natomiast szefowie mężczyźni często otaczają się podwładnymi kobietami, czerpiąc z ich pracy.

- W kulturze jest trochę inaczej, w teatrze jest duża hierarchiczność, to w teatrze wybuchła afera #metoo w Polsce. To branża, w której jest cielesność, dotykanie, rozbieranie, dużo emocji, ekstrawertyzm... Natomiast w całej mojej karierze miałam i fantastycznych szefów i beznadziejne szefowe – podsumowała Agata Grenda, dyrektorka Gdańskiego Teatru Szekspirowskiego. – Zauważyłam, że najlepsi szefowie-mężczyźni, z którymi pracowałam, pod sobą na wysokich stanowiskach mieli głównie kobiety. To jest bardzo smutne, bo one często zostają na tych pozycjach i nie awansują.

### PLĘĆ W RELACJACH Z PODWŁADNYMI

Na etapie zatrudnienia płęć nie odgrywa dla liderów roli, natomiast zarówno urzędy jak i kliniki leczenia niepłodności są dość sfeminizowane. Pierwsze ze względu na

gorsze wynagrodzenie, a drugie w związku z konkretną dziedziną.

- Zupełnie nie zwracam uwagi na płęć, chyba że zatrudniam w castingu do sztuki. Bardzo lubię pracować i z mężczyznami i z kobietami, w teatrze wszyscy jesteście na ty, mamy spłaszczoną strukturę. Ludzie wiedzą, że można się ze mną kłócić i nie zgadzać i nie wyobrażam sobie tego inaczej. Bardzo lubię się konsultować, a przy podejmowaniu decyzji ważne jest zapytać każdego, co o tym myśli, ponieważ moim produktem jest emocja widza, ja sprzedaję dobry czas w teatrze – stwierdziła Agata Grenda.

Współczesny feminizm zrodził liczne wątpliwości co do sposobu traktowania kobiet i, o ile całowanie w rękę bezproblemowo odeszło w niepamięć, o tyle kwestie przepuszczania w drzwiach, pomagania w niesieniu czegoś, ściąganiu płaszcza nie są już takie oczywiste.

- Kiedy potrzebuję pomocy, to ja o tę pomoc proszę. Często jest tak, że koledzy oferują ją, bo, patrząc na mnie widzą kobietę w określonym wieku, z różnymi dolegliwościami i ja tę pomoc przyjmuję, bo jest mi potrzebna.





Fot. Karol Kacperski

Zmiany te powinny zachodzić stopniowo, a z każdym pokoleniem staną się bardziej naturalne. Same urzędy to jedno z najbardziej skostniałych obszarów.

- W tak zwanym wykazie stanowisk w administracji publicznej na 517 z nich jest 12 żeńskich: sprzątaczką, sekretarką, prasowaczką, pielęgniarką... My nie mamy wyboru, a uważam, że powinien być wybór, jak kobieta chce być tytułowana. Ja prezydentką mogę być na wizytówce czy tabliczce, natomiast na oficjalnych dokumentach powinnam być prezydentem – przyznała Magdalena Czarzyńska-Jachim. - Jestem za tym, żeby to zmienić, bo to kształtuje też myślenie o tym, kim mogę być w przyszłości, jeżeli jestem małą dziewczynką. Słyszę, że mogę być prezydentką, dyrektorką, prezeską.

Aby to się stało, kobiety muszą brać udział na równi z mężczyznami w tworzeniu systemowych rozwiązań i urządzaniu tego świata.

- Ja uważam, że parytet to jest narzędzie a nie cel. Póki nie mamy odpowiedniej reprezentacji kobiet w ciałach, które decydują o urzędzeniu naszego świata, to parytet musi być, bo inaczej po pierwsze będziemy czekać 150 lat albo więcej, żeby kobiety metodą ewolucyjną tam się znalazły. A po drugie to ma wpływ na myślenie ludzi, że jeżeli jest mało kobiet w polityce i w samorządach, na jakimkolwiek szczeblu i przychodzi do wyborów, to nie ma co głosować na kobiety, bo pewnie sobie nie radzą – stwierdziła Magdalena Czarzyńska-Jachim.

## JEDNOSTRONNY PUNKT WIDZENIA?

Na koniec debaty głos zabrał profesor Maciej Śmiałowski, jeden z gości, który stwierdził, że dyskusja nie spełniała zasady równości, gdyż zabrakło w niej możliwości skonfrontowania się z postawionymi tezami.

- Tutaj, jak powiedziała pani prezydent, jeżeli ma być równość, to wahadło ma się przegiąć w drugą stronę, więc nie będzie dyskusji. To jest jakiś absurd, to hydra, która wychodzi i podnosi głowę, jeżeli nie będziemy dyskutowali o tym, a mówili monologami, to jest hipokryzja. Jeżeli ktoś mówi, że mężczyźni nie zauważają nadciągającego kryzysu, nie potrafią się w nim znaleźć, a, jak już jest ten kryzys, to zdają sobie z niego sprawę dopiero, gdy im podmyje wodą buty, a mimo wszystko ich zatrudniamy, tych patolików, tych słabych ludzi, którzy nie potrafią mówić o konkretach, którzy przychodzą i się pyszną, to po co? – pytał Maciej Śmiałowski.

Panelistki miały okazję odpowiedzieć na te zarzuty.

- Jesteśmy tutaj jako zaproszone goście, panowie ustawili reguły, jak to spotkanie wygląda, a myśmy się do nich dostosowały, to znaczy odpowiedziałyśmy na pytania i panowie powiedzieli, że bardzo dziękują. Każda z nas jest szalenie otwarta na odpowiedź, natomiast mężczyźni nie zaproponowali takiej formuły – podsumowała Agata Grenda. – Fajnie, że pan dodał, że powiedział to mężczyznom, bo zabrzmiało to kompletnie inaczej, dobrze, że pan to wyjaśnił, dzięki.

Kobiety też oferują pomoc. Natomiast jestem za tym, żeby panie nie ofukowały mężczyzn, a potrafiły po prostu powiedzieć, że same sobie poradzą – stwierdziła Jolanta Szydłowska. - Ja wiem, że dla mężczyzn ta sytuacja jest trudna, bo nagle kobiety się pozmieniały i to już nie tyle kwestia generacji - okazuje się, że każda kobieta ma inne życzenie. Myślę, że na gruncie prywatnym można być odważnym i próbować, a w relacjach służbowych – zapamiętywać te sygnały.

Słowem pomagać należy wtedy, kiedy ktoś tego potrzebuje, a najważniejsze to pytać.

- Moim doświadczeniem jest to, że byłam i konsulką i dyrektorką i... zawsze panią Agatką. Na spotkaniach był pan dyrektor, pan konsul, pan ambasador i pani Agatka. Kiedy w jednej z takich sytuacji zaczęłam mówić „panie Michałku”, to mój rozmówca się w trzy sekundy ogarnął. Polecam – radziła Agata Grenda.

## RÓWNOŚĆ PŁCI

Równość to uwzględnienie różnic między płciami i wzięcie ich pod uwagę przy projektowaniu udogodnień, infrastruktury czy różnego rodzaju rozwiązań.

- Świetnie o tym mówi musical 1989, który pokazuje historię kobiet - połowy Solidarności, tych mitycznych 10 milionów, która nie rości sobie praw, by komuś urządzić życie. Służyłyśmy, walczyłyśmy i nikt nas nie widział. W pewnym momencie pojawia się Danuta Wałęsowa, odbiera Nobla i wygłasza mowę, której nigdy nie wygłosiła, mówiąc „stoję przed państwem i odbieram nagrodę, którą mojemu mężowi przyznali wasi mężowie” – opowiadała Agata Grenda.

Równość to także sposób nazywania funkcji zawodowych kobiet i odróżnienie ich od męskich.

- Ja jestem w tej grupie, która bardzo walczy o feminity, bo tu wszystko zależy od edukacji. Moja córka, mając lat 8, zadała mi pytanie, które uznałam za swój wychowawczy sukces: „mamo, kto jest teraz w Polsce premierką?”. Dla niej to było normalne, także językowo, bo w domu używamy feminitywów i świat jest przez to piękniejszy - wspomniała Agata Grenda. - Ja jestem polonistką i nie mam z tym najmniejszego problemu. Nie jestem dyrektorem, a dyrektorką. Nie bójmy się końcówek, one nie brzmią śmiesznie, one brzmią śmiesznie tylko dlatego, że nam kobietom to wmówiono.



Fot. Karol Kacperski

Wymianę zdań próbowała załagodzić prezydentka Sopotu.

- W samorządach przez wiele lat wszystkie stanowiska zarządcze były zajmowane przez mężczyzn i to była pewna norma na ponad 300 miast. Jest natomiast jedno z nich, Kołobrzeg, gdzie zarząd stanowią same kobiety: prezydentka, dwie wiceprezydentki, panie skarbniczki, sekretarzynie, same kobiety, pięć. I wszyscy mówią: no anomalia. A jak jest 320 czy 350 miast, gdzie te pięć stanowisk zajmują mężczyźni, to nie jest anomalia? To o tym mówimy – podkreśliła Magdalena Czarzyńska-Jachim. - Ja też zrozumiałam, że pan nas atakuje, że nie chcemy rozmawiać, że stawiamy tezy nie do dyskusji. Naprawdę myślę, że mniej emocji, bo to my się stykamy z jakimiś tam podśmiejkami. A dlaczego się spotykamy w gronie tylko kobiecym? Jak zatrudniam pracowników, to nie patrzę na płeć, ale, jeżeli chcę porozmawiać z kimś na moim stanowisku, to wybieram często kobiety, bo z nimi mogę porozmawiać o problemach, które nas dotyczą. A, jak to robimy w męskim gronie, to się często narażamy na śmiech.

Rozgorzała na koniec debaty dyskusja przeniosła się do kularów.



# Biznes



WSZYSTKO TO, CO NAJWAŻNIEJSZE  
W TRÓJMIĘSKIM BIZNESIE

IBS  
GROUP

Fot. Karol Kacperski / Krzysztof Nowosielski



Lukasz Antoniak, Dyrektor Regionu Północ TFI PZU S.A., Przemysław Kisielewski, Citi Handlowy S.A.

# MERYTORYCZNIE, ALE I TOWARZYSKO

Wieczory de luxe to nie tylko merytoryczne dyskusje oraz prezentacje usług i produktów pomorskich firm. To także spotkania towarzyskie, które są dobrą okazją do nawiązania i budowania relacji, wymiany myśli. I oczywiście okazją do dobrej zabawy. Nie inaczej było podczas ostatniego wieczoru. Dyskusjom kulturalnym nie było końca, szczególnie, że temat relacji damsko - męskich poruszany podczas debaty to z pewnością jeden z gorętszych w życiu codziennym.



Piotr Smoliński, Izabela Cyjert-Prygoda, DI Xellon



Michał Stankiewicz, prezes MS Group, red. naczelny Biznes Prestiżu, Bogusław Wieczorek, pełnomocnik zarządu Olivia Centre, Artur Zawadzki, dyrektor ds. rozwoju BNI+



Barbara Kijewska, Wydział Nauk Społecznych UG, Magdalena Czarzyńska-Jachim prezydentka Sopotu



Justyna Sienkiewicz-Baraniak, dziennikarka Prestiż Magazyn Trójmiejski, Klaudia Krause-Bacia, Z-ca RN, Prestiż Magazyn Trójmiejski, Aneta Szulc, Independent Logistic, Aleksandra Staruszkiewicz, Dział Zdrowie i Uroda, Prestiż Magazyn Trójmiejski



Andrzej Jelinek, Prezes Zarządu TKF S.A.



Zbigniew Canowiecki, Prezydent „Pracodawców Pomorza”



Michał i Magda Kaczorowscy, Trojmiasto.pl, Andrzej Jelinek, TKF



Daria Łobasiuk, Krzysztof Rebkwicz



Katarzyna Pioch, Anita Cempa, Cosma Gallery



Magdalena Adamska, Magdalena Kłos-Ziółkowska, Navigat Nieruchomości



Małgorzata i Robert Grzegorzewscy, Prestiż Zarządzanie Nieruchomościami



Joanna Łoś, Michał Stankiewicz, Prezes MS Group, Maria Maja Bek, MS Group



Anna Segieta, Dyrektor ds. Sprzedaży i Marketingu AB Inwestor, Ireneusz Osiński, prowadzący wydarzenie



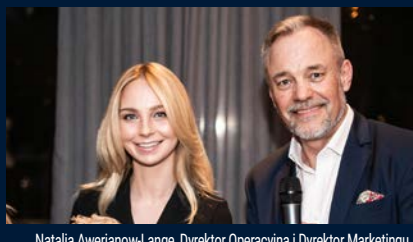
Petra Szychulda, Emanuel Berg, Beata Kulbikowska, Swederm, Katarzyna Kobiela, stylistka, Karolina Zimnicka, Nomad Ceramic



Dorota Białobrzaska-Lukaszuk, Prezeska sieci klinik Invicta, Barbara Kijewska, Wydział Nauk Społecznych UG, Jolanta Szydłowska, Prezeska GFKM



Beata Mądry, Agnieszka Sawicz, Exclusive Dental Studio



Natalia Awerjanow-Lange, Dyrektor Operacyjna i Dyrektor Marketingu Kultura Smaku, Ireneusz Osiński, prowadzący



Karolina Winnicka, założycielka The Witch Cosmetics, Hanna Garbowska, BCC Instytut Rozwoju, Beata Piosik, Dyrektor Generalna Sopot Marriott Resort & Spa, Lucyna Waruszevska, Dyrektor Generalna Hotel Almond Business & SPA



Barbara Markiewicz, właścicielka L'Entre Villes, Sara Keder, Polishlus Event Stylists, Dominika Lubak Olender, Polishlus Event Stylists, Agnieszka Aniolowska, Deputy Manager, L'Entre Villes



Dominika Burdył, Rzecz-Pospolita, Michał Danił, Automation Engineer, Sunreef Yachts



Katarzyna Biały, PR&Marketing Manager Sofitel Grand Sopot, Sylwia Lejszo, Sales Specialist Sopot Marriott Resort&Spa



Magdalena Bielicka, Maria Zrzelska-Pawlik, Pracownia Magma



Michał Starost, projektant mody, Michał Stankiewicz, Prezes MS Group, Martyna Musiał, wiceprezes BMC, Katarzyna Kobiela, stylistka, Galeria Klif



Wioletta Podgórska, Sol Solecico, Ireneusz Osiński, prowadzący



Piotr Smoliński, Xellon, Andrzej Stankiewicz, prawnik



Beata Tubielewicz, właścicielka Kliniki BeaMed, Ireneusz Osiński, prowadzący wydarzenie



Karolina Kaczmarek, Stalko-Nieruchomości



Michalina Protasiewicz, Tomasz Stogowski, Regional Technical Manager Noble Corp, współwłaściciel kliniki Marii Van De Zell



Karolina Zimnicka, Nomad Ceramics, Monika Drazba, IBSA



Paweł Kikowicz, Manager ds. marketingu w Swissmed



Aleksandra Joachimowska, Optical Christex, Ireneusz Osiński, prowadzący



Sebastian Kulbikowski, współwłaściciel i szef Swederm, Agata Grenda, Dyrektorka Gdańskiego Teatru Szekspirowskiego



Walerij Springer, WP Capital, Olga Kharina, fotografka, Marta Blendowska, Dyrektor Sprzedaży Prestiż Magazyn Trójmiejski



## **W ŚWIECIE BANKOWOŚCI PRYWATNEJ mBANKU W CZORAJ ZURYCH, DZISIAJ GDAŃSK**

O tym czym jest dziś bankowość prywatna, jak się zmieniła i z jakimi wyzwaniami się mierzy, a także dlaczego mBank nie ma dziś kompleksów wobec zagranicznych kolegów rozmawiamy z Albertem Jurkowskim dyrektorem regionu północnego private bankingu mBanku oraz Pawłem Mizińskim i Arturem Chomiczem doradcami z jego zespołu.

*od lewej: Daniel Doroszkiewicz, Paweł Miziński,  
Albert Jurkowski, Marlena Radziul, Artur Chomicz*

Fot. Karol Kacperski



**Private banking w Polsce ma już prawie 30 lat, jak wyglądały początki tego sektora?**

**Albert Jurkowski:** Niezaprzeczalnie sektor bankowości prywatnej w Polsce przeszedł znaczącą transformację w ciągu ostatnich 30 lat. Początkowo usługi private banking były skoncentrowane na podstawowych produktach bankowych, takich jak lokaty czy zakup obligacji. Wszystko oczywiście otoczone indywidualną obsługą. Klientami byli początkujący przedsiębiorcy. Ich potrzeby były zupełnie inne niż dziś. Przeszliśmy długą drogę od prostych usług bankowych po zaawansowane rozwiązania i od tradycyjnych spotkań w oddziale do elastycznych form kontaktu jak choćby bardzo popularne wideokonferencje na teamsach. Przeszliśmy ją razem z klientami i napawa nas to dumą, bo niektórzy są z nami nawet od samego począt-

ku. Powiem więcej – obsługujemy już kolejne pokolenia a to największy dowód na zaufanie jakie wspólnie zbudowaliśmy.

**Paweł Miziński:** Kiedyś klienci chcieli od banku ekskluzywności, bieżącego wsparcia w obsłudze swojego konta. Ale z biegiem lat zaczęli coraz lepiej radzić sobie z codzienną bankowością, a ich majątki wymagały coraz bardziej złożonego podejścia w zarządzaniu nimi. Okazało się, że ich potrzeby zmierzają w kierunku wealth management. Na Zachodzie, w dojrzałych gospodarkach, gdzie private banking istnieje od wielu lat, to wealth management stanowi podstawę oferty dla klientów zamożnych. To nie złote karty ani concierge są jej filarami, tylko dostęp do ekspertów z obszaru zarządzania. Takie możliwości dajemy właśnie w naszej, mBankowej bankowości prywatnej. Klienci po

## Bankowość prywatna mBanku w liczbach

# 29

lat działania na rynku

# 125

osób – tyle liczy cały zespół private banking & wealth management

# 55

doradców w całej Polsce

# 6

ekspertów specjalizujących się w doradztwie inwestycyjnym z licencją maklera papierów wartościowych (do tego 4 z licencją doradcy inwestycyjnego oraz 3 z certyfikatem CFA)

# 29

lat – tyle wynosi najdłuższa współpraca z klientem

# 18

ponad mld zł - suma aktywów, którymi zarządzamy

# 1

miliard zł – suma aktywów zarządzanych w ramach usługi indywidualnego doradztwa inwestycyjnego



**Albert Jurkowski**  
dyrektor regionu północnego bankowości prywatnej mBanku

*„Na Zachodzie, w dojrzałych gospodarkach, gdzie private banking istnieje od wielu lat, to wealth management stanowi podstawę oferty dla klientów zamożnych. Nie złote karty ani concierge są jej filarami, tylko dostęp do ekspertów z obszaru zarządzania. Takie możliwości dajemy właśnie w naszej, mBankowej bankowości prywatnej. Klienci po światowe standardy nie muszą wyjeżdżać do Londynu czy Zurichu”*



**Artur Chomicz**  
doradca bankowości  
prywatnej mBanku

*Nie interesuje nas wierzchołek góry lodowej, patrzymy na to, co jest pod powierzchnią. Chcemy poznać sytuację i biznes klienta od podszewki, nie pytamy „co”, tylko „dlaczego”. Jesteśmy dla naszych klientów trochę jak lekarz pierwszego kontaktu, który przeprowadza szczegółowy wywiad, musi znać szeroki kontekst by następnie wspólnie z dedykowanymi specjalistami opracować dalsze kroki.*

światowe standardy nie muszą wyjeżdżać do Londynu czy Zurichu.

**Artur Chomicz:** Nasze początki sięgają BRE Banku, który jako jeden z pierwszych w Polsce oferował tego typu usługi. Przez lata rozbudowywaliśmy ofertę kładąc nacisk na zaufanie, empatię, elastyczne podejście. Dzisiaj nie mamy kompleksów na tle naszych starszych, zagranicznych kolegów. Wyróżniamy się nie tylko globalnym i kompleksowym podejściem do zarządzania majątkiem, ale też nowoczesnymi technologiami, które pozwalają klientom bezpiecznie i zdalnie korzystać z naszych rozwiązań. W tym zakresie jesteśmy wręcz awangardą światowego private banking. Czemu potwierdzeniem mogą być liczne nagrody, które dostajemy. W marcu 2024 roku w Londynie odebraliśmy nagrodę dla najlepszej bankowości prywatnej w Polsce oraz za najlepsze zarządzanie portfelami. Przyznało je międzynarodowe grono ekspertów. Wcześniej każdego roku otrzymywaliśmy szereg wyróżnień, w tym w konkursie organizowanym przez brytyjski The Banker i magazyn Professional Wealth Management wydawany przez grupę Financial Times.

**Dla kogo jest bankowość prywatna? Kto dziś jest jej klientem?**

**Albert Jurkowski:** Bankowość prywatna to oferta dla zamożnych osób, które posiadają przynajmniej milion złotych w aktywach. W Polsce tymi osobami są zazwyczaj przedsiębiorcy. Są to klienci, którzy w ostatnich 30 latach budowali swoje firmy oraz majątki, i które mają bezpośredni wpływ na transformację jakiejś doświadczyliśmy. Około 10 proc. stanowią tzw. profesjonaliści, czyli kadra menedżerska, a około 5–10 proc. spadkobiercy dużych majątków. W krajach takich jak Szwajcaria czy Wielka Brytania te proporcje są odwrotne – około 80 proc. to klienci, którzy otrzymali swój majątek w spadku, a przedsiębiorcy stanowią tylko 10 proc. Tam bankowość prywatna i klasa najzamożniejszych obywateli funkcjonują od pokoleń. W Polsce dopiero dochodzimy do tego etapu – etapu zmiany pokoleniowej.

**Artur Chomicz:** W ostatnich latach wśród nowych klientów średnia wieku wynosiła około 40 lat. To znacznie poniżej średniej rynkowej, która jest na poziomie 50–60 lat. Dlatego w private banking coraz istotniejsze stają się dwa tematy – szeroko rozumiana sukcesja i otwarcie na nowe technologie.



Fot. Karol Kacperski



**Paweł Miziński**  
doradca bankowości  
prywatnej mBanku

*Gdybym miał jednym słowem opisać co jest podstawą private banking – to jest to zaufanie. Takie, które działa w dwie strony. Jest to szczególnie ważne, gdy pojawiają się trudniejsze momenty, zawirowania na rynku bądź zmiany dotyczące sytuacji geopolitycznej. Klienci muszą mieć do nas zaufanie, by nie ulegać emocjom, móc znaleźć wsparcie w naszym doświadczeniu i eksperckiej wiedzy.*



Fot. Karol Kasperski

cją, móc znaleźć wsparcie w naszym doświadczeniu i eksperckiej wiedzy. W ramach bankowości prywatnej w mBanku zarządzamy aktywami o wartości ponad 18 miliardów złotych, a w ramach usługi indywidualnego doradztwa inwestycyjnego jest to 1 miliard złotych. Musimy bardzo dobrze znać sytuację klienta, jego podejście, oczekiwania, jednocześnie będąc transparentnymi, by oferować dobre i bezpieczne rozwiązania.

**Artur Chomicz:** W mBanku stosujemy podejście holistyczne. Mówiąc prościej całości nie da się sprowadzić do sumy. Dlatego zależy nam by poznać szerszy kontekst, odkryć co kryje się głębiej. Nie interesuje nas wierzchołek góry lodowej, patrzymy na to, co jest pod powierzchnią. Chcemy poznać sytuację i biznes klienta od podszewki, nie pytamy „co”, tylko „dlaczego”. Jesteśmy dla naszych klientów trochę jak lekarz pierwszego kontaktu, który przeprowadza szczegółowy wywiad, musi znać szeroki kontekst by następnie wspólnie z dedykowanymi specjalistami opracować dalsze kroki.

**Paweł Miziński:** Ten pierwszy bywa trudny. Niektórzy klienci mierzą się z tym, że ich dzieci, osoby mające odziedziczyć majątek nie zawsze chcą przejmować rodzinne biznesy. Czasem potrzebują pomocy w znalezieniu celu dla nowo pozyskanych środków. Wspieramy ich w tym procesie. Oferujemy im między innymi rozwiązania prawne, inwestycyjne, usługi psychologów biznesu czy też doradztwo w zakresie form funkcjonowania majątku, myślę tu o polisach sukcesyjnych czy fundacji rodzinnej.

**Albert Jurkowski:** A ten drugi od czasu pandemii zagościł u nas na stałe i korzysta z niego coraz więcej osób. Odcięcie od „realnego” świata podczas lockdownu wymusiło zainteresowanie środowiskiem zdalnym. Przed pandemią podchodziliśmy do transformacji cyfrowej ostrożnie, szanowaliśmy preferencje klientów i to, że trudno im zrezygnować z formuły papierowej i osobistych spotkań. Jeszcze 4 lata temu zaledwie 10 proc. z nich korzystało z aplikacji mobilnej mBanku. Dziś sytuacja wyglą-

da zupełnie inaczej. Wielu klientów bankowości prywatnej nie wyobraża sobie świata bez aplikacji bankowej, spotkań z doradcą online, które umożliwiają im stały kontakt z nim, niezależnie od tego, w jakim miejscu na świecie się znajdują. To kluczowe, bo wychodzimy z założenia, że technologia jest dla ludzi, nie zamiast ludzi. Bezpośredni kontakt z drugim człowiekiem nadal w tym segmencie usług jest niezbędny, zwłaszcza gdy dzieją się zawirowania na rynku.

**Czego oczekują osoby, które korzystają z bankowości prywatnej? Co jest ważne w budowaniu relacji z nimi?**

**Paweł Miziński:** Gdybym miał jednym słowem opisać co jest podstawą private banking – to jest to zaufanie. Takie, które działa w dwie strony. Jest to szczególnie ważne, gdy pojawiają się trudniejsze momenty, zawirowania na rynku bądź zmiany dotyczące sytuacji geopolitycznej. Klienci muszą mieć do nas zaufanie, by nie ulegać emo-

## Aleksandra Żukowska dyrektor departamentu bankowości prywatnej mBanku

„Coraz większą część naszych klientów stanowią młode osoby, poniżej 40 roku życia. To są ludzie, którzy bardzo dokładnie oceniają, czy ich relacja z bankiem jest wartościowa. Jeżeli bank proponuje np. kiepskie rozwiązania technologiczne, to jest przez młodsze pokolenie źle postrzegany. To jest wręcz element dyskwalifikujący. Myślą: „bank jest dobry, doradca też, ale aplikacja nie jest – a więc to się nie uda”. W mBanku widzimy tu swoją przewagę. Naszą rolą jest dostarczać bezpieczne i wygodne rozwiązania technologiczne oraz wsparcie, gdy one nie wystarczają. Taki jest fundament nowego pozycjonowania mBanku, którego claimem jest „Technologia do usług”. To jest także hasło naszego private banking. Technologia to także wsparcie dla doradców. Im mniej jest wypełniania papierów, tym więcej czasu, żeby się przygotować do spotkania.





ECR Sopot wizualizacja

# ROZWÓJ. TO KRĘCI MNIENIE NAJBARDZIEJ

Autor: Michał Stankiewicz



**Zawsze myślałam o miejscu dla kobiet z holistycznym podejściem do ich zdrowia. Nie tylko z profilaktyką, opieką ginekologiczną, położniczą, z towarzyszącymi im specjalizacjami, nie tylko leczącą niepłodność, ale z porodówką oraz innymi elementami wspierającymi. Poza ciałem ważna jest też dusza, więc to wszystko ze wsparciem medycyny naturalnej i psychologią. Po 24 latach działalności i zbierania doświadczeń takie kompletne miejsce właśnie tworzę – mówi Dorota Białobrzaska – Łukaszuk, założycielka i prezes Grupy Invicta.**

**M** Michał Stankiewicz: Dla większości ludzi leczenie niepłodności sprowadza się do in vitro, a to jest dużo większy proces?

**Dorota Białobrzaska – Łukaszuk:** Tak, in vitro jest tylko jednym z rozwiązań. Leczenie zaburzeń płodności to proces, który wymaga kompleksowego podejścia. Przede wszystkim ważne jest zdiagnozowanie przyczyny problemów z zajściem w ciążę. Przyczyn zaburzeń płodności może być wiele, a ich podłoże może być różne, dlatego zaczynamy od badań i szczegółowej diagnostyki. Dopiero na podstawie szczegółowej analizy wyników badań i wywiadu lekarskiego dobieramy najlepszą ścieżkę leczenia dla pary. Czasem wystarczą proste rozwiązania – monitoring cyklu, stymulacja owulacji, zmiana stylu życia. A czasem na podstawie diagnostyki i ustalonej przyczyny, wiemy, że in vitro będzie najskuteczniejszym rozwiązaniem. Wszystko zależy od przyczyny problemu, procedura in vitro nie jest jedynym rozwiązaniem.

**W Polsce pierwsza procedura miała miejsce w 1987 roku, ale na większą skalę zaczęło się dopiero coś dzieć w latach 90. I to głównie na uczelniach medycznych, bo prywatny biznes w tej dziedzinie dopiero ruszał. Tutaj jesteście jednym z pionierów.**

Myślę, że tak, bo starania o uruchomienie własnej firmy medycznej rozpoczęłam już w 1998 roku. Urodziłam wtedy drugie dziecko i organizowałam różne rzeczy związane z otwarciem kliniki. Od początku naszego działania chodziło o leczenie niepłodności, ale też o szeroko rozumiane zdrowie kobiety. I leczenie niepłodności jako tą końcówkę – rozwiązanie na najtrudniejsze problemy, na zaspokojenie tej najważniejszej potrzeby, jaką mamy, czyli posiadania dzieci. Natomiast cała otoczka wynikała też trochę z mojego egoizmu – tak to nazywam, bo chciałam, żeby kobieta, która ma już dzieci, idąc do lekarza mogła wygodnie załatwić w jednym miejscu różne sprawy. My, kobiety pracujące, a ja zawsze też taką byłam, nie mamy czasu. Więc jak już



”

**„Marzy mi się miejsce, w którym będą świadczone usługi porodowe w oparciu o Narodowy Fundusz Zdrowia, natomiast z usługami towarzyszącymi tak, jak to jest w Japonii.**

**Gdy byłam tam, to zauroczył mnie system opieki nad momentem rodzenia dziecka, gdzie kobieta po porodzie i jej rodzina wiedzą, że mogą zostać przez dwa tygodnie w miejscu, w którym mają warunki domowe.”**

załatwiamy sprawy związane ze swoimi problemami, to chcemy to zrobić szybko. To była taka idea, na kanwie której powstała Invicta – by gromadzić usługi medyczne dla kobiet, w tym in vitro.

**Gdzie dokładnie narodziła się Invicta?**

Wypatrzyłam zabytkowy budynek po policji przy dworcu w Gdańsku na ulicy Podwale Grodzkie. Trzeba było przejść mękę, żeby go uruchomić, pamiętam „zabawy” z konserwatorem. Do dziś wspominam ten budynek z sentymentem, długo go wynajmowaliśmy i długo walczyłam o to, by go kupić. Wtedy właścicielem było PKP, które jednak nie chciało go sprzedać. Był rok 2000, to było dla nas całe serce i początek tego wszystkiego.

**A kolejny etap?**

Kiedy zobaczyliśmy, że mamy coraz więcej pacjentów siedzących na zabytkowych schodach, gdyż nie było dla nich już wystarczająco miejsca w środku, pod gabinetami, uznaliśmy, że trzeba coś z tym zrobić. I tak następnym etapem było umieszczenie Invicty, oprócz Podwala, w centrum handlowym Madison. I znowu z egoistycznych pobudek, bo oprócz tego, że mieliśmy



ECR Invicta Sopot budynek b1

## GRUPA INVICTA

Jedna z najstarszych i największych w Polsce klinik zajmujących się leczeniem niepłodności z wykorzystaniem metody in vitro. Pierwsza siedziba mieściła się przy ulicy Podwale Grodzkie w Gdańsku, kolejna w Galerii Handlowej Madison. Dziś przy ulicy Polnej w Sopocie powstaje nowatorskie Europejskie Centrum Rodziny. Jedną z nowości będzie sala porodowa (pierwsza w Sopocie od ponad 50 lat). Grupa posiada też swoje placówki w Warszawie, Wrocławiu, Bydgoszczy, Słupsku i Gdyni, a w jej skład poza klinikami wchodzi także laboratoria medyczne, własny bank płodności, centrum badawczo-rozwojowe. Zatrudnia ponad 500 osób. Dzięki pomocy ekspertów Invicta w ciągu 24 lat jej istnienia na świat przyszło 25 tysięcy dzieci.



Klinika INVICTA Wrocław

dać tam kobietom dostęp do lekarzy, to na miejscu był plac zabaw dla dzieci z opiekunkami i możliwość załatwienia innych spraw. To był duży skok. Pamiętam, że wiele osób się dziwiło, że decyduję się na coś takiego. Miałam też trudności ze zdobyciem kredytu na zakup pomieszczeń od dewelopera w centrum handlowym. Teraz takie przestrzenie się wynajmuje, ale w 2004 roku były inne zasady i trzeba było szukać finansowania.

**Kiedy przeprowadziliście pierwszą procedurę in vitro?**

W 2000 roku. Mój mąż jest ginekologiem i niepłodność pojawiła się naturalnie w obszarze jego zainteresowań. Poznaliśmy się na studiach i pamiętam, jak się zastanawiał, co ma ze swoim życiem dalej zrobić. Myślał o patomorfologii.

**Rzadka specjalizacja.**

Tak i sama mu ją odradzałam, bo znając medycynę, tego sobie nie wyobrażałam. Podawałam mu za przykład jego ojca, który był ginekologiem. Mój mąż zawsze był naukowcem mniej chętnym na kontakt z pacjentem, za to preferującym pracę w laboratoriach, poszukiwanie rozwiązań. Tłumaczyłam mu, że ginekologia jest właśnie taką dziedziną, w której można łączyć wiele różnych rzeczy. I tak pojawiła się niepłodność. Pierwsze in vitro przeprowadzono w Białymstoku, potem zaczęło się rozwijać w War-

szawie, ale u nas jeszcze go nie było. Mąż pracował w szpitalu przy ul. Klinicznej i tam zaczynał to robić, ale jako młody lekarz spotykał się z różnymi problemami, miał trudności nawet z dostępem do gabinetu z USG. Dlatego postanowiliśmy zrobić to po swojemu. I to połączenie naukowego podejścia mojego męża do medycyny oraz mojej smykałki biznesowej dało efekty.

**Czyli pani jest mózgiem, a mąż sercem. Albo odwrotnie. O ile mogą tak medycznie to określić.**

Nie wiem, czy trzeba tak to definiować, bo wchodzimy w schematy. Moim zdaniem warto myśleć o faktycznym partnerstwie. Myślę, że tutaj nastąpiło połączenie talentów. Fajnie, jak to można zrobić w małżeństwie, ale równie dobrze to mogłoby być partnerstwo biznesowe, w którym mamy jakieś talenty, ale i deficyty, a dzięki temu możemy się uzupełniać.

**W partnerstwie także konieczne są decyzje, jaki macie podział?**

Mąż decyduje w kwestiach medycznych, a ja biznesowych. Mój ojciec uczył mnie podejścia do biznesu, byłam jego powiernikiem, takim absolutnym. Moja mama polonistka widziała mnie bardziej jako dziennikarza, a ojciec kierował mnie w bardziej konkretne obszary. Indoktrynował mnie prawie od dziecka medycyną, a jednocześnie wciągał w biz-

nesowe kwestie. Wiedziałam wszystko, co się u niego dzieje w firmie. Mama nie chciała tego słuchać, więc zostałam ja. Stąd moja smykałka do biznesu.

**Wróćmy do 2004 roku i tych dwóch lokalizacji. Kiedy nastąpił kolejny krok milowy?**

W międzyczasie kupiliśmy działkę w Sopocie, o którym zawsze myślałam, jako o takim optymalnym miejscu na stworzenie kliniki dla kobiet z holistycznym podejściem do ich zdrowia. Nie tylko profilaktyka, opieka ginekologiczna, położnicza z towarzyszącymi im specjalizacjami, nie tylko niepłodność, ale i poródówka oraz inne elementy wspierające. Zawsze uważałam, że poza ciałem ważna jest też dusza, więc to wszystko powinno być zawsze ze wsparciem medycyny naturalnej, psychologią. Tak więc kupiliśmy działkę z zamiarem stworzenia takiego miejsca, ale mieszkańcy nam to utrudniali. Kiedyś nawet powiedziałam to prezydentowi Jackowi Karnowskiemu, że przez to, a może dzięki temu zdecydowaliśmy się otworzyć klinikę w Warszawie. Stwierdziłam, że nie ma co czekać, aż tutaj coś się wydarzy, aż otrzymamy wsparcie, tak więc następnym etapem było uruchomienie kliniki w centrum Warszawy.

**I kolejne.**

Potem pojawiły się kolejne punkty jak Wrocław uruchomiony w ciągu pół roku, gdy pojawił się program rządowy. Dzisiaj jesteśmy tam już w innym miejscu – nie wynajmujemy lokalu, ale mamy naszą piękną klinikę. Kolejne miejsca otworzyły się w Gdyni, Bydgoszczy, Słupsku.

**No i znów wróciście do Sopotu. Tym razem na inną działkę, prawie, że po sąsiedzku do tej pierwszej.**

Już kupując pierwszą działkę w Sopocie, wiedziałam, że jest tutaj takie miejsce przeznaczone zawsze w planie miejscowym na obiekty ochrony zdrowia. Lata temu chodziłam tutaj z dziećmi i marzyłam o tym miejscu, wizualizowałam siebie w nim, wierzyłam, że kiedyś przyjdzie taki moment. Towarzyszyłam tej działce przez lata, gdy były tu organizowane przetargi. Straciłam już nadzieję, aż okazało się, że nie doszło do podpisania umowy z nabywcą. Jakby to na nas czekało. Wystartowaliśmy w kolejnym przetargu na tę działkę, podczas którego należało przedstawić koncepcję na to miejsce. Konkurowaliśmy z firmą, która chciała tu zrobić dom opieki dla osób starszych. Pomyślałam wtedy, że Sopot coraz częściej kojarzy się z osobami coraz starszymi, że brakuje tu innego ducha i trzeba tu przyciągnąć ludzi młodych, którzy będą chcieli tutaj rodzić dzieci. Mieć Sopot jako miejsce urodzenia to całkiem fajne i do tego teraz dążymy.

**Odczarujecie Sopot, który od dawna nie ma porodówki?**

Oczywiście. To jest takie domknięcie całej tej drogi starań o dzieci, macierzyństwa. Nawet przy takiej, a nie innej demografii, pomimo spadku liczby porodów, wierzę, że takie miejsce się obroni, szczególnie jeśli będzie to nie żaden dom porodowy, ale profesjonalna klinika. Marzy mi się miejsce, w którym będą świadczone usługi porodowe w oparciu o Narodowy Fundusz Zdrowia, natomiast z usługami towarzyszą-

*„Mąż decyduje w kwestiach medycznych, a ja biznesowych. Mój ojciec uczył mnie podejścia do biznesu, byłam jego powiernikiem, takim absolutnym. Moja mama polonistka widziała mnie bardziej jako dziennikarza, a ojciec kierował mnie w bardziej konkretne obszary. Indoktrynował mnie prawie od dziecka medycyną, a jednocześnie wciągał w biznesowe kwestie. Wiedziałam wszystko, co się u niego dzieje w firmie.*”



ECP Sopot budynek B1

cymi tak, jak to jest w Japonii. Gdy byłam tam, to zauroczył mnie system opieki nad momentem rodzenia dziecka, gdzie kobieta po porodzie i jej rodzina wiedzą, że mogą zostać przez dwa tygodnie w miejscu, w którym mają warunki domowe. A wiemy, że te pierwsze dni po powrocie do domu, to są często trudne momenty, gdy zwołuje się cała rodzina, gdy trzeba sobie poradzić z różnymi problemami poporodowymi, z laktacją i tak dalej. Marzy mi się, żeby i u nas można było zostać w domowych, ale jednak medycznych pomieszczeniach i wyjść bardziej przygotowanym do normalnego życia.

**Na jakim jesteście etapie budowy?**

Mieliśmy kilka koncepcji ze względu na określone warunki - 25% zabudowy i nie więcej niż 4 kondygnacje. Wygrała koncepcja z pięcioma połączonymi ze sobą budynkami tak, aby pacjent korzystając z różnych usług nie musiał wychodzić na zewnątrz. Zastosowaliśmy łączniki powietrzne i podziemne. Cztery z pięciu budynków już stoją. W pierwszym z nich znajduje się administracja oraz dwa piętra laboratorium. Jesteśmy w nim już 3 lata, przenosiliśmy się tutaj z całym laboratorium podczas weekendu w czasach covidowych. Samo tak szybkie przeniesienie to była poważna logistyka. Robiliśmy wówczas testy dla całej Polski. Sama uczestniczyłam w rozdzielaniu materiału przywożonego do nas o różnych porach przez wojska terytorialne. Pamiętam jak rano po pracy można było pójść nad morze na wschód słońca.

**Dorota Białobrzeska – Łukaszuk**

Założycielka i prezes zarządu Grupy Invicta. Z wykształcenia lekarz medycyny oraz certyfikowany coach i mentor Normann Bennet Group. Od ponad 24 lat wraz z mężem buduje i konsekwentnie rozwija markę Invicta, pod którą, oprócz działań leczniczych kryją się też sukcesy naukowe.



Mamy laboratoria analityczne i genetyczne, bo to jest też obszar, w którym Invicta bardzo mocno się rozwija. Genetyka to ważna dziedzina medycyny, jest tu olbrzymi postęp, a my robimy badania wysokoprzepustowe oparte na sekwencjonowaniu następnej generacji, czyli NGS.

#### Jaki będzie dalszy krok?

Teraz idziemy holistycznie, chodzi o uzupełnienie leczenia medycyną konwencjonalną. W pierwszym etapie, tj. od 1 lipca, mamy plan otwarcia dwóch obiektów. W jednym z nich znajduje się część pobytowa czy uzdrowskowa - bo tak to trzeba nazwać - przeznaczona na dłuższe pobyty. W drugim budynku jest coś, co ja nazywam, endokrynologiczno-metaboliczną strefą regeneracji medycyny. Nie chodzi tu o rehabilitację, a o słuzenie wszystkim tym osobom, które się starają o dzieci. Wiemy przecież, że różne rzeczy na nas działają, także sposób, w jaki myślimy, jak reagujemy na stres. Często problemy są czynnościowe, gdy sam fakt przyścia do kliniki leczenia niepłodności odblokowuje tych ludzi i okazuje się, że mogą zająć w ciążę naturalnie. Nie zawsze in vitro jest absolutnie niezbędne. Istnieją przypadki, gdy okazuje się ono niezbędne, jednak, zanim to nastąpi, można pomyśleć o innych sposobach.

#### Rozmawiamy o kobietach, ale problem niepłodności to także w równym stopniu problem mężczyzn. Czy to także będzie miejsce dla nich?

Tak. Mówimy, że cykl odnawiania zdolności reprodukcyjnych u mężczyzn jest co trzy miesiące, więc można na to też oddziaływać. Istota to uczyć ludzi zdrowego sposobu funkcjonowania, gdzie znaczenie ma sposób żywienia, umiejętność radzenia sobie ze stresem, którego się nie pozbedziemy, ale z którym możemy nauczyć się funkcjonować. Joga, muzykoterapia, naturopatia, akupunktura, komora hiperbaryczna, kriokomora to wszystko ma wspierać płodność. I nie tylko płodność, bo my istniejemy po to, by ludzie mogli mieć dzieci i żyli dłużej w zdrowiu. Chcemy żyć długo, ale nie marnie, warto więc zadbać o to wcześniej. Trzeba przestać myśleć o dietach keto i różnych innych dziwnych modach, które się pojawiają, tylko racjonalnie do tego podejść z zapleczem medycznym. Postawić na aktywność fizyczną, sen, dietę, relacje - to ma znaczenie na całość naszego funkcjonowania.

#### A seks?

Absolutnie. I to też będzie takie miejsce, w którym zdrowie seksualne jest dla nas bardzo ważne, a to słowo tabu.

#### W 2024 roku? Michalina Wisłocka wydała swoją książkę

*Chciałam, żeby kobieta, która ma już dzieci, idąc do lekarza mogła wygodnie załatwić w jednym miejscu różne sprawy. My, kobiety pracujące, a ja zawsze też taką byłam, nie mamy czasu. Więc jak już załatwiamy sprawy związane ze swoimi problemami, to chcemy to zrobić szybko. To była taka idea, na kanwie której powstała Invicta - by zgromadzić usługi medyczne dla kobiet, w tym in vitro*

#### „Sztuka Kochania” w latach 70. Nawet w hitowej komedii z lat 80. „Sztuka kochania” seksuolog, dr Pasikonik wskazuje seks i miłość jako panaceum na wszelkie zaburzenia. Mamy regres?

Gdy dobieraliśmy urządzenia - bo, oprócz różnych metod medycyny integracyjnej, holistycznej, będziemy się nimi posługiwać - testowali je nasi cudowni pracownicy i ich partnerzy. Większość pracowników Invicty to kobiety, więc one testowały i na sobie, i na partnerach. Wybraliśmy jedynie te, które działały od pierwszego razu, uwzględniając właściwości wpływania na funkcje seksualne. Dzisiaj nie mówi się o zdrowiu seksualnym kobiet po porodzie, gdzie naprawdę jest mnóstwo różnych problemów, z którymi one zostają same. Mają rodzić dzieci, a jak są pozszywane, bywa różnie. Później pojawiają się różne problemy, więc chcemy się nimi zająć.

#### Mamy więc wielki plan, to jeszcze ustalmy kalendarium. Kiedy to wszystko ruszy?

Teraz, 1 lipca część związana z płodnością, długowiecznością i medycyną holistyczną. Natomiast budynek medyczny, w którym będzie in vitro, kolejne laboratoria i sale operacyjne, czyli taki przeznaczony na działalność strictly medyczną, zostanie otwarty w 2026 roku.

#### A ten ostatni, piąty budynek z porodówką?

Pierwotnie zakładałam, że jak ruszymy z częścią planowego działania zabiegowego i jak się to wszystko poukłada, to ruszymy z budową porodówki. Teraz jednak jesteśmy w trakcie analizy ekonomicznej, by może jednak tę

porodówkę uruchomić wcześniej, właśnie w tym budynku medycznym.

#### Wróć jeszcze do in vitro, które kiedyś było dofinansowane przez państwo, a po dojściu do władzy przez PiS program został wstrzymany. Za to z pomocą przyszły samorządy. W Trójmieście - Gdańsk i Sopot. Ta pomoc była odczuwalna?

Zawsze startujemy w konkursach ogłaszanych przez kolejne samorządy. Obecnie realizujemy niemal dwadzieścia takich programów. Dofinansowanie wynosi od 6 do 10 tysięcy w zależności od samorządu. Widzimy, że ta pomoc jest dla par odczuwalna, dzięki tym programom rodzą się dzieci.

#### Jaki jest koszt całej procedury?

Od 12 do 15 tysięcy, czyli dofinansowanie samorządów pokrywa prawie 80%. To naprawdę dużo. Liczy się każda złotówka. Taka ciekawostka - Województwo Mazowiec-



ECR Invicta Sopot

kie i Warszawa. W pierwszym było dofinansowanie 5 tysięcy, a w drugim 6. I ten tysiąc złotych zrobił różnicę. Ludzie startowali w programie mazowieckim, a nie warszawskim. A gdy Wrocław podniósł u siebie kwotę do 10 tysięcy to zrobiła się kolejka. Oczywiście jest część osób, dla których nie ma to znaczenia, niemniej takie dofinansowanie u wielu może mieć wpływ na podjęcie decyzji.

#### Gdańsk podał, że w 2023 roku dzięki programowi urodziło się 118 dzieci, a od początku programu aż 776.

Tak, to super sprawa, prawda?

#### Zdecydowanie tak. Od 1 czerwca ma wrócić dofinansowanie in vitro przez państwo. Będzie jeszcze więcej chętnych?

Mamy system zapisywania osób na kolejkę i widzimy, ile z nich zapisuje się już na ten program rządowy.

#### Czy jest ryzyko, że teraz pojawi się „dziura” i przez oczekiwanie na program rządowy będzie mniej chętnych?

Nie mamy aż takiego problemu. Zawsze słyneliśmy z tego, że jesteśmy kliniką, która rozwiązuje najtrudniejsze przypadki. Mamy sporo pacjentów, którzy przeszli przez różne kliniki i do nas trafiają z trudny-

mi kwestiami. Prowadzimy też diagnostykę preimplantacyjną, czyli badania zarodka przed podaniem do macicy, co w przypadku chorób genetycznych ma znaczenie. Mamy więc inną grupę pacjentów - takich, którzy wszystko by oddali, aby mieć upragnione dziecko. To są takie osoby, dla których kwestie finansowe są drugorzędne. Natomiast widzimy wzmożony ruch pacjentów, których zapisujemy na kolejkę. Tutaj jednak jeszcze nic nie wiadomo.

#### Nie ma jeszcze ustalonych kwot ani procedur?

Nie. Teoretycznie słyszymy, że to ma być przedstawione minister zdrowia do akceptacji do końca marca. By program ruszył od czerwca, powinno się w kwietniu ogłosić konkursy dla klinik. Nie wiadomo, jaki będzie zakres tego finansowania. Czekamy.

#### Na koniec zapytam, z czego pani ma największą satysfakcję?

Nie ma takiej firmy, która ma działać bez zysku, bo to jest cel biznesu. Natomiast istotą rzeczy w Invicie było to, że my cały zysk przeznaczamy na rozwój. Gdy pytają się mnie, ile mam jachtów, to zgodnie z prawdą odpowiadam, że żadnego. Nie mam nawet w domu wszystkich abażurów, bo dla mnie to nie było aż tak istotne jak tworzenie Invicty. Tutaj ciągle inwestujemy w rozwój. I to jest to coś, co kręci mnie najbardziej.

# BAŃKI ZADOWOLENIA

## O AKTYWNOŚCI TRÓJMIEJSKICH PREZYDENTÓW NA FACEBOOKU

Autorka: Aleksandra Tatarczuk



Sytuacja na social mediach prezydentów polskich miast nie wygląda dobrze. To znaczy, na pierwszy rzut oka wygląda fantastycznie. Pełna jest zdjęć czy, filmów, na których zobaczymy uśmiechniętego prezydenta czy prezydentkę kibicującego lokalnym drużynom sportowym, głaszczących szczeniaczki, ochoczo jeżdżących komunikacją miejską czy wręczających przechodniom pączki. Jednak, gdy zagłębimy się w publikacje przekonamy się, że dominują tam treści "miękkie" jak kultura, sport, sprawy społeczne, bądź przegląd miejskich inwestycji. Jednak próżno szukać aktywności zachęcających do dialogu, budowania wspólnoty, czy po prostu pytania mieszkańców o ich opinie. Jedyną przestrzenią na dyskusje zdaje się być sekcja komentarzy, ale i tam na próżno szukać odpowiedzi udzielonych bezpośrednio przez włodarzy. Jak na tle Polski wypadają prezydenci z Trójmiasta? Sprawdzamy!

W roku 2023 obserwowaliśmy rosnące znaczenie mediów społecznościowych w komunikacji politycznej. Stały się one platformą do dzielenia się osobistymi przemyśleniami, ale przede wszystkim - istotnym narzędziem dla polityków w kształtowaniu opinii publicznej i budowaniu swojej bazy wyborczej. Jednak ogólnopolska analiza kont samorządowców przeprowadzona przez Fundację Rozwoju Demokracji Lokalnej (FRDL) w tym samym roku wykazała, że publikowane treści pozostawiają wiele do życzenia. Większości social mediów prezydentów są bańkami skupiającymi politycznych zwolenników, gdzie ci prowadzą wyborcze kampanie. Nie informują, nie budują dialogu ani wspólnoty. Pomijają trudne tematy, wzbudzające społeczne emocje i skupiają się na kreowaniu siebie jako świetnego włodarza. Prezydenci nie zadają obserwatorom pytań o opinie na temat

swoich działań, inwestycji czy problemów. Za to chętnie proszą o dzielenie się "miłymi doświadczeniami" jak liczbą zjedzonych pączków, czy aktywnościami realizowanymi w mieście.

Według analizy Instytutu Badań Internetu i Mediów Społecznościowych z 2023 roku czy wspomnianego raportu FRDL najpopularniejszą platformą dla polityków wciąż jest Facebook. Ten wybór nie dziwi, gdyż w Polsce jest to wciąż najchętniej wykorzystywane medium skupiające najbardziej przekrojową grupę mieszkańców i od lat notujący stały przyrost użytkowników. Dlatego właśnie tę platformę wybraliśmy do naszej analizy i przyglądamy się, czy publikowane przez nich treści odpowiadają rekomendacjom dla kont przedstawicieli publicznych.

## RANKING NAJPOPULARNIEJSZYCH PREZYDENTÓW MIAST

sporządzony przez Instytut Badań Internetu i Mediów Społecznościowych w 2023 roku

Analiza objęła 450 profili burmistrzów, prezydentów miast i zamieszczonych w nich publikacji w 2023 roku na Facebooku, od stycznia do grudnia 2023 roku. Reakcje na posty uwzględniają sumę wszystkich rodzajów, również tych negatywnych.



**1. Prezydent Warszawy - Rafał Trzaskowski,**  
759 000 fanów, 2,5 posta na dzień,  
1 600 000 reakcji na posty, 387 000 komentarzy

**2. Prezydent Wrocławia - Jacek Sutryk,**  
174 000 fanów, 5,8 posta na dzień,  
826 000 reakcji na posty, 100 000 komentarzy

**3. Prezydentka Gdańska - Aleksandra Dulciewicz,**  
148 000 fanów, 3,4 posta na dzień,  
734 000 reakcji na posty, 75 000 komentarzy

**4. Prezydentka Łodzi - Hanna Zdanowska,**  
76 000 fanów, 3,3 posta na dzień,  
312 000 reakcji na posty, 46 000 komentarzy

**5. Prezydent Poznania - Jacek Jaśkowiak,**  
76 000 fanów, 1,1 posta na dzień,  
242 000 reakcji na posty, 37 000 komentarzy

**6. Prezydent Szczecina - Piotr Krzystek,**  
46 000 fanów, 1,1 posta na dzień,  
125 000 reakcji na posty, 17 000 komentarzy

**7. Prezydent Lublina - Krzysztof Żuk,**  
27 000 fanów, 1,7 posta na dzień,  
87 000 reakcji na posty, 7 900 komentarzy

**8. Prezydent Opola - Arkadiusz Wiśniewski,**  
27 000 fanów, 2,6 posta na dzień,  
188 000 reakcji na posty, 34 000 komentarzy

**9. Prezydent Krakowa - Jacek Majchrowski,**  
27 000 fanów, 2,1 posta na dzień,  
112 000 reakcji na posty, 13 000 komentarzy

**10. Prezydent Torunia - Michał Zaleski,**  
26 000 fanów, 2,1 posta na dzień,  
52 000 reakcji na posty, 9 200 komentarzy

# ALEKSANDRA DULKIEWICZ

## GDAŃSK

Zacznijmy od prezydentki, która od 2022 zajmuje czołowe miejsce w rankingach polskich prezydentów. W 2024 roku doszła do pułapu 150 000 osób obserwujących i opublikowała około 350 postów, co daje jej około 3,7 publikacji dziennie. Jest wynik nieznacznie wyższy od średniej z całego 2023 roku (3,4 posta dziennie). Na jej profilu znajdziemy dość szeroki przekrój poruszanych tematów. W personalny sposób odnosi się do pracowników urzędu. Wspomina ich urodziny, wymienia zdobyte przez nich nagrody, ogłasza, gdy przechodzą na emeryturę, smuci się, gdy umierają. Samych jednak sprawozdań z działań urzędu brakuje. Wspominała o uczestnictwie w obradach młodzieżowej rady miasta, ale odniesień do samej rady miasta jest mało. W innych postach chwali gdańskie inwestycje i rewitalizacje, jak remont szkoły, budowę nowego Centrum Aktywności Lokalnej, czy rozbudowę portu lotniczego. Bardzo chętnie komentuje obchody różnych dni i świąt, które są dla niej często okazją do przywołania oferty miejskich instytucji (jak w Dniu Choroego). Przeważnie jednak służą tylko do zadawania niezobowiązujących pytań odbiorcom w stylu czy pamiętali złożyć życzenia babci i dziadkowi. Jednocześnie Aleksandra Dulkiwicz jest inkluzywna i wspomina święta ważne dla różnych kultur jak rozpoczęcie Ramadanu. Ze względu na analizowany okres na kanale prezydentki znalazło się bardzo dużo postów dotyczących organizacji 32. finału WOŚP. Dulkiwicz częściej mówiła o założeniu własnej skarbonki i przekazaniu upieczonego przez nią ciasta na aukcje, niż o miejskim programie imprezy. Publikuje również informacje o usługach miejskich, o projektach organizowanych przez gdańskie instytucje, zachęca do skorzystania z nich, jak i do udziału w miejskich konkursach. Informowała m.in. o głosowaniu na budżet obywatelki. Prezydentka dzieli się również świętowaniem momentów z życia zwykłych mieszkańców. Składa im życzenia na setne urodziny, wręcza medale na złote gody, ze smutkiem dzieli się informacją o śmierci znanych gdańszczan czy z radością o narodzinach. Tak samo chwali sukcesy mieszkańców Gdańska, gdy osiągają sukcesy i zdobywają nagrody. Chętnie uczestniczy w miejskich wydarzeniach jako dowody publikując fotograficzne relacje ze spotkań z uczniami w szkole, wzięciu udziału w studniówce, czy ze spotkań z organizacjami pozarządowymi. Dostrzega również sytuacje wyjątkowe w mieście jak: pożary budynków i składa wyrazy współczucia pogorzelcom, czy nagradza motorniczego tramwaju za bohaterską postawę i uratowanie życia pasażerki. Tematy drażliwe takie jak jakość dróg w mieście, pojawiają się rzadko.

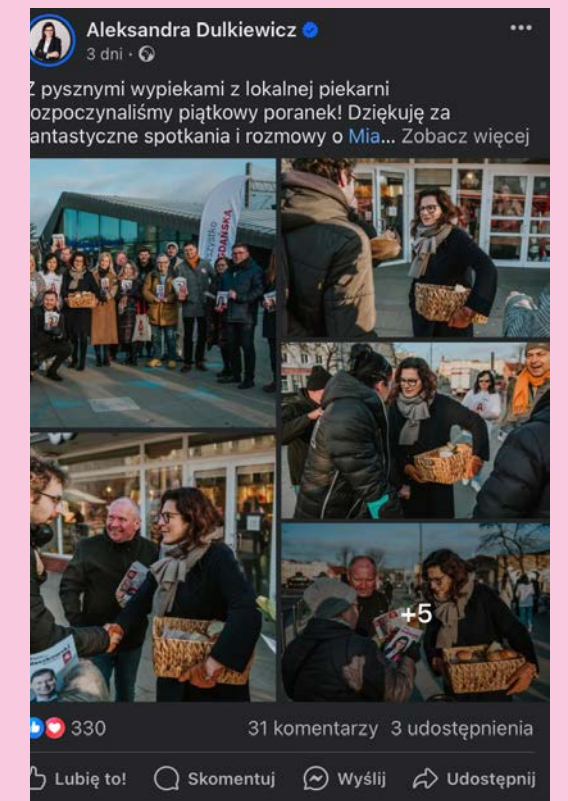
Tematy strictly polityczne również goszczą na kanale Aleksandry Dulkiwicz, jak te związane z Ruchem Samorządowych jakiego jest członkiem. Składa życzenia innym politykom np. Trzaskowskiemu, komentuje działania swojego

komitetu w związku z wyborami, informuje o spotkaniu Paktu dla Trójmiasta. W okresie od stycznia do połowy lutego 2024 postów strictly związanych z kampanią było mało, pojawiały się raz w tygodniu. Jednak po tym okresie zaczęły ich obecność zwiększyła się, a już w marcu jest to minimum 1 post dziennie. Dulkiwicz pokazuje się w czasie rozdawania ulotek w mieście, podczas wiecy wyborczych czy na spotkaniach z wyborcami. Natomiast mało znajdziemy na jej profilu prywatnych tematów. Sporadycznie poinformuje obserwujących o wyjeździe na urlop, o upieczeniu ciasta przekazanego na licytację WOŚP, czy też pochwali się złożonymi życzeniami urodzinowymi.

Całość przekazu buduje spójny i profesjonalny wizerunek bardzo ludzkiej polityczki, empatyzującej ze swoimi pracownikami i mieszkańcami. Nie traktuje miasta jako całości, ale jako zbioru ludzi, zgodnie ze swoim hasłem wyborczym "Gdańsk dla wszystkich". Wizerunek polityczki znajduje się niemal na każdym opublikowanym materiale. Autorami zdjęć są przeważnie fotografowie związani z portalem gdansk.pl, których autorstwo jest skrupulatnie odnotowywana w treści postów. Rzadziej są to plakaty czy grafiki związane z opisywanymi wydarzeniami.

Publikowane przez Dulkiwicz na profilu treści mają zdecydowanie pozytywny sentyment i spotykają się z dużych odzewem obserwujących. Średnio pod jednym postem uzyskuje 892 reakcje i dominują te pozytywne jak lajki, czy serca. Najwięcej reakcji uzyskują posty neutralne jak te o życzeniach dla babć i dziadków (4400 reakcji), zdjęcie z urlopu (3300 reakcji), o spotkaniu z Jurkiem Owsakiem (3400). Zgoła inaczej jest, gdy pojawiają się tematy bardziej problematyczne jak remonty dróg. Tam można odnaleźć sporo reakcji typu śmiech czy złość. Ze święcą również szukać komentarzy pani prezydent pod jej publikacjami. Choć średnio pod jedną publikacją dodawane jest 61 komentarzy, Dulkiwicz nie bierze udziału w dyskusji. Szybciej zrobi to administrator portalu Gdansk.pl lub innego profilu oznaczonego przy danej publikacji. Stąd wysuwa się wniosek, że obserwujący prezydentkę są zdecydowanie jej poplecznikami, niekoniecznie mieszkańcami Gdańska (co wynika z treści ich komentarzy). Aleksandra Dulkiwicz rzadko może więc spotkać się z krytyką i nie jest wywoływana do konfrontacji z trudnymi tematami.

Według informacji przekazanych przez Urząd Miasta Gdańska konto Aleksandry Dulkiwicz prowadzone jest przez nią samą ze wsparciem osób z referatu prasowego. Osoby te zostały wybrane w ramach naboru na stanowisko urzędnicze. Natomiast według przekazanych informacji miasto nie ponosi innych kosztów związanych z jego pro-



wadzeniem. W portalu Meta nie zostały opublikowane żadne płatne reklamy powiązane z kontem prezydentki. Natomiast Gdańsk ponosi koszty związane z profilem miasta. Prowadzenie kanałów miejskich zostało zlecone zewnętrznej agencji, a jej wynagrodzenie całkowite z tytułu świadczonych usług wynosi 42 100,00 zł netto. Podana kwota zawiera również budżet na kampanie reklamowe. I rzeczywiście na portalu Facebook możemy znaleźć reklamy powiązane z kontem Gdansk.pl, ale nie nawiązują one

bezpośrednio Dulkiwicz. Prezydentka korzysta za to często z materiałów fotograficznych oznaczonych jako pochodzących z portalu Gdansk.pl. Portal ten jest obsługiwany przez Gdańskie Centrum Multimedialne. Spółka prowadzi własną działalność i budżet, a Urząd Miejski w Gdańsku nie jest dysponentem informacji publicznej o jego wielkości. Obecnie konto Aleksandry Dulkiwicz emituje reklamy wyborcze finansowane przez Koalicyjny Komitet Wyborczy Koalicja Obywatelska.



# MAGDALENA CZARZYŃSKA-JACHIM

## SOPOT

Nową osobą w prezydenckim gronie jest pełniącą obowiązki prezydentki Sopotu Magda Czarzyńska-Jachim, która przejęła stanowisko po Jacku Karnowskim po tym jak w październiku 2023 uzyskała mandat poselski. To stosunkowo świeże konto, bo założone 12 marca 2020 jako "Magdalena Czarzyńska-Jachim - wiceprezydent Sopotu". 19 października 2023 profil zmienił nazwę na "Magdalena Czarzyńska-Jachim - SOPOT" i aktualnie Facebook określa to konto jako "Twórca zyskujący popularność". I trudno się dziwić, bo choć liczba obserwujących w porównaniu z topowymi polskimi prezydentkami jest niewielka (7 100 fanów) to aktywność samej prezydentki i jej obserwujących robi wrażenie.

Czarzyńska-Jachim średnio publikuje 4,3 posta dziennie, choć potrafi wrzucić nawet 17 postów w ciągu 2 dni! Średnio otrzymuje 109 reakcji pod jednym postem i są one zdecydowanie pozytywne. Również komentarze, których średnio zyskuje 7,7 pod jedną publikacją. Na tym polu Czarzyńska-Jachim jest zdecydowanie bardziej aktywna od Dulkiwicz. Komentuje wpisy odbiorców, odpowiada na ich pytania, a nawet odsyła do konkretnej osoby/miejsca, gdy jest potrzeba. W dyskusji widać duży sentyment wobec prezydentki oraz pokładanych w nią nadziei w związku z wyborami. Może być to spowodowane dość nagłą zmianą na tym stanowisku i wysokimi oczekiwaniami mieszkańców po odejściu ze stanowiska Jacka Karnowskiego.

Wśród treści publikowanych profilu znajduje się bardzo dużo relacji z wydarzeń organizowanych w mieście. Prezydentka bierze udział w wernisażach w PGS'cie, kibicuje Sopotowi Trefl, ogląda turnieje na hipodromie, czy w Ergo Arenie, a nawet robi zakupy na lokalnych garażówkach. Bardzo wiele postów dotyczy informacji o tym co się dzieje w mieście. Są to zapowiedzi zajęć dla dzieci, koncertów, występów i spotkań z uznanymi artystami. Poza nimi są to również relacje z uroczystości lokalnych i państwowych, a także ze spotkań z innymi politykami czy samorządowcami. Przeważnie pojawiają się w kontekście spraw miejskich, ale zdarza się, że są znakiem poparcia dla jej kandydatury w wyborach na prezydenta miasta. Na koncie regularnie pojawiają się zapowiedzi relacji wideo w rodzaju briefingu prasowego, w czasie których Czarzyńska-Jachim informuje o statusie miejskich inwestycji, remontach w Sopocie, o nowych benefitach związanych z Kartą Sopotianina. Aktualności z życia miasta publikuje też jako zwykłe posty - informuje o podpisaniu budżetu, dofinansowaniu straży pożarnej, sporadycznie, o sesji rady miasta, czy o wyjściu nowego biuletynu miejskiego. Nie brakuje też "miękkich tematów" jak gratulacje dla sopocian za ich sukcesy sportowe, czy nominacje do nagród (jak Fryderyki). Czasami publikuje "ładne zdjęcia Sopotu" jej autorstwa lub obserwatorów (co oznacza

w treści). Sporadycznie (choć częściej niż u Dulkiwicz) publikuje też prywatne materiały jak zdjęcie z niedzielnej jazdy na koniu, spaceru z psem, czytanie książki, czy zimowej wspinaczki po górach.

Profil jest też pełen postów wyborczych. W ostatnim miesiącu stanowiły one około 18% wszystkich publikacji (24 posty). Zachęca ludzi do wsparcia jej kampanii, powieszania baneru promocyjnego. Publikuje relacje z wieszania plakatów na mieście, rozdawania ulotek, spotkania z osobami z komitetu, czy z mieszkańcami. Pod tymi publikacjami przeważnie jest około 20-30 komentarzy, głównie pozytywnych. Z ich treści bije spory entuzjazm i poklask dla działań prezydentki.

Na profilu nie pojawiają się za to tematy budzące kontrowersje. Nawet gdy post dotyczy uciążliwego remontu i zbiera więcej komentarzy, to tylko pojedyncze są krytyczne, a i tak neutralizują je głosy sympatyków. Choć profil zdaje się skupia głównie jej popleczników, to może być wartościowy dla każdego mieszkańca. Prezydentka publikuje dużo informacji istotnych z perspektywy jego obywateli. Obecna prezydentka sprawia wrażenie, że wie co dzieje się w jej mieście, zwłaszcza w sprawach społeczno-kulturowych. Jest aktywna, bierze udział w wydarzeniach i sama je poleca. Śledząc jej kanał naprawdę można mieć pojęcie o tym co dzieje się w mieście. Jednocześnie niemal wszystkie publikowane materiały zawierają wizerunek Czarzyńskiej-Jachim. Niezależnie czy publikuje informacje o uchwaleniu budżetu, czy linkuje do spotkania z Krystyną Jandą, prezydentka zawsze jest w centrum tego spotu i to ona jest przekazicielką tej informacji. Cały czas podkreśla swoją obecność w niemal wszystkich publikowanych działaniach. Rzadko zaś pojawiają się informacje o autorach zdjęcia, chyba że zostały one przekazane przez instytucje, które organizowały wydarzenie.

W kwestii kosztów jakie ponosi miasto Sopot w związku z prowadzeniem mediów społecznościowych, podobnie jak w przypadku Aleksandry Dulkiwicz, miasto zadeklarowało, że nie ponosi żadnych kosztów związanych z prowadzeniem profilu Magdaleny Czarzyńskiej-Jachim. Natomiast na prowadzenie social mediów miasta Sopotu – FB, Instagram, Tik Tok, Youtube Gmina Miasta Sopotu przeznaczyła 157 tys. złotych, zaś w 2022 roku odpowiednio 112.464,00 zł brutto. Materiały na konta miasta Sopotu przygotowuje wykonawca wybrany w przetargu, przy wsparciu merytorycznym pracowników Biura Promocji i Komunikacji Społecznej. Urzędnicy zaangażowani w zadania, wykonują je w ramach szerokiego zakresu obowiązków i nie byli wybierani w tym konkretnym celu. Miasto zaprzeczyło również, by ponosiło jakiegokolwiek związane z prowadzeniem konta poprzedniego prezydenta - Jacka Karnowskiego.

# WOJCIECH SZCZUREK

## GDYNIA

Profil Wojciecha Szczurka jest z kolei bardzo interesującym przypadkiem. Choć konto istnieje od 17 lutego 2010 roku, to do stycznia 2024 funkcjonowało pod nazwą "KochamGdynie.pl". Gdy wejdziemy w podany w nazwie adres znajdziemy się na stronie komitetu wyborczego Wojciecha Szczurka - Samorządność. Pomimo tego wizerunkowego manewru już wtedy konto można było łatwo powiązać z prezydentem - publikowane treści dotyczyły stricte jego działalności. 5 stycznia 2024 nastąpiła zmiana nazwy strony poprzedzona publikacją rolki - montażu video - na którym narrator zadawał pytania mieszkańcom w ramach sondy ulicznej, czy chcieliby mieć kontakt z prezydentem na social mediach, móc zadawać mu pytania, czy dyskutować. Po kilkunastu potwierdzających pytanie odpowiedziach film zakończył się, a niedługo po tym na zdjęciu profilowym pojawił się wizerunek prezydenta, a profil zyskał nazwę "Wojciech Szczurek - prezydent Gdyni". Do marca 2024 profil obserwowano 18 000 użytkowników, a od 5 stycznia prezydent publikuje średnio 1,7 posta dziennie (przed tą datą średnia wynosiła 0,5). Trudno więc nie powiązać tego działania z wyborami samorządowymi. Przed zmianą strategii posty na profilu zyskiwały średnio 169 reakcji, zaś od 5 stycznia - 235. Choć liczbowo, publikacje prezydenta zyskują mniej komentarzy niż Aleksandry Dulkiwicz (Dulkiwicz 61, Szczurek 9) to patrząc na sporą dysproporcję w zasięgach (150 000 i 18 000 obserwujących) oraz intensywność dyskusji, można uznać, że są to najbardziej dyskutowane posty w Trójmieście.

Treści publikowane na profilu należałoby podzielić na te sprzed zmiany nazwy profilu i te po zmianie. Przed 5 stycznia publikacje pojawiają się średnio co drugi dzień i dotyczyły głównie wydarzeń miejskich jak organizacji Wigilii dla ubogich, otwarcia miejskiego lodowiska, relacji z wydarzeń sportowych czy sporadycznych odniesień do innych samorządowców. Tymczasem te publikowane po zmianie nazwy skupiają się na pokazywaniu prezydenta jako bardzo aktywnego wóldarza, biorącego czynny udział w miejskich wydarzeniach, spotykającego się z mieszkańcami i wypowiadającego się w mediach. Wśród publikacji znajdują się też te dotyczące "zwykłych mieszkańców" jak wręczanie medali za długoletnie pożycie małżeńskie, informacja o śmierci znanego gdynianina czy urodzinach innej osobistości. Widzimy Szczurka uczestniczącego w wydarzeniach sportowych - prezydent pokazuje się jako wierny kibic Arki Gdynia. Przekazuje informacje o miejskich instytucjach, o powołaniu nowej dyrektorki Urzędu Morskiego, o przywróceniu linii autobusowych, czy o nowych zakupach w spółkach miejskich (np. autobusu wodorowego).

Relacjonuje obchody świąt lokalnych i państwowych jak złożenie kwiatów pod pomnikiem żołnierzy AK, czy celebrowanie 25 rocznicy przystąpienia Polski do NATO, spotkania z urzędnikami, odwiedzin w gdyńskich szkołach i przedszkolach. W lutym Gdynia obchodziła 98-lecie nadania praw miejskich, więc automatycznie wiele publikacji dotyczyło obchodów tej rocznicy.

Prezydent zwraca się bezpośrednio do mieszkańców składając im życzenia na Dzień Kobiet, gratulując zwycięstw - sportowych czy zdobycia dofinansowania od Ministerstwa Kultury. Sporadycznie publikowane są zaproszenia do składania ofert w miejskich przetargach czy konkursach grantowych. Za to często pojawiają się treści promujące aktywności sportowe w mieście - tutaj zdecydowanie uwidacznia się prywatna preferencja prezydenta. Sporo publikacji dotyczy sportowej oferty gdyńskich organizacji. Co również przejawia się w bardziej prywatnych publikacjach, gdy widzimy Szczurka w czasie joggingu, morsowania, czy biorącego udział w zawodach biegowych. Na publikowanych materiałach przeważnie obecny jest prezydent. Autorstwo zdjęć rzadko jest oznaczane, chyba że fotografie pochodzą ze źródeł miejskich (jak portal gdynia.pl czy gdy-niasport.pl) bądź są przekazane przez inne organizacje czy obserwujących. Wśród publikowanych fotografii jest sporo selfie - najwięcej w porównaniu z opisywanymi profilami.

Prezydent jest również aktywny politycznie jak prezydentki z Trójmiasta. Publikuje informacje o spotkaniach z samorządowcami (np. z Dulkiwicz, czy Trzaskowski) oraz z posłami. Relacjonuje wiece wyborcze organizowane przez Komitet Samorządności, czy prezentuje kandydatów na Radnych Miasta z ramienia Komitetu.

Co ciekawe, pomimo stricte politycznej decyzji o zmianie nazwy konta, konto Wojciecha Szczurka zdaje się być najbardziej włączające, pod kątem profilu obserwujących. Może jest to spowodowane tym, że wcześniej nosił nazwę "Kocham Gdynię" przez co skupiał osoby, którym jest bliski los miasta, a nie samego prezydenta. I właśnie przez to sekcja komentarzy pełna jest ożywionej dyskusji, a nie wypowiedzi klakierów przyklaskujących działaniu prezydenta. Tym bardziej szkoda, że prezydent nie uczestniczy w tych dyskusjach. Mając tak różnorodny wielogłos, mógłby zbudować na swoim kanale przestrzeń do dyskusji. Tymczasem oddaje sekcję komentarzy bez walki, nie odpisując w ogóle. Przez ten brak aktywności konto zdaje się być wizerunkową wydumską, w którą za bardzo nie wierzą obserwujący. Jeśli interpretowalibyśmy komentarze pod postami



jako sondaż nastrojów przedwyborczych to patrząc na konta Dulkiwicz czy Czarzyńskiej-Jachim moglibyśmy prognozować im zwycięstwo wyborcze. Tymczasem nastroje w tej sekcji na koncie prezydenta Gdyni nie sugerowałyby jego reelekcji.

Konto prezydenta prowadzone jest przez jego Komitet Wyborczy i według informacji podanych przez Rzecznika Prasowego, a miasto nie ponosi żadnych kosztów z nim

związanych (choć prezydent bardzo często udostępnia zdjęcia oznaczone znakiem wodnym "gdynia.pl"). Pomimo kilkakrotnego kontaktu z przedstawicielem Komitetu Samorządność nie uzyskaliśmy informacji o nakładach finansowych ponoszonych na profil prezydenta. Według informacji z portalu Meta, od 13 marca na platformie wyświetlane są przynajmniej 4 reklamy związane z kontem prezydenta. Ich treści odnoszą się do zrealizowanych inwestycji i obietnic wyborczych komitetu Samorządność Wojciecha Szczurka.



### ALEKSANDRA DULKIEWICZ

**GDAŃSK** 150 000 obserwujących  
 Średnia dzienna ilość publikacji: **3,7**  
 Średnia ilość reakcji pod postem: **829**  
 Średnia ilość komentarzy pod postem: **61**  
 Średnia ilość udostępnień posta: **24,7**



### MAGDALENA CZARZYŃSKA-JACHIM

**SOPOT** 7 100 obserwujących  
 Średnia dzienna ilość publikacji: **4,45**  
 Średnia ilość reakcji pod postem: **109**  
 Średnia ilość komentarzy pod postem: **7,7**  
 Średnia ilość udostępnień posta: **4,63**



### WOJCIECH SZCZUREK

**GDYNIA** 18 000 obserwujących  
 Średnia dzienna ilość publikacji: **1,7**  
 Średnia ilość reakcji pod postem: **169**  
 Średnia ilość komentarzy pod postem: **9**  
 Średnia ilość udostępnień posta: **1,17**

#### SMACZNEJ KAWUSI!

Trójmiejscy prezydenci wypadają całkiem dobrze na tle włodarzy polskich miast, bo choć ich profile są wykorzystywane głównie do promocji własnego wizerunku, to mimo wszystko mogą być źródłem informacji o wydarzeniach miejskich. To co jest wspólne dla wszystkich kont to duma z zarządzanego miasta. Wszyscy prezydenci dają znać swoim mieszkańcom, że "mieszkają w najlepszym mieście na świecie". I jest to budujące i może być dzienną dawką optymizmu w kontrze z negatywnymi wiadomościami dominującymi w internecie. Jednak dojmujące jest zaniedbywanie dialogu z mieszkańcami.

Poza Magdaleną Czarzyńską-Jachim nikt nie podejmuje z nimi rozmowy. Prowadzi to do sytuacji, gdzie prezydenckie profile stają się "bańkami zadowolenia" pełne gratulacji i życzeń miłego dnia. Jedynie obserwatorzy konta KochamGdynie.pl zdają się być bardziej zróżnicowaną publicznością, reprezentującą miejski wielogłos. Gdyby prezydent wykorzystał tę przewagę do debaty, mógłby stworzyć wartościową przestrzeń do rozmów o mieście. Tymczasem, kampania wyborcza trwa, więc prezydenci raczej nie zaskoczą zmianą obranych strategii i będą kontynuowali tę jakże miłą, ale jednowymiarową komunikację. "Miłego dzionka i smacznej kawusi" jak życzą im obserwatorzy w komentarzach.

Dane na podstawie, których analizowane były konta prezentów, pochodzą z profili na portalu Facebook, z okresu listopada 2023 - marca 2024.

Materiały wykorzystane w tekście:

<https://www.portalsamorzadowy.pl/komunikacja-spoeczna/nie-buduja-zaufania-i-dialogu-bo-wola-samych-swoich-samorzadowe-social-media-pod-lupa,478563.html>

Ranking najpopularniejszych samorządowców. Raport statystyczny

Styczeń – grudzień 2023 r, Instytut Badań Internetu i Mediów Społecznościowych



Stabilny kurs  
 w morzu  
 informacji



[www.prestiztrojmiasto.pl](http://www.prestiztrojmiasto.pl)  
[www.issuu.com/prestiz](http://www.issuu.com/prestiz)





## **MAGDALENA CZARZYŃSKA – JACHIM**

PREZYDENT MIASTA SOPOT

# **SZUKAMY SWOJEGO MIEJSCA**

**Nie mamy przemysłu, ale mamy wyjątkowy potencjał, który stanowi o sile Sopotu. Jednym ze składowych tego potencjału są ludzie kultury. Inwestowanie w twórców, instytucje kultury, z drugiej strony w wybitne wydarzenia jest działaniem prospołecznym, ale także gospodarczym, bo służy mieszkańcom i generuje ruch turystyczny. Jest to więc racjonalne działanie ekonomiczne. Mamy wyjątkowe miejsca, które możemy jeszcze lepiej wykorzystać, bazując na potencjale, który został już zbudowany, rozwijając go, a czasami moderując – mówi Magdalena Czarzyńska – Jachim, Prezydent Miasta Sopot w rozmowie z Michałem Stankiewiczem o gospodarczej kondycji Sopotu.**



Fot. Michał Wesolek

### Michał Stankiewicz: W jakim miejscu jest dzisiaj Sopot?

**Magdalena Czarzyńska – Jachim:** Jesteśmy bardzo dobrze przygotowani do pozyskania środków zewnętrznych, w tym środków z KPO, musimy jednak pamiętać, że samorządy są w trudnej sytuacji po rządach PiS. Na stole leży dużo pieniędzy, ale żeby móc z nich skorzystać, trzeba mieć więcej wkładu własnego. Część z tych instrumentów, szczególnie KPO, decyzją poprzedniego rządu ma charakter pożyczki. W Sopocie mamy bardzo niskie zadłużenie, ale zaplanowaliśmy w budżecie duży deficyt w wysokości 100 mln zł, po to, by przeznaczyć go na wkład własny konieczny do pozyskania środków na inwestycje.

### Zasady można zmienić.

Dlatego jako samorządy chcemy uczestniczyć w renegecji KPO – przesunięcia środków z części pożyczkowej na dotacyjną, szczególnie jeżeli chodzi o zielony ład, tematy związane z klimatem, kulturą, zdrowiem i ekologią. Czas na skonsumowanie środków z KPO jest dramatycznie krótki. Powinny być więc renegecje, które umożliwią sfinansowanie ze środków KPO rzeczy, które zostały już wykonane, jak np. w Sopocie termomodernizacja. Obawiamy się też, że rynek zareaguje na boom inwestycyjny podniesieniem cen, bo wszyscy będą się ścigać na terminy. One będą tutaj kluczowe. Więc z jednej strony cieszymy się, że na stole pojawia się realne wsparcie dla samorządów, ale z drugiej cały czas postulujemy, by wzmacniać sytuację finansową samorządów, by mogły efektywnie skorzystać z tych środków.

O tym rozmawiam na spotkaniach z rządem razem z innymi samorządowcami.

**KPO jest bardzo ważnym narzędziem, ale niezależnie od tego, ile możemy mieć z KPO, ile z podatków i innych źródeł, to każda gmina ma określony budżet, którym zarządza. I może robić to dobrze albo źle. W Sopocie dużo miejsca zajmuje kultura, jej udział w budżecie jest dwukrotnie większy niż w Gdańsku i Gdyni, 6% wobec 3% w tych miastach. Z czego wynika tak duży udział?**

Nie mamy przemysłu, ale mamy potencjał, który stanowi o sile miasta. Jednym ze składowych tego potencjału, jak mówiłam jest kultura. Inwestowanie w twórców, instytucje kultury, w wydarzenia jest także działaniem gospodarczym, bo generuje ruch turystyczny. Jest to więc racjonalne działanie ekonomiczne. Mamy natomiast takie miejsca, które możemy jeszcze lepiej wykorzystać, bazując na potencjale, który został już zbudowany, rozwijając go, a czasami moderując. Cieszy mnie np. renesans muzyki klasycznej. Dlatego budżetujemy koncert muzyki z filmu „Chłopi” w Operze Leśnej, mamy dwa duże wspaniałe festiwale muzyki klasycznej jak Sopot Classic i Baltic Opera Festival, festiwal operowy. Wraca już w czerwcu Festiwal Dwa Teatry. To działania promocyjne, turystyczne, a co najważniejsze, budujące tożsamość miasta.

**Kultura i turystyka to dzisiaj główny profil gospodarczy Sopotu?**

Kolejną ważną nogą jest noga uzdrowska, tutaj jesteśmy

jednak na początku budowy własnej infrastruktury. Mamy tą zaletę, że możemy mieć gości, nie tylko turystów. W nomenklaturze turysta to osoba, która musi nocować przynajmniej jedną noc. Tymczasem potencjał Sopotu budują też goście, którzy przyjadą tutaj spędzić dzień, wieczór, uczestniczyć w wydarzeniu lub skorzystać z oferty uzdrowskiej. Nie muszą nocować. To mieszkańcy Trójmiasta, Pomorza, Polski. W tego typu rozmowach nie lubię dychotomii, czy coś jest dla mieszkańców, czy też dla gości i turystów. Dla wszystkich. Jeżeli nie byłoby takiego szerokiego spektrum nie mielibyśmy Ergo Areny, bo kto w 30 - tysięcznym mieście chodziłby na wydarzenia, których jest tak dużo. I to jest potencjał Sopotu. Stanowimy pewien hub kultury i wolnego czasu dla całego regionu.

**Ale to Gdańsk jest dzisiaj „petardą”, i to już w skali europejskiej. Ilościowo, jeżeli chodzi o odwiedzających, ale i jakościowo – mam na myśli ich portfel, czyli siłę nabywczą. Jak tutaj wypada Sopot? Opinie są różne, część gastronomii alarmuje, że sporo klientów przejął Gdańsk.**

Niedawno, w piątek chciałam iść z synem do restauracji. I dopiero w ostatni dzień udało się nam znaleźć wolny stolik, więc chyba nie jest tak źle. To wszystko jest procesem, który składa się z wielu klocków. Wyjęcie jednego klocka powoduje, że będziemy w tym samym miejscu za jakiś czas. Wszyscy płaczą po turystach skandynawskich, którzy co prawda zaczynają wracać, ale pamiętam, ile było protestów, że są głośni, że alkohol, że chcą dyskotek. No więc nie chcieliśmy dyskotek. Tymczasem nie można zabrać czegoś co jest atrakcyjne dla danego turysty, a potem narzekać, że nie przyjeżdża. Trzeba świadomie podejmować decyzje. Pandemia była takim momentem zatrzymania. Wszyscy zobaczyli pusty Sopot i pojawiły się myśli, że może to jednak nie jest dobry kierunek. Mam też wrażenie, że zmieniły się dyskoteki. Już nie ma takich miejsc, gdzie tysiąc osób się bawi.

### W Gdańsku są.

A w Sopocie nie, bo tego chcieli mieszkańcy. Pojawi się więc pytanie, czy dalej tego chcemy czy nie. Na pewno jesteśmy na etapie redefinicji oferty miejskiej i szukania swojego miejsca. Gastronomia też musi się zrewidować, że jednak nie tylko podczas sezonu, ale i po nim musi zrobić coś dobrego. Zarządzanie miastem, które jest tak różnorodnym bytem to sztuka kompromisu, ale i też podejmowania decyzji. I pewnej konsekwencji, jeżeli w jakimś dialogu na coś się zdecydujemy. Myślę, że pewne rzeczy w Sopocie udały się, dzięki trochę zero - jedynkowemu systemowi, np. nie zgadzamy się na koncerty i głośną muzykę na plaży.

### Bez muzyki gastronomia jednak traci.

W sezonie plażowym nie. Na plaży jest sporo lokali, jak każdy gra inną muzykę to odpoczynek na plaży robi się koszmarem. To wymaga kompromisu i znalezienia rozwiązań, które nie wyleją dziecka z kąpielą.

### Jest szansa na przywrócenie muzyki na plaży w Sopocie?

Sopot posiada status uzdrowska i zawsze należy o tym pamiętać. To nie tylko zaszczyt, ale i określone zobowiązania. Nie planujemy zmian w tym zakresie. Mamy przecież Operę Leśną, klimatyczną scenę LASY. Jestem otwarta na dialog, ale na pewno nie będzie tak, że do tej pory nic nie było, a teraz wszystko będzie wolno. Nie takie są oczekiwania mieszkańców. Sama nie wiem, czy chciałabym spędzić dzień na plaży, jakby mi z jednej strony grało reggae, z drugiej rock, a z trzeciej coś innego.

### Wg GUS w Sopocie ludzie w wieku nieprodukcyjnym jest

88 na 100, a w Gdańsku 66. To oznacza, że Sopot ma najwięcej ludzi niepracujących, głównie emerytów. Ich oczekiwania mogą być więc inne niż branż żyjących z turystów.

Ale to właśnie oni są najbardziej otwarci na turystykę. Bo komu ona przeszkadza? Osobom 40+, które kiedyś bawiły się w Sopocie, kupiły tutaj mieszkanie za ciężkie pieniądze i teraz chcą mieć spokój. Ta grupa mieszkańców najbardziej chce, żeby czegoś nie robić albo robić tylko dla nich. Wbrew pozorom seniorzy, co widać po wydarzeniach, chcą mieć potańcówki z muzyką.

**Tym bardziej nie rozumiem tak daleko idących ograniczeń.**

Bo w pewnym momencie powstała taka kakofonia, że wypoczynek na plaży przestał być wypoczynkiem. Każda restauracja wystawiała głośniki, a przejście plażą, czy Monciakiem było koszmarem. Dźwięk, który się niesie nieustająco potrafi być nie do zniesienia, potrafi być męczący. Nie tego chcą mieszkańcy, jak już powiedziałam.

**Wspomniała pani, że miasto jest kompromisem. I ok. Jest jednak ryzyko, że zbytni balans będzie oznaczać, że po trochu zadowolili się wszystkich, a w efekcie tak naprawdę nikogo. Można wpaść w pułapkę nijakości. Jeszcze niedawno Sopot był wyrazisty, zdefiniowany, kojarzony jako kolebka imprezowa, pełna gwiazd i tętniących klubów. Nie każdemu się to podobało, bywało uciążliwe, ale to właśnie tutaj zjeżdżało się Trójmiasto. Był jakiś wyraźny profil i specjalizacja.**

Wszystko się zmienia, kiedyś były też wybory miss morskogo podkoszulka.

*Czas na skonsumowanie środków z KPO jest dramatycznie krótki. Powinny być więc renegecje, które umożliwią sfinansowanie ze środków KPO rzeczy, które zostały już wykonane, jak np. termomodernizacja w Sopocie. Obawiamy się też, że rynek zareaguje na boom inwestycyjny podniesieniem cen, bo wszyscy będą się ścigać na terminy. One będą tutaj kluczowe.*

**Tak, wszystko się zmienia, tylko czym ma być teraz Sopot? O jakiego gościa i klienta chce zabiegać?**

Wiadomo, że każde miasto chce klienta premium. Takiego, który wyda pieniądze w kulturze, rekreacji czy gastronomii, który będzie szanował miejsce, w którym jest. Każde miasto turystyczne o takiego klienta zabiega. Pamiętajmy, że kiedyś turystyka była elitarna, teraz jest masowa. Dlatego trzeba cały czas szukać. Oferta kuracyjna też jest fajnym rozwiązaniem i może być kołem zamachowym dla hoteli. Szczególnie, że nie chcemy budować sanatorium czy miejsca, gdzie mieszkają kuracjusze, ale raczej centrum rehabilitacyjne, z którego mogą korzystać też goście hotelowi.

**O ile lato jest raczej pewniakiem dla biznesu to gorzej z jesienią i zimą. Sopot staje się ciemny, a wielu przedsiębiorców walczy o przetrwanie. Tendencja jest taka, że spora część gastronomii zamyka się po sezonie. Niektórzy już nie wracają. Sopot będzie miastem sezonowym?**

Zdecydowanie całorocznym. Mówiąc o gościach z Gdańska,



Trójmiasta czy Pomorza, miałam na myśli ich rolę właśnie poza sezonem. Mówiąc o rehabilitacji, czy też wydarzeniach biznesowych, kongresach też mówimy o wzmocnieniu pozasezonowości. Mamy PGS, Ergo Arenę. Właśnie do Sopotu wraca fenomenalny festiwal Dwa Teatry. Staramy się też dofinansować wydarzenia poza sezonem, na pewno chcemy być bardziej całorocznymi. I myślę, że to też się trochę zmienia, bo widzimy, że zaczynają nas odwiedzać ludzie w ferie. Mamy dobre powietrze, więc na pewno będziemy zabiegać, żeby ci goście byli cały rok.

**Dla mnie pewnym symbolem jest ulica Podjazd, główna dojazdowa do Monciaka. Wjeżdżam nią, widzę nową nawierzchnię, obok nowy woonerf i ... pusty pawilon, gdzie do 2022 roku działało kilku małych, lokalnych przedsiębiorców. Ile razy kupił tam pan pędzel?**

**Nie kupiłem, ale bywałem w znajdujących się tam knajpach.** To były budynki substandartowe, po zburzonej w czasie wojny kamienicy. Rada miasta zdecydowała o sprzedaży pawilonu. Podam może inny przykład, np. ulicy 3 Maja, stamtąd, po remoncie, zgłaszali się przedsiębiorcy, by święto ulicy zrobić.

**Ale ja pytam o ulicę Podjazd i sytuację sprzed jej remontu. Czym kierowała się rada miasta, władze, by pozbyć się tych ludzi? Wśród nich przedsiębiorcę, który prowadził tam swój biznes nieprzerwanie 39 lat.**

Taką decyzję podjęła Rada Miasta. Zresztą czy mamy znowu nacjonalizować pewne miejsca, czy oddawać je na wolny rynek?

**Jeżeli już je sprzedajemy to może chociaż nie usuwać działalności, tylko umożliwić im działanie jak najdłużej? Teraz pawilon drugi rok stoi pusty i niszczy.**

Nie jestem przekonana, że aż tak żyła ta ulica. Ale dalej działa tam pracownia artystyczna, ostatnio rozstrzygnęliśmy przetarg na kolejną. Wygrała artystka rzeźbiarka.

**Żyła. Na pożegnaniu tych lokali był tłum mieszkańców. Może jest zbyt duży dystans pomiędzy urzędem miasta, a ludźmi?**

Z tego co wiem, wielokrotnie były prowadzone rozmowy z tym przedsiębiorcą. Wiedział, że lokal jest tymczasowy, substandartowy. Zresztą dziś prowadzi z powodzeniem restaurację na ul. Grunwaldzkiej. Miasto się współtworzy, nikt nie ma monopolu na wiedzę. Zrobmy coś razem zamiast przerzucać się. Mamy to z komuny. Nikt nie uważa, że radny to mój przedstawiciel, ale, że to władza. Mamy inne myślenie niż na Zachodzie, bo cały czas pokutuje myślenie – oni i my. I ustawiamy się do zwarcia. Dotyczy to jednej i drugiej strony. Dla mnie to jest błąd. W swoim programie wyborczym stawiam na rozmowę, wiele rzeczy mnie zainspirowało i zdziwiło. Ktoś chce ławkę w jednym miejscu, młodzież chce czegoś innego, a seniorzy jeszcze czegoś innego. Tak, ale musimy rozmawiać. Kiedy inwestor nabywa nieruchomości, zakładamy, że będzie tam realizował swój projekt tworzył dobrą przestrzeń dla biznesu czy innych usług. Ale nie zawsze



**„Jesteśmy na etapie redefinicji oferty miejskiej i szukania swojego miejsca. Gastronomia też musi się zrewidować, że jednak nie tylko podczas sezonu, ale i po nim musi zrobić coś dobrego.”**

Fot. UMS/ Anna Rezulak/ KFP

to realizuje, a my nie mamy możliwości rozliczenia wizji, bo mamy wolność gospodarczą. W związku z tym zawsze jest jakieś ryzyko. Spójrzmy na dworzec. Bardzo potrzebna inwestycja. Ja też myślałam jak wszyscy, że będzie hulał. Ale jego właściciel działa jak działa, a my nie wszystkim możemy sterować.

**Czy miasto posiada jakieś instrumenty nacisku wobec takich miejsc?**

Jest Plan Zagospodarowania Przestrzennego. Mamy unikalną w skali kraju uchwałę krajobrazową. Nie możemy i nie chcemy inaczej ingerować we własność prywatną.

**Dochodzimy do relacji pomiędzy miastem, a przedsiębiorcami. I tymi lokalnymi, i tymi, którzy tutaj tylko inwestują. Jaki macie pomysł, by wspierać, a przede wszystkim budować relacje z przedsiębiorcami?**

W moim programie wyborczym jest Rada Biznesu i Punkt Obsługi Inwestora. Co do tych lokalnych, naszą rolą jest to, żeby ich działalności miały klientów, mieszkańców czy gości. To możemy próbować robić, lepiej lub gorzej. Z tym, że Trójmiasto jest specyficzne, szczególnie Gdańsk lub Sopot. Ani w Gdańsku, ani w Sopocie w przeciwieństwie do Warszawy lub Krakowa nie było w latach powojennych takiej liczby warsztatów, małych sklepików, usług i innych punktów.

**Ale mieliśmy w Sopocie sklep z fortepianami.**

Nie było jednak takiej skali. Trudno, żeby miasto wymyślało komuś biznes. Czasami jak mówimy o czymś na poziomie ogólnym to wszyscy godzą się na consensus. Ale jak przychodzi do tego, że „to jest u mnie”, to zaczynają się schody. Wszyscy chcą więcej zieleni, mniej samochodów, ale nie dają komuś posadzić drzewo pod domem i zabrać miejsce parkingowe. To wszystko zespół naczyń połączonych. Widzę tutaj rolę miasta, które daje wysoką jakość życia mieszkańcom, daje usługi i rozszerza te usługi na miejscu. Stara się tworzyć taki klimat, by biznesy, które ktoś tutaj robi i wpisują się w ogólną strategię, miały klientów. W dużym skrócie. A czy to będzie sklep z warkoczami czy restauracja powinien decydować rynek i biznes. Miasto nie powinno prowadzić działalności. I w Sopocie to się sprawdza.

**W Sopocie jest jeszcze jeden duży problem. Wielka liczba mieszkań na wynajem, które zimą stoją puste.**

Tak, ale to wymaga rozwiązań systemowych na poziomie państwa. Nie mamy mechanizmów, rząd PiS był głuchy na te potrzeby. A patrząc na glód mieszkaniowy powinniśmy je mieć, tak by opłacał się bardziej najem długoterminowy niż krótkoterminowy. Faktycznie mamy zasób mieszkań, które przez 10 miesięcy stoją puste. I nie chodzi tylko o Sopot, ale to problem ogólnokrajowy. Z drugiej strony mamy

bardzo dużą grupę osób, młodych i nie tylko, którzy nie chcą posiadać. Oni chcą mieszkać w fajnym miejscu i są w stanie wynajmować mieszkanie przez lata. Nie dążą do własności, chcą mieć swobodę, ale chcą też mieć gwarancję, że ktoś im nagle nie podniesie czynszu o 200% lub powie: „sorry, mamy teraz przez dwa miesiące letników, więc sobie coś znajdzie”.

#### I jak to zmienicie?

Rozmawiałam już z nowym ministrem sportu i turystyki, Sławomirem Nitrasem oraz sekretarzem stanu Piotrem Borysem. Złożyłam projekt ustawy dot. najmu krótkoterminowego i mam tu zrozumienie. Rozmawialiśmy też z ekonomistami, poprosiłam o analizy i fiskalne regulacje, które, by ten najem długoterminowy preferowały. Puste okna to bolączka centrum miast, a u nas prawie cały Sopot stanowi centrum.

**Wracając do relacji z przedsiębiorcami. Oddzieliłbym tych lokalnych, drobnych od tych dużych. W Sopocie są przestrzenie i platformy wymiany myśli w dziedzinie kultury, sportu, turystyki. Czy jest jednak platforma, gdzie lokalni przedsiębiorcy mogą w sposób zorganizowany prowadzić dialog z miastem?** Myślę, że to co do tej pory robiłam chociażby w ramach stowarzyszenia Sopot Dla Ciebie już procentuje. Widzę interakcję pomiędzy ludźmi. Takim ciałem może być Rada Biznesu, którą powołałam. Nie będzie radą turystyczną, bo ta branża spotyka się w ramach Sopotkiej Organizacji Turystycznej, która cyklicznie organizuje spotkania swoich członków w ramach tzw. poranków. Do tej pory blisko 500 osób w takich spotkaniach uczestniczyło.

#### Ale to było dla członków SOT. A ci co nie chcą tam należeć lub nie pasują ze względu na branżę?

Dlatego mówię o Radzie Biznesu. Co nie zmienia faktu, że cały czas jesteśmy otwarci dla biznesu. Jak ktoś mnie pyta jak się z panią skontaktować to mówię, by napisać maila. Odbieram je osobiście.

#### Samorządy tworzą jednak różne platformy, bardziej lub mniej zinstytucjonalizowane ciała do takich relacji. Robią źle?

Nie, ale musi być chęć oddolna. Ludzie muszą chcieć ze sobą się spotykać. Mogę mnóstwo zarządzeń wydać, ale jeżeli nie będzie realnej chęci współpracy, spotkania i dyskusji, to moje działania będą nieskuteczne.

**Urząd nie musi sam wszystkiego robić, to jasne, ale powinien stawiać dobre diagnozy, a im lepszy kontakt urzędu z przedsiębiorcami tym większa szansa na podejmowanie dobrych decyzji. To samo dotyczy potencjalnych, zewnętrznych inwestorów. Prosta rzecz – przeglądam stronę www urzędu w Sopocie pod kątem kontaktu biznesowego i wyskakuje mi ... kontakt do działu podatków i egzekucji. No fajnie. Na stronach innych urzędów, a zajrzałem do porównywalnych wielkości gmin, znalazłem szybko komórki do obsługi inwestorów, nie mówiąc o centrach przedsiębiorczości. Sopot nigdy nie potrzebywał takich narzędzi?**

Myślę, że jesteśmy postrzegani jako bardzo przyjazny i otwarty urząd. Na pewno można zrobić coś lepiej, ale nie mamy



wielkich terenów inwestycyjnych. Jesteśmy miastem zamkniętym, nie mamy przedmieść i nigdy nie będziemy ich rozwijać, rozbudowywać, więc też nie szukamy nie wiadomo jakich inwestorów. Wkładamy z SOT-em bardzo dużo wysiłku w budowanie marki, bo wtedy inwestorzy chcą tutaj zaistnieć. To zawsze jest dyskusja, czy powinniśmy wystawiać się na targach, gdy mamy raptem 3 działki. Chodzi o koszt udziału w targach. Musimy brać pod uwagę skalę miasta. Oczywiście wszystko można poprawić, zrobić lepiej. I dlatego w programie mam Radę Biznesu i smartowy, skonsolidowany urząd w sensie usług dla mieszkańców, w tym dla przedsiębiorców.

**LEADERSHIP**  
SKILLS by GRAND LUBICZ

## III edycja Przywództwo W ORGANIZACJI

6-7 MAJA / KONGRES 2024



Odkryjesz **praktyczne umiejętności**, które możesz od razu wykorzystać!

Zyskasz możliwość nawiązania **strategicznych partnerstw i współpracy biznesowej**.

Zainspirujesz się do **podejmowania większych wyzwań i osiągnięcia sukcesów**.

**Zdobędziesz uznanie w firmie!**

#### JACEK WALKIEWICZ



temat **PEŁNA MOC W CZASACH ZMIAN**

#### MAREK ZUBER



temat **WYZWANIA STRATEGICZNE DLA POLSKI - CZY JESTEŚMY W STANIE IM SPROSTAĆ?**

#### PAWEŁ TKACZYK



temat **BUDOWANIE MARKI OSOBISTEJ I FIRMOWEJ**

#### PAWEŁ PILICH



temat **ŚWIADOME DECYZJE I NIEŚWIADOME MOTYWACJE W PRACY LIDERA**

#### GRZEGORZ DZWONNIK



temat **ROLA PROJEKTÓW W SPRAWNEJ REALIZACJI STRATEGII**

GRAND LUBICZ  
UZDROWISKO USTKA

**Dorota Janczukowicz**  
/ Sales, Marketing & Revenue Director

tel. +48 509 706 261

kongres@grandlubicz.pl

# RESKILLING SZANSĄ NA ROZWÓJ IT

Autorka: Marta Dworak



**Dynamicznie zmieniająca się rzeczywistość, rozwój nowych technologii i boom sztucznej inteligencji sprawiają, że poszukiwane kompetencje to elastyczność i zdolność do przystosowania się, a co za tym idzie chęć do ciągłej nauki i rozwoju. Reskilling, czyli przekwalifikowanie to sposób na zadbanie o swoją przyszłość – najlepiej w sektorze IT, którego stereotypowy obraz ulega przeobrażeniu. Dziś to już nie tylko miejsce dla wybrańców, a branża dla każdego, także dla kobiet, które stopniowo ją podbijają.**



# W

Według raportu „Reskilling – przebranżowienie oczami Polaków”, przygotowanego przez Future Collars we współpracy z Amazon, Polacy są gotowi na zmianę branży – aż 56% deklaruje chęć przekwalifikowania się i rozważyć przebranżowienie w przyszłości.

Warto podkreślić, że większość z nich jest zadowolona z obecnej pracy, a za zmianą przemawiają przede wszystkim nie w pełni zadowalające zarobki. Z drugiej strony Polacy zatrzymali się w dotychczasowych branżach, gdyż mają obawy przed ewentualnymi trudnościami, cenią sobie stabilność zatrudnienia, aspekty interpersonalne oraz elastyczność w miejscu pracy. Wygląda to na postawę zachowawczą, choć i wybiegającą myślą w przyszłość.

Postęp technologiczny i wyzwania rekrutacyjne

Nic dziwnego - rewolucja AI przekształca technologie i rynek pracy w niespotykanym dotąd tempie. Odpowiedzią jest rozwijanie kompetencji cyfrowych, bo to ono wpływa na atrakcyjność zawodową i wychodzi naprzeciw wyzwaniom rekrutacyjnym, których według raportu „Reskilling wielki reset umiejętności” (Future Collars i ICAN Institute) doświadcza aż 90% firm. Tymczasem na podstawie badań Eurostatu Polska zajmuje dopiero 27. miejsce w zakresie kompetencji cyfrowych.

Future Collars powołuje się także na dane opublikowane przez World Economic Forum, według których do 2025 roku nawet 50% pracowników na świecie będzie musiało przekwalifikować się, by sprostać nowym wymaganiom zawodowym, spowodowanym m.in. przez automatyzację i postęp technologiczny. Zdaniem innego źródła, McKinsey Polska i ich raportu „Ramię z robotem” do 2030 roku w Polsce automatyzacja może doprowadzić do utraty 7,3 miliona stanowisk. Zmiany są więc konieczne.

## LIFE LONG LEARNING

Kluczowa potrzeba to dostosowywanie umiejętności pracowników do zmian w zakresie innowacji. Organizacje mogą te kompetencje wzmacniać za pomocą reskillingu oraz upskillingu. Pozwala to zarówno na zatrzymanie w firmie obecnych liderów, jak i na pozyskiwanie nowych talentów w jej obrębie.

Reskilling to inaczej przekwalifikowanie czy też przebranżowienie, czyli proces uczenia się nowych umiejętności, aby móc wykonywać inną racę w tej samej

lub innej organizacji. Upskilling to z kolei podnoszenie już posiadanych umiejętności, aby dostosować się do wymagań nowej roli.

Obydwa te zjawiska przynoszą firmom niezaprzeczalne korzyści takie jak szybsza rekrutacja, łatwiejszy dostęp do osób z odpowiednimi kompetencjami, edukacja i możliwość rozwoju, a także większe zaangażowanie i poczucie przynależności pracowników. Dzięki takim inicjatywom ich potencjał jest w pełni wykorzystywany, a oni stają się zmotywowani do poszerzania swoich kwalifikacji zawodowych zgodnie z ideą uczenia się przez całe życie (life long learning). A to już pewna nastawiona na rozwój kultura, która obecnie wykształca się pod wpływem nieustannych zmian w nieprzewidywalnej i ewoluującej technologicznie rzeczywistości. W świecie VUCA, w erze digitalizacji i automatyzacji ciągła edukacja – formalna i nieformalna – staje się nieodłącznym elementem życia.

- Przebranżowienie nie jest jedynie reakcją na dynamiczne zmiany technologiczne, ale również szansą na rozwój kluczowych kompetencji przyszłości. W GetResponse, codziennie obserwujemy, jak nasi pracownicy – niezależnie od działu, w którym pracują – angażują się w rozwój umiejętności, takich jak zdolność do pracy w zespole, komunikacja interpersonalna, czy elastyczność poznawcza. Te kompetencje, zgodnie z Fundacją Digital University, są niezbędne w dzisiejszym świecie pracy i stanowią fundament naszych programów szkoleniowych – relacjonuje Aleksandra Bugajska, Director of Talent Development w GetResponse.

## KIERUNEK IT

Jak zauważają autorzy raportu „Reskilling – przebranżowienie oczami Polaków”, branża IT staje się jednym z pożądanych kierunków rozwoju zawodowego w Polsce, ale jej obraz jest nadal dość stereotypowy. Przede wszystkim postrzega się ją jako wymagającą wiedzy matematycznej, skierowaną bardziej do mężczyzn niż do kobiet i raczej dla osób poniżej 40. roku życia. Ponadto kojarzy się ona z dodatkowymi kompetencjami takimi jak bardzo dobra znajomość języków obcych, zarządzanie sobą w czasie, radzenie sobie ze stresem, presją i pracą w zmiennych warunkach. W konsekwencji niemal 70% Polaków uważa, że branża IT nie jest dla każdego. Z drugiej strony w przypadku 35% osób rozważania o zmianie na sektor IT znalazły już odzwierciedlenie w rzeczywistych działaniach – od wstępnego rozeznania, przez szkolenia, aż po poszukiwanie ofert pracy.



Fot. Unsplash

- W ostatniej dekadzie branża IT diametralnie się zmieniła, od ewolucji popularności różnych języków programowania, przez zmiany w zarządzaniu projektami, po rosnącą rolę sztucznej inteligencji. Ta dynamika przyciąga coraz więcej osób zainteresowanych przebranżowieniem, kusząc perspektywami atrakcyjnych wynagrodzeń, możliwościami rozwoju kariery oraz elastycznymi formami zatrudnienia – mówi Karolina Zarusińska, Head of Employer Branding w Speednet. - Przekrój branż, doświadczeń i aspiracji kandydatów aplikujących do branży IT jest ogromny. Rynek stwarza szerokie możliwości podniesienia swoich kwalifikacji w IT - od kursów, bootcampów, nauki w ramach sesji 1:1 z mentorem IT, czy też samokształcenia w oparciu o dostępne materiały w sieci. Większość firm zmieniła też podejście do rekrutacji. Nie we wszystkich ogłoszeniach widnieje już obowiązkowe kryterium „wymagane studia na kierunku informatyka lub pokrewnym”. Osoby, które stawiają wszystko na jedną kartę, priorytetyzują naukę i poznanie branży, potrafią „przyuczyć się do zawodu” nawet w kilka miesięcy, tak, aby poziom wiedzy pozwalał na rozpoczęcie kariery na stanowisku juniorskim.

Co ważne w projektach IT uczestniczą nie tylko programiści, ale i designerzy, analitycy, project managerowie czy testerzy – role więc są zróżnicowane,

wszystkie natomiast zakładają umiejętność logicznego myślenia i pewną wiedzę na temat wytwarzania oprogramowania, ale to nie jedyne liczące się kompetencje.

- W branży IT oprócz umiejętności technicznych wysoce wartościowane są również kompetencje miękkie, takie jak umiejętność pracy zespołowej, skuteczna komunikacja czy efektywne zarządzanie czasem. Kluczowa jest także znajomość języka angielskiego, umożliwiająca udział w międzynarodowych projektach – wylicza Karolina Zarusińska.

#### RESKILLING OZAMAMI KOBIET

Co ciekawe Future Collars w swoim raporcie zauważa, że kobiety bardziej niż mężczyźni (60% do 50%) wykazują gotowość rozważenia zmiany swojej ścieżki zawodowej. Jednocześnie stanowią one jedynie 15 - 17% pracowników branży IT. Wygląda na to, że kobiety częściej niż mężczyźni dostrzegają potencjalne bariery związane z przejściem do świata IT, szczególnie w obszarze wiedzy i kompetencji. Branża ta postrzegana jest przez nie jako zdominowana przez mężczyzn oraz wymagająca specjalistycznych umiejętności. Ten stereotypowy obraz przełamują firmy technologiczne, w których udział kobiet w zatrudnieniu z roku na rok jest coraz większy.

- Wzrasta liczba kobiet, które spełniają się zawodowo w branży, pokonując stereotypy i pokazując, że kompetencje nie zależą od płci. Kobiety odnoszą sukcesy w różnorodnych rolach, nie tylko tych ściśle technicznych, ale również w designie, testowaniu, analizie czy zarządzaniu projektami – podsumowuje Karolina Zarusińska. - Dzięki działaniom na rzecz większej różnorodności, takim jak programy mentoringowe i wsparcie dla kobiet w IT, branża staje się bardziej otwarta na różnorodne talenty. W Speednet, w ostatnich ośmiu latach udział kobiet w zespole wzrósł z 8% do 25%. Choć proporcja nadal nie jest równa, to zauważalna jest wzrostowa tendencja zmian.

Kobiety na pewno potrzebują wsparcia w postaci szkoleń i kursów oraz działań mających na celu zwiększenie zrozumienia specyfiki branży IT. Jednocześnie ważne są inicjatywy przełamujące stereotypy, tworzące wspierające się społeczności czy ułatwiające networking poprzez spotkania dla kobiet w IT, a w konsekwencji - zwiększające ich udział w dziedzinach technologicznych.

- W GetResponse, świadomie pracujemy nad zmianą percepcji branży IT jako domeny męskiej, promując różnorodność i równość szans. Nasze działania, takie jak warsztaty, mentoring, współpraca z partnerami ze-

wnętrznymi, czy programy rozwojowe, mają na celu nie tylko rozwijanie kompetencji technicznych, ale i miękkich, co skutecznie zachęca coraz więcej kobiet do kariery w technologii – stwierdza Aleksandra Bugajska. - Ostatnie lata przyniosły widoczny wzrost udziału kobiet w naszych pionach IT i rozwoju produktu. To efekt nie tylko działań wewnętrznych, ale i zmieniającej się świadomości społecznej. Zmniejszamy obawy przed branżą, podkreślając, że przyszłość technologii to przestrzeń otwarta dla wszystkich.

#### STRONG WOMEN IN IT

Na tym tle tym bardziej cieszą takie inicjatywy jak Strong Women in IT mająca początkowo zrzeszać w jednym miejscu kobiety z branży współtworzące świat nowych technologii, a jednocześnie mogące służyć jako pewne inspirujące wzory do naśladowania.

- Od 5 lat istnienia naszej organizacji przyświeca nam ten sam cel - zebranie w jednym miejscu i pokazanie wybitnych kobiet ze świata nowych technologii. Kobiety, które każdego dnia przekraczają swoje możliwości, tworzą lub wdrażają innowacje na światowym poziomie, zatrudniają i edukują innych. W dalszym ciągu uważam, że są one za mało widoczne. I wcale im się nie dziwię! Codzienne obowiązki, godzenie różnych

## KAROLINA ZARUSIŃSKA

Head of Employer Branding w Speednet

„Większość firm zmieniła też podejście do rekrutacji. Nie we wszystkich ogłoszeniach widnieje już obowiązkowe kryterium „wymagane studia na kierunku informatyka lub pokrewnym”. Osoby, które stawiają wszystko na jedną kartę, priorytetyzują naukę i poznanie branży, potrafią „przyuczyć się do zawodu” nawet w kilka miesięcy, tak, aby poziom wiedzy pozwalał na rozpoczęcie kariery na stanowisku juniorskim.”



ról społecznych nie jest proste, a do tego stałe dzielenie się tym, czym się zajmują zawodowo, także potrzebuje czasu – mówi Anita Kijanka, założycielka Strong Women in IT.

To z jej inicjatywy co dwa lata powstaje raport przedstawiający zarówno historie inspirujących kobiet, jak i tendencje rynkowe zaobserwowane ich oczami.

W ostatniej edycji raportu „Strong Women in IT” (2023) dominujące trendy w IT to rozwój sztucznej inteligencji i uczenia maszynowego, a zaraz po nich cyberbezpieczeństwo. Inne trendy, na które warto zwrócić uwagę, to cloud computing (chmura obliczeniowa), data management (zarządzanie danymi), internet rzeczy (IoT) oraz kolejne rozwiązania dotyczące pracy zdalnej.

Kobiety współtworzące świat nowych technologii są jednocześnie świadome zagrożeń wynikających z ich rozwoju takich jak rosnąca liczba uzależnień od technologii, FOMO (lęk przed wypadnięciem z obiegu bez internetu), przebudźcowanie, a także negatywny wpływ na zdrowie i młodzież, zagrożenie fake news czy hejt w interne-

cie. Mimo tej świadomości aż 96% z nich nie zmieniliby obranej przez siebie ścieżki kariery.

#### NIEDOBÓR TALENTÓW

Według raportu ManpowerGroup „Niedobór talentów w Polsce” (2023) – aż 72% organizacji w naszym kraju ma trudności kadrowe. To o 2% więcej niż w 2022 roku, jednak nadal mniej niż średnia globalna (77%). Problemy z zatrudnieniem dominują w firmach telekomunikacyjnych (83%), IT & technologii (75%), przemysłu i surowców (74%) oraz nauk przyrodniczych i opieki zdrowotnej (74%).

Te statystyki mogą jeszcze wzrastać wraz z dynamiką transformacji gospodarczej i rewolucji technologicznej spowodowanej przez rozwój sztucznej inteligencji. Dlatego też firmy powinny skupić się na podnoszeniu kwalifikacji pracowników i pomocy im w rozwoju odpowiednich umiejętności dostosowanych do aktualnych potrzeb.

Twórcy raportu stwierdzają, że zapotrzebowanie na kompetencje IT nie zmaleje, a organizacje albo poddadzą się cyfrowej



Fot. Unsplash

## ANITA KIJANKA

Założycielka Strong Women in IT

„Od 5 lat istnienia naszej organizacji przyświeca nam ten sam cel - zebranie w jednym miejscu i pokazanie wybitnych kobiet ze świata nowych technologii. Kobiet, które każdego dnia przekraczają swoje możliwości, tworzą lub wdrażają innowacje na światowym poziomie, zatrudniają i edukują innych.”



## ALEKSANDRA BUGAJSKA

Director of Talent Development w GetResponse

„Świadomie pracujemy nad zmianą percepcji branży IT jako domeny męskiej, promując różnorodność i równość szans. Nasze działania, takie jak warsztaty, mentoring, współpraca z partnerami zewnętrznymi, czy programy rozwojowe, mają na celu nie tylko rozwijanie kompetencji technicznych, ale i miękkich, co skutecznie zachęca coraz więcej kobiet do kariery w technologii.”

transformacji, albo nie podołają wyzwaniom rynku. Sposoby radzenia sobie z niedoborem talentów to reskilling i upskilling. Powinny one stać się wręcz elementami strategii zarządzania talentami i to w interesie i pracodawcy i pracowników.

Pożądanymi umiejętnościami miękkimi u kandydatów są odporność na stres, umiejętność adaptacji, zdolności analityczne i myślenie krytyczne, a, idąc dalej, komunikatywność, empatyczne przywództwo i chęć nieustannego uczenia się. To właśnie te cechy mogą zdecydować o przewadze konkurencyjnej organizacji i to ich warto poszukiwać u pracowników i je rozwijać. Jednocześnie te poszukiwane kompetencje wykraczają poza profil IT i mogą być znalezione właśnie u osób przechodzących przebranżowienie.



# Z POMOCĄ PRACOWNIKOM I PRACODAWCOM

**Stawiamy na edukację i wsparcie kobiet w branży IT, ponieważ widzimy ogromny niewykorzystany potencjał i potrzebę przełamania istniejących barier - mówi Joanna Pruszyńska - Witkowska, wiceprezes Future Collars.**

## **Na ile miarodajne dla całej Polski są wyniki waszego badania dotyczącego reskillingu?**

Badanie przeprowadzono na ogólnopolskiej próbie 1105 dorosłych Polaków w wieku 30 - 59 lat, zróżnicowanych pod względem płci, wykształcenia, miejsca zamieszkania, i statusu zawodowego, co zapewnia reprezentatywność dla różnych grup społecznych i zawodowych Polski. Próba była zróżnicowana również pod względem wielkości miejsca zamieszkania i obejmowała wszystkie województwa w Polsce, z 51% udziałem osób z wykształceniem wyższym oraz co siódmym badanym z wykształceniem informatycznym lub pokrewnym.

## **Skąd zainteresowanie tematyką reskillingu?**

To bezpośrednia odpowiedź na globalne wyzwania rynku pracy, które uwydatniają rosnącą przepaść między obecnymi umiejętnościami pracowników a wymaganiami nowoczesnych stanowisk. Na całym świecie, 40% firm napotyka znaczne trudności w znalezieniu pracowników z odpowiednimi umiejętnościami, problem ten dotyka również Polski. Dodatkowo co druga firma zmaga się z wyzwaniami związanymi z adaptacją pracowników do nowych ról.

## **Na czym polegają działania Future Collars na tym polu?**

Future Collars koncentruje swoje działania na dostarczaniu rozwiązań edukacyjnych i narzędzi wspierających reskilling, aby pomóc zarówno pracownikom, jak i pracodawcom w adaptacji do zmieniających się realiów rynkowych. Poprzez swoje działania edukacyjne, webinary, warsztaty oraz portal [www.reskilling.pl](http://www.reskilling.pl), stara się sprostać tym wyzwaniom, dostarczając konkretne rozwiązania dla osób chcących podnieść swoje kwalifikacje zawodowe, a także dla firm dążących do zniwelowania luki kompetencyjnej wśród swoich pracowników.

## **Reskillingowi przyglądacie się przynajmniej od 2 lat. Jakie zmiany zaszły w tym czasie?**

Sytuacja na polskim rynku pracy nadal skupia się na krytycznej potrzebie reskillingu pracowników, choć bezpośrednio porównanie nowych danych z poprzednimi statystykami nie jest przedstawione w analizie. Istotne jest, że raport z 2023 roku podtrzymuje, iż 90% firm w Polsce doświadcza trudności z rekrutacją pracowników z odpowiednimi umiejętnościami, co wskazuje na utrzymującą się lukę kompetencyjną. Zaledwie 6% pracowników przeszło proces reskillingu, co podkreśla znaczne zapotrzebowanie na inicjatywy edukacyjne i szkoleniowe skierowane na przekwalifikowanie.

## **Poświęcacie dużo uwagi kobietom i ich zainteresowaniu kwestią przebranżowienia, zwłaszcza w sektorze IT. Dlaczego?**

W obliczu dynamicznie zmieniającej się technologicznej rzeczywistości, moja rola jako współzałożycielki Future Collars, szkoły kompetencji cyfrowych, którą stworzyłam razem z Beatą Jarosz, nabiera szczególnego znaczenia. Stawiamy na edukację i wsparcie kobiet w branży IT, ponieważ widzimy ogromny niewykorzystany potencjał i potrzebę przełamania istniejących barier. To był kluczowy zamysł otwarcia naszej firmy – chcieliśmy zmienić status quo i umożliwić kobietom rozwój w obszarze, który nadal jest zdominowany przez mężczyzn. Naszym celem w Future Collars jest umożliwienie kobietom zdobycia niezbędnych umiejętności, by mogły śmiało wkraczać w świat IT i rozwijać się w tej dynamicznie zmieniającej się branży.

## **Co może wyróżniać kobiety na tym polu?**

Kobiety doceniają znaczenie umiejętności miękkich w IT, takich jak praca w zmiennych warunkach, umiejętności

przywódcze czy zarządzanie sobą w czasie, co podkreśla, że mają one wiele do zaoferowania nie tylko w zakresie technicznym, ale i w zakresie umiejętności interpersonalnych, które są nieocenione w tworzeniu innowacyjnych rozwiązań i zarządzaniu zespołami.

Zarządzanie w kobiecym stylu, charakteryzujące się empatią, współpracą i skuteczną komunikacją, ma kluczowe znaczenie dla budowania innowacyjnych i zrównoważonych organizacji. Firmy z różnorodnymi zespołami zarządzającymi osiągają o 19% wyższe przychody, co tylko potwierdza wartość, jaką kobiety wnoszą do sektora technologii. Świat idzie naprzód, a technologie nieustannie się rozwijają. Dlatego tak ważne jest, by kobiety były równie aktywnymi uczestnikami tej zmiany. Inwestując w rozwój kompetencji cyfrowych kobiet, przyczyniamy się nie tylko do ich indywidualnego sukcesu, ale także do budowania bardziej innowacyjnej, elastycznej i konkurencyjnej globalnej gospodarki. To przesłanie leży u podstaw działalności Future Collars i jest dla mnie, jako współzałożycielki, osobistą misją.

## **Co musiałoby się stać, aby kobiety chętniej widziały siebie w branży IT?**

Kobiety potrzebują wsparcia w postaci bardziej inkluzywnych środowisk pracy, które docenią i wykorzystają ich umiejętności oraz determinację. Obawy przed branżą IT, postrzeganą jako zdominowaną przez mężczyzn i wymagającą specjalistycznych umiejętności, są zrozumiałe, lecz mogą być pokonane poprzez oferowanie programów mentoringowych, szkoleń rozwijających zarówno umiejętności techniczne, jak i miękkie, oraz poprzez aktywne promowanie różnorodności w miejscu pracy. To pokazuje, że zmiana percepcji branży jako otwartej i przyjaznej dla kobiet jest

kluczowa dla zachęcenia ich do rozwijania kariery w IT. Przełamanie stereotypów i barier, które powstrzymują kobiety przed podjęciem decyzji o zmianie branży na IT, wymaga zaangażowania zarówno od liderów branży, jak i od samych kobiet, które poprzez swoje sukcesy mogą inspirować kolejne pokolenia do podążania ich śladem.

## **Oferujecie kursy programowania i kompetencji cyfrowych. Czy na przestrzeni ostatnich lat dostrzegacie wzmożone zainteresowanie tą tematyką?**

Tak, i to zarówno wśród mężczyzn, jak i kobiet. Ten trend nasila się w miarę wzrostu znaczenia cyfryzacji w życiu codziennym i zawodowym oraz rosnącej dostępności kursów online, które umożliwiają zdobywanie nowych umiejętności z dowolnego miejsca i na różnych poziomach zaawansowania. Szczególnie wśród kobiet obserwujemy znaczący wzrost zainteresowania branżą IT, co jest efektem wzrostu świadomości na temat możliwości rozwoju zawodowego w tej dziedzinie, dostępności programów mentoringowych i inicjatyw wspierających kobiety w IT oraz zwiększającej się liczby wzorców do naśladowania. W ciągu ostatnich sześciu lat naszej działalności w Future Collars przeszkoliliśmy ponad 67% kobiet spośród naszych 5000 absolwentów, co stanowi wyraźny dowód na nasze głębokie zaangażowanie w dążenie do równowagi płciowej w branży technologicznej.

Szczególnie cieszy nas wzrost zainteresowania naszym corocznym, bezpłatnym wydarzeniem online dedykowanym właśnie kobietom. Women in IT Day, skupia się na otwieraniu dróg dla kobiet, które chcą rozwijać swoją karierę w technologii, oferując specjalistyczne ścieżki rozwoju zaprojektowane, aby inspirować i wspierać je w dążeniu do sukcesu w świecie IT. Przez pięć edycji Women in IT Day przyciągnęło blisko 10 tysięcy uczestniczek z ponad 40 krajów, stając się globalną platformą dla kobiet pragnących rozwijać swoje kompetencje technologiczne. Te inicjatywy są dowodem na to, że każdy, niezależnie od płci, ma potencjał, aby nauczyć się programować i rozwinąć karierę w branży IT.

## **A czy są jakieś predyspozycje, które pomagają w lepszym odnalezieniu się w sektorze IT?**

Do najbardziej pożądanym należą: zdolności analityczne i logiczne myślenie, które są niezbędne do rozwiązywania problemów technicznych, Szybkość uczenia się, która umożliwia dostosowanie do szybko zmieniających się technologii i narzędzi, Cierpliwość i wytrwałość, które są kluczowe podczas długotrwałego rozwiązywania problemów i debugowania kodu, zainteresowanie technologią i chęć ciągłego rozwoju, co jest motorem napędowym dla ciągłego poszerzania wiedzy i umiejętności. Chociaż te predyspozycje mogą zwiększyć szanse na sukces w branży IT, ważne jest, aby podkreślić, że determinacja, zaangażowanie i odpowiednie szkolenie mogą pomóc osobom bez bezpośredniego tła w elektronice lub technologii w osiągnięciu ich celów zawodowych w tej branży.



Fot. K. Jabłońska





# POLKI .

## PRZEDSIĘBIORCZE WE WŁOSZECH

Autorka: Justyna Sienkiewicz-Baraniak

Ponad połowa firm prowadzonych we Włoszech przez polskich imigrantów należy do kobiet – wynika z raportu „Femigracja 2.0” przygotowanego przez Muzeum Emigracji w Gdyni. To fenomen w skali europejskiej, zwłaszcza, że statystyki dotyczą kraju, w którym stereotypy dotyczące roli kobiety w społeczeństwie trzymają się wyjątkowo mocno.

- Do Włoch wyjechałam, żeby studiować modę. Wcześniej pracowałam dla jednej z trójmiejskich firm z branży odzieżowej, chciałam mieć w tej dziedzinie włoski dyplom i potem wrócić do Polski – mówi Patrycja Lewicka, sopocianka, która blisko dwie dekady temu wyjechała z Polski, obecnie właścicielka salonów z bielizną w Rzymie, Neapolu i Mediolanie. – Ale na stałe we Włoszech zostałam właściwie dla... miłości! Ach, ci Włosi...! – dodaje z uśmiechem.

Patrycja Lewicka decyzję o założeniu firmy podjęła po narodzinach pierwszego dziecka – jak podkreśla, nie chciała, aby jej życie koncentrowało się wokół kuchni i szeroko rozumianych domowych spraw. - Z dyplomami polskiej skandynawistyki i włoskiej szkoły mody mogłam tylko marzyć, żeby zbierać przysłowiowe szpilki z podłogi w pracowni jakiegoś włoskiego projektanta. Nie miałam szans na pracę w tym sektorze bez odpowiednich znajomości. Decyzja o własnym biznesie zapadła ostatecznie po mojej podróży do Londynu – tam odkryłam brafitting i od razu wydało mi się to strzałem w dziesiątkę. Włochy to kraj Intimissimi, z pięcioma rozmiarami bielizny „na krzyż”, a Włoszki mają specyficzną budowę ciała, z przeważnie wąską talią i okazałym biustem... Od razu pomyślałam, że spróbuję ten anglosaski pomysł, z wieloma różnymi modelami ostrożnie dobieranymi do typu kobiecej sylwetki, wprowadzić w Italii – dodaje Patrycja.

Pochodząca ze Słupska Anna Maria Zamelska mieszka we Włoszech od 14 lat – od 8 jest właścicielką dobrze prosperującego przedsiębiorstwa. Jej Lashmania to 20 stałych współpracowników i blisko 100-osobowy team, którym w pośredni sposób kieruje. Lashmania to e-commerce, o ugruntowanej już na włoskim rynku pozycji, skupiający się na produktach do stylizacji brwi i rzęs oraz makijażu. Ale właścicielka firmy karierę w biznesie rozpoczęła nad Tybrem od branży odzieżowej.

- Do Włoch przyjechałam do pracy sezonowej, ale świat tutejszej mody szybko mnie zafascynował – mówi Anna Maria Zamelska. - To było 20 lat temu, w Polsce mało kto mógł sobie wtedy pozwolić na ubranie czy buty od projektanta, te produkty były generalnie słabo dostępne. We Włoszech można było kupić bardzo dobre gatunkowo ubrania za relatywnie niewielkie pieniądze, zaczęłam tu poznawać różne gatunki kaszmiru, jedwabiu, odwiedzałam małe pracownie kaletnicze. W końcu krążenie między Polską a Włochami mnie zmęczyło, no i poznałam swojego partnera, Włocha. Zdecydowałam się tu zostać – dodaje.

Kryzys z świecie mody zweryfikował w końcu plany Anny Marii i trzeba było szukać dla siebie nowej przestrzeni. Najlepiej niszy. – W końcu zdecydowałam się na branżę beauty, ponieważ świat zabiegów upiększających takich jak przedłużanie rzęs był wtedy we Włochach



## Z ZIEMI POLSKIEJ DO WŁOSKIEJ

Zgodnie z oficjalnymi danymi przytoczonymi w raporcie, w 2021m roku na Półwyspie Apenińskim działało 4012 firm prowadzonych przez Polaków – właścicielkami 2125 z nich były kobiety. Również dziś kobiety stanowią blisko 75 % społeczności Polaków we Włoszech i, jak uwidacznia raport, ta feminizacja jest szczególnie widoczna na tle innych poakcesyjnych struktur migracyjnych (według danych Eurostatu, w 2018 roku odsetek ten w Wielkiej Brytanii wynosił 51,4%, w Niemczech 47,3%, w Holandii – 50,4%). Jednocześnie, według danych przytoczonych w raporcie, systematycznie zmniejsza się udział zatrudnienia Polek w sferze tak zwanej opieki domowej – z blisko 35 % w 2014 roku do około 29% zaledwie 3 lata później. Najwięcej firm, których założycielkami (i najczęściej prezeskami) są polskie przedsiębiorczynie, zlokalizowanych jest w centrum (978 firm) oraz na terenie uprzemysłowionej, silnie rozwiniętej gospodarczo północy (1437 firm).

Według badań opublikowanych w 2018 roku przez Obserwatorium Naukowe nad Przedsiębiorczością Kobiet rzymskiego Uniwersytetu Tor Vergata, kobiety stoją za sterami niespełna 24 % firm prowadzonych we Włoszech przez cudzoziemców. Polki, ze swoim ponad dwa razy wyższym odsetkiem, stanowią na tym tle niezwykle wyjątek.

szech w powijakach. Tak otworzyłam swoją pierwszą, całkowicie włoską firmę.

### FEMIGRACJA 2.0

Według raportu „Femigracja 2.0 – przedsiębiorcze Polki we Włoszech” przygotowanego przez Muzeum Emigracji w Gdyni, ponad 70% wszystkich migrantów znad Wisły stanowią we Włoszech kobiety. Co nie dziwi, zważywszy na fakt, że jeszcze trzy dekady temu to głównie kobiety wyjeżdżały na południe Europy do pracy sezonowej czy opieki nad starszymi osobami. Ale stereotyp Polki – opiekunki powoli ustępuje miejsca innemu obrazowi. Bo dziś młode Polki biorą sprawy w swoje ręce, a ponad połowa firm prowadzonych nad Tybrem przez polskich migrantów należy właśnie do kobiet.

- Muzeum Emigracji w Gdyni od dłuższego czasu interesuje się tematem migracji kobiet – mówi dr Rafał Raczyński, z działu Historyczno-Badawczego MEG, koordynator projektu i współtwórca raportu o polskich przedsiębiorczyniach w Italii. - W ubiegłym roku zrealizowaliśmy projekt "Femigracja. Wysoko wykwalifikowane Polki za granicą". Ta inicjatywa spotkała się z zainteresowaniem Ambasady RP w Rzymie, która od lat wspiera Polki we Włoszech w zakładaniu i prowadzeniu działalności gospodarczych. Te wspólne zainteresowania zaowocowały realizacją wspólnego projektu – dodaje.

### WŁOSKI (NIE)ŁAD

Jak podkreśla Patrycja Lewicka (Patty Bloom), we Włoszech ogromnym problemem jest gigantyczna biurokracja, która na co dzień utrudnia życie wszystkim przedsiębiorcom i skalą abstrakcji często znacznie przewyższa to, z czym mamy do czynienia w polskich urzędach:

- Włoskie przepisy są bardzo skomplikowane, podatki zaś - wysokie, zawile i ciągle się zmieniają. Życie przedsiębiorcy to nieustająca walka z systemem podatkowym i emerytalnym. Nawet mój włoski księgowy mówi, że gubi się w tym systemie, a co dopiero zwykła, nieznaną się na podatkach osoba....

Oprócz kwestii związanych z przerośniętą biurokracją dochodzą też czynniki społeczne i kulturowe. Wbrew powszechnie panującej opinii, podsyconej dodatkowo przez popkulturę, Włochy to nie tylko raj płynący Aperolem. Szczególnie dla kobiet, które stoją za sterami własnych firm.

- We Włoszech niewiele jest kobiet w biznesie, właściciele firm i managerowie to głównie mężczyźni. Poza tym, dużo przedsiębiorstw ma charakter rodzinny i na czele całej struktury najczęściej stoi właśnie ojciec – mówi Anna Maria Zamelska. - Włochy to bardzo tradycyjne społeczeństwo i przyznam szczerze, że w pierwszych latach mojego pobytu tutaj byłam tym bardzo zaskoczona - podkreśla.

Jeśli o założeniu firmy we Włoszech myśli się poważnie, trzeba te kulturowe różnice zaakceptować i jak najszybciej odnaleźć się w nowych realiach – Kobieta „imprenditrice” (w języku włoskim to żeński odpowiednik słowa „przedsiębiorca”- przyp. red.) bywa tu, delikatnie mówiąc, niedoceniana - przyznaje Anna Maria Zamelska. – Spotkanie biznesowe z kobietą zaczyna się często od komplementu, który w Polsce dziś na pewno uznalibyśmy już za niestosowny. Ja natomiast odpowiadam uśmiechem i szybko przechodzę do konkretów, bo komplementy to nie sposób na robienie ze mną biznesu. Jestem konkretną, rzeczową osobą i kontrahenci szybko muszą się do tego dostosować. Oczywiście, zdarzają mi się też zabawne sytuacje - może kiedyś napiszę o nich książkę...?

### POLSKA MAMMA - BUSINESSWOMAN

Duża część respondentek, które zdecydowały się na udział w projekcie „Przedsiębiorcze Polki we Włoszech” przyznaje także, że kobieta – żona – matka i przedsiębiorczynie w jednym to ciekawe – i w dalszym ciągu kontrowersyjne zjawisko na włoskim rynku pracy oraz ...we włoskim domu.

- We Włoszech bycie businesswoman to dość rewolucyjna rola. W mojej polsko – włoskiej rodzinie tradycyjne role się odwróciły, to był prawdziwy szok również dla naszych przyjaciół i znajomych – przyznaje Patrycja Lewicka.

## PATRYCJA LEWICKA

„We Włoszech bycie businesswoman to dość rewolucyjna rola. W mojej polsko – włoskiej rodzinie tradycyjne role się odwróciły, to był prawdziwy szok również dla naszych przyjaciół i znajomych.”



# ANNA MARIA ZAMELSKA

„Spotkanie biznesowe z kobietą zaczyna się często od komplementu, który w Polsce dziś na pewno uznalibyśmy już za niestosowny. Ja natomiast odpowiadam uśmiechem i szybko przechodzę do konkretów, bo komplementy to nie sposób na robienie ze mną biznesu. Jestem konkretną, rzeczową osobą i kontrahenci szybko muszą się do tego dostosować.”



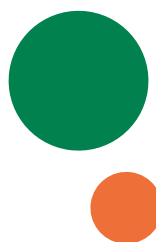
– W naszej rodzinie to mój mąż zajmuje się domem i dziećmi, a ja reprezentuję naszą firmę. Poza tym, w Italii bycie mamą-przedsiębiorczynią nie daje ci żadnych przywilejów, jakie należą się kobietom pracującym na etacie. Tak naprawdę nie możesz sobie pozwolić na urlop macierzyński, nie masz żadnej pomocy finansowej ze strony państwa... Zostałaś mamą i nie pracujesz? Twoja sprawa, twój problem – dodaje.

Mimo „zdziwienia” i umiarkowanego entuzjazmu, który towarzyszy przyzwyczajonym do tradycyjnego podziału ról Włochom w początkowych fazach działalności należących do ich żon przedsiębiorstw, stosunek najbliższego otoczenia – rodziny i przyjaciół – do kariery zawodowej uwzględnionych w raporcie kobiet jest w znacznej części pozytywny (blisko 80% badanych). Według wyszczególnionych w dokumencie danych, tylko niespełna 6% respondentek spotkało się na tym tle z ostrą krytyką i zdecydowanie negatywnym nastawieniem ich najbliższego otoczenia. Dla kobiet i ich biznesowych projektów to ważne, bo wsparcie, którego udzielają im na miejscu ich partnerzy oraz członkowie rodzin jest nie do przecenienia. I nie chodzi tylko o emocjonalną warstwę takiego wsparcia – wiedza dotycząca lokalnych realiów oraz praktyczne wskazówki ułatwiają kobietom podejmowanie wyzwania, jakim w meandrach włoskich przepisów niewątpliwie jest prowadzenie własnej firmy.

## SILNA, ZDETERMINOWANA, ZAANGAŻOWANA

Kim zatem jest polska przedsiębiorczyni w Italii?

Z treści raportu opublikowanego przez Muzeum Emigracji w Gdyni wyłania się obraz kobiety silnej, zdeterminowanej i bardzo zaangażowanej w swoją pracę. Średnio 1/3 stwierdza, że pracuje ponad 50 godzin tygodniowo (jeśli wierzyć zapewnieniom, czasami jest to nawet 100 h tygodniowo!). Bardzo wysoki odsetek badanych deklaruje doskonałą lub bardzo dobrą znajomość języka (blisko 90%), co znacząco wpływa na ich poziom społecznej integracji i samodzielności, choćby we wspomnianych już włoskich urzędach. 40% badanych posiada już podwójne obywatelstwo, zdecydowana



większość, bo aż 69%, jest też w związkach (formalnych i nieformalnych), głównie z Włochami oraz wychowuje jedno lub więcej dzieci. Oznacza to, że Polki nad Tybrem umiejętnie potrafią łączyć rolę matki i żony ze swoją biznesową funkcją w firmie.

- Duży poziom integracji zarówno Polek w społeczeństwie włoskim, jak i ich biznesów na włoskim rynku pozytywnie nas zaskoczył – mówi Rafał Raczyński z MEG. – Ich firmy z reguły nie działają w tzw. niszach etnicznych, nie kierują swojej oferty głównie do klientów-Polaków, nie oferują produktów czy usług typowo "polskich", lecz skutecznie konkurują z innymi podmiotami na tzw. głównym rynku.

## KOBIETO, UWIERZ W SIEBIE!

Na pytanie o kilka rad, jakich chciałyby udzielić kobietom planującym we Włoszech otworzenie własnej firmy, nasze rozmówczynie wskazują głównie na szlifowanie kompe-



tencji językowych i otwartość na nowe modele biznesowe. Oraz...wiarę we własne możliwości!

Anna Maria Zamelska: - Wierzmy w siebie i nie bójmy się walczyć o realizację własnych celów w życiu prywatnym i biznesowym! Poza tym, szukajmy dla siebie niszy – na włoskim rynku jest jeszcze bardzo dużo brakujących produktów i usług!

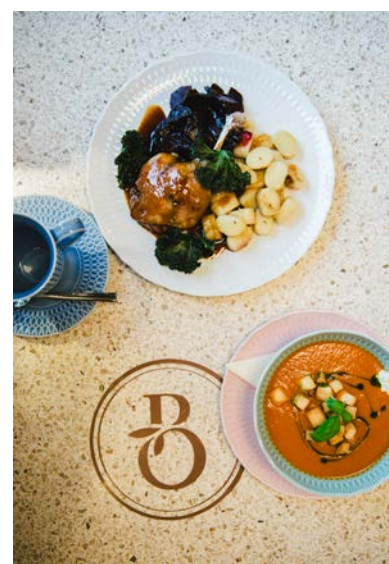
Patrycja Lewicka: - Polacy są we Włoszech bardzo cenienni i lubiani, ciągle wspomina się tu naszego papieża, można powiedzieć, że z Włochami mamy taki specjalny... feeling! Jesteśmy znani ze swojej pracowitości i twardego charakteru. Ale jest też stereotyp Polaków, którzy przyjeżdżają do Italii za przysłowiowym chlebem i jedyne, co mogą robić to babysitting lub sprzątanie. Więc kiedy w towarzystwie przyznają, że prowadzę własną firmę, nagle czuję się, jakbym była „podwójnie doceniona”. My, Polskie businesswomen jesteśmy we Włoszech prawdziwymi superheroines!

# BISTRO OLIWA

**Autorka:** Marta Dworak



**W sercu Oliwy, w budynku tętniącym historią i kulinarną przeszłością, pojawił się nowy punkt gastronomiczny. Bistro Oliwa, stworzone przez trójmiejskiego dewelopera Moderna Holding we współpracy ze znaną cukiernią Kaiser Patisserie, zaprasza codziennie na śniadania, obiady, kolacje, szybkie przekąski i relaksujące chwile przy wykwinnych słodkościach.**



Bywalcy Oliwy z pewnością skojarzą od razu miejsce, w którym przez wiele lat mieścił się lokalny bar mleczny. Bliskość Parku Oliwskiego, pętli tramwajowej i dworca sprawiały, że nieustannie był on tłumnie odwiedzany i, gdyby nie zły stan techniczny ponad 100-letniego budynku, prawdopodobnie nadal by tu świetnie funkcjonował. Moderna od początku pragnęła przywrócić mu nie tylko świetność, ale i kulinarną tradycję – tym razem w modernistycznym wydaniu.

- Koncept restauracji jest szeroki, nie zamykamy się na nikogo. Chcemy, aby było to miejsce całodzienne i tętniące życiem, do którego można wpaść rano w biegu, przyjść na szybki lunch, ale i zatrzymać się wieczorem na dłużej przy lampce wina. Do tego mamy słodczyce z cukierni Kaiser Patisserie i pieczywo, które wypiekamy na miejscu. Chcemy stworzyć taką atmosferę w naszej restauracji, by o każdej porze dnia była dobrym rozwiązaniem. – mówi Konstanty Koschembahr-Lyskowski, manager restauracji. – Z dnia na dzień coraz bardziej się pokazujemy i jesteśmy bardziej rozpoznawalni. Działamy wprawdzie dopiero od 3 tygodni, ale już zauważamy powracające twarze i pamiętamy, co zamawiali poprzednio, jakie mają upodobania.

## KULINARNA PRZYGODA

Bistro Oliwa w tygodniu otwiera się o 7.00, a w weekendy o 8.00, można więc zjeść tu smakowite śniadanie na słodko lub na słono. Chałki, kanapki na zakwasie, jajka po turecku czy naleśniki to tylko niektóre z propozycji. Pieczywo i przekąski sprzedawane są także na wynos, można więc zatrzymać się tu na chwilę w drodze do pracy. Od godziny 13.00 do 21.00 pora na popołudniowe specjały: aromatyczne zupy takie jak rosół z gęsiny czy rakowa z Kaszub, wolno pieczona wołowina z Pniew, łosoś z czarnym ryżem i gremolata, karmelizowana dynia piżmowa czy konfitowane kacze udo Barbarie obiecują prawdziwą ucztę. Nie zapomniano także o dzieciach, które mogą skosztować kurczaka w kukurydzianym panko czy kopytek w słodkiej odświeżce – z konfiturą truskawkowo-miodową, ricottą oraz bułką tartą z masłem i cynamonem. Oprócz wytrawnych chlebów i bagietek na miejscu można nabyć desery i wypieki dostarczane przez renomowaną cukiernię Kaiser Patisserie, jedną z najlepszych w Trójmieście. Więcej ciekawostek o daniach jak i o inwestycjach Moderny opowiada... Wiktor Zborowski,

to jego głos można usłyszeć w tle lokalu poza nastrojową muzyką.

- Nasze menu z założenia cechuje prostota. Zgodnie z koncepcją bistro proponujemy dania, które można przygotować możliwie jak najszybciej. Nasza karta będzie rotująca, zmieniająca się kwartalnie lub nawet częściej, zgodnie porami roku. Sezonowość to także bazowanie na produktach dostępnych w danym momencie, takich jak już niebawem nowalijki – opowiada Konstanty Koschembahr-Lyskowski. – Będziemy też nawiązywać do kalendarza kulinarnego i np. na Świętego Marcina serwować gęsinę jako dodatkową propozycję. Nasze menu jest płynne i elastyczne, będziemy się dostosowywać do tego, co się faktycznie dzieje wokół nas.

## ZACHĘCAJĄCY WYSTRÓJ

Atrakcyjna oferta kulinarna sprzyja dłuższym pobytom i o to chodziło pomysłodawcom lokalu. Projektant Krystian Rasmus, znany z takich przedsięwzięć jak np. restauracje Canis, GoldWasser, Fishmarkt czy Serwus w Gdyni, zadbał o nietuzinkowy wystrój Bistro Oliwa. Jasne, przestronne wnętrza z wysokimi oknami uzupełnione zostało ciepłym oświetleniem, intensywną zielenią roślinności oraz wygodnymi meblami w kolorach jasnego drewna, beżu i szarości. Oryginalne lampy, barwne grafiki, wdzięczne ekspozycyjne regały i finezyjna lada dodają całej przestrzeni designerskiego sznytu i zachęcają do dłuższych odwiedzin ze znajomymi, ale i z książką czy komputerem.

- Bistro Oliwa ma duże okna na całej długości lokalu, więc to dobrze widoczne wnętrza musiało być stylowe. Elegancka kamienica wyłożona kamieniem, w której mieści się lokal, wygląda jak wyjęta ze śródmieścia Monachium z lat pięćdziesiątych. Dlatego też w środku użyłem materiałów modnych w tamtych latach czyli wypukłej ceramiki małego formatu, wzorów lastrico, ciepłego drewna i metaloplastyki. Z kolei rudy kolor elewacji północnej budynku pojawia się na blaszanych lampach wewnątrz lokalu, a architektoniczne plakaty na ścianach są stylizowane na zamówienie przez grafików Petera Łyczkowskiego i Dawida Ryskiego – opisuje architekt Krystian Rasmus odpowiedzialny za projekt. - Bistro ma być jak dobry znajomy, który się nie zmienia i pozostaje zawsze elegancki. Na dworcu w Warszawie stoi szklany boks, w którym ramię robota podaje plastikowy kubek z kawą, oby nie spotkała nas taka przyszłość w Oliwie...

## UROKLIWE PATIO

Elementem uzupełniającym całość będzie wewnętrzne patio z ciekawie zaadoptowaną przestrzenią pełną zieleni. Zbudowane na kształt atrium na planie prostokątna, pokryte zadaszeniem, stworzy przytulną enklawę na aromatyczną kawę, niespieszny lunch czy spotkanie biznesowe w kameralnej atmosferze. Oczekiwanie na posiłek



gościom Bistro Oliwa umili wydawany kwartalnie w formie gazetowej „O’Living” – magazyn oliwski współtworzony przez Modernę we współpracy z Tomaszem Strugiem z portalu StaraOliwa.pl.

## DUCH HISTORII

Aleja Grunwaldzka 501, przy której mieści się lokal, ma bogatą historię kulinarną – począwszy od sklepu z artykułami kolonialnymi, przez lokal gastronomiczny aż do wspomnianego baru mlecznego funkcjonującego tu pod różnymi szyldami. Bistro to świadek zmian, które toczyły się w Oliwie w ciągu ostatnich lat, nadając jej eleganckiego charakteru, a zachowując jednocześnie jej tkankę historyczną. W takiej atmosferze można bez pośpiechu delektować się doskonałą kuchnią i odbywać pewną nostalgiczną podróż.

## OLIWSKIE KLIMATY

Na tym jednak nie koniec. Tylko kilkuminutowy spacer dzieli bistro od Parku Oliwskiego, jednego z najpiękniejszych zakątków Trójmiasta. To tutaj w XVI-wiecznej katedrze można wysłuchać koncertów organowych. Z kolei w drugą stronę prowadzi historyczny pasaż od dworca kolejowego do pętli tramwajowej, a przy niej – do miejskiej biblioteki na ul. Opata Rybińskiego. A stąd już blisko do klimatycznych ulic takich jak Cystersów czy Polanki. Zabytkowe oblicze Oliwy zachęca do poznania.

bistro-oliwa.pl

# ZATRZYMAJ SIĘ, WEŹ ODDECH I... WYPOCZNIJ TAK, JAK LUBISZ

Szybkie tempo życia, ogrom obowiązków wymagających nieustannej koncentracji i pełnej uwagi sprawiają, że czujemy się przebodźcowani i zmęczeni. W takich chwilach warto się zatrzymać i wykorzystać czas na wypoczynek w miejscu, w którym czas zwalnia, a możliwości relaksu są na wyciągnięcie ręki.

W poszukiwaniu miejsca doskonałego na wypoczynek warto zatrzymać się w Hotelu SPA Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie. Hotel nie tylko dysponuje nowoczesną strefą SPA i wellness, ale dzięki otaczającemu go Parkowi Krajobrazowemu Wzgórz Dylewskich nie brakuje tu przestrzeni na aktywność na łonie natury. Cisza, spokój i czyste powietrze to bezcenne walory tego miejsca.

Hotel słynie z najwyższej jakości obsługi, dzięki której goście czują się podczas pobytu wyjątkowo komfortowo. Rozpoczęcie wypoczynku kieliszkiem wina musującego na powitanie, odprowadzenie do pokoju przez pracownika Działu Relacji z Gośćmi, czy też przygotowanie pokoju do snu podczas serwisu wieczornego – to tylko niektóre z drobnych gestów tworzące atmosferę troski o dobrostan gości.

## WYPOCZYNEK W RYTMIE SLOW

Uwielbiasz relaks pośród natury, niespieszne celebrowanie wypoczynku wypełnione przyjemnościami? Tęsknisz za chwilami, gdy nierobienie niczego sprawia ogromną radość? Hotel SPA Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie jest gotowy, by spełnić Twoje oczekiwania i stworzyć warunki idealne do delektowania się ciszą i skoncentrowaniem się na swoim dobrostanie. Popołudniowa kawa w Café Plotka, relaks w basenie z widokiem na ocean zieleni, odprężające ceremonie saunowe, profesjonalne zabiegi dopieszczające ciało – wszystko po to, by było po prostu przyjemnie!

Chyba każdy lubi to uczucie, kiedy po dotarciu do celu i „zderzeniu się” z ciszą i zielenią przyrody, opada wszelkie napię-

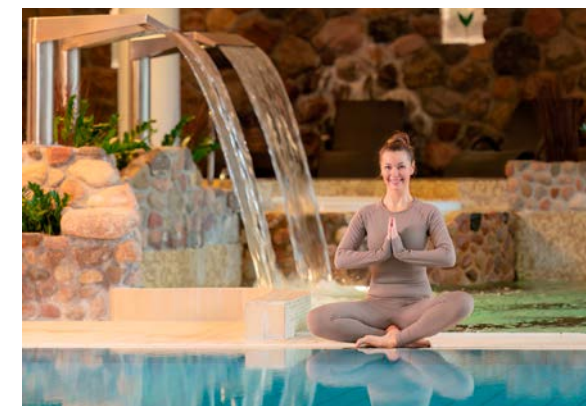


cie, zrzucamy niewidoczny ciężar, a nasze wnętrza wypełnia błogość. Wówczas najchętniej zasiadamy w wygodnym miejscu, jak sprzyja pogoda, to na tarasie i delektujemy się spokojem, świeżym powietrzem czy śpiewem ptaków. Sympatycy nicnierobienia mogą przy okazji delektować się aromatyczną kawą lub zdrowym koktajlem owocowo-warzywnym, które zawsze są w menu Café Plotka.

Będąc w SPA, nie można nie skorzystać z jego najważniejszego atutu – strefy SPA z dwoma basenami, kompleksem saun i pięcioma jacuzzi, gdzie każda chwila przynosi odprężenie oraz z zabiegów w Kosmetycznym Instytucie Dr Irena Eris. W tej swoistej świątyni piękna nie tylko można zadbać o urodę, odmłodzić skórę i poprawić jej kondycję, ale zadbać też o ukojenie zmysłów dzięki aromaterapii, która jest częścią większości zabiegów oraz masażom, od klasycznych po orientalne.

## W OTOCZENIU NATURY

Marzysz o swobodnym wypoczynku, porankach z kawą w dłoni na tarasie z widokiem na naturę? Odpowiedzią na te potrzeby są Siedliska – klimatyczne mazurskie wille, które stanowią azyl dla spragnionych odciążenia się od świata w luksusowych warunkach. Pobyt z rodziną lub z przyjaciółmi to doskonała okazja do skorzystania z tych wyjątkowych domów, w których czeka na Gości w pełni wyposażona kuchnia z jadalnią, klimatyczny pokój dzienny z kominkiem i przestronne sypialnie. Wszystko to zanurzone w mazurską naturę stanowiącą wspaniałą przestrzeń do relaksu. A jeśli zapragniecie zaznać przyjemności w Centrum SPA lub skorzystać



z weekendowego programu animacji – Hotel SPA Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie oddaje je do Waszej dyspozycji.

## AKTYWNY RELAKS

Wiosenna aura zachęca do aktywności i wybudzenia ciała z zimowego snu. I tu Hotel nie zawiedzie, bowiem okolica i przygotowane atrakcje pozwolą na różnorodne formy aktywności. Jazda konna na ujeżdżalni lub w terenie, spacerzy lub nordic walking szlakami Parku Krajobrazowego Wzgórz Dylewskich, jazda na rowerze, a może gra w tenisa na korcie zlokalizowanym tuż przy hotelu. Możliwości aktywności na świeżym powietrzu jest wiele, lecz jeśli wolisz zajęcia zorganizowane lub ćwiczenia w budynku Hotel zaprasza na zajęcia fitness, a wśród nich: pilates, tabata, bungee pump, body relax czy mobility roll. Na miejscu jest też siłownia i studio cardio, w których można popracować nad formą i kondycją. Na życzenie gości jest również możliwość skorzystania z porad trenera personalnego. Po dniu pełnym aktywności z pewnością warto zrelaksować się w jacuzzi na zewnętrznym tarasie lub podczas seansów saunowych prowadzonych przez saunę mistrza.

A co z atrakcjami specjalnie dla dzieci? Hotel otoczy je opieką podczas weekendowych i wakacyjnych planów animacyjnych wypełnionych warsztatami artystycznymi i zajęciami ruchowymi. Nastolatków natomiast zaprasza do Sali Multimedialnej lub na rodzinny turniej w kręgle do Klubu Farma.

Wypoczynek ma wiele form, a każda z nich dostępna jest w Hotelu SPA Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie. Nie zwlekaj i zaplanuj relaks na miarę Twoich potrzeb.



# PAWEŁ PABLO SZYMKOWIAK

## CHŁOPAK Z ORUNI

Jego przygoda ze sportami walki zaczęła się w wieku 13 lat, kiedy to pierwszy raz poszedł do klubu „Stoczniowiec”. Treningi pomogły mu poradzić sobie z trudną rzeczywistością chłopaka o obcych korzeniach wychowującego się na gdańskiej Oruni. Sport nauczył go także dyscypliny, bez której nie byłby tu, gdzie jest – jako doświadczony i utytułowany zawodnik, właściciel własnego klubu, biznesmen, a także twarz kampanii „Gdańsk Miastem Równości”. Oto Paweł „Pablo” Szymkowiak.



Autorka: Marta Dworak





**Groźnie wyglądający facet, sporty walki kojarzące się z przemocą i twarz kampanii Gdańsk Miastem Równości. Da się to pogodzić?**

**Paweł Szymkowiak:** Jak mówiłem w kampanii, dziś uczę dzieci, młodzież w sportowym duchu, żeby były sprawne, silne w razie zagrożenia zdrowia, życia umiały się obronić, nie zaatakować, bo, trenując sporty walki, automatycznie wyrabia się refleks i odruchy samoobronne. Wiadomo, że może się zdarzyć, że ktoś nadużyje umiejętności nabytych na treningu, ale ja uprzedzam, że, jeżeli o tym się dowiem, to osoba ta poniesie konsekwencje.

**A ty jak często się bijesz? Czy to dla ciebie przede wszystkim sport czy forma wyładowania się?**

**P. Sz.:** Przede wszystkim ja nie biję się, tylko sparuję, a, jeżeli już to czasami robię, to przede wszystkim z osobami na odpowiednim poziomie wytrenowania. To sport i, jak ktoś się chce wyładować, to jest sporo form wyżycia się: 200 padnij powstań, 10 km w 30 minut, crossfit czy full body workout przez godzinę. Sparring to element przygotowań do

zawodów, nie wszyscy sparują, bo nie chcą, to nie przymus. A ci, którzy to robią, mają ochraniacze na szczęki, głowy (kaski bokserskie), piszczele i stopy (kickboxing), łokcie i kolana (MMA). Niepełnoletni muszą mieć zgodę rodziców.

**A jak to się u ciebie zaczęło?**

**P. Sz.:** Moim wzorem był „Iron” Mike Tyson mistrz wagi ciężkiej przy wzroście 180 cm. Chciałem zacząć od boks w dawnym klubie „Stoczniowiec”, ale ostatecznie dotarłem na kick-boxing, a potem MMA. Na pierwsze treningi przeznaczyłem pieniądze od mamy na moje 13. urodziny. Pasja została do dziś.

**Czy to na początku był sposób na ucieczkę?**

**P. Sz.:** Na pewno tak. Urodziłem się w Gdańsku, ale mój ojciec, z którym praktycznie nie miałem kontaktu, pochodzi z Libanu, co po mnie widać. Odkąd pamiętam w szkole i na podwórku byłem inaczej traktowany. Już w piaskownicy dzieci mówiły do mnie Bambo, a za jakiś czas spotkałem je w szko-



le podstawowej i tak już zostało. Sport pomógł mi sobie z tym poradzić, a także dodał mi pewności siebie i odciągnął od złego towarzystwa. Kiedy znajomi szukali sposobu na zarobek, ja szedłem na trening.

**To brzmi jak terapia sportem?**

**P. Sz.:** Nadal zdarza mi się mieć takie osoby na moich treningach – przychodzą same lub przyprawiają je rodzice, aby zmieniły trochę nastawienie i zaangażowały się w coś innego niż moda czy elektronika. I w przypadku niektórych to naprawdę działa. Poza tym sport wymaga wysiłku, konsekwencji i samozaparcia. Uczy też pokory, systematyczności i tego, że na sukces trzeba zapracować.

**Także przez porażki?**

**P. Sz.:** Zawsze powtarzam, że sukces dobrze smakuje, ale to porażki uczą nas najwięcej. Sam mam jedną pamiętną za sobą, kiedy przegrałem walkę, dostając kopniaka z obrotu w wątrobę, a, kto to przeżył, to wie, o czym mówię. Na jakiś czas na-

wet przerwałem treningi, prawie się poddałem, ale ostatecznie wróciłem do sportu. Teraz uważam, że najważniejsze to wyciągać wnioski z porażek.

**Jak już opanowałeś walkę w wieku nastoletnim, nie kusilo cię, żeby się zemścić?**

Zawsze rywalizowałem na sparingach, również z kolegami, ale zdarzyło się, że ktoś mnie uderzył, wtedy kontra z kilku ciosów została zwrócona, bo, trenując, posiada się pewne odruchy. Jestem chłopakiem z gdańskiej Oruni...

Ojczym, z którym mieszkałem od czwartego roku życia był alkoholikiem, niestety agresywnym, pewnego wieczoru uderzył moją matkę, potem mnie, powiedziałem: Chodź na podwórko! Na dworze rzucił się na mnie, ale odbił się od ściany, czyli ode mnie. W ten sposób przestał z nami mieszkać.

**W kampanii wspominasz, że jak się upił, to nazywał cię „czarnuchem”. A jak wyglądały twoje relacje z rodzonym ojcem?**

**„Sport wymaga wysiłku, konsekwencji i samozaparć. Uczy też pokory, systematyczności i tego, że na sukces trzeba zapracować”**

Poznałem go w wieku 19 lat - pojawił się, naobiecował, że się odwdzięczy za stracone lata i namieszał mi w głowie. Sprzedałem malucha Fiata 126, żeby mieć na bilet do Libanu. Po czterdziestu dniach pobytu poznałem „tatusia” bliżej i zrozumiałem, ile prawdy jest w powiedzeniu „Umiesz liczyć, licz na siebie”. Była to kosztowna i smutna lekcja, bo po powrocie do Polski startowałem od zera i miałem młodszego brata na utrzymaniu, którego ojciec, a mój ojczym miał gdzieś. Za to dziś mogę powiedzieć, że do wszystkiego doszedłem sam ciężką pracą. Oczywiście, nie zapominając o mojej mamie, która urodziła mnie, mając 18 lat, pracowała jako pomoc kuchenna, sprzątaczką i dała radę sama wychować dwóch synów.

#### **I wtedy przyszły sukcesy?**

Podczas mojej kariery sportowej zostałem wielokrotnym medalistą mistrzostw pucharów Polski, Europy i świata w kick-boxingu oraz MMA. Teraz bardziej skupiam się na trenowaniu innych, ale sukcesy wciąż się zdarzają - jak tytuł vice mistrza Polski MMA w wadze ciężkiej w 2017 roku.

#### **A kiedy pomyślałeś, że to też sposób na biznes?**

Stosunkowo wcześniej, bo, już jako młody chłopak, zdarzało mi się prowadzić zajęcia np. dla kolegów z XV LO na Zaspie. Własny klub „Pablo Unlimited” na Kowalach otworzyłem w 2005 roku, mając za sobą doświadczenie w ochronie VIP, usługach transportowych i handlu. To okazało się przydatne w późniejszym biznesie, podobnie jak studia z zarządzania.

#### **Czy posiadanie własnego klubu to dobry biznes? Można na tym zarobić?**

Klub Pablo Unltd to bardzo dobry biznes, robię to, co lubię, a efektem ubocznym są pieniądze, które w ten



sposób zarabiam. Ile by nie było, to i tak jest za mało, ale idzie z tego wyżyć. Dużo robię też sam.

#### **Czym konkretnie zajmujesz się w klubie?**

Jestem oczywiście trenerem, ale i przedsiębiorcą, który zarządza klubem – kadrą, grafikami zajęć, salami, sprzedażą suplementacji, sprzętu i odzieży sportowej oraz wysyłką zamówień. Za moje wielkie osiągnięcie uważam stworzenie własnej marki Pablo Unltd - jestem producentem odzieży oraz akcesoriów. Kręcę filmiki treningowe i prowadzę też nasze media społecznościowe.

#### **Czy to w ten sposób trafiłeś do kampanii „Gdańsk Miastem Równości”?**

Prawdopodobnie tak. Zostałem zaproszony do niej przez prezydent Aleksandrę Dulkiwicz i jej ekipę. Myślę, że pasowałem swoją historią gdańszczanina o obcych korzeniach, który otwarcie mówi, że za młodych lat nie było mu łatwo, ale znalazł pomysł na siebie przez sport i teraz pomaga w tym innym.

## **PAWEŁ „PABLO” SZYMKOWIAK**

Swoją przygodę ze sportami walki zaczynał od kickboxingu w 1993 roku w gdańskim klubie „Stoczniovec”. Prowadzony przez pierwszego trenera, Bronisława Szczypiora, w 1997 roku zdobył 3. miejsce na Mistrzostwach Polski. Od 2005 roku trenował w klubie „Duet” w Gdańsku, gdzie pod okiem Rafała Kałużnego i Tomasza Biernackiego zdobył największe osiągnięcia takie jak Vice Mistrz Polski 2009, 3. miejsce w Pucharze Świata 2009 (Węgry), 2. miejsce w Pucharze Europy 2011 (Włochy), wielokrotny medalista Mistrzostw Polski i Pucharu Polski. Od 2005 roku prowadzi własny klub „Pablo Unltd” na Kowalach. Jego wychowankowie to medaliści i zdobywcy mistrzostw Polski oraz pucharów Polski i Gdańska tacy jak Oskar Dziego (zdobywca Pucharu Gdańska, Mistrz Polski w kickboxingu), Paweł Krasiak (Mistrz Polski w kickboxingu), Alan Jachimowski (wielokrotny mistrz Polski w MMA amatorskim, 4:1 bilans walk zawodowych MMA), Oskar Herczyk (dwukrotny mistrz Polski w MMA, 3. miejsce mistrzostwa Europy MMA, 8:4 bilans walk zawodowych w MMA), Mikołaj Drażek (dwukrotny vice mistrz Polski w MMA, mistrz akademicki, wielkopolski oraz pucharu Polski w BJJ, Pas SCF Kępno semi pro) oraz medaliści mistrzostw i pucharów Polski Borys Brodowski, Przemysław Chruszcz, Rafał Jaworski i Michał Pokorski. Sam w 2017 roku zdobył tytuł vice mistrza polski MMA w wadze ciężkiej. Jego specjalizacje to MMA, kickboxing oraz boks.



**Wspomniałeś o salach, gdzie cię można znaleźć?**

Przed wszystkim w moim klubie na Kowalach, ale i w pobliskiej szkole podstawowej na zajęciach grupowych, a także w domu sąsiedzkim „Gościnną Przystań” na Oruni.

**Szkoła podstawowa, to znaczy, że uczysz też dzieci?**

Tak, od początku tak było, a trzeba dodać, że nie każdy chce trenować dzieci, bo to większa odpowiedzialność i wysiłek. Ja chciałem prowadzić właśnie młodych, żeby nabrali pewności siebie i nie musieli się nikogo bać. Trenuję osoby od 10. roku życia – własne dzieci także. Córka ma 15 lat i ćwiczy od 7 lat, a syn (12 lat) - od 3. Wybrali kick-boxing.

**A samo MMA nie kłóci się z dziećmi?**

Z mojego doświadczenia dzieciaki głównie wybierają kick-boxing, potem boks, a część z nich, już w nastoletnim wieku decyduje się na MMA, zwłaszcza, że spopularyzowały je np. freaki z Fame MMA.

**Wielu osobom MMA nie kojarzy się dobrze nie tylko przez nich, ale i przez samych zawodników. Całe środowisko jest utożsamiane, może stereotypowo, ale z agresją, awanturami domowymi, nastawieniem na pieniądze czy po prostu patologią...**

Dokładnie, to stereotypy. W każdym środowisku znajdziemy różne osoby i nie ma co generalizować. Nie mówię, że jest tylko różowo, zawodnicy mają czy też generują problemy. Dla mnie ten sport był przede wszystkim sposobem na znalezienie lepszej drogi niż ta, która mogła mnie czekać w oruńskim świecie. Moi koledzy mieli różne epizody, a teraz niektórzy z nich przyprowadzają do mnie swoje dzieci, bo chcą, żeby skończyły lepiej niż oni.

**Mówisz, że w każdym środowisku są czarne owce, ale przecież to ze sportów walki gangi łowią swoich „żołnierzy”. Zatrzymania, sprawy karne, wymuszenia są tu na porządku dziennym. A jak nie to, to problemy z używkami lub depresją.**

Jak moi koledzy stali na ulicy, ja jechałem na trening albo się uczyłem. Ukończyłem dwa studia policealne, licencjat-stypendium sportowe za zdobycie medali dla Wyższej Szkoły Turystyki i Hotelarstwa w Gdańsku, a to co zmotywowało mnie do ukończenia szkoły z tytułem magistra zarządzania przedsiębiorstwem, którym dziś jest Klub Pablo Unlimited.

Stałem też na bramce, ale nigdy nie byłem nikogo żołnierzem. Zawsze dążyłem do tego, żeby nie mieć szefa. A trening jest bardzo dobrą alternatywą dla wyładowania agresji w zdrowy, sportowy sposób i nie tylko daje endorfiny, ale i pomaga radzić sobie z codziennymi problemami.

**Co takiego daje MMA?**

Dla mnie wszystkie sporty walki to głównie sposób na proporcjonalny rozwój. Rozwijasz szybkość, siłę, zwinność, kształtujesz sylwetkę i charakter i to się przekłada nie tylko na sport, ale i na całe życie.

**A agresja?**

Ćwicząc, raczej wyładowujesz agresję niż odwrotnie. To na sali się wykazujesz, a trenowanie to naprawdę ciężka praca. Poza tym, jeśli nadużyjesz umiejętności i nie będzie to obrona własna ani kogoś innego, to jest to od razu traktowane jako wykroczenie. Ja już ponad 30 lat jestem w świecie MMA i cieszę się, że nadal mogę tym się zajmować i oby jak najdłużej.

**Kto zatem może trenować MMA czy szerzej - sporty walki? Czy trzeba mieć jakieś predyspozycje?**

Tak naprawdę nie ma reguły, każdy może zacząć i dziecko, i osoba po 50-tce, mężczyźni i kobiety. Zresztą tych ostatnich mamy sporo – trenują głównie amatorsko, ale zdarzają się też profesjonalne zawodniczki. Nie ma tu ograniczeń i mój klub jest otwarty dla kobiet, które dobrze się tu czują.

**A czym zajmujesz się w wolnym czasie?**

Przed wszystkim staram się rozwijać, czytam książki o rozwoju osobistym i finansach. Biznesowo poszerzam swoją wiedzę poprzez kursy takie jak „Firma Jutra: e-commerce” czy „Podstawy marketingu internetowego”. Poza tym morsuję, a teraz mocno interesuje mnie metoda oddechowa Wima Hofa oraz medytacja i joga.

**Joga?**

Tak, joga i stretching pomagają rozciągnąć mięśnie i dotlenić organizm, a to przydaje się w sporcie. Przekładałem to potem na treningi swoje i swoich podopiecznych. Zresztą nie tylko ja, ze światowych zawodników na przykład Alistair Overeem przed walkami w UFC też korzystał z metody oddechowej Wima Hofa.

„Nigdy nie byłem nikogo żołnierzem. Zawsze dążyłem do tego, żeby nie mieć szefa”





# DOLNE MIASTO

## W BLASKU GENTRYFIKACJI

**Dolne Miasto to jeden z najbardziej charakterystycznych i najbardziej interesujących obszarów Gdańska. W PRL-u ta dawna przemysłowa dzielnica ulegała stopniowej degeneracji, by od kilkunastu lat powoli, nieco mozolnie, ale systematycznie odzyskiwać należny jej blask. Dzisiaj jest już obowiązkowym punktem wycieczek oraz modną destynacją na relaksujący pobyt blisko centrum, posiłek w nietuzinkowych lokalach czy nawet docelowy dom.**

**D**olne Miasto, ta do niedawna omijana szerokim łukiem część Gdańska, zaczyna przyciągać nie tylko mieszkańców Trójmiasta, ale i turystów. Nic dziwnego - ocalałe przed wojennymi zniszczeniami budynki z sukcesywnie odnawianymi fasadami, rewitalizowane ulice i domy, a także nowe budownictwo odświeżają wygląd dzielnicy i jej atrakcyjność. Otwierają się tu hotele, kawiarnie i koncepty gastronomiczne, stopniowo odżywają tereny rekreacyjne, a jedna z wiodących polskich firm tworzy tu swój kampus. Niemniej jednak zaplanowane prace rewitalizacyjne przez ponad 4 lata przyniosły jedynie częściowe efekty. Rok 2024 ma zdecydowanie przyspieszyć ten proces.

### W FERWORZE ZMIAN

Na Dolnym Mieście czuje się ducha historii i to różnorodnej. Dawna dzielnica przemysłowa, pozostałości po fabrykach, zabytkowa zajezdnia tramwajowa, dawne koszary czy szpital, akcenty masońskie, zielone bastiony to tylko niektóre z czekających tu atrakcji.

- Dolne Miasto to dzielnica wielu różnorodnych historii - przemysł, żołnierze, transport i komunikacja szynowa, kultura, przyroda miejska i nadwodna, sama woda i kanały, wyjątkowe zabytki. Z Dolnego Miasta jest

10 minut drogi do historycznego centrum z Traktem Królewskim na czele, ale z drugiej strony 5-10 minut na Olszynkę, gdzie dominują tereny rolne i łąkowe i gdzie spotkania z naturą są na porządku dziennym. Łatwo można się tu dostać tramwajem, autobusem miejskim. A i od kolejki SKM jest mniej więcej 15 minut spacerkiem - mówi Jacek Górski należący prężnie działającym lokalnie Opowiadaczy Historii. - Ważne jest też samo odwiedzane miejsce, które potrafi zaskoczyć. Cały czas funkcjonują w przestrzeni przewodniki po Dolnym Mieście, które też ułatwiają zwiedzanie. Latem oprowadzają Lokalni Przewodnicy, w innych okresach Opowiadacze Historii i inni przewodnicy, którzy też widzą w tej dzielnicy potencjał. Spaceruje rowerowe, spaceruje kajakowe, spaceruje wieczorową porą, spaceruje tematyczne, spaceruje dla osób z dysfunkcją słuchu... To wszystko odbywa się właśnie na Dolnym Mieście.

Jednocześnie wcześniejsi bywalcy będą zaskoczeni przeobrażeniem tego obszaru, które zaszło w ciągu ostatnich lat. A to jeszcze nie koniec. Rewitalizacja ma też swoje gorsze strony takie jak utrudnienia dla mieszkańców, korki, brak miejsc parkingowych. Nieuniknionym skutkiem jest też znikanie lokali usługowych, kiosków i skle-



pów spożywczych, które nie pasują do wizerunku coraz modniejszej dzielnicy.

### ZRÓWNOWAŻONY KAMPUS LPP

Rozwój Dolnego Miasta wspierają lokalne inwestycje prywatne toczące się równolegle do projektów publicznych i wpływające na wzrastającą popularność tego terenu. Jedną z nich to LPP Fashion Lab, którego trzeci z czterech budynków zostanie oddany do użytku w tym roku. Firma związana jest z tym terenem od dawna, to tu mieściły się jej pierwsze magazyny. LPP docenia bardzo dobre skomunikowanie dzielnicy z resztą Trójmiasta oraz jej inspirującą atmosferę.

- Gdy w 2015 r. rozpoczęliśmy projekt utworzenia kampusu LPP Fashion Lab na ul. Łąkowej wraz z całościową modernizacją naszej siedziby, widzieliśmy tu potencjał, ale trzeba jasno podkreślić, że czasy świetności tej lokalizacji miały dopiero nadejść – mówi Łukasz Piwoński, dyrektor ds. administracyjno-technicznych LPP. – Pracując na co dzień w firmie, gdzie ważna jest kreatywność i otwarty umysł, tym bardziej cieszą nas obserwowane zmiany i możliwość wsłuchiwanie się w rytm miasta. Zwłaszcza, że jako LPP mieliśmy swój wkład w proces rewitalizacji – zarówno angażując się w wydarzenia sąsiedzkie w naszej dzielnicy, jak i zachowując estetykę tego miejsca przy modernizacji centrali.

Firmie zależało, by kompleks Fashion Lab wpisywał się w historyczny obraz dzielnicy, nawiązując do przemysłowych tradycji Dolnego Miasta.

- Nowy budynek odtwarza pierzeję, czyli ciąg frontowych budynków ulicy Łąkowej, utrzymując charakter przedwojennej zabudowy z dawną Fabryką Tytoniu oraz Fabryką Karabinów – opowiada Łukasz Piwoński. - Koncept tego miejsca bardzo mocno odwołuje się do historii dzielnicy. Z kolei w kwestiach technicznych kierowaliśmy się standardami nowoczesnego i zrównoważonego budownictwa, które wpisują się w wymogi certyfikacji BREEAM. Już na etapie projektowania postawiliśmy na rozwiązania o mniejszym wpływie na środowisko.

Przykłady to np. wykorzystywanie deszczówki do spłukiwania toalet oraz podlewania terenów zielonych, ograniczenie zużycia energii przez technologię stropów chłodzących, zastosowanie lamp LED dopasowujących światło do rzeczywistych potrzeb czy wprowadzenie systemu BMS sterującego w sposób zintegrowany elektrycznością, ogrzewaniem, wentylacją i klimatyzacją, co pozwala zredukować puste przebiegi.

LPP Fashion Lab to jednocześnie funkcjonalne i przyjemne miejsce pracy z zielonym dziedzińcem oraz podziemnym dwupoziomowym parkingiem z ładowarkami dla pojazdów elektrycznych.

### ARCHE DWÓR UPHAGENA W DAWNYM SZPITALU

Dużą zmianą było otwarcie w grudniu 2021 roku hotelu w dawnym budynku szpitala na ul. Kieturakisa. Dwór Uphagena przyciąga turystów, ale i lokalsów, którzy zyskali swoje miejsce na spotkania. To nietuzinkowy, gustownie urządzony hotel o minimalistycznym wystroju w industrialnym stylu dopełnionym historycznymi elementami takimi jak zachowane belki stropowe, ściany szachulcowe i naturalna cegła.

- Lokalizacja jest wymarzona, tuż przy centrum, ale cicha, offowa. Nasi goście cenią sobie spokój i ciszę dzielnicy, jej spacerowy i zabytkowy charakter, a z drugiej strony - niewielką odległość do centralnych atrakcji Gdańska – opowiada Dyrektor Sprzedaży i Marketingu, Ewelina Andruchów-Szutta. – Niesamowitą opcją, jaką daje Dolne Miasto jest zwiedzanie Gdańska od strony wody, co pozwala również ominąć tłumy turystów. Liczne zakola Motławy dają możliwość rozpoczęcia przygody od bastionów otaczających całe Śródmieście, przez część portową, aż do Długiego Pobrzeża, gdzie panorama miasta robi ogromne wrażenie. Sam dziedziniec naszego obiektu kryje w sobie historyczną grootę Najświętszej Maryi Panny na wzór groty z Lourdes, figurkę Józefa i sąsiadujący z naszym

kwartałem Kościół Niepokalanego Poczęcia NMP z 1860 r.

Dwór Uphagena angażuje się także w życie społeczne dzielnicy, organizując otwarte wystawy i wydarzenia, w których chętnie biorą udział mieszkańcy. Największą popularnością cieszył się wernisaż prac Oskara Zięty, a w kwietniu odbędą się Wiedźminalia.

Działalność lokalna toczy się zresztą na Dolnym Mieście na wielu płaszczyznach. Funkcjonują tu takie instytucje jak: Dom Sąsiedzki ISE Dolne Miasto, Centrum Reduta, Fundacja Oparcia Społecznego Aleksandry FOSA, Caritas, CSW Łaźnia, Opowiadacze Historii Dolnego Miasta w Gdańsku.

- Najbardziej nas cieszy zaangażowanie mieszkańców w takie działania jak akcje dbania o podwórka, Choinka na Dolnym Mieście, Powitanie Lata, spacer po Dolnym, archiwistka społeczna. Ta rewitalizacja miękka bardzo dobrze się sprawdziła w przypadku Dolnego Miasta i zaowocowała wieloma oddolnymi działaniami na rzecz tej dzielnicy. Integrującymi środowisko, podwyższającymi poziom wiedzy, ułatwiającymi życie i robiącymi dobrą promocję na zewnątrz – chwali Jacek Górski z Opowiadaczy Historii.



Fot. mat. prasowe



Fot. Karol Kacperski

# WIELKA REWITALIZACJA MOZOLNIE, ALE IDZIE

**Atrakcyjny pod kątem lokalizacji i potencjału rozwojowego teren Dolnego Miasta w Gdańsku cieszy się zainteresowaniem deweloperów. Zielone przestrzenie, bliskość Motławy i dobra komunikacja z resztą Trójmiasta to atuty, które kuszą niejednego. Miasto realizuje tu dwa projekty renowacji, jeden w ramach partnerstwa publiczno-prywatnego, a drugi razem z Urzędem Marszałkowskim. Obydwa mają jednak spore opóźnienia.**

Umowa, która powołała do życia projekt partnerstwa publiczno - prywatnego została podpisana 22 listopada 2019 roku. Jej stronami było Miasto Gdańsk oraz konsorcjum GGI Dolne Miasto składające się początkowo z firm Inopa i Euro Styl, który ostatecznie wykupił udziały w spółce. Zawarta na 14 lat (2019-2033) umowa zakładała realizację 17 inwestycji publicznych o łącznej wartości ponad 51 mln zł. Główne z nich to kompleks sportowy przy Szkole Podstawowej nr 65, rewitalizacja nabrzeża Nowej Motławy i remont 8 zejść do rzeki, rewaloryzacja dawnej zajezdni tramwajowej i zabytkowego budynku gimnazjum, odnowienie bastionów Wilk i Wyskok, budowa i modernizacja ulic i ciągów pie-

szo-rowerowych oraz nowe publiczne przedszkole z placem zabaw. Partner prywatny zrealizuje na terenie Dolnego Miasta także inwestycje komercyjne, przy których powstaną dodatkowe tereny zielone i rekreacyjne.

Harmonogram zakładał realizację celów publicznych w ciągu 8 lat, jednak tuż po półmetku tego okresu widać wyraźne opóźnienie. Do tej pory ukończono jedynie kompleks sportowy oraz rozpoczęto remont zejść do Nowej Motławy. Jak mówią inwestorzy, opóźnienia spowodowała opieszałość konserwatora zabytków czuwającego nad tym terenem.

- Pomorski Wojewódzki Konserwator Zabytków przez 3 i pół roku nie wydawał wykonalnych decyzji mimo składanych przez partnera prywatnego kolejnych wniosków. Konserwator nie dotrzymywał przewidzianych prawem terminów. Spowodowało to, że za wyjątkiem boiska i remontu zejść do Nowej Motławy, żaden z pozostałych celów zaplanowanych do wykonania w pierwszych 4 latach nie wszedł w fazę realizacyjną. Liczymy, że w najbliższym czasie, wraz ze zmianą na stanowisku konserwatora, sytuacja ulegnie zmianie i realizacja przedsięwzięcia PPP, zarówno w zakresie celów publicznych jak i komercyjnych nabierze rozpędu – tłumaczy Joanna Bieganowska z Referatu Prasowego Biura Prezydenta Miasta Gdańsk.

- Z przyczyn niezależnych od partnerów realizacja projektu PPP jest nieco opóźniona względem pierwotnych założeń, jednak prace „na zapleczu” cały czas trwają, m.in. z zakresu uzyskiwania zgód i pozwoleń dot. planowych inwestycji. Jesteśmy świadomi specyfiki i wartości miejsca, w którym inwestujemy, także tej historycznej, dlatego z ogromną starannością i odpowiedzialnością podchodzimy do każdego etapu realizacji prac – dodaje Bartosz Podgórczyk, dyrektor marketingu w Euro Stylu.

## PARK, ROWERY I CHODNIKI

Rozpoczęty już remont 8 zejść do Nowej Motławy, zlokalizowanych po obydwu stronach ulicy Toruńskiej, polegać będzie na skuciu uszkodzonych warstw be-

tonu na podestach, rozebraniu schodów i wykonaniu nowych, położeniu płyty żelbetowej na podestach oraz demontażu i wykonaniu nowych żelbetowych murków oporowych ograniczających każdą z trybun, a także remont istniejącej balustrady. Dodatkowo zostanie wykonana mała architektura (ławki i siedziska), a podesty widokowe dopełni wysoka zieleni.

- W 2024 roku przewidujemy rozpoczęcie remontu ciągu pieszo-rowerowego na koronie wału wzdłuż ul. Kamienna Grobla i jego przedłużenie po drugiej stronie ulicy Toruńskiej wzdłuż ulicy Dobrej. Na tych odcinkach ciągu pieszo-rowerowego powstanie również park liniowy zawierający wysoką zieleni (w sumie zostanie posadzonych ponad 50 drzew) oraz wiele nowych nasadzeń niskiej zieleni i łąki kwietne. Zorganizowane zostaną tam również wysepki rekreacyjne z ławkami, stojakami na rowery, otoczone zielenią i skierowane na wodę. Zakończenie tych prac zaplanowane jest na koniec 2025 roku – wylicza Joanna Bieganowska w imieniu miasta i inwestora prywatnego. - W 2024 roku po uzyskaniu potrzebnych uzgodnień planuje się rozpoczęcie remontu i przebudowy ulicy Dobrej. Rozpoczęte zostaną również roboty budowlane związane z dwoma obiektami komercyjnymi – budynkami mieszkaniowo-usługowymi zlokalizowanymi przy ul. Jaskółczej 28 oraz Jałmużniczej 2.

Prace przygotowawczo-projektowe nad kolejnymi inwestycjami zarówno publicznymi jak i komercyjnymi są w toku.

Fot. Karol Stańczak



Fot. Krzysia Brzozowska



# DOLNE MIASTO

## REKOMENDACJE OPOWIADACZY HISTORII

**Warto** wybrać się na spacer kajakowy fosą miejską

**Warto** obejrzeć kamienną śluzę

**Warto** odwiedzić wystawy w CSW Łaźnia

**Warto** zobaczyć jak odnowiono dawny szpital na Kieturakisa

**Warto** przejść się wzdłuż bastionów i nacieszyć oko zielenią, a ucho - śpiewem ptaków

**Warto** zajrzeć do naszego kościoła pod wezwaniem N.P.N.M.M.

**Warto** zobaczyć wieczorem bursztynową instalację pod wiaduktem trasy WZ

**Warto** wejść do starego czerwonego tramwaju na rogu Wróblej i Toruńskiej

**Warto** zobaczyć zachowane wnętrza Królewskiej Fabryki Karabinów

**Warto** zwrócić uwagę na wykończenia kamienic na ulicy Wierzbowej, Sempołowskiej albo Wróblej

**Warto** zajrzeć do Domu Sąsiedzkiego ISE Dolne Miasto i zobaczyć reprodukcje przedwojennych i powojennych zdjęć i pocztówek z Dolnego Miasta

**Warto** odwiedzić budynek Akademii Muzycznej, aby uświadomić sobie, że przez wiele lat w tych murach koszarowali żołnierze, a potem wyjść na plac i wyobrazić sobie poranną żołnierską gimnastykę, ćwiczenia z musztry albo defilady i parady przez generałami.

**Warto** zajrzeć do środka jedyne go już starego budynku na ulicy Ułańskiej, spojrzeć w górę na sufit i ujrzyć wyjątkowe obrazy i malowidła kojarzone z symbolami masonskimi

### Gminny Program Rewitalizacji 2017-2030

Równoległe do projektu PPP od 2017 roku trwa „Rewitalizacja Dolnego Miasta i Placu Wałowego wraz ze Starym Przedmieściem w Gdańsku” prowadzona przez Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego i Gminę Miasta Gdańsk. Towarzyszą temu działania o charakterze społecznym i inwestycyjnym, w ramach, których otwarto Placówkę Wsparcia Dziennego (ul. Królikarnia 13) oraz Centrum Wsparcia i Terapii Rodzin (ul. Radna 3/2). Zagospodarowany został także teren Optywu Motławy wraz z bastionami. Wyposażono go w elementy małej architektury (ławki, leżaki, stojaki rowerowe), przebudowana została piesza promenada, zamontowano również oświetlenie i monitoring. Powstały place zabaw oraz ścieżka dydaktyczna. Dzięki rewitalizacji modernizowane są także budynki mieszkalne i ich otoczenie; a wspólnoty otrzymują dofinansowanie na ten cel. Równoległe realizowane są przebudowy i modernizacje dróg oraz infrastruktury podziemnej wraz z zagospodarowaniem terenu. Pracami objęte są dwa układy drogowe: Przykoppowa-Polna-Wierzbowa oraz Chłodna-Sempołowska-Królikarnia-Reduta Dzik. Remont pierwszego z nich zakończył się w 2022 roku, druga przebudowa realizowana przez Dyрекcję Rozbudowy Miasta Gdańska ma opóźnienia.

- Z przyczyn niezależnych, pierwotnie założony termin umowy nie zostanie dotrzymany. W ciągu najbliższych dwóch miesięcy wykonawca, w uzgodnieniu z inwestorem, ustali nowy termin zakończenia robót, biorąc pod uwagę aktualny poziom zaawansowania robót oraz zakres, który musi zostać zrealizowany, by inwestycję zakończyć – relacjonuje Joanna Bieganowska. – Dodatkowo warto wspomnieć, że Biuro Rozwoju Gdańska, koordynator rewitalizacji w mieście, jest w trakcie procedowania zmiany Gminnego Programu Rewitalizacji Miasta Gdańska na lata 2017-2030. Działania rewitalizacyjne będą kontynuowane w podobszarze Dolne Miasto / Plac Wałowy / Stare Przedmieście. W ramach aktualizacji GPR wytypowano nowe przedsięwzięcia inwestycyjne i społeczne, których celem jest poprawa jakości życia mieszkańców. Realizacja części



Fot. Karol Kacperski

z nich może rozpocząć się jeszcze w tym roku. Konkrety będzie można poznać już niebawem, kiedy przeanalizowane zostaną uwagi i propozycje zgłoszone w ramach konsultacji społecznych.

### KAMIENNA 28 I DAWNA FABRYKA BATYCKI

Dolne Miasto przyciąga też deweloperów, powstają tu nowe budynki mieszkalne, a rewitalizację przechodzą te zabytkowe. Już w przyszłym roku będzie można zamieszkać w jednym z dwóch historycznych budynków młyna olejowego pochodzącego z 1846 roku, bardziej znanego gdańszczanom jako Fabryka Batoryckiej. Deweloper Acciona w ramach swojej inwestycji proponuje autentyczne loftowe wnętrza z widokiem na Motławę.

- Kamienna 28 to nasza pierwsza inwestycja w Gdańsku. Jako Acciona bardzo chcieliśmy wejść na rynek trójmiejski i zależało nam na tym, aby znaleźć taki nasz pied-à-terre na gdańskiej ziemi, a jednocześnie, żeby to był nasz punkt zaczepienia jako biuro gdańskiego oddziału. Tak się stało w przypadku realizacji projektu Kamiennej 28 – mówi Katarzyna Unold, Dyrektorka Zarządzająca Acciona Nieruchomości w Polsce. - Dolne Miasto przechodzi w tej chwili bardzo gruntową i dobrze przemyślaną rewitalizację. Zarówno, jeśli chodzi o partnerstwo publiczno-prywatne, jak i prywatnych inwestorów, następuje tu gentryfikacja.

Otworzyły się punkty będące zarzewiami nowego charakteru tej dzielnicy łączącego tzw. bohemian style i design. Poza tym dzielnica nie jest tak bardzo zatłoczona jak położona naprzeciwko Wyspa Spichrzów. Nie taka głośna, związana z zielenią pobliskich bastionów i terenów rekreacyjnych.

Zabytkowe budynki połączą dwa przeszklone łączniki, podkreślające postindustrialny charakter. Nie zabraknie też odniesień do tworzonej tu galanterii.

- Dolne Miasto to moja dzielnica rodzinna, zależało mi na tym, by projekt reprezentował ciekawą ideę. Gdy pierwszy raz odwiedziłem ten zabytek, była w nim masa elementów oryginalnych (klatki, słupy etc.), a także pozostałości po fabryce Batoryckiej typu biurka, matryce do cięcia, rozkroje torebek, materiały, rulony, zwoje. Chciałem do tego nawiązać – tłumaczy autor projektu Paweł Szczygiał z pracowni Poteatchiteki. - I tak w naszej architekturze jest odzwierciedlony ten materiał w postaci siatek półprzeziernych, w dwóch kolorach (białym i ciemnografitowym), którymi pokryty jest wycięty w bryle historycznej dziedziny. Gdy obiekt jest zamknięty to ta siatka wygląda jak rozciągnięta na całej elewacji budynku siatka, za którą są okna, korytarz, przeszklenia, ale można to też otworzyć i wtedy całość zaczyna żyć, a budynek upodabnia się do matrycy Batoryckiej.

# NOWE GASTRO NA HISTORYCZNYM GRUNCIE

Mieszkańcy Gdańska i turyści doceniają rozwijającą się na Dolnym Mieście gastronomię. W przeciągu ostatnich kilku lat powstały tu ciekawe restauracyjne koncepty.

Jeden z nich to Nie/mięsny otwarty w dawnym sklepie mięsnym.

- Do starego PRL-owskiego szyldu dopisaliśmy migoczące słówko „nie” i stworzyliśmy menu, które jest skonstruowane według sprawiedliwego podziału wege i mięso. Na tamten czas w restauracjach dostępne były bardzo ograniczone opcje wegetariańskie. Chcieliśmy stworzyć miejsce, gdzie wspólny stół będzie łączył, a nie dzielił - bez oceniania wyborów żywieniowych – wspomina Karolina Oganowska. - Zanim jeszcze otworzyliśmy swoje drzwi dla gości z zewnątrz wiedzieliśmy, że staniemy się swoistym łącznikiem pomiędzy tym co nowe, a tym co powoli odchodzi w niebyt. Z szacunku do miejsca, historii dzielnicy, ale też i swoistego psikusa losu postanowiliśmy zostawić szyld sklepu mięsnego i dopisać swoją narrację do tej zastanej. Poza tym na zapleczu Nie/mięsnego mogliśmy zapoznać się ze śmietanką towarzyską dzielnicy, która co sezon stawała tam kanapę, by móc na niej wygrzewać się w słońcu, popijając zimne trunki. Natomiast z frontu lokalu na jego ogródku można było zobaczyć młodych ludzi, artystów, pracowników pobliskiej LPP, którzy zjadając Halloumi Burgera nadawali dzielnicy zupełnie innego klimatu. I tak te dwa fronty zadomowiły się na Dolnym Mieście, żyjąc ze sobą równolegle, jak i nasze menu podzielone na pół. Właściciele Nie/mięsnego na tyle pokochali tutejszy klimat, że aż przeprowadzili się tutaj, by doświadczać go w pełnym wymiarze.

## PRZYJAŹNI LUDZIE Z DAŁA OD TURYSTYCZNEGO ZGIELKU

Łąka Bar to z kolei lokal stawiający na luźną, przyjacielską atmosferę, który został otwarty w dawniej Fabryce Karabinów.

- Lokalizacja i architektura miały ogromny wpływ na powstanie tego miejsca, gdzie każdą pruską cegłę czy żeliwne słupy chcieliśmy zachować i otulić odrobiną miłości spotkań w berlińskim Kreuzbergu. Nawet nazwa baru nawiązuje do położenia, w XIV wieku istniały tu świńskie łąki – wspomina Piotr Chludziński. - Uwielbiam rytm tej okolicy i jej spokój, z dala od tego turystycznego gwaru. Niebawem w okolicy powstanie nasz następny lokal

w "ME Xi, gdzie spotka się kuchnia meksykańska z koreańską. Naszymi gośćmi są właśnie osoby, które doceniają naszą szczerą kuchnię, uśmiech na wejściu i spokój w ogrodzie.

Podobne spostrzeżenia mają właściciele Przyganiał Kociół Wokowi.

- Nasi klienci to szerokie spektrum pozytywnych ludzi, to nasi sąsiedzi, osoby, które pracują w okolicy, turyści polscy i zagraniczni, a szczególnie ludzie, którzy cenią sobie autentyczność i luźną atmosferę – mówią Krzysztof Stylski i Jakub Dymowski. - Lokalizacja ma bardzo szerokie spektrum wpływów, głównie pozytywnych, człowiek czuje się tu jak część lokalnej społeczności, bardzo często na ulicy mówi się komuś „cześć” lub „dzień dobry”. W okolicy jest sporo ludzi otwartych, prawie wszyscy są sympatyczni oraz uśmiechnięci, tu po prostu panuje pozytywny vibe, zatem przyjemniej się obcuje z otoczeniem, będąc w pracy. Naszym zdaniem Dolne Miasto to dobre miejsce na biznes gastro. Jest to zabytkowa dzielnica, w którą miasto inwestuje i można tutaj się oderwać od zgiełku centrum. Im więcej różnych projektów w okolicy tym lepiej.

## UWAGA NA BETONOŻĘ!

Restauratorzy narzekają jedynie na korki w środku dnia utrudniające realizowanie dostaw. I choć doceniają postępującą rewitalizację to jednocześnie zwracają uwagę na towarzyszące rewitalizacji zagrożenie tzw. betonożę.

- Nie tylko jako mieszkańcy, ale też i posiadacze psa cenimy tereny zielone, które okalają dzielnicę i z niepokojem obserwujemy zmiany tam zachodzące. Czym innym jest rewitalizowanie zastanych kamienic i dróg, a czym innym dokładanie betonu, tam, gdzie przez lata była zieleń. Mamy nadzieję, że Miasto Gdańsk z taką samą czułością przyjrzy się temu, co dzieje się w tak niesamowicie wyjątkowym miejscu, które jest na wyciągnięcie ręki od Śródmieścia – zwraca uwagę Karolina Oganowska.

- Rewitalizacja jest jak inwestycja, należy chronić piękno okolicznych zabytków, ale nie tylko. To inwestycja w zainteresowanie ludzi tym obszarem, a w efekcie to miejsca pracy, wpływy do budżetu, a także poziom życia mieszkańców, o czym należy



Fot. Niemięsny



Fot. Łąka Bar

pamiętać. Dobrze by było jednak, żeby rewitalizacja nie równała się betonożę. O przyrodę też trzeba zadbać i dla komfortu w upalne lata sadzić więcej drzew – dodają Krzysztof Stylski i Jakub Dymowski.

Twórczy ferment rewitalizacyjny Dolnego Miasta spotyka się z różnym odbiorem ze strony mieszkańców, którzy mają też pewne obawy.

- Jednym podoba się zabudowywanie pustych placów domami i przybywanie nowych sąsiadów, inni wolą, aby zostały one puste i dawały więcej wolnej przestrzeni w dzielnicy. Jedni cieszą się z przyjazdu turystów, inni narzekają na wynajem krótkookresowy. Jedni stawiają nacisk na walory historyczne i domieszką aspektów przyrodniczych, inni odwracają te proporcje wypuklając właśnie walory przyrodnicze, które są od czasu do czasu pomijane w aspekcie zachodzących zmian w dzielnicy. Osobom bez samochodów nie przeszkadza zwiększony ruch na ulicach, osoby zmotoryzowane narzekają na korki i brak miejsc parkingowych. Te największe prace rewitalizacyjne na części dolnomiejskich ulic są już za nami. Coraz bliżej momentu, że prawie wszystkie ulice będą odnowione i zabezpieczone np. przed zalaniem – optymistycznie podsumowuje Jacek Górski z Opowiadaczy Historii.



Fot. We Dwoje Studio

# MO REAL ESTATE

## REKORDOWA TRANSAKCJA SPRZEDAŻY W TRÓJMIEŚCIE

Autorka: Marta Dworak



**435 metrów powierzchni, trzy poziomy, własna winda i obłędny widok na Motławę – to cechy jednego z najbardziej ekskluzywnych apartamentów w Polsce, zlokalizowanego na szczycie Deo Plaza na gdańskiej Wyspie Spichrzów. Cena ofertowa 24,8 mln zł brutto. W marcu agencja MO Real Estate znalazła na niego nabywcę, który będzie wykorzystywał nieruchomość do celów prywatnych jako tzw. second home.**

Deo Plaza to unikatowe miejsce w Europie znajdujące się w samym centrum Gdańska - na Wyspie Spichrzów, tuż przy Motławie. Mieszczące się tu apartamenty oferują widok na zabytkowe Stare Miasto, a z ich okien można podziwiać takie historyczne obiekty jak Żurawia, Zieloną Bramę czy Bazylikę Mariacką.

### ADRES NUMER 1 W TRÓJMIEŚCIE

Naróżny penthouse sprzedany przez MO Real Estate to absolutny unikat w skali kraju – dwupoziomowy, znajdujący się na szóstym i siódmym piętrze, na które prowa-

dzi prywatna winda. Łączy ona także wchodzący w skład inwestycji drugi apartament – gościnny lub służbowy – o powierzchni 60 m2, mieszczący się na trzeciej kondygnacji. Obydwie nieruchomości wyróżniają się frontowym widokiem na Motławę, Drogę Królewską i Starówkę. Cały główny apartament o imponującym przeszkleeniu okala przestronny taras, na którym można delektować się malowniczymi zachodami słońca w kameralnej, spokojnej atmosferze, gdyż dzięki położeniu nie dociera tu miejski gwar. Do nieruchomości przynależy także jedyny w całej inwestycji prywatny garaż z osobną bramą i siedmioma miejscami postojowymi.

To idealny punkt dla osób, które cenią sobie bezpieczeństwo i intymność, a jednocześnie lubią korzystać z uroków życia. Wyspa Spichrzów słynie z najlepszych restauracyjnych adresów w mieście, wystarczy zjechać na poziom 0, by do nich dotrzeć. Sama Deo Plaza proponuje swoim mieszkańcom wiele udogodnień takich jak basen, strefa wellness & Spa oferujące m.in. masaże, a także czynną całą dobę recepcję oraz ochronę.

### BUTIKOWA AGENCJA

Wyjątkowy apartament na szczycie Deo Plaza znalazł się w ofercie kilku agencji. Stawka była nie tyle wysoka, co wręcz rekordowa. Zwycięzcą okazała się MO Real Estate, która po raz pierwszy zaprezentowała apartament klientowi w październiku, by już niedługo potem, bo 14 marca, sfinalizować sprzedaż. Za transakcję odpowiedzialny był właściciel agencji, Tomasz Modzelewski, który kształcił się w zarządzaniu rynkiem inwestycyjnym, a późniejsze doświadczenie zdobywał w bankowości oraz w Poland Sotheby's.

Kiedy otwierał swój własny biznes, 3,5 roku temu, pragnął, aby zachował on butikowy charakter i tak też się stało. MO Real Estate to zgrany zespół złożony z sześciu agentów, wliczając w to właściciela. Taki kameralny skład sprawia, że wszystkim przyświeca ten sam cel. Przedstawiciele firmy utożsamiają się z nią, a transakcje przeprowadzają wspólnie.

- W mojej koncepcji rozwój agencji nie polega na zwiększaniu liczby osób, które w niej pracują, ale pozyskaniu odpowiedniego profilu klientów, którzy będą właściwie zaopiekowani. Pod tym kątem jesteśmy bardzo szczelną agencją. Punktem wyjścia jest jakość, a nie ilość. Przy zbyt dużej liczbie osób trudniej grać zespołowo, a my bardzo wiele transakcji przeprowadzamy wspólnie. Okazuje się, że przy sześciu agentach jesteśmy w stanie pozyskać ofertę i sprzedać ją w środku – mówi Tomasz Modzelewski.

Agencja specjalizuje się w rynku śródmiejskim. Tomasz Modzelewski szczególnie ceni sobie inwestycję Invest Komfortu - Brabank nad brzegiem Motławy. Od pierwszego etapu jest w jej zarządzie i bardzo dobrze zna całe osiedle, a to dzięki temu m.in. MO Real Estate wyróżnia łatwość w sprzedaży nieruchomości i prowadzeniu transakcji w Śródmieściu. Mają już za sobą wcześniejszą pomyślną sprzedaż największego apartamentu na Śródmieściu (217 m2) w Riverview, a aktualnie są blisko finalizacji innej w Brabanku - tym razem chodzi o 156 m2 na ostatnim piętrze, z przepięknym widokiem frontowym.

Oferta MO Real Estate nieustannie się poszerza i ewoluuje. I tak aktualnie w jej skład wchodzi inny apartament w Deo Plaza za 18 mln zł. Natomiast w drugiej części roku będą dostępne w Brabanku apartamenty frontowe z widokiem na Motławę, które obecnie są wykańczane. Inny atrakcyjny kierunek o bardzo wysokiej jakości to Nowe Kolibki.

- Staramy się skupiać na apartamentach od 1,5 mln zł wzwyż, co gwarantuje najlepszą jakość produktu, a w rezultacie to, co proponujemy naszym klientom, jest przez to spójne – podsumowuje Tomasz Modzelewski. - Wspólny mianownik to właśnie wysoka jakość, niezależnie od tego, czy to styl japoński - czyli nawiązanie do lasów, wyciszenia, do Orłowa i tutejszej morskiej bryzy - jak w Nowych Kolibkach czy też styl typowo miejski jak Riverview, Deo Plaza oraz Brabank oraz inne śródmiejskie adresy.

Jak mówią przedstawiciele agencji, to styl życia, a więc preferencje i zamiłowania, powinny decydować o wyborze nieruchomości. W ofercie MO Real Estate można znaleźć propozycje na miarę najbardziej wyszukanych potrzeb.

moestate.pl



Fot. We Dwoje Studio

# PORTY KLUCZEM DLA MORSKIEJ ENERGII WIATROWEJ

Autorka: Monika Rogo

**Budowa morskich farm wiatrowych na Bałtyku to jedno z największych wyzwań przed jakimi stoją polskie firmy z sektora energetycznego i gospodarki morskiej. O szansach, ale i zagrożeniach wielkich inwestycji, a także roli portów dyskutowali międzynarodowi eksperci podczas gdyńskiej konferencji Transport Week. Patronat medialny sprawował „Biznes Prestiż”.**



Komisja Europejska szacuje, że potencjał morskiej energetyki wiatrowej (MEW) Bałtyku wynosi 93 GW do 2050 roku. Dlatego też w ciągu najbliższych lat na polskim wybrzeżu Bałtyku, na obszarze 3 ławic ma stanąć kilka farm wiatrowych. Wybudują je konsorcja, złożone z polskich i zagranicznych firm. Osiągnięcie tak ambitnych celów niewątpliwie wymagać będzie bliskiej współpracy w zakresie rozdystrybuowania potencjalnych mocy, rozwoju zintegrowanej infrastruktury technicznej, wypracowania dobrych praktyk czy optymalnych rozwiązań oraz uproszczenia procedur wydawania decyzji i pozwoleń.

## BAŁTYK, A MORZE PÓLNOCNIE

Przyszłości MEW poświęcono jeden dzień konferencji Transport Week. W jej ramach gdyńska firma Actia Forum i Baltic Ports Organization zorganizowały BPO Offshore Wind Conference.

Mariusz Mazur (Ramboll Polska) porównał Bałtyk z Morzem Północnym pod kątem projektów rozwoju MEW. Oceniał, że na Bałtyku występują sprzyjające warunki wietrzne, ale należy spełnić kilka warunków, by odpowiednio je wykorzystać. Należą do nich rozwój łańcucha dostaw (zwłaszcza produktów i usług wytwarzanych w Europie), budowanie wiedzy specjalistycznej dotyczącej specyfiki regionu i usprawnianie przepisów, zarówno w odpowiednim czasie, jak i w ramach budżetu (co jest również wskazane z perspektywy transformacji ekologicznej UE). Szczególnie Polska może wykorzystać swoją siłę przemysłową, aby stać się dominującą potęgą MEW w regionie.

Aleksandra Jampolska (Ocean Winds) podkreśliła, jak ważna jest znajomość „lokalnego klimatu” (przepisów, wymagań i możliwości biznesowych), ponieważ MEW to pionierskie przedsięwzięcie na wschodzie Morza Bałtyckiego, w Danii i Niemczech. Dodała, że

Bałtyk sam w sobie jest bardzo specyficznym akwenem nazywając go „dużym, słonym jeziorem”, którego dno wciąż jest zaśmiecone pozostałościami wojennymi i wrakami, nie wspominając o wymagającej zimowej pogodzie.

## PORTY ZBUDUJĄ MEW

Większość koncesji na budowę farm została już przyznana stąd inwestorzy aktualnie dokonują wyboru portów, z których będzie prowadzona ich budowa, a następnie serwisowanie. Według Toma Saelensa z DEME, wiodącego globalnego dostawcy rozwiązań w sektorze offshore, idealny port MEW to taki z dostępem 24/7, zlokalizowany w pobliżu terenów rozwojowych MEW, z odpowiednią infrastrukturą (np. nośnością nabrzeża i stoczni) i warunkami (elementy muszą być utrzymywane w czystości), a także pierwszeństwem wykorzystania nabrzeży i elastycznymi opłatami portowymi (charakterystyka przeładunku elementów MFW znacznie różni się od standardowych). „Game changerem” byłoby też lokalni specjaliści dostępni podczas pilnych napraw na miejscu, co byłoby dużą oszczędnością.

Kolejni paneliści zastanawiali się, jak dopasować rozwój MEW do planu generalnego portu, aby uzyskać jak największy zwrot z inwestycji. Jesper Bank (Port w Esbjerg), jako przedstawiciel największego na świecie portu bazowego dla działalności MEW podkreślił wagę przyjmowania perspektywy długoterminowej 10-15 lat. Według niego w najbliższej przyszłości nie będzie prawdziwej konkurencji portowej w kontekście MEW, ponieważ popyt znacznie przewyższa to, co porty mogą zapewnić. Dlatego też niezwykle ważna jest ścisła i elastyczna współpraca portów na rzecz urzeczywistnienia europejskiego marzenia o energii wiatrowej. Z kolei Patrick Walison (Royal HaskoningDHV) skupił się na precyzyjnym zdefiniowaniu roli, jaką dany port chce i może pełnić. Znajomość swojego miejsca jest kluczowa przy wdrażaniu infrastruktury, która będzie faktycznie używana.

## POMORZE ZACHODNIE ZGARNIA NAJWIĘCEJ

Polska może zyskać miano lidera w rozwoju morskich farm wiatrowych (MFW) na Bałtyku z docelowym potencjałem mocy zainstalowanej szacowanym 33 GW, co mogłoby zaspokajać nawet 57% całkowitego zapotrzebowania na energię elektryczną w kraju.

– Dla rozwoju MEW kluczowa jest dostępność odpowiedniej infrastruktury portowej, a takiej jeszcze w Polsce nie ma. Jedyne 2 istniejące na razie porty instalacyjne na Bałtyku (w niemieckim Mukran i duńskim Roenne) to zdecydowanie za mało. Terminale przeznaczone do obsługi sektora MEW powinny być dostosowane do przeładunku ładunków wielkogabarytowych, o ponadnormatywnym nacisku na nabrzeże i posiadać odpowiednią konstrukcję dna przy nabrzeżu, które umożliwi realizację przeładunku. Niezbędne jest zatem poniesienie znacznych nakładów inwestycyjnych. – podkreśla Agata Chmielecka, młodszy manager projektów w Actia Forum, analityczka rynku portowego i handlu międzynarodowego.

I tutaj do gry o polski kawałek offshore'owego tortu wchodzi Świnoujście, a od niedawna także i Gdańsk. W tych portach będą działać terminale instalacyjne służące do budowy farm.

Aneta Szreder-Piernicka (Zarząd Morskich Portów Szczecin i Świnoujście) omówiła rozwój MEW na zachodzie Polski, który zdecydowanie wiedzie prym. W Świnoujściu powstanie pierwszy terminal instalacyjny dla MFW. Za realizację infrastruktury dostępnej od strony toru wodnego Szczecin-Świnoujście oraz budowę nabrzeża odpowiada port, a za część lądową – inwestor, czyli Orlen. Pierwszą MFW, która z tego skorzysta będzie Baltic Power, wspólne przedsięwzięcie Grupy Orlen i kanadyjskiego Northland Power.

Jednak to Szczecin nazywany jest przez niektórych „offshore'ową stolicą” Polski. Hiszpańska firma Windar Renovables otworzy tam fabrykę elementów morskich turbin wiatrowych (wież, fundamentów i łączników), a duński Vestas zbuduje tam aż 2 zakłady. Pierwszy zajmie się montażem gondol do turbin wiatrowych, a drugi będzie wytwarzać łopaty do turbin wiatrowych.

Obydwa porty – Szczecin i Świnoujście tworzą jeden organizm w ramach Zarządu Morskiego Portu Szczecin Świnoujście S.A., a to oznacza, że właśnie ten podmiot jest dzisiaj zdecydowanym liderem i hubem MEW w Polsce. Warto dodać, że w lutym Port Szczecin-Świnoujście dołączył do morskich portów energetyki wiatrowej zrzeszonych w Offshore Wind Port Alliance.

## GDAŃSK GONI ŚWINOUJŚCIE, A GDYNIA WYPADŁA NA RAZIE Z GRY

Jeżeli chodzi o Trójmiasto – póki co ważnym graczem będzie tylko Gdańsk. Na terenie portu powstanie drugi terminal instalacyjny dla MFW, przy okazji rozbudowy największego na Bałtyku terminalu kontenerowego jakim jest Baltic Hub. Jego reprezentant, Lech Paszkowski opowiedział o terminalu instalacyjnym T5, którego uruchomienie planowane jest na 2026 rok. Port Gdańsk wciąż prowadzi przetarg na załadowanie terenu pod terminal instalacyjny. Dodatkowo Istrana, spółka celowa Baltic Hub, uruchomiła przetarg na projekt i budowę terminalu T5.

Pewniakiem jest także fabryka wież wiatrowych dla największych turbin wiatrowych o mocy powyżej 14 MW na gdańskiej Wyspie Ostrów. Wspólne przedsięwzięcie Agencji Rozwoju Przemysłu, Baltic Towers i hiszpańskiej spółki GRI Renewable Industries ma ruszyć z produkcją już w 2025 roku.

Z kolei funkcje serwisowe pełnić będą mniejsze porty ulokowane blisko Trójmiasta. I tak – w Ustce zaplanowano 3 inwestycje, z czego 2 centra serwisowe (PGE i RWE Renewables Poland). W Ustce powstanie także Centrum Kompetencji MEW. W Łebie działac mają 2 bazy serwisowe – Baltic Power (Orlen) oraz norweskiego Equinor z Polenergią. We Władysławie bazę serwisową utworzy Ocean Winds dla utrzymania swojej morskiej farmy wiatrowej BC-Wind.

Więcej informacji o konferencji: [www.transportweek.eu](http://www.transportweek.eu)



# "ELEKTRYCZNE" ELEKTRYKI

Autor: Michał Stankiewicz



Samochody elektryczne. To hasło dzisiaj elektryzuje, wywołuje emocje i dzieli. Pod pozornie prostym zagadnieniem dotyczącym wyboru napędu samochodów kryje się coś więcej.



Gdy pod koniec XIX wieku na ulicach USA i Europy pojawiły się pierwsze samochody wywołały nie lada sensację. Jak na pionierskie czasy przystało, każdy był inny. Testowano mnóstwo rozwiązań i napędów – parowe, spalinowe i elektryczne. Dość szybko pojawiły się pierwsze egzemplarze do kupienia. Dla odważnych i dla tych co lubią się wyróżniać z tłumu. Ale obok ciekawości i zachwytów budziły też lęk. Bo hałaśliwe, dymiące, niebezpieczne, no i tylko dla bogatych. Rewolucja jednak trwała, zwolennicy podkreślali ich „czystość” (jako kontrargument do odchodów, brudu i ewnetualnych chorób masowo używanych do transportu koni w miastach). Ale wielki przemysł zwietrzył gigantyczny biznes. Samochody z czasem spowszedniały. Dzisiaj, grubo ponad wiek od tych wydarzeń znów mamy rewolucję. I znów budzącą ogólnoświatową dyskusję. Podobieństw jest wiele, choć są i znaczne różnice.

## POMIĘDZY DOBROBYTEM A KLIMATEM

Jedno jest jasne – jak pokazuje historia każda rewolucja wymaga wyrzeczeń lub ofiar. Pewne jest też to, że każdy logicznie myślący chce czystej planety. Zostaje więc pytanie jakimi metodami? W Europie elektryki są częścią wielkiej polityki klimatycznej, zwanej zielonym ładem. Dzisiaj tematu gorącego, bo osi sporów jest balans pomiędzy zachowaniem dobrobytu, kwestiami bytowymi,

gospodarką, a osiągnięciem neutralności klimatycznej. Inaczej postępuje rewolucja oddolna, kreowana przez ludzi i rynek, a inaczej kreowana odgórnie, poprzez regulacje i idee. Nie ma chyba dzisiaj branży, która by nie dyskutowała na ile nowe regulacje wpłyną na jej konkurencyjność. Są też kwestie bytowe - wstarczy wspomnieć protesty rolników w całej Europie.

Argumentów za i przeciw jest mnóstwo, od tych najważniejszych, czyli ekologicznych (które samochody są bardziej szkodliwe dla środowiska), poprzez ekonomiczne, społeczne, technologiczne, społeczne. Polska jest mocno w tyle. Ma to złe, ale i dobre strony. Fajnie być liderem, szczególnie jeżeli jakiś projekt się powiedzie. Można wtedy czerpać profity. Z drugiej strony obserwując dużo bardziej zaawansowane rynki zachodnioeuropejskie widać pojawiające się nowe zagrożenia. Najważniejsze z nich to ograniczone zasoby energetyczne, które mają zasilać coraz większą flotę elektryków. Aż po te mniejsze. Wątpliwości budzi nawet sposób tankowania na komercyjnych stacjach. Do ładowania konieczna jest aplikacja i telefon, ewentualnie specjalna karta. Internet teoretycznie jest wszędzie, ale mimo kolejnych, lepszych sieci każdy ma co jakiś czas problem z zasięgiem. Pod względem autonomii działania auta spalinowe mają więc wielką przewagę – wystarczy nalać paliwo. Argumentów z dwóch stron można by mnożyć w nieskończoność. Niezdecydowanie panuje nawet wśród sa-

mych producentów aut, co widać po nieustannie zmieniających się strategiach. Szczególne wyzwanie stoi przed europejskimi producentami, którzy czują coraz większe zagrożenie ze strony tańszych, chińskich aut.

## NIE KAŻDY ELEKTRYK JEST ELEKTRYCZNY

W tle trwających sporów sprzedaż elektryków na świecie wciąż rośnie. W 2022 roku przekroczyła 10 mln aut. Główne rynki to Chiny, USA i Europa. Na starym kontynencie 2023 rok zamknął się liczbą sprzedanych 5 mln elektryków, co stanowi połowę sprzedaży wszystkich aut. Liczby robią wrażenie. Wydaje się więc, że świat jednak się przekonał. Wszakże to, póki co wolny wybór konsumentów.

Tutaj ważne wyjaśnienie, informacja, która może być kluczowa dla dokładnego zrozumienia w jakim miejscu jest elektromobilna rewolucja. To kwalifikacja elektryka. Są bowiem 3 rodzaje – BEV, czyli auto napędzane wyłącznie silnikiem elektrycznym, całkowicie zeroemisyjne. Drugi rodzaj to PHEV, inaczej hybryda plug in. To auto z silnikiem spalinowym, jak i silnikiem elektrycznym, które można używać zamiennie. Ten samochód, który zarówno tankujemy na stacjach paliw, jak i ładujemy na stacjach ładowania. Trzeci to HEV, tradycyjna hybryda, gdzie silnik spalinowy jest

najważniejszy, silnik elektryczny służy raczej jako wspomaganie, a jego ładowanie odbywa się wyłącznie w trakcie jazdy. Tak więc źródłem energii jest paliwo kopalne. Wszystkie te trzy kategorie określane są mianem elektryków, ale tylko ten pierwszy jest w nim w czystej postaci. Pozostałe to auta spalinowe.

Tak więc liczbę 5 mln elektryków sprzedanych w 2023 można uznać za wielki sukces, a jednocześnie wrażenie, że rewolucja już jest bardzo zaawansowana. Nie do końca, bo tych czystych, zeroemisyjnych pojazdów sprzedano 1,5 mln. Pozostałe elektryki to hybrydy, a więc z silnikami spalinowymi. Oczywiście czyste elektryki idą w górę, ale hybrydy jeszcze bardziej. Można więc wywnioskować, że kierowcy w Polsce, Europie i na świecie chcą dbać o klimat, ale wciąż bardziej ufają autom spalinowym. Ciekawa sytuacja nastąpiła w Niemczech, gdy w grudniu 2023 roku rząd nieoczekiwanie zlikwidował dotacje do zakupu elektryków. Rynek zareagował błyskawicznie, notując w styczniu 2024 duży spadek ich sprzedaży. Ekologia? I owszem. Ale portfel okazał się ważniejszy.

W naszym raporcie pokazujemy w jakim miejscu jesteśmy, nie tylko jako krajowy rynek, ale i lokalny. Bo rywalizacja trwa na każdym szczeblu. Pomorskie na tle Polski wypada całkiem nieźle. Z liczbą 6,7 tysięcy elektryków jesteśmy na szóstym miejscu, a 297 stacji ładowania na trzecim.



Fot. Krzysztof Nowosielski

# ELEKTRYKI IDĄ W GÓRĘ, ALE SPALINOWE TEŻ

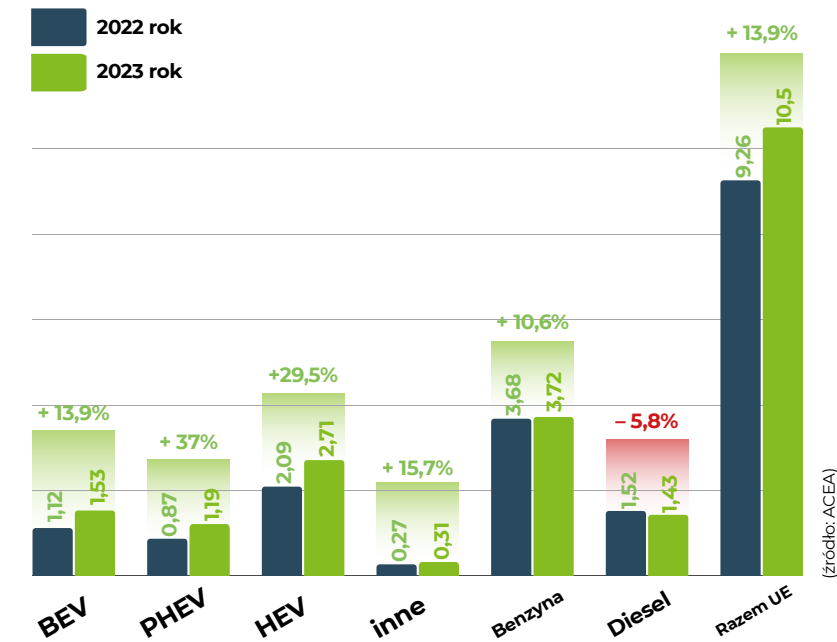
Jak wynika z raportu Global EV Outlook 2023 sprzedaż samochodów elektrycznych przekroczyła w 2022 r. 10 milionów sztuk. 14% wszystkich nowych samochodów sprzedanych w 2022 r. stanowiły elektryki, w porównaniu z 9% w 2021 r. i mniej niż 5% w 2020 r.

Dominują trzy rynki: Chiny, Europa i USA. Chiny odpowiadają za około 60% globalnej sprzedaży samochodów elektrycznych. Ponad połowa elektryków jeżdżących po drogach na świecie znajduje się w Chinach. W Europie, drugim co do wielkości rynku, sprzedaż samochodów elektrycznych wzrosła o ponad 15% w 2022 r., co oznacza, że więcej niż jeden na pięć sprzedanych samochodów był elektryczny. Sprzedaż

samochodów elektrycznych w Stanach Zjednoczonych - trzecim co do wielkości rynku - wzrosła o 55% w 2022 r., osiągając udział w sprzedaży na poziomie 8%.

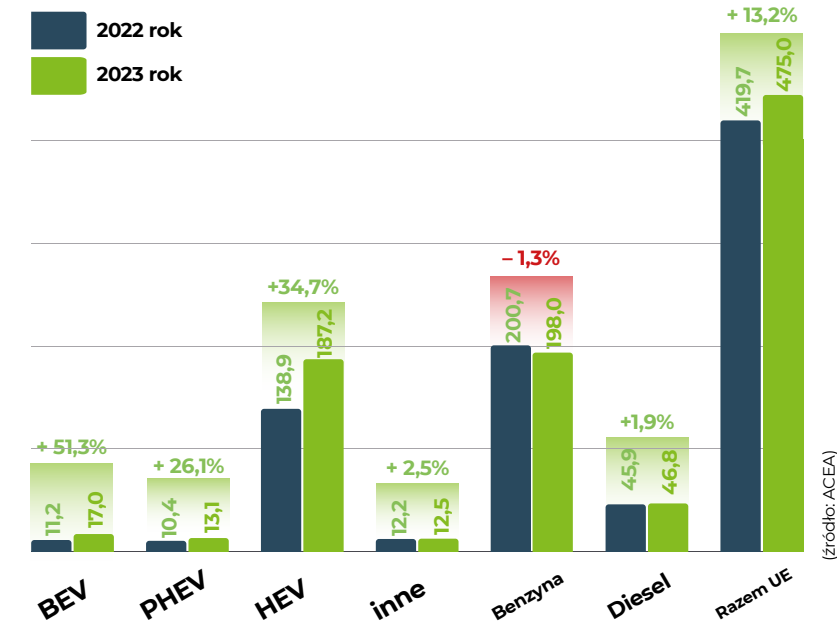
Poza głównymi rynkami sprzedaż samochodów elektrycznych jest niska, ale w 2022 roku odnotowano wzrost w Indiach, Tajlandii i Indonezji. Sprzedaż w tych krajach wzrosła ponad trzykrotnie w porównaniu do 2021 r., osiągając poziom 80 000 sztuk. W Tajlandii udział samochodów elektrycznych w całkowitej sprzedaży wyniósł nieco ponad 3% w 2022 r., a w Indiach i Indonezji wyniósł średnio około 1,5%. W Indiach produkcja pojazdów elektrycznych i komponentów rośnie,

Sprzedaż aut elektrycznych i spalinowych w UE (w mln)



(źródło: ACEA)

Sprzedaż aut elektrycznych i spalinowych w Polsce (w tys.)



(źródło: ACEA)

W 2022 roku sprzedaż elektryków na świecie przekroczyła 10 milionów sprzedanych pojazdów. Na podium są trzy rynki: Chiny, Europa i USA.

W samej UE zdobyły razem prawie połowę udziałów w rynku. Jest jednak „ale” – same czyste elektryki (bez hybryd) uzyskały 14,5% w rynku UE i zaledwie 3,7% w Polsce.

Kierowcy zarówno w UE jak i w Polsce wolą hybrydy z silnikami spalinowymi

Spada sprzedaż diesela, ale w górę idą silniki benzynowe

## BEV

(Bartery Electric Véhicule)

Samochód napędzany wyłącznie akumulatorami, ładowany przy użyciu zewnętrznego źródła energii. To jedyny w pełni elektryczny, zeroemisyjny samochód.

## PHEV

(Plug - In Hybrid Electric Vehicle)

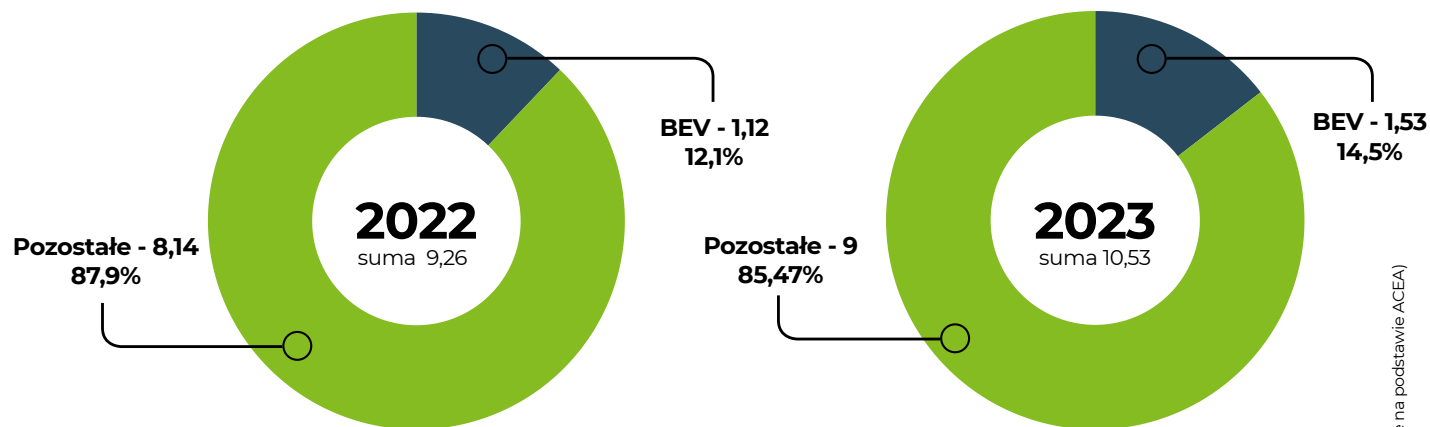
Samochód napędzany silnikiem spalinowym i elektrycznym. Swoim użytkownikom pozwala na wiele możliwości: można nim jeździć używając wyłącznie silnika spalinowego lub tylko z użyciem napędu elektrycznego. Można także wykorzystywać obydwa napędy jednocześnie. Samochód tankujemy na stacji paliw, a baterie ładujemy z zewnętrznego źródła energii.

## HEV

(Hybrid Electric Véhicule)

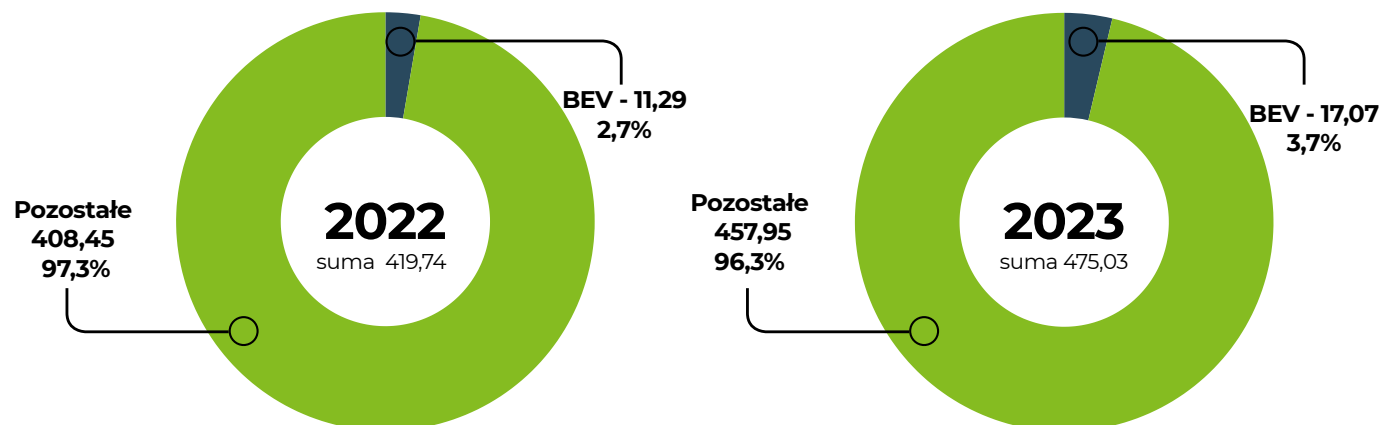
Samochód z silnikiem spalinowym i napędem elektrycznym, gdzie ten pierwszy jest głównym napędem, a elektryczny jest stanowi element wspomagania. Samochód tankujemy na stacji paliw. Nie ma możliwości ładowania baterii z użyciem zewnętrznego źródła energii. HEV korzysta z energii, którą sam wytwarza w trakcie hamowania.

### Sprzedaż samochodów zeroemisyjnych (BEV) i pozostałych w UE (w mln)



(źródło: opracowanie własne na podstawie ACEA)

### Sprzedaż samochodów zeroemisyjnych (BEV) w Polsce (w tys.)



wspierana przez rządowy program zachęt o wartości 3,2 mld USD, który przyciągnął inwestycje o łącznej wartości 8,3 mld USD.

Globalne wydatki na samochody elektryczne przekroczyły 425 mld USD w 2022 r. To wzrost o 50% w stosunku do 2021 r. 10% wydatków można przypisać wsparciu rządowemu, reszta pochodziła od konsumentów. Akcje spółek związanych z pojazdami elektrycznymi osiągają lepsze wyniki niż tradycyjni producenci samochodów od 2019 roku. Inwestycje venture capital w start-upy rozwijające technologie pojazdów elektrycznych i baterii również wzrosły, osiągając prawie 2,1 mld USD w 2022 r., co stanowi wzrost o 30% w porównaniu z 2021 r.

### ZEROEMISYJNE SAMOCHODY - 14,5% UDZIAŁU NA RYNKU UE

W Unii Europejskiej dane dostępne są znacznie świeższe. Wg ACEA (Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Pojazdów) w całym 2023 roku sprzedano łącznie 10,54 mln samochodów. Z tego aż 5,06 mln stanowiły elektryki wszystkich kategorii (BEV, PHEV i HEV). To już prawie połowa udziału w unijnym rynku. Rok wcześniej ich udział wynosił 44,2%. Wśród samych elektryków największy udział mają HEV, które są hybrydami, ale główny ich napęd stanowi jednak silnik spalinowy. W 2023 roku sprzedano ich 2,71 mln. Samochodów PHEV, czyli także używających silnika spalinowego sprzedano 0,81 mln. Czystych elektryków, czyli pozbawionych silnika spali-

nowego (BEV) sprzedano 1,53 mln. Zatem udział zeroemisyjnych napędów na unijnym rynku wyniósł 14,5%.

Ten wzrost odbywa się głównie kosztem samochodów z silników diesla. W 2022 roku sprzedano ich 1,52 mln, a w 2023 1,43 mln. Do góry idą za to silniki spalinowe – w 2022 sprzedano ich 3,68 mln, a w 2023 już 3,72 mln. To wzrost rok do roku o 10,6%.

Najnowsze dane pokazują różnego rodzaju wahnięcia, jeżeli chodzi o poszczególne miesiące i krajowe rynki. Przykładowo w Niemczech w styczniu 2024 sprzedaż elektryków spadła w stosunku do grudnia 2023 aż o 54,9%, a hybryd plug in o 19,6%. Skoczyła za to sprzedaż diesla i benzyny. Rzecz w tym, że w grudniu niemiecki rząd nagle zakończył program dopłat do samochodów elektrycznych, co zmniejszyło ich atrakcyjność dla potencjalnych klientów. Cały rok może przy-

nieść wiele niespodzianek stąd obiektywne analizy i trendy mają sens po jego zakończeniu.

### POLSKA. CZYSTE ELEKTRYKI DOPIERO 3,5%

Polska to wciąż stosunkowo mały rynek, jeżeli chodzi o elektryki. W 2022 roku sprzedano ich 160 tys., a rok później 217 tys. To dało udział w rynku na poziomie 38% w 2022 i 45% w 2023. I to głównie dzięki hybrydom (HEV), bo czyste elektryki (BEV) wciąż mają niewielki udział – w 2022 sprzedano ich 11,2 tys., a w 2023 17 tys. Ich udział w rynku odpowiednio wyniósł 2,6% i 3,5%.

Co ciekawe wzrost odnotowały auta z silnikami diesla z 45,9 tys. w 2022 roku do 46,8 tys. w 2023, a spadek z silnikami benzynowymi, z 200,7 tys. do 198 tys. sztuk.



Fot.Freepik

# 100 MODELI DO WYBORU

Zgodnie z danymi Polskiego Stowarzyszenia Paliw Alternatywnych (PSPA) w 2023 roku w Polsce w sprzedaży było ponad 100 modeli pojazdów elektrycznych, tzn. takich które do napędu wykorzystują wyłącznie energię elektryczną. W tej grupie nie ma hybryd plug-in, czyli z możliwością zewnętrznego doładowywania. W ofercie są 34 marki, z czego najwięcej modeli oferują: Citroen, Fiat, Maxus, Mercedes, Opel, Peugeot, Volkswagen i Peugeot.

W klasie pojazdów małych dostępnych jest zaledwie 5 modeli, miejskich - 11, kompaktowych - 15, klasy średniej - 22, klasy wyższej - 99, luksusowych - 6, combi-vanów - 5, pick-upów - 1, minibusów - 9 i dostawczych - 25. Ewidencją dominuje więc klasa średnia oraz samochody dostawcze. W najniższej cenie tj. 97 490 PLN nabyć można było Dacie Spring, a w najwyższej Porsche Tycana za 823 000 PLN.

Wśród kluczowych charakterystyk wymienić należy zasięg. Najdalszym tj. 737 km może poszczycić się Mercedes-Benz EQS, który dysponuje też największą mocą akumulatora tj. 120 kWh. Dla porównania najmniejszą moc akumulatora ma Smart EG i jest to 17,6 kWh. Ceny tego samochodu zaczynają się od 100 896 PLN.

Najlepsze przyspieszenie tj. 2,1 s i zarazem największą prędkość maksymalną tj. 322 km/h ma Tesla Model S, którą kupimy za 666 990 PLN. Największą moc ładowania tj. 270 kW cechuje Audi e-tron GT do kupienia za 458 400 PLN oraz wspomnianego już Porsche Taycan.

Wśród samochodów małych największy zasięg na poziomie 331 km ma Fiat 500e (122 000 PLN), wśród miejskich Hyundai KONA Electric (168 900 PLN) 484 km, wśród kompaktowych Cupra Born PLN 552 km (187 800 PLN), w klasie średniej Tesla Model 3 - 602 km (244 990 PLN), w klasie wyższej Mercedes-Benz EQE - 670 km (336 700 PLN), wśród luksusowych wspomniany już Mercedes-Benz EQS, wśród combi-vanów Maxus MIFA9 (356 577 PLN) - 440 km, wśród minibusów - Volkswagen ID.Buzz - 419 km, a wśród dostawczych Volkswagen ID.Buzz Cargo (280 342) - 424 km.

Samochody elektryczne w Polsce coraz częściej kupują firmy. W 2022 r. przedsiębiorcy (poza osobami fizycznymi prowadzącymi działalność gospo-

darczą) odpowiadali aż za 78% rejestracji nowych, osobowych samochodów elektrycznych. Liderami pod względem liczby rejestracji byli leasingodawcy (niemal 39%) oraz dealerzy samochodowi.

– Wysoki udział CFM (car fleet management) na rynku elektromobilności nie powinien dziwić, biorąc pod uwagę fakt, że leasing i wynajem długoterminowy są szczególnie atrakcyjnymi formami finansowania z perspektywy nabywców samochodów elektrycznych (ograniczają m.in. ryzyko związane ze spadkiem wartości pojazdu). Umowy z BOŚ Bankiem w ramach programu „Mój Elektryk” podpisało już 28 firm leasingowych, co pozytywnie wpływa na konkurencyjność oferty w przypadku osób zamierzających nabyć pojazd zeroemisyjny z dopłatą – mówi Aleksander Rajch, Dyrektor ds. Relacji Zewnętrznych PSPA.

## NAJPOPULARNIJSZE MARKI SAMOCHODÓW ELEKTRYCZNYCH W POLSCE W 2023 ROKU

<b>Tesla</b>	4 634
<b>Volkswagen</b>	1 583
<b>Kia</b>	1 372
<b>Mercedes</b>	1 289
<b>Audi</b>	1 241
<b>BMW</b>	1 219
<b>Skoda</b>	578
<b>Hyundai</b>	465
<b>Renault</b>	410
<b>Peugeot</b>	402

Liczba sprzedanych samochodów



Fot. Audi



Fot. KIA



Fot. Tesla

Fot. Krzysztof Nowosielski



ZIELONY RAPORT

# POMORSKIE WYSOKO, ALE NIE NAJWYŻEJ

Wg danych PSPA na koniec grudnia w Polsce było zarejestrowanych 103 867 pojazdów elektrycznych (BEV i PHEV). Najwięcej, bo 33 tys. w Mazowieckim, a z miast liderem była Warszawa (23,8 tys.). Pomorskie z liczbą 6,7 tys. zajmowało szóstą pozycję w kraju, a z pomorskich miast najwyżej plasował się Gdańsk (6 miejsce – 2,8 tys. pojazdów). Wg Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Pojazdów (ACEA) na koniec 2022 roku w UE jeździło 253 mln pojazdów, z czego 3,1 mln to elektryki. Udział BEV, czyli całkowicie elektrycznych wynosił 1,2%, a PHEV, czyli hybryd plug in 1%. Danych za 2023 rok jeszcze nie opracowano. Polsce daleko jeszcze do średniej unijnej. Z liczbą 103 tys. elektryków na 27 mln wszystkich pojazdów (wg Centralnej Ewidencji Pojazdów i Kierowców) średnia jest poniżej 0,4%.

## WOJEWÓDZTWA Z NAJWIĘKSZĄ LICZBĄ SAMOCHODÓW ELEKTRYCZNYCH (BEV I PHEV)

(źródło: opracowanie własne na podstawie mapaelektromobilności.pl, stan grudzień 2023 i danych ludności wg GUS, stan 31.12.2022)

1. Mazowieckie 33 026 (5 403 412)
2. Wielkopolskie 11 349 (3 493 969)
3. Śląskie 10 372 (4 533 565)
4. Małopolskie 9974 (3 400 577)
5. Dolnośląskie 7037 (2 901 225)
6. Pomorskie 6753 (2 333 523)
7. Łódzkie 4486 (2 466 322)
8. Kujawsko – Pomorskie 3319 (2 077 775)
9. Zachodniopomorskie 3316 (1 701 030)
10. Podkarpackie 2881 (2 129 015)
11. Lubelskie 2821 (2 117 619)
12. Podlaskie 2209 (1 181 533)
13. Lubuskie 1663 (1 014 548)
14. Warmińsko – Mazurskie 1582 (1 428 983)
15. Świętokrzyskie 1567 (1 241 546)
16. Opolskie 1512 (986 506)

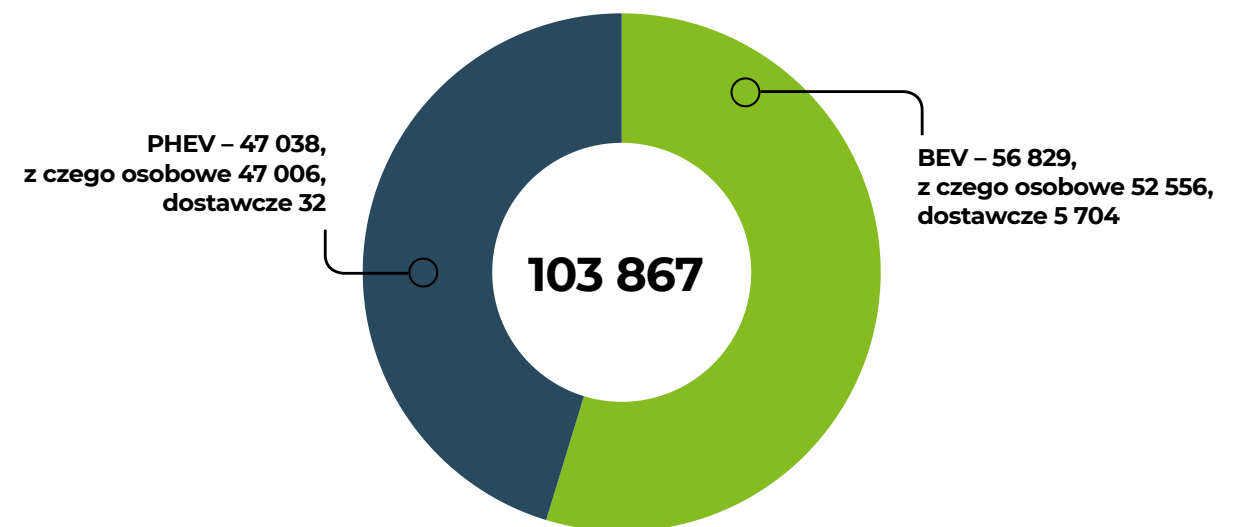
## WOJEWÓDZTWA Z NAJWIĘKSZĄ LICZBĄ SAMOCHODÓW ELEKTRYCZNYCH WG LICZBY MIESZKAŃCÓW NA 1 AUTO (BEV I PHEV)

(źródło: opracowanie własne na podstawie mapaelektromobilności.pl, stan grudzień 2023 i danych ludności wg GUS, stan 31.12.2022)

1. Mazowieckie 163,61
2. Wielkopolskie 307,86
3. Małopolskie 340,94
4. Pomorskie 345,55
5. Dolnośląskie 412,28
6. Śląskie 437,09
7. Zachodniopomorskie 512,97
8. Podlaskie 534,87
9. Łódzkie 549,78
10. Lubuskie 610,07
11. Kujawsko – Pomorskie 626,02
12. Opolskie 652,45
13. Podkarpackie 738,98
14. Lubelskie 750,66
15. Świętokrzyskie 792,3
16. Warmińsko – Mazurskie 903,27

## Samochody elektryczne w Polsce

(źródło mapaelektromobilności.pl, stan na 31 grudnia 2023)



## Liczba samochodów elektrycznych w Trójmieście z podziałem na Gdańsk, Gdynię i Sopot wg danych samorządów - 2023 rok

Miasto	liczba mieszkańców	samochody elektryczne	samochody hybrydowe
Sopot	32 776	35	188
Gdynia	242 874	1 038	6 191
Gdańsk	486 345	1 325	11 462



### MIASTA WOJEWÓDZKIE (WRAZ Z GDYNIA) Z NAJWIĘKSZĄ LICZBĄ SAMOCHODÓW ELEKTRYCZNYCH (BEV I PHEV)

1. **Warszawa** 23 889 (1 861 975)
2. **Kraków** 6441 (803 282)
3. **Poznań** 6103 (541 316)
4. **Wrocław** 4672(674 079)
5. **Łódź** 2837 (658 444)
6. **Gdańsk** 2817 (486 345)
7. **Katowice** 2765 (280 190)
8. **Szczecin** 2047 (391 566)
9. **Gdynia** 1594 (242 874)
10. **Lublin** 1569 (331 243)
11. **Rzeszów** 1384 (197 181)
12. **Bydgoszcz** 1335 (330 038)
13. **Białystok** 1311 (292 600)
14. **Opole** 1017 (126 458)
15. **Kielce** 1002 (183 885)
16. **Toruń** 942 (195 690)
17. **Zielona Góra** 845 (139 278)
18. **Olsztyn** 747 (168 212)
19. **Gorzów** 378 (116 436)

(źródło: opracowanie własne na podstawie mapaelektromobilności.pl, stan grudzień 2023 i danych ludności miast wg GUS, stan 10.12.2023.)

### MIASTA WOJEWÓDZKIE WRAZ Z GDYNIA Z NAJWIĘKSZĄ LICZBĄ SAMOCHODÓW ELEKTRYCZNYCH WG LICZBY MIESZKAŃCÓW NA 1 AUTO (BEV I PHEV)

1. **Warszawa** 77,94
2. **Poznań** 88,69
3. **Katowice** 101,33
4. **Opole** 124,34
5. **Kraków** 124,71
6. **Rzeszów** 142,47
7. **Wrocław** 144,28
8. **Gdynia** 152,36
9. **Zielona Góra** 164,82
10. **Gdańsk** 172,64
11. **Kielce** 183,51
12. **Szczecin** 191,28
13. **Toruń** 207,73
14. **Lublin** 211,11
15. **Białystok** 223,18
16. **Olsztyn** 225,18
17. **Łódź** 232,09
18. **Bydgoszcz** 247,21
19. **Gorzów** 308,03

(źródło: opracowanie własne na podstawie mapaelektromobilności.pl, stan grudzień 2023 i danych ludności miast wg GUS, stan 10.12.2023.)

## TAJEMNICE SAMOCHODOWYCH STATYSTYK

Precyzyjne określenie jaki udział mają auta elektryczne w Polsce jak i w Europie jest dość trudne. Unijne źródła jak i krajowe stosują różne okresy zestawień, różne kategorie aut, odmienne metodologie. Stąd większość opracowań i analiz publikowanych w mediach powinno się traktować jako wartości przybliżone lub orientacyjne.

Warto zwracać uwagę na sformułowania (np. udział w rynku elektryków może oznaczać zarówno udział w sprzedaży w danym roku jak i w ogólnej liczbie samochodów w danym roku). Inną sprawą jest samo określenie elektryka – w jednych zestawieniach kryją się pod tym wyłącznie auta BEV (w pełni elektryczne), w innych elektrykiem określa się też PHEV (hybrydy plug in, które można ładować), a jeszcze innych także HEV (hybrydy bez możliwości doładowania). Z kolei, gdy widzimy podział na elektryki i hybrydy warto zainteresować się co zaliczono do hybryd (tylko PHEV, czyli te czystsze, czy też także popularne HEV, gdzie silnik elektryczny tylko wspomaga jednostkę spalinową). Różnorodność stosowania definicji i danych może powodować, że np. inne dane znajdziemy w samorządach, a inne w ośrodkach analitycznych. To z kolei utrudnia, a czasem uniemożliwia rzetelne porównania.

W Polsce problem istnieje nawet z określeniem liczby wszystkich aut. Centralna Ewidencja Pojazdów i Kierowców podaje 26,5 mln, co daje Polsce pierwsze miejsce w UE na 1000 mieszkańców! (703 pojazdy na 1000 osób). Wg opinii wielu ośrodków analitycznych ta liczba nie jest jednak zgodna z rzeczywistością, gdyż wiele aut z tej liczby to tzw. „martwe dusze”, czyli auta nieużywane, ale niewyrejestrowane. Wg Polskiego Związku Motoryzacyjnego takich duchów może być aż 7 mln, z kolei wg Ministerstwa Cyfryzacji (dane za Polską Izbą Motoryzacyjną) – na początku stycznia 2024 – w aktualizowanej części CEPIK było 22,8 mln.

Problem jest też z liczbą ludności – ewidencje, w tym GUS nie są aktualizowane na bieżąco, stąd liczby ludności miast i regionów są różne w zależności od źródła.

W naszych analizach oparliśmy się na danych z GUS opublikowanych w 2022 i 2023, Polskiego Stowarzyszenia Paliw Alternatywnych (PSPA), Instytutu Badań Rynku Motoryzacyjnego Samar, Europejskiego Stowarzyszenia Producentów Samochodów (ACEA) i samorządów.

# STACJE PRZYŚPIESZAJĄ

Pod względem liczby stacji ładowania Pomorskie zajmuje wysokie, trzecie miejsce w kraju. Na koniec 2023 roku w regionie było ich 297, a w całej Polsce 3,2 tys.

Stacje ładowania to krwiobieg elektromobilności, stąd rozwój tego rynku jest uzależniony od rozwoju sieci. Co ważne infrastrukturę ładowania różnicuje m.in. jej efektywność. Ładowarki dzielą się na typy, jeśli chodzi o ich moc, czasy ładowania, typ wtyczki czy przeznaczenie.

Czas ładowania uzależniony jest od pojemności akumulatora oraz maksymalnej mocy ładowania jaką może przyjąć pojazd.

Wolne stacje ładowania (AC) pracują na prądzie zmiennym, o mocy poniżej 11 kW AC. Średnio szybkie stacje ładowania działają na prądzie zmiennym, o mocy od

11 do 22 kW AC, wreszcie szybkie i ultraszybkie – stacje ładowania pracują na prądzie stałym, o mocy od ok. 50 kW DC.

Popularnym rozwiązaniem np. w halach garażowych może być wall box o mocy 11 kW. W tzw. pasie drogowym często widzimy stacje AC tj. na prąd zmienny o 22 kW mocy. Coraz częściej na parkingach widzimy też stacje na prąd stały - DC - 150 kW i wreszcie ultraszybkie stacje DC - 350 kW.

Jeżeli zaś chodzi o rodzaje stacji ze względu na rodzaj złącza, aż 67% to stacje Typu 2, 10% CHAdeMO i 21% CCS Combo 2.

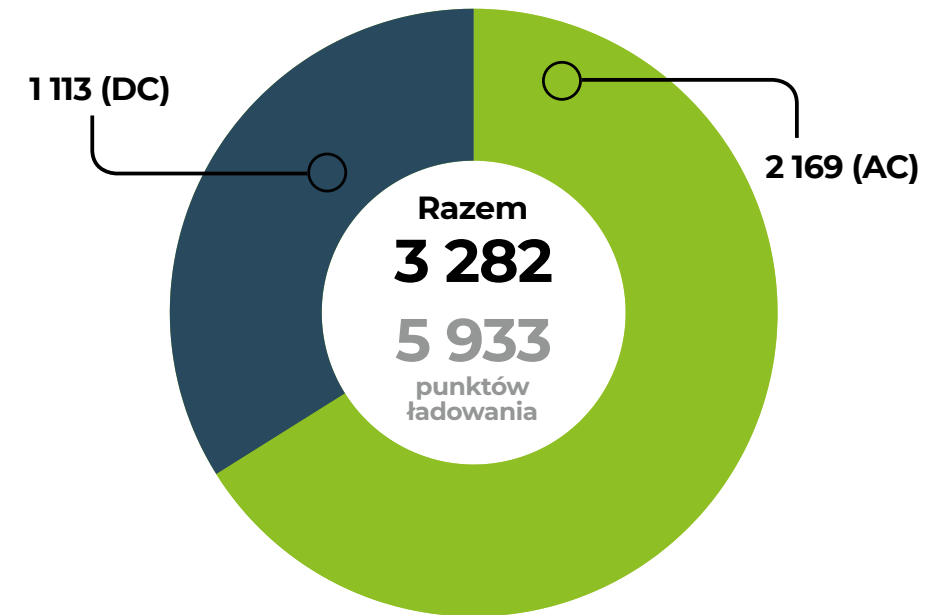
## PRZYBYWA STACJI PALIW

Wg danych Polskiej Organizacji Przemysłu i Handlu Naftowego (POPiHN) na koniec I półrocza 2023 w Polsce było 7919 stacji paliw. Co ciekawe, mimo trwającej rewolucji elektromobilności i presji UE na zwiększenie jej tempa to liczba stacji oferujących paliwa kopalne również stale wzrasta. Na koniec 2022 roku było ich 7878, a na koniec I kwartału 2023 już 7902. Następuje też ich koncentracja. Na koniec listopada 2023 najwięcej stacji miał Orlen (1918), BP (573) i MOL (482). Z kolei w ciągu 11 miesięcy 2023 – największy przyrost odnotowała z kolei sieć Moya (plus 44 stacje), Circle K (plus 15) i Shell (plus 6).

W całej UE jest z kolei około 110 tys. stacji paliw.

## Infrastruktura w Polsce

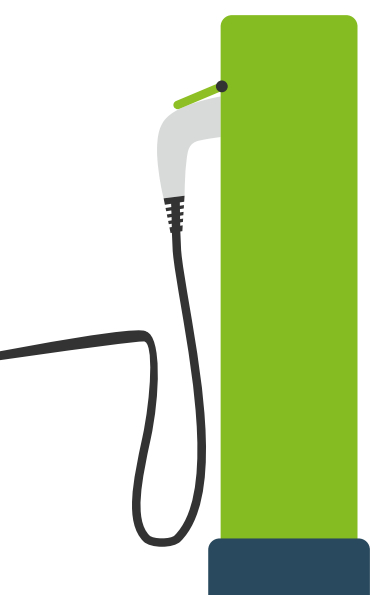
(źródło: mapaelektromobilnosci.pl, stan na 31 grudnia 2023)



## Województwa wg liczby stacji ładowania

(źródło: mapaelektromobilnosci.pl, stan na 31 grudnia 2023)

Województwo	Stacje wolnego ładowania (AC)	Stacje szybkiego ładowania (DC)	Razem
Mazowieckie	396	183	579
Śląskie	256	135	391
Pomorskie	222	76	297
Zachodniopomorskie	226	52	278
Dolnośląskie	189	81	270
Małopolskie	168	98	266
Wielkopolskie	140	106	246
Kujawsko – Pomorskie	147	66	213
Łódzkie	65	106	171
Warmińsko – Mazurskie	135	23	158
Opolskie	56	32	88
Lubuskie	44	41	85
Podkarpackie	35	38	73
Lubelskie	28	35	63
Podlaskie	35	30	65
Świętokrzyskie	27	11	38



## WOJEWÓDZTWA WG LICZBY STACJI ŁADOWANIA (LICZBA MIESZKAŃCÓW NA STACJĘ)

1. Zachodniopomorskie 6118
2. Pomorskie 7856
3. Warmińsko - Mazurskie 9044
4. Mazowieckie 9332
5. Kujawsko - Pomorskie 9754
6. Dolnośląskie 10745
7. Opolskie 11210
8. Śląskie 11594
9. Lubuskie 11935
10. Małopolskie 12784
11. Wielkopolskie 14203
12. Łódzkie 14422
13. Podlaskie 18177
14. Podkarpackie 29164
15. Świętokrzyskie 32672
16. Lubelskie 33613

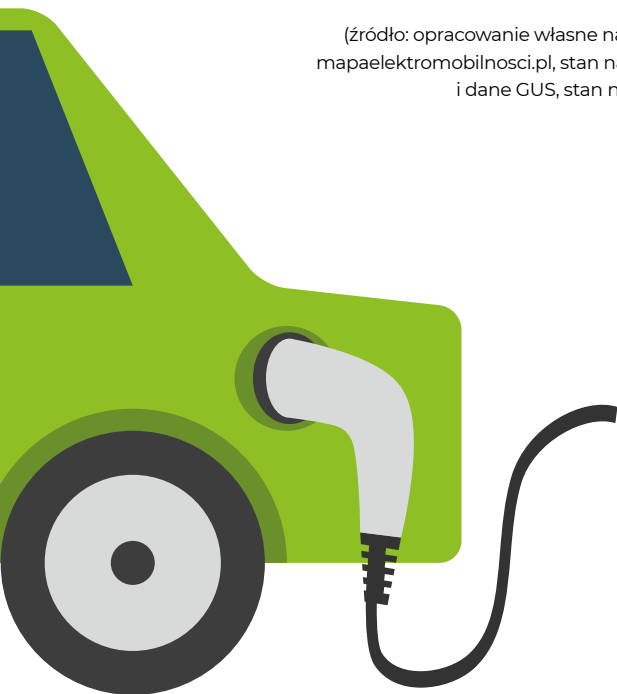
(źródło: opracowanie własne na podstawie mapaelektromobilności.pl, stan na 31 grudnia i dane GUS, stan na 31.12.2022)



Fot.Freepik



Fot.Freepik



## STACJA ŁADOWANIA CO 60 KM

W kwietniu weszła w życie unijna regulacja AFIR, która wymusi na Polsce budowę stacji ładowania. Zgodnie z rozporządzeniem w 2025 roku co 60 km musi działać jeden punkt o mocy co najmniej 150 kW dla samochodów osobowych i co 120 km jeden punkt o mocy 350 kW dla ciężarówek. W 2027 roku – muszą to być już dwa punkty.

Chodzi o sieć transportową TEN-T, czyli wybrane autostrady i drogi szybkiego ruchu. Nowa regulacja dla Polski jest dużym wyzwaniem, gdyż tzw. MOP-y, gdzie mogą stanąć stacje ładowania w zdecydowanej większości są już zabudowane albo objęte wieloletnimi umowami dzierżawy. To oznacza, że państwo, by spełnić unijne wymogi będzie musiało wymusić zmiany umów z prywatnymi dzierżawcami.

Na koniec ubiegłego roku mieliśmy w Polsce 5933 ogólnodostępnych punktów ładowania pojazdów elektrycznych zlokalizowanych w obrębie 3282 stacji. Widać przyspieszenie, bo na koniec stycznia 2024 było to już 6086 punktów, w tym 4456 AC. Należy podkreślić, że stacje i punkty to nie to samo. W obrębie jednej stacji jest zwykle więcej niż jeden punkt ładowania. Ogromną większość punktów, bo aż 73% stanowiły te typu AC.

### STACJE TRUDNE DO POLICZENIA

Mimo powyższych danych trudno jest jednak określić precyzyjnie, ile stacji ładowania jest w danym mieście, ponieważ dane Urzędu Dozoru Technicznego oraz inne interaktywne mapy nie do końca się pokrywają. Co więcej miasta nie są właścicielami danych, bo jeżeli inwestorzy stawiają stacje poza działkami miejskimi i pasem drogowym, nie muszą in-

formować o tym miasta. I tak Sopot nie ma wiedzy o stacjach zlokalizowanych na gruntach prywatnych, Gdańsk z kolei ma dane przybliżone, bo uzyskał je m.in. od operatora systemu dystrybucyjnego. Na podstawie danych z "Licznika Elektromobilności" na koniec czerwca 2023 r. w Gdańsku funkcjonowało 140 stacji, w tym 289 punktów.

Kolejnych 41 stacji (obejmujących 70 punktów ładowania) było w trakcie przyłączenia do sieci. W Gdyni jest 81 stacji ładowania pojazdów elektrycznych.

Jeżeli chodzi o regiony - województwem, które posiada najwięcej stacji jest Mazowieckie (579). Pomorskie z liczbą 297 jest na 3 miejscu, zaraz po Śląskim (391). Z kolei biorąc pod uwagę liczbę mieszkańców na jedną stację – liderem jest Zachodniopomorskie (6118 osób na stację), a Pomorskie jest drugie (7856).



# POMIĘDZY GOSPODARKĄ, A EKOLOGIĄ

Jesteśmy na wczesnym etapie, a rewolucja wcale nie przebiega zgodnie z planem. Politycy, firmy motoryzacyjne i przedsiębiorstwa użyteczności publicznej mają nierealistyczne oczekiwania i nadal nie zdają sobie sprawy ze złożoności i skali wyzwania – ocenia Mats Larsson, dyrektor Global Energy Transformation Institute w Szwecji w rozmowie z Magdaleną Szymańską.

**Magdalena Szymańska:** Czy szumnie zapowiadana rewolucja elektromobilności w Europie utknęła w martwym punkcie?

**Mats Larsson:** Sprzedaż pojazdów elektrycznych rośnie w większości krajów, ale w różnym tempie. W Unii Europejskiej Szwecja ma najwięcej samochodów elektrycznych z około 13% całkowitej floty samochodowej. Niemcy mają 2-3%. Polska mniej niż 1%. Prawdopodobnie w Szwecji mamy też najwięcej elektrycznych ciężarówek, ale nie dysponuję dokładnymi danymi. Pomimo wysokiego wzrostu, oczekiwania dotyczące zakazu sprzedaży nowych samochodów z silnikami benzynowymi i wysokoprężnymi od 2035 r. są nierealistyczne. Jednak niewielu zdaje sobie z tego sprawę. Przemysł motoryzacyjny wciąż tego nie rozumie. Aby napędzać wszystkie samochody w UE energią elektryczną, potrzeba będzie 700 TWh, co stanowi 25% całkowitej produkcji. Potrzeba dziesięcioleci, aby zwiększyć produkcję energii w celu pokrycia zapotrzebowania. Do napędzania wszystkich ciężarówek potrzeba około 500-600 TWh. UE postanowiła zakazać sprzedaży samochodów z silnikami benzynowymi i wysokoprężnymi od 2035 r. i rozpocząć wycofywanie ciężarówek z silnikami wysokoprężnymi od 2030 r. Oczekuje się, że 75% wszystkich ciężarówek sprzedawanych w 2040 r. będzie miało napęd elektryczny. Nie ma jednak wystarczającej ilości energii elektrycznej, aby to pokryć, a jej wytwarzanie nie może być wystarczająco szybko wzrosnąć. Jak dotąd nie udało się dotrzeć z tymi informacjami do decydentów wysokiego szczebla w Szwecji i UE.

**Jakie są założenia koncernów motoryzacyjnych odnośnie sprzedaży samochodów elektrycznych?**

Poruszam tę kwestię w mojej najnowszej książce "Poważne ekonomiczne i społeczne konsekwencje szybkiego przejścia na elektromobilność". Liderzy branży motoryzacyjnej, tacy jak VW, Mercedes, Volvo (ciężarówki),

Scania (ciężarówki) itp. wydają się wierzyć, że przeniosą wysoką sprzedaż pojazdów benzynowych i wysokoprężnych na pojazdy elektryczne i staną się na rynku pojazdów elektrycznych tak dużymi graczami, jak obecnie na rynku pojazdów benzynowych i wysokoprężnych. Jednak Tesla i chińscy producenci zarówno samochodów osobowych, jak i ciężarowych wyprzedzają europejskich o dziesięć do dwudziestu lat. Ich pojazdy są lepiej dostosowane do wymagań klientów. W 2023 r. Tesla sprzedała 1,8 miliona w pełni elektrycznych samochodów, a VW może połowę tej liczby. Tesla sprzedawała samochody elektryczne z zyskiem, podczas gdy VW, Ford i inni ze stratą, ponieważ mają wyższe koszty i pojazdy, które są droższe w produkcji. Chińska firma BYD sprzedała 3 miliony samochodów. Ma również bardzo konkurencyjne ciężarówki, które będą sprzedawane być może o 100 tys. euro taniej niż te od europejskich producentów. Ciężarówki elektryczne kosztują 300 000 euro, czyli około trzy razy więcej niż ciężarówki z silnikiem Diesla. Jeśli więc BYD może sprzedawać za 200 000 euro, ma bardzo dużą przewagę.

Na tyle, na ile udało mi się uzyskać informacje, nie ma europejskich firm motoryzacyjnych, które sprzedawałyby pojazdy elektryczne z zyskiem. To bardzo duże zagrożenie dla europejskiej gospodarki.

**Czy rewolucja przebiega zgodnie z planem? Co stoi na przeszkodzie, na jakim etapie jesteśmy?**

Jesteśmy na wczesnym etapie, a rewolucja wcale nie przebiega zgodnie z planem. Politycy, firmy motoryzacyjne i przedsiębiorstwa użyteczności publicznej mają nierealistyczne oczekiwania i nadal nie zdają sobie sprawy ze złożoności i skali wyzwania. Wydaje się, że VW i Volvo (ciężarówki) zaczęli to sobie uświadamiać, podobnie jak Stellantis (właściciel 16 marek, w tym Opla, Citroena, Peugeota, Alfya Romeo, Chryslera), przynajmniej do pewnego stopnia.

**Czyli sytuacja europejskich producentów z branży motoryzacyjnej jest delikatnie mówiąc trudna...**

To ważna kwestia ze względu na wielkość i znaczenie przemysłu motoryzacyjnego jako pracodawcy w wielu krajach europejskich oraz ze względu na znaczenie branży transportowej dla dostaw do sklepów i firm wytwarzających produkty z komponentów i surowców. W przemyśle motoryzacyjnym w UE pracuje 13,5 miliona osób i mniej więcej tyle samo u dostawców i partnerów biznesowych, łącznie 25-30 milionów osób. Jeśli ta branża zostanie zniszczona przez chińskich dostawców i Teslę, będzie to katastrofalne. W branży transportowej pracuje 6,5 miliona osób i jeśli firmy te będą musiały kupować ciężarówki elektryczne, ale nie będzie wystarczającej ilości energii elektrycznej do ich zasilenia, będzie to katastrofa.

Jednak ludzie mają wielką wiarę w firmy motoryzacyjne, przedsiębiorstwa użyteczności publicznej i rządy. Uważają, że nie ma się czego obawiać.



## MATS LARSSON

Dyrektor Global Energy Transformation Institute w Szwecji, realizującym projekty zarządzania zmianą w sektorach energii i zrównoważonego rozwoju, koncentrujące się na elektromobilności, gospodarce o obiegu zamkniętym oraz innych zrównoważonych technologiach produkcji, ogrzewania czy transportu.

Od przeszło dwóch dekad Mats Larsson jest także konsultantem w IUC Syd, centrum rozwoju przemysłowego, którego misją jest promowanie wzrostu i konkurencyjności firm przemysłowych w Skanii. W IUC Syd Mats zajmuje się rozwojem biznesu i zarządzaniem zmianą, projektami analitycznymi w obszarze transformacji systemów energetycznych, elektromobilności, gospodarki o obiegu zamkniętym, cyfryzacji i innowacji.

# KONKURENCJA WCIAŻ ROŚNIE

**Administracja publiczna powinna traktować nową mobilność nie tylko jako wyzwanie, ale przede wszystkim niepowtarzalną szansę na rozwój i wzrost konkurencyjności naszej gospodarki. Polski przemysł motoryzacyjny stoi przed największym sprawdzianem w historii związanym z dekarbonizacją i przechodzeniem na napędy elektryczne – mówi Agata Wiśniewska - Mazur, zastępczyni Dyrektora Rozwoju Organizacji w Polskim Stowarzyszeniu Paliw Alternatywnych (PSPA).**



Fot. Unsplash

**Magdalena Szymańska: Jakie są szanse i zagrożenia dla dalszego rozwoju elektromobilności w Europie i w Polsce?**

Agata Wiśniewska – Mazur: Analizując rozwój elektromobilności trzeba rozpocząć od podsumowania ubiegłego roku. Zarówno w Unii Europejskiej, jak i w Polsce notujemy nieprzerwany wzrost rejestracji samochodów elektrycznych. Na podstawie danych European Automobile Manufacturers' Association (ACEA) w 2023 r. sprzedaż wzrosła rok do roku w każdym państwie członkowskim. Z europejskich salonów wyjechało ok. 1,54 mln nowych, osobowych samochodów całkowicie elektrycznych. To wzrost o 37% rok do roku. W konsekwencji udział BEV na rynku nowych samochodów osobowych w UE osiągnął poziom 14,6%, wzrastając względem końca 2022 r. (12,1%) i przewyższając udział pojazdów z silnikami Diesla (13,6%) oraz hybryd typu plug-in (7,7%). Zgodnie z zestawieniem „Polish EV Outlook Index” przygotowanym przez

PSPA, Otomoto i IBRM Samar na koniec roku w Polsce było zarejestrowanych 56 934 osobowych, dostawczych i ciężarowych BEV. Liczba wzrosła o 68% r/r w przypadku aut osobowych i o 89% w przypadku dostawczych i ciężarowych. Dynamiczny rozwój rynku zeroemisyjnych pojazdów użytkowych jest jednym z najważniejszych trendów w polskiej i europejskiej elektromobilności. W przypadku elektrycznych ciężarówek wzrost rejestracji rok do roku wyniósł imponujące 1114%. Dla samochodów dostawczych – 86% r/r. Prognozujemy, że w 2024 r. sprzedaż nowych, osobowych samochodów w Polsce wyniesie ok. 480 tys. szt., z czego ok. 30 tys. mogą stanowić pojazdy całkowicie elektryczne, osiągając udział w rynku na poziomie do ok. 6%.

**Jednak samochody elektryczne trzeba ładować. Czy rozwój infrastruktury ładowania nadąga za wzrostem rejestracji pojazdów całkowicie elektrycznych?**

Infrastruktura ładowania rozwija się wyraźnie wolniej niż flota pojazdów. Na koniec roku liczba ogólnodostępnych punktów w kraju wyniosła 5933, wzrastając o 34% r/r. Warto jednak odnotować zdecydowany, rekordowy w ostatnich latach, wzrost nowo zainstalowanych, szybkich punktów ładowania DC – o 528 i 92% r/r. Dla kontrastu, liczba nowo uruchomionych punktów AC nieznacznie spadła (-5% r/r). To sygnał, że operatorów interesuje przede wszystkim instalacja ładowarek prądu stałego. Zwiększa się udział ultraszybkich stacji o mocy powyżej 100 kW. Na koniec 2023 r. wynosił już 13%. Spodziewamy się kontynuacji trendu w kolejnych miesiącach. Pozytywnym zjawiskiem w 2023 r. były inwestycje i zapowiedzi inwestycji ze strony nowych graczy na rynku, w tym wiodących operatorów międzynarodowych.

**Jak właściwie wykorzystać ten potencjał?**

Konieczne jest przyspieszenie działań ze strony administracji publicznej. W 2024 r. liczba nowo zainstalowanych, ogólnodostępnych punktów w Polsce może wzrosnąć do ok. 3 tys. To niemal 4 razy więcej niż w roku 2020 oraz około dwukrotnie więcej niż w latach 2021 (1211), 2022 (1310) oraz 2023 (1513). Konieczne jest zrealizowanie postulatów branży, optymalnie jeszcze w bieżącym półroczu. Przygotowana przez PSPA „Biała Księga Nowej Mobilności” zawiera ponad 120 propozycji zmian regulacyjnych, w tym w obszarach infrastruktury ogólnodostępnej, infrastruktury budynkowej i badań technicznych stacji ładowania. Gdyby nie liczne w ostatnich latach zaniedbania administracji publicznej, zarówno w zakresie pojazdów jak i infrastruktury, wyniki rynkowe mogłyby być znacznie lepsze. Nowy rząd powinien podjąć działania wspierające rozwój elektromobilności. Niezbędne jest m.in. usprawnienie procedur przyłączeniowych stacji ładowania do sieci elektroenergetycznej, bo to jedna z głównych barier rozwoju tego sektora, wsparcie finansowe i regulacyjne rozbudowy prywatnej infrastruktury ładowania i technologii smart charging, jak też wprowadzenie możliwości odliczenia 100% VAT od nabywania i eksploatacji samochodów całkowicie elektrycznych.

**Jak Polska wypada na tle Europy i świata?**

Niewątpliwie elektromobilność w Polsce rozwija się bardzo dynamicznie. Jednak jej tempo mogłoby być jeszcze szybsze. Administracja publiczna powinna traktować nową mobilność nie tylko jako wyzwanie, ale przede wszystkim niepowtarzalną szansę na rozwój i wzrost konkurencyjności naszej gospodarki. Polski przemysł motoryzacyjny stoi przed największym sprawdzianem w historii związanym z dekarbonizacją i przechodzeniem na napędy elektryczne. Do stracenia jest bardzo dużo – branża automotive kreuje w Polsce niemal 400 tys. miejsc pracy i odpowiada za 8% polskiego PKB. Jednak, pod warunkiem wprowadzenia instrumentów wsparcia, transformacja w kierunku zeroemisyjnym może wygenerować znaczne przy-



**AGATA  
WIŚNIEWSKA-MAZUR**

zastępczyni Dyrektora Rozwoju Organizacji w Polskim Stowarzyszeniu Paliw Alternatywnych (PSPA)

chody, zwiększyć eksport, przyczynić się do wzrostu zatrudnienia, a nowa mobilność może odpowiadać za nawet 5% polskiego PKB do 2040 r. Perspektywnym obszarem jest sektor baterijny, gdzie już dziś znajdujemy się na pierwszym miejscu w Europie i piątym na świecie. Ale konkurencja rośnie. BNEF prognozuje, że pod względem mocy produkcyjnych do 2025 r. wyprzedzą nas m.in. Niemcy, Szwecja czy Węgry. Aby tak się nie stało, branża potrzebuje pilnych zmian systemowych. Konieczne jest wyznaczenie konkretnych, strategicznych celów w wymiarze gospodarczym np. wzorem Francji oraz harmonogramu realizacji. Ważne jest wprowadzenie efektywnych zachęt dla inwestorów, zapewnienie im dostępu do wykwalifikowanych kadr. Należy zacieśniać współpracę branży i uczelni wyższych oraz szkół średnich i zawodowych oraz dofinansowywać szkolenia. Musimy zadbać o krajowy potencjał technologiczny. W jego rozwoju mogłyby pomóc dedykowane centra R&D na wzór węgierskiego ZalaZone. Priorytetem powinno stać się wsparcie transformacji tych przedsiębiorstw, które koncentrują się na dostawach produktów dla motoryzacji opartej na silnikach spalinowych. Te działania powinny być podjęte możliwie szybko. Zmiany wokół nas następują bardzo dynamicznie, a okno czasowe na wdrożenie instrumentów wsparcia zaczyna się domykać.



# MAGAZYNY ENERGII ZASILĄ SAMOCHODY

**W dobie elektromobilnej rewolucji jednym z największych wyzwań dla użytkowników samochodów elektrycznych staje się dostępność energii i jej koszt. Skutecznym i efektywnym rozwiązaniem mogą być magazyny energii Energate, produkowane przez pomorską firmę Elmech z Grupy Mercor. Można je stosować w praktycznie wszędzie - w domach wielorodzinnych, biurach i obiektach przemysłowych. Dzięki nim można zasilać prywatne samochody, ale i całe floty aut firmowych, od osobowych po ciężarowe.**

Brak odpowiedniej infrastruktury ładowania jest dzisiaj jedną z największych barier dla rozwoju elektromobilności. Co ważne problem nie leży w braku dostępności samych urządzeń, ale braku mocy przyłączeniowych, dzięki którym mogą działać. Polska sieć elektroenergetyczna jest przestarzała i o ograniczonej przepustowości. Stąd jej modernizacja wymaga czasu i dużych nakładów finansowych.

- Energetyka zawodowa nie jest w stanie dokonać przebudowy w krótkim czasie bez wsparcia finan-

sowego, a koszty przebudowy zostaną przeniesione w późniejszym czasie na nas wszystkich w taryfach - mówi Arkadiusz Marat, prezes Elmech. - Nawet w przypadku niedawno zrealizowanych autostrad czy dróg ekspresowych, często w fazie projektowej nie zostały zaplanowane stacje ładowania samochodów elektrycznych, a infrastrukturę energetyczną zaplanowano i wykonano tylko na potrzeby typowych MOP - ów, czyli stacji paliwowej, oświetlenia parkingów, restauracji i ewentualnie hotelu. To nie wystarczy, aby zasilić huby ładowania samochodów osobowych czy

ciężarowych, wymagających mocy rzędu kilku-kilku set kW czy nawet kilku MW - ocenia Arkadiusz Marat.

## BOOSTER MOCY

Problem z dostępem do mocy może dotyczyć każdego miejsca, gdzie planowane jest ładowanie samochodów elektrycznych. Nowoczesne, szybkie ładowarki o mocy 150 kW, czy też 350 kW potrzebują dużej mocy ładowania, bo dzięki niej całą operację można skrócić do minimum. Tymczasem nie zawsze w danej lokalizacji jest odpowiednie przyłącze. Każdy z obiektów ma określoną moc przyłączeniową, której nie może przekroczyć, na którą były projektowane przyłącza elektryczne, kable czy stacje transformatorowe. Co więcej - długotrwałe przekroczenie mocy przyłączeniowej może spowodować uszkodzenie poszczególnych urządzeń, a to dodatkowe koszty naprawy.

Problemy z dostępem do odpowiedniej mocy przyłączeniowej można wyeliminować budując magazyn energii Energate. Każdy składa się z elektronicznego modułu przetwarzania i zarządzania energią oraz szaf z bateriami. Magazyn jest zabezpieczony przez program monitorujący oraz system ochrony przeciwpożarowej umieszczony wewnątrz. Całość może być zainstalowana w budynku lub zamknięta w wolnostojącym, kompaktowym kontenerze. Energate sprawdzi się przede wszystkim jako booster mocy. W sytuacji, gdy nie ma odpowiedniej mocy przyłączeniowej może być ładowany niewielką mocą, np. 50kW, po to, aby w chwili zwiększonego jej zapotrzebowania dostarczyć do ładowarki dużo większą moc np. 350 kW. Problem przyłączeniowy zostaje rozwiązany.

## TAŃSZA ENERGIA

Inną, niemniej ważną funkcją dla elektromobilności jest obniżenie kosztów energii zużywanej do ładowania samochodów.

- Magazyn można naładować energią z sieci energetycznej, w czasie, kiedy jest ona najniższa, czyli np. w nocy lub coraz częściej w ciągu słonecznego dnia, w czasie, kiedy jest jej nadmiar i ceny energii drastycznie spadają do wielkości bliskiej zero. Coraz częściej zdarzają się, też przypadki, że cena na Towarowej Giełdzie Energii jest ujemna, a to znaczy, że za jej zużycie dostaniemy zapłatę. Czyli na zakupie energii w odpowiednich godzinach można zarobić. Magazyn energii Energate pozwala na ob-

# ENERGATE ŁADUJE SAMOCHODY

Pierwsza instalacja Energate powstała na terenie kompleksu Grupy Technologicznej ASE w Pruszczu Gdańskim. To kompleksowe rozwiązanie, w którym połączono magazyn energii, fotowoltaikę i ładowarki do samochodów elektrycznych. Dzięki temu od 2021 roku firmowa flota elektryczna jest ładowana właśnie z tych ładowarek zasilanych z magazynu energii.

W Sopocie Elmech realizuje transformację energetyczną siedziby firmy NDI, w ramach której na dachach budynków zostanie zamontowana fotowoltaika, a na parkingach 4 ładowarki DC o mocy 50 kW każda i 2 ładowarki o mocy 150 kW, czyli łącznie aż 600 kW mocy. Mocą i energią w tym układzie będzie zarządzał magazyn Energate o pojemności 600 kWh i mocy falowników 500 kW. Zadaniem Energate w tym przypadku jest obniżenie kosztów energii zużywanej do ładowania samochodów, peak shaving mocy i zwiększenie autokonsumpcji energii produkowanej w instalacji fotowoltaicznej.

Inny ciekawy pomysł w trakcie realizacji to mobilny magazyn z ładowarką elektryczną do samochodów ciężarowych. W tym przypadku jest zastosowana ładowarka o mocy 2x200 kW i magazyn energii o mocy 250 kW i pojemności 300 kWh, wszystko zabudowane w zmodyfikowanym tradycyjnym kontenerze. Bez wystających elementów, aby łatwo było tą mobilną ładowarkę przewozić z miejsca na miejsce. To rozwiązanie sprawdzi się świetnie w każdej lokalizacji, szczególnie tam, gdzie przyłącze jest niezbyt wielkie a okresowo występuje potrzeba zasilania urządzenia o dużo większej mocy. To świetne rozwiązanie również w przypadku ładowania ciężarówek. Samochody ciężarowe pozwalają na ładowanie mocą nawet 250 - 350 kW. W chwili obecnej infrastruktura ładowania samochodów osobowych elektrycznych nie jest zbyt rozległa, a ładowanie samochodów ciężarowych dodatkowo wymaga większej ilości miejsca. Ładowarka mobilna z magazynem Energate sprawdzi się świetnie w takim przypadku wspierając standardowe przyłącze mocą z magazynu.



## ILE MOŻNA ZAOSZCZĘDZIĆ? OTO KONKRET

W jednym z realizowanych przez Elmech projektów obliczenia opłacalności Energate oparte zostały o aktualne zasady i stawki ładowania samochodów elektrycznych oraz koszty energii i jej przesyłu zgodnie z cennikami i taryfami lokalnych spółek energetycznych. Ponadto założono stopień wykorzystania ładowarek na poziomie 8% w skali roku. Magazyn Energate będzie ładowany energią produkowaną w lokalnej instalacji fotowoltaicznej lub energią z sieci elektroenergetycznej w godzinach zapewniających najniższy koszt zakupu. Zastosowanie magazynu energii do zarządzania zakupem pozwoliło rocznie wygenerować dodatkowy zysk na poziomie 300 tys. zł co pozwala na sfinansowanie zakupu ładowarek zyskiem w ciągu dwóch lat. Poza aspektem ekonomicznym jest również aspekt ekologiczny, w tym przypadku zostanie również zaoszczędzonych 146 tys. litrów paliw kopalnych rocznie i pozwoli to na przejechanie samochodami elektrycznymi blisko 2 mln km. Ponadto poza elektromobilnością, zastosowanie magazynu Energate pozwoli na zwiększenie autokonsumpcji o ok 15%, to znaczy, że odzyskamy 18MWh rocznie energii produkowanej z fotowoltaiki a którą firma musiałaby stracić z uwagi na warunek zerowego eksportu energii do sieci energetyki zawodowej. To jest realne zmniejszenie śladu węglowego. Efekty w każdym kolejnym roku powinny być jeszcze większe z uwagi na wzrost liczby samochodów elektrycznych.

niżenie kosztów i dodatkowy zysk – opisuje Arkadiusz Marat, prezes Elmech. I dodaje: - To swoisty strażnik mocy. Pilnuje, aby wielkość mocy nie była przekraczana, eliminuje opłaty za przekroczenie mocy zamówionej, pozwala też na obniżenie mocy zamówionej i tym samym comiesięcznych rachunków za energię

Co istotne magazyn energii świetnie współdziała z fotowoltaiką. Pozwala na ładowanie samochodu energią także wtedy, kiedy słońce nie świeci i panele nie produkują prądu. W tym przypadku nie tylko ładujemy samochody prawie za darmo, ale również ładujemy je energią „zieloną” wspierając ekologię i redukując ślad węglowy.

### BIUROWIEC, OSIEDLE I FABRYKA

Energate może być zastosowany praktycznie wszędzie - w firmach produkcyjnych, biurowcach, obiektach użyteczności publicznej, farmach fotowoltaicznych i wiatrakach, magazynach wielkoskalowych świadczących usługi regulacyjne systemowe na rzecz energetyki zawodowej.

- Mamy wiele aplikacji w firmach produkcyjnych, produkujących np. elementy konstrukcyjne budowlane, farby czy płyt ognioochronnych. W biurowcach takich jak GT ASE oraz siedziba NDI, a także biurowcu firmy logistycznej. To również aplikacje w obiektach miejskich w Rumii, centrum sportowym w centralnej Polsce, sklepach i wielu innych obiektach – mówi Arkadiusz Marat.

Magazyny mogą być stacjonarne, ale i mobilne. Te drugie mają tę zaletę, że gdy w danym miejscu nastąpi odpowiednie nasycenie ruchu samochodów elektrycznych, można zainwestować w stałe przyłącze bez zbędnego ryzyka. A magazyn mobilny przestawić w inne miejsce, tam, gdzie ruch samochodów jest jeszcze zbyt mały lub nie ma odpowiednich warunków przyłączenia.

- Z uwagi na skalę, najmniejsze typowe rozwiązanie to 50 kW / 150 kWh. Nie jest to rozwiązanie dedykowane dla pojedynczego domu czy mieszkania, jednak z powodzeniem może być wykorzystane jako urządzenie do bilansowania zapotrzebowania osiedli domów jednorodzinnych czy budynku wielorodzinnego. Czyli świetnie się sprawdzi również w przypadku powstających lokalnych społeczności energetycznych takich jak spółdzielnie energetyczne, klastry energii czy mikrosieci. I prosumenci zbiorowi – wylicza prezes Elmech.

## MAGAZYNY GOTOWE ALBO „SKROJONE NA MIARĘ”



### ARKADIUSZ MARAT

Prezes Elmech

Mamy przygotowane kilka typowych rozwiązań magazynów Energate, ale praktyka wskazuje, że i tak w każdym przypadku niezbędne są zmiany, dopasowanie do potrzeb klientów i konfiguracji wewnętrznej sieci elektrycznej i teleinformatycznej. Firma Elmech jest znana z tego, że produkuje rozwiązania „skrojone na miarę” tak też jest w przypadku Energate. Dobieramy rozwiązanie do indywidualnych potrzeb klienta zapewniające w optymalnym stopniu realizację postawionych celów, ekonomicznych, ekologicznych czy też technicznych. Zwykle proces rozpoczyna się od analizy profilu zapotrzebowania na moc i energię, profilu produkcji energii w źródłach odnawialnych, planów rozwojowych pod kątem wzrostu zapotrzebowania i produkcji energii. Wykorzystujemy do analizy specjalistyczne autorskie oprogramowanie, które pomaga naszym specjalistom szybko i sprawnie dobrać optymalne z punktu widzenia kosztów czy autokonsumpcji wielkość fotowoltaiki i magazynu energii. Potem w ramach projektowania nasi inżynierowie, po wizji lokalnej, dobierają odpowiednie wielkości zabezpieczeń, innych urządzeń pozwalających na bezpieczne i funkcjonalne włączenie magazynu do istniejącej infrastruktury elektrycznej. Również pod kątem informatycznym nasz system EMS jest integrowany z istniejącą siecią teleinformatyczną zapewniając dostarczenie wymaganych informacji o produkcji, zakupach, zużyciu i uzyskanych efektach ekologicznych.

# MIEJSKA ELEKTRYFIKACJA W MODELACH FIATA



## FIAT 500E

Fiat 500e to wzór miejskiego samochodu nowych czasów. Elektryczny, zaawansowany technologicznie oraz niezwykle piękny. Rozkochuje na ulicy i za kierownicą. Maksymalny zasięg na jednym ładowaniu to aż do 320 km w cyklu mieszanym WLTP i do 460 km w cyklu miejskim. Linie i kształt nadwozia zostały zainspirowane poprzednimi generacjami modelu. Podobnie są rozmieszczone lampy z przodu. Fiat 500e trzeciej generacji, mimo zachowania charakterystycznego kształtu nadwozia, został znacznie powiększony, co przekłada się na przestronność wnętrza. Elektryczna „pięćsetka” posiada kompletnie nowy przód, z wyróżniającym logiem 500. Światła, wykonane są w pełni w technologii LED, zostały podzielone na dwa elementy, które znajdują się na zderzaku i masce. Podchodząc bliżej do samochodu nie znajdziemy tutaj standardowych klamek tylko subtelnie ukryte przyciski. To jedno z wielu nowoczesnych rozwiązań, które znajdziemy w Fiacie 500e. Wyświetlacz TFT przed kierowcą posiada konfigurowalną możliwość wyświetlania najważniejszych informacji i co warto podkreślić można włączyć tutaj nawigację na niemal cały ekran. System multimedialny uConnect 5 posiada bezprzewodową łączność Android Auto i CarPlay.

Fiat 500e jest dostępny w trzech wersjach nadwozia: klasyczny hatchback, cabrio oraz 3+1 z dodatkowymi drzwiami



mi w tylnej części nadwozia. W cenniku możemy wybierać pomiędzy dwiema pojemnościami akumulatora: 23,8 kWh oraz 42 kWh. Mniejszy akumulator generuje 95 KM, większy 118 KM. Ceny rozpoczynają się od kwoty 130 900 zł.

## FIAT 600

Oficjalny debiut Fiat 600 to rewolucja w gamie marki. Ciekawy design, powrót do kolorów i niebanalnych pomysłów jest hołdem dla najważniejszych symbolów włoskiej motoryzacji. Nowy model jest mocno powiązany stylistycznie z flagowcem marki, czyli Fiatem 500. Zapożyczono tutaj wiele detali z modelu elektrycznego, co upodabnia je do siebie, ale wprowadzono też wiele unikalnych szczegółów.

Z elektrycznego modelu 500 zapożyczono górną część deski rozdzielczej, z obłymi detalami i charakterystyczną budką na zegary. Oprócz tego pojawiły się przyciski do sterowania pracą skrzyni biegów.

Fiat 600 w wersji elektrycznej wyposażony jest w baterię o pojemności 54 kWh. Generuje ona moc 156 KM. Maksymalny zasięg wynosi około 400 km w cyklu mieszanym. Cennik rozpoczyna kwota 165 000 zł. Dostępne są dwie wersje wyposażenia (RED) oraz La Prima. Samochód produkowany jest w polskiej fabryce marki w Tychach.

# ELEKTROMOBILNOŚĆ W SŁUŻBIE PRACY – ELEKTRYCZNE MODELE FIAT PROFESSIONAL



## FIAT E-DUCATO

Kolejna odsłona największego pojazdu dostawczego z gamy Fiat Professional cieszy się niezmiennie dużym zainteresowaniem od lat. Elektryczny Fiat e-Ducato jest dostępny jako furgon, a także jako kabina oraz kabina ze skrzynią fabryczną. E-Ducato furgon występuje w dwóch długościach (L3 i L4) i dwóch wysokościach nadwozia (H2 i H3). Napęd bezemisyjny gwarantuje zasięg na poziomie nawet 420 km. Akumulator posiada pojemność aż 110 kWh. Są to najlepsze parametry w tej klasie pojazdów. W celu jak najefektywniejszej jazdy, samochód posiada 3 tryby jazdy - Normal, ECO i Power, oraz daje możliwość optymalizacji zasięgu przy pomocy różnych poziomów hamowania rekuperacyjnego. DMC w zależności od wersji nadwozia waha się między 3,5 t a 4,25 t.

## FIAT E-SCUDO

Fiat E-Scudo oferuje idealne połączenie samochodu dostawczego, który bez problemów może poruszać się po ciasnych, miejskich ulicach oraz podziemnych garażach. Akumulator o pojemności 75 kWh oferuje zasięg na poziomie do 350 km. Wszystko to bez rezygnowania z pojemności do 6.6 m<sup>3</sup> oraz przewożonych przedmiotów do 4m. Nowe E-Scudo oferuje ładowność do 1190 z kierowcą (75 kg) na pokładzie lub 1260 kg (bez kierowcy).



## FIAT E-DOBLO

Najmniejszy z gamy Fiat E-Doblo występuje w 3 nadwoziach: Van L1, Van Maxi L2 oraz Van 5-miejscowy. Samochód jest wyposażony w baterię o pojemności 50 kWh, która gwarantuje maksymalny zasięg na poziomie do 330 km w najnowszej odsłonie. Cennik rozpoczyna kwota 107 889 zł netto (jest to kwota w momencie uzyskania dotacji w programie „Mój Elektryk”). Warto zaznaczyć, że w elektrycznej wersji modelu przestrzeń ładunkowa nie jest mniejsza od tej w aucie z napędem spalinowym.

# ELEKTRYCZNY PRZYBYSZ Z PATAGONII

W Korei uchodzą za auta wyższej klasy. W Polsce są obecne od ponad trzydziestu lat. Choć nadal niszowe, kto je miał, był zadowolony. Najnowszym modelem SsangYonga jest Torres, którego nazwa wzięła się od Parku Narodowego Torres del Paine w Patagonii. Torres to dowód, że z generacji na generację SsangYong powoli odrabia lekcję i staje się coraz bardziej trafiać nie tylko w gusta Afrykanów i Azjatów.



Benzynowa odmiana auta spotkała się z ciepłym przyjęciem polskich klientów. Idąc za ciosem SsangYong wprowadził na rynek elektryka, który nieco różni się od modelu z klasycznym napędem.

W oczy rzuca się inny przód z pasem świetlnym podzielonym na środku na sześć segmentów, które mają symbolizować grill SsangYonga. Światła umieszczono w zderzaku. W podwoziu odznaczono linię akumulatora. Wewnątrz panel z zegarami wyparty wyświetlacze. Ten o przekątnej 12,3 cala zastąpił dotychczasowe przyrządy pokładowe. Obok niego, pod jedną taflą szkła, znalazło się miejsce na drugi, o tym samym rozmiarze, odpowiedzialny za multimedia i sterowanie klimatyzacją. Inny jest tunel środkowy z dużą półką na różne drobiazgi. Z modelu spalinowego pozostały tylko siedzenia i kierownica.

Torres EVX to naprawdę spore auto. Mobilność zapewnia mu napęd elektryczny o mocy 207 KM i 339 Nm momentu obrotowego, zasilający przednie koła. To powinno

wystarczy, aby 100 km/h osiągnąć w 8,1 s. Za zasięg odpowiada akumulator litowo-żelazowo-fosforanowy (LFP) o pojemności 73,4 kWh. Tu ciekawostka - został on opracowany we współpracy z chińskim producentem BYD - właścicielem takich marek jak Maxus, czy MG. Bateria objęta jest 10 letnią gwarancją. Średni zasięg auta ma wynosić do 462 km w cyklu WLTP. Tu ciekawostka - w mieście wartość ta wzrasta do 635 km. Akumulator Torresa można podłączyć do najmocniejszych ładowarek o mocy 350 kW, a ładowanie od 10 do 80 procent ma zająć zaledwie pół godziny.

Rynkiem samochodów elektrycznych rządzi obecnie prawo Tesli, która w ubiegłym roku gwałtownie obniżyła ceny swoich produktów. Dotyczy to także SsangYonga. Który musiał zmieścić się w cenie poniżej 200 000 zł bez dopłat. W efekcie podstawowa, ale bardzo bogata odmiana Joy kosztuje obecnie od 189 900 złotych. Z dopłatą wychodzi jeszcze taniej. Co za 4,7 metrowego SUV-a napędzanego elektrycznością, jest całkiem - okazją.

Więcej informacji dotyczących nadchodzącej premiery udzieli Państwu dealer SsangYong Makurat, mieszczący się przy ulicy Zawodników 2 w Gdańsku.  
tel. 58 573 58 80 | makurat.ssangyong-auto.pl



## Spotkania mamy w naturze

Czy wiesz, że każdy Rezydent Olivii Centre  
może bezpłatnie odwiedzić ogród Olivia Garden?  
Ty też jesteś tu mile widziany!



# LATAJ Z GDAŃSKA KOMFORTOWO DO 23 KRAJÓW

Albania  
Bułgaria  
Chorwacja  
Cypr  
Czarnogóra  
Czechy  
Dania  
Finlandia  
Francja  
Grecja  
Hiszpania  
Holandia  
Irlandia  
Islandia  
Łotwa  
Malta  
Niemcy  
Norwegia  
Polska  
Szwajcaria  
Szwecja  
Wielka Brytania  
Włochy

**SPRAWDŹ OFERTĘ  
STREFY VIP**



#LATAJzGDAŃSKA

  
**GDANSK LECH  
WALESA AIRPORT.**