

Biznes

prestiz
magazyn trójmiejski

TERMINALE KONTENEROWE

GDAŃSK WCIĄŻ
ROŚNIE, ŚWINOUJŚCIE
CHCE TEŻ

NASZ KLIENT BOT

DIGITAL AD FRAUD,
CZYLI JAK
(NIE) PRZEPLACAĆ
ZA PROMOCJĘ
W SIECI

RAFAŁ STEPNOWSKI OD MORSKIEJ NAWIGACJI DO BOEINGA

SZYMON OSOWSKI Z WATCH DOG POLSKA

LUDZIE
POKOCHALI
JAWNOŚĆ,
WŁADZA NIE



Elegance is an attitude

RJP
Regé-Jean Page



Since 1832

190

LONGINES



THE LONGINES
MASTER COLLECTION

N. NAGEL



Gdynia, Al. Zwycięstwa 256, CH Klif parter



W I L L A

D O L C E V I T A

R A D O Ś Ć Ż Y C I A



UL. PARTYZANTÓW 1 / GDYNIA

VILLA JAŚKOWA DOLINA

by **CORDIA**



CIJ Awards

POLAND

21

PROJEKT NAGRODZONY

ETAP 1
ostatnie apartamenty
2-3 pokojowe

www.VillaJaskowa.pl



539 865 700



Nieczęsto można
tak zamieszkać

ETAP 2
budowa
rozpoczęta

 **CORDIA**

Spis treści



Moją rolą jest budowanie i rozwój relacji firmy z rządem i szeroko rozumianym sektorem publicznym, ponieważ zakres działania Boeinga jest bardzo szeroki. Firma działa w trzech pionach: Commercial, który jest odpowiedzialny za produkcję, sprzedaż i eksploatację samolotów takich jak 787, 737, 777. Drugi to defence, który obejmuje platformy wojskowe, tzn. helikoptery, myśliwce i różnego rodzaju uzbrojenie. Trzeci to nowo powstały dział global services, integrujący usługi związane z utrzymaniem, rozwojem i naprawą platform oraz usługi informatyczne.

22

14

Blisko 85% wyniosło obłożenie trójmiejskich hoteli podczas tegorocznych wakacji. Szczyt przypadł od połowy lipca do połowy sierpnia. Najwięcej turystów zdecydowało się jednak na krótkie pobyty, a decyzje o rezerwacji zapadały na ostatnią chwilę. Sporą pomoc dał bon turystyczny, który w Pomorskiem został zrealizowany na 515 mln zł. Teraz przed branżą turystyczną najtrudniejszy okres w roku, dodatkowo obciążony szalejącą inflacją i cenami energii.



Krawiec powinien najzwyczajniej w świecie lubić ludzi i umieć ich słuchać – mówi Janusz Wiśniewski, jeden z najbardziej znanych krawców w Trójmieście. Choć przedstawiciele tego zawodu systematycznie ubywa, wciąż można znaleźć pracownie, które od podstaw uszyją każde, nawet najbardziej wyszukane ubranie. Zgodnie z zasadami sztuki, korzystając z najlepszej jakości materiałów, a co najważniejsze tak, by podkreślić atuty naszego ciała i ukryć jego wady lepiej niż filtr na Instagramie. Ceny takich usług wahają się od kilkuset, nawet do kilkunastu tysięcy złotych.



Na okładce:
Rafał Stepnowski

Fotografia:
Karol Kacperski

- 12** SŁOWEM WSTĘPU
14 PROBLEMY Z SUKCESJĄ
– DARIUSZ FILAR. FELIETON Z CYKLU
„GOSPODARKA W LITERATURZE PIĘKNEJ”

RAPORT

- 14** SEZON LETNI W TRÓJMIEŚCIE. DUŻE
OBŁOŻENIE, MNIEJ CHĘTNYCH NA USŁUGI
20 GOŚCI WIĘCEJ, ALE TRUDNIEJSI

TEMAT Z OKŁADKI

- 22** RAFAŁ STEPNOWSKI
OD MORSKIEJ NAWIGACJI DO BOEINGA
32 STREFA VIP DLA KAŻDEGO PASAŻERA

LUDZIE I BIZNES

- 36** MISTRZOWIE FASONU
42 STYLIŚCI I PROJEKTANCI ZAMIAST KRAWCÓW.
SZKOŁY EN VOGUE



EUROPEAN
PROPERTY
AWARDS
WINNER 2022-2023

Spotkania mamy *w naturze*

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



48

Ceny prądu to dzisiaj gorący temat nie tylko wśród firm, ale i odbiorców indywidualnych. i choć podwyżki dotyczą wszystkich to w każdym mieście ceny są inne. od lat najwyższe w Polsce stawki ma Trójmiasto, a najniższe Poznań. W 2022 roku mieszkańiec Trójmiasta zużywając miesięcznie 200 kWh zapłaci o 199 zł więcej niż Poznanianin.

Resorty i hotele światowych marek, condo i aparthotele, ekskluzywne apartamentowce. Na polskim wybrzeżu trwa boom inwestycyjny. Na celowniku deweloperów i inwestorów są coraz mniejsze miejscowości. Jest w nich to, czego prawie już nie ma w dużych miastach: tereny tuż koło plaży, nietknięta przyroda, spokój i cisza. Do tego niższe ceny gruntów oraz szansa na większy zarobek.

70

Światowy handel opiera się na transporcie morskim, który obsługuje 90% ładunków. Coraz istotniejszą rolę odgrywają w nim kontenery. Za rynkiem starają się podążać polskie porty, których łączne możliwości przeładunkowe wynoszą obecnie około 5 mln Teu rocznie, a w ciągu trzech lat mają wzrosnąć do prawie 9 mln. liderem przeładunków jest gdański terminal Baltic Hub, a kolejne są dwa gdyńskie terminale. Trójmiejskie porty mogą jednak wkrótce doczekać się nowego konkurenta – ma być nim planowany terminal kontenerowy w Świnoujściu.



ENERGETYKA

- 44 PRĄD NA WAGĘ ZŁOTA
- 48 TRÓJMIASTO NAJDROŻSZE W POLSCE
- 52 OPTIMALIZUJ, MAGAZYNUJ, OSZCZĘDZAJ
- 56 OGNIWA ZE SZWECJI, BATERIE Z POLSKI

NIERUCHOMOŚCI

- 62 INWESTYCJE Z JACHEM W TLE. CUMOWANIE POD DOMEM
- 70 Z DAŁA OD ZGIEŁKU MIASTA. RYNEK APARTAMENTÓW I CONDOHOTELI
- 76 APARTAMENT NA WYNAJEM I WAKACJE
- 78 W GRUPIE JEST SIŁA
- 82 NOWA INWESTYCJA H+H NA POMORZU WIĘCEJ KORZYŚCI DLA KLIENTÓW

TRANSPORT

- 84 TERMINALE KONTENEROWE. GDAŃSK WCIĄŻ ROŚNIE. ŚWINOUJŚCIE CHCE TEŻ

JACHTING

- 96 NOWOŚCI NA RYNKU JACHTOWYM. ACE NA WODZIE
- 98 NOWOŚCI NA RYNKU JACHTOWYM. KOMFORTOWE PIĘCDZIESIĄTKI

SPOŁECZEŃSTWO

- 100 COWORKING PO PANDEMII. W POSZUKIWANIU LUDZKICH RELACJI
- 106 LUDZIE POKOCHALI JAWNOŚĆ. WŁADZA NIE

IT

- 114 NASZ KLIENT BOT
- 118 NAJPOWSZECHNIEJSZE TECHNIKI. DIGITAL AD FRAUD
- 119 JAK TWORZYĆ BEZPIECZNE KAMPANIE ONLINE?

Fabryka Samolotów Arche Mielno



ZAINWESTUJ | ZOSTAŃ WŁAŚCICIELEM | SPĘDŹ URLOP | CZERP ZYSKI

Umów się na spotkanie w Warszawie z darmowym noclegiem w hotelu Arche

(+48) 500 068 069

sprzedaz@arche.pl

www.deweloper.arche.pl

Arche S.A.

ul. Puławska 361
02-801 Warszawa



System Arche®

HOTELOWY BOOM PLAŻOWY

Najpierw był C-Map, potem Jeppesen. Zwykle mu śmiertelnikowi być może te nazwy niewiele mówią. Inaczej z Boeingiem – trudno byłoby znaleźć kogokolwiek, kto by nie kojarzył tej nazwy. Ta najpopularniejsza marka lotnicza na świecie produkuje nie tylko samoloty pasażerskie, ale i wojskowe. Co łączy te 3 marki? Z pewnością Gdańsk i osoba Rafała Stepnowskiego, który najpierw zakładał tutaj polski oddział włoskiej firmy C-Map robiącej morskie mapy nawigacyjne. Potem wraz z całym swoim zespołem trafił do amerykańskiego Jeppesena, światowego lidera map lotniczych, by latem tego roku zostać szefem Boeinga w Polsce, a jednocześnie przedstawicielem tego koncernu na unijne kraje środkowej Europy. Dodam, że jego gdański zespół też trafił do Boeinga.

Ta niezwykła historia pokazuje siłę nie tylko lokalnej przedsiębiorczości, szczególnie tej, która kształtowała się od początku lat 90., ale i nauki, bo kolebką firmy była Politechnika Gdańska, a sercem jej naukowcy. Jej szczegóły, a także czym zajmuje się Boeing w Polsce i w Gdańsku dowiedzie się z rozmowy z Rafałem Stepnowskim.

Jak zwykle sporo mamy tematów dotyczących całego wybrzeża. Tym razem analizujemy rynek terminali kontenerowych. Gdański Baltic Hub to gigant, ale póki co tylko w skali bałtyckiej, bo w Europie jest 13, a z kolei cała Europa jest daleko w światowych zestawieniach (największy terminal europejski jest dopiero 11 na świecie). Niemniej to nasz krajowy lider. Wkrótce może pojawić się konkurencja. W Świnoujściu ma powstać terminal głębokowodny do przyjmowania największych kontenerowców. Jak to wpłynie na cały rynek, kto ma większe szanse rozwoju? – analizuje Magdalena Szymańska.

Wybrzeże pojawia się też w naszej analizie nieruchomości z segmentu premium i luksusowego. Tym razem sprawdzamy condohotele i aparta-

mentowce, które wyrastają jak grzyby po deszczu w całym nadmorskim pasie. I to nie w dużych miastach, ale tych najmniejszych. Takich jak np. Międzywodzie (600 mieszkańców), gdzie powstanie hotel z sieci Radisson. Rynek condohoteli rozpedził się, a główna koncentracja nowych inwestycji znajduje się dzisiaj na Pomorzu Zachodnim. Właśnie tam powstają nowe super kurorty. Sztandarowym przykładem jest Ustronie Morskie (2,5 tys. mieszkańców), gdzie trwa obecnie budowa aż 20 obiektów w których znajdzie się 2,5 tys. nowych pokoi i apartamentów! I to z segmentu premium i luksusowych.

Pomorskie wybrzeże nie ma aż tyle szczęścia do takich inwestycji, poza oczywiście samym Trójmiastem, którego przedsiębiorcy mijający sezon letni oceniają jako udany. Mowa o branży hotelarskiej, o czym również piszemy w tym numerze. Wysokie obłożenie nie przełożyło się jednak w stu procentach na usługi, które mniej skorzystały na dużym ruchu. Wczasowicze w pierwszej kolejności musieli sfinansować swój pobyt, stąd oszczędzali na gastronomii, czy też innych atrakcjach. W Sopocie wręcz widoczne były oznaki zmiany profilu klienta – takie wieści płyną z niektórych hoteli, jak i restauracji. Tym bardziej trzeba uważnie przyglądać się takim pozornie odległym zjawiskom jak budowa condohoteli gdzieś w Ustroniu, czy Darłowie. Te tysiące nowych pokoi i apartamentów o wysokim standardzie, budowane pod szyldem znanych marek wejdzie przecież wkrótce na rynek, włączając się tym samym do rywalizacji o klienta. Tego samego, który teraz odwiedza Trójmiasto.

W Biznes Prestiżu nie przeszliśmy też obojętnie koło cen energii, bo przejść obojętnie nie można, skoro stała się bardzo ważnym składnikiem kosztów dla wielu firm. Rachunki za prąd z odległych pozycji skoczyły nagle do tych najważniejszych, niejednokrotnie ruinując firmowe budżety – o czym opowiadają nam



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.

trójmiejscy przedsiębiorcy. Rząd co prawda ogłosił zamrożenie cen, co nie zmienia jednak faktu, że dalej są wysokie. A dodając do tego stawki za gaz i nadchodzącą zimę robi się niewesoło. Najmniejsze i mające najmniejsze możliwości inwestycyjne firmy będą musiały mocno zacisnąć pasa, by przetrwać, a dla tych większych, głównie z branży przemysłowej z pewnością jednym z pomysłów na obniżenie kosztów energii będą własne magazyny energii. Takie rozwiązania proponuje m.in. pomorski Elmech. A już optymalnym wyjściem jest posiadanie własnych OZE w połączeniu z własnym magazynem. Wtedy faktycznie można poczuć się bezpiecznie.

Póki co życzę udanej lektury, no i jak najcieplejszej jesieni i zimy.



SUPER YACHTS

Sprawdzone inwestycje w jachty, na wodach ciepłych i Bałtyku.



Rodzinną firmą zajmującą się dostawami jachtów i łodzi od ponad 50 lat. Najbogatsza oferta jachtów żaglowych, łodzi motorowych i katamaranów na polskim rynku. Wyłączny dystrybutor największych producentów jachtów na świecie, min. Hanse, Lagoon, Prestige, Saxdor, Solaris, Amel, Moody, Dehler, Fjord, Ryck.

Sprawdzone programy inwestycyjne w jachty na wodach ciepłych i Bałtyku.

Aranżacja całości procesu dostawy i opieki nad jachtem:

Specyfikacja jachtu pod wymagania klienta.

Pomoc w pozyskaniu finansowania, ubezpieczenia i rejestracji.

Zamówienie i dostawa.

Retrofit poza stoczniowy.

Alokacja jachtu w wybranym miejscu na świecie i aranżacja otoczenia serwisowo użytkowego.

Organizacja biznesu czarterowego.

Zapraszamy na spotkanie wprowadzające do Super Yachts Club w Gdyni gdzie zaprezentujemy Państwu profity wynikające z programów inwestycyjnych oraz łódzie będące najlepszymi narzędziami światowego biznesu czarterowego.

MARINA YACHT PARK GDYNIA
UL. HRYNIEWICKIEGO 10
81-340 GDYNIA

VILLA METRO BUSINESS HOUSE
UL. PUŁAWSKA 145
02-715 WARSZAWA

+48 600 003 268 | +48 789 458 211 | +48 600 877 791
INFO@SUPERYACHTS.PL WWW.SUPERYACHTS.PL



SUPER YACHTS

Dostawca najlepszych jachtów i łodzi od 1967 roku

GOSPODARKA W LITERATURZE PIĘKNEJ

PROBLEMY Z SUKCESJĄ

(TOMASZ MANN „BUDDENBROOKOWIE”)

Amerykański Family Firm Institute, ośrodek analityczny prowadzący badania nad funkcjonowaniem firm rodzinnych, oszacował, że tylko 30% takich przedsiębiorstw jest w stanie kontynuować działalność po odziedziczeniu przez dzieci założyciela, a udane znalezienie się w rękach wnuków przytrafia się jedynie 10% z nich (według innych badań to nawet zaledwie 5%). Dlaczego tak się dzieje? Specjaliści od zarządzania wskazują kilka przyczyn. Najważniejsza z nich wynika z faktu, że twórcy firm są zazwyczaj bardzo mocno zaangażowani w ich prowadzenie i rozwój, a to sprawia, że nie umieją się pogodzić z myślą o utracie kontroli. Sprawę przekazania biznesu w ręce kolejnego pokolenia odsuwają na jak najdalszy plan albo całkowicie wypierają ją ze świadomości. Jeśli w takich warunkach zaskakuje ich śmierć, często powstaje chaos, z którego przedsiębiorstwu już nie udaje się podźwignąć. Kolejną przyczyną problemów bywa brak jasnej koncepcji, wiążącego harmonogramu i procedur przeprowadzenia sukcesji. Nawet, jeśli działania sukcesyjne zostaną podjęte, ale będzie je cechować niekonsekwencja i przewlekłość, straty poniesione przez firmę mogą się okazać bardzo znaczne. Trzecia przyczyna niepowodzeń na sukcesyjnym polu to relacje z zewnętrznymi partnerami biznesowymi. Ci, którym znakomicie współpracowało się z dziadkiem i synem, niekoniecznie z takim samym zapalem i zaufaniem będą się odnosić do wnuka. Podobnie rzecz ma się z zatrudnionymi pracownikami. W czasie przeprowadzania sukcesji – a im gorzej będzie przebiegała, tym problem okaże się większy – zawsze znajdują się tacy, którzy zdecydują się na poszukanie innego miejsca pracy.

Wybitna powieść Tomasza Manna „Buddenbrookowie” – zaczął ją pisać jako dwudziestodwulatek w 1897 roku, ukończył po trzech latach pracy, ukazała się drukiem w 1901 roku, a w 1929 roku wyróżniono ją Literacką Nagrodą Nobla – nosi podtytuł „Dzieje upadku rodziny”. Ale ten podtytuł znakomicie mógłby być nieco inny i brzmić: „Dzieje rozkwitu i upadku firmy”. Bo Mann z zaskakującą u literata ekonomiczną kompetencją

– nie zabrakło nawet długookresowej analizy zmian w kapitałach przedstawionej firmy! – i dbałością o szczegóły zaprezentował w swojej powieści proces budowania prywatnego przedsiębiorstwa rodzinnego, któremu nie było dane przetrwać na rynku dłużej niż przez trzy pokolenia spadkobiorców. Ostateczny upadek firmy ma w sobie coś szczególnie dramatycznego, bo wszystkie dokonywane w niej procesy sukcesyjne przeprowadzano ściśle według wzorców, jakie przynoszą współczesne podręczniki zarządzania (wynika z tego, że stara kupiecka mądrość wcale nie ustępuje temu, co potrafią zaproponować dzisiejsi profesorowie). Z odpowiednim wyprzedzeniem właściciel firmy i jej szef wskazywał swego następcę. Dla całej rodziny ta uświęcona tradycją zasada stanowiła oczywistość i nikomu, nawet zawiedzionym zazdrośnikom, nie przychodziło do głowy, by rozstrzygnięcie to poważnie kwestionować. Później, jeszcze na etapie uczęszczania do szkoły, wyłoniony następcą wciągany był do różnorodnych działań w firmie, pod okiem ojca zapoznawał się z wewnętrznymi mechanizmami jej funkcjonowania. Po przekroczeniu dwudziestego roku życia nadchodził czas wyjazdu na długie pobyty zagraniczne (Niderlandy i Anglia), na praktyki u biznesowych partnerów firmy. Należało zorientować się, jak działają inni, jak również zbudować osobiste relacje. Po powrocie dwudziestoparolatek zostawał wspólnikiem i od tego momentu u boku ojca w pełni reprezentował firmę. Aż wreszcie nadchodziła chwila, w której partnerzy – ojciec i syn – niemal bez słów podejmowali finalną decyzję. U Manna zostało to odmalowane następująco:

„Pewnego dnia stary pan rzekł:
- Jean, aszez, co?”

Wkrótce potem rozesłano pięknie wydrukowane, zaopatrzone w dwa podpisy cyrkularze, w których Jan Buddenbrook senior pozwalał sobie zawiadomić, że podeszły wiek zmusza go do usunięcia od dotychczasowej działalności kupieckiej i że w skutek tego Dom Handlowy Jan Buddenbrook, założony przez jego nieboszczy-

ka ojca w roku 1768, przechodzi z dniem dzisiejszym pod tą samą firmą, wraz z aktywami i pasywami, na jego syna oraz dotychczasowego wspólnika; tu następowała prośba, by i nadal obdarzano syna pełnym zaufaniem ... Z głębokim poważaniem – Jan Buddenbrook senior, który niniejszym przestaje podpisywać”.

Sukcesje przeprowadzane przez Buddenbrooków mogłyby zatem posłużyć za podstawę do opisanego pozytywnych przypadków, tak zwanych case'ów, jakie w ramach umieszcza się w podręcznikach. Ale „Buddenbrookowie” oczywiście nie są podręcznikiem, lecz powieścią i o losach Domu Handlowego Jan Buddenbrook przesądza indywidualności powieściowych bohaterów. Pierwszy Jan Buddenbrook, syn cechowego mistrza krawiectwa z Rostocku, przeniósł się do Lubeki i tutaj założył firmę. Jego syn, także noszący imię Jan, zbudował jej potęgę. Łącząc w sobie cechy rzetelnego kupca z pewną skłonnością do ryzyka, nie zawahał się, by w dobie wojen napoleońskich, powożąc zaprzężonym w cztery konie furgonem, dostarczać zboże pruskiej armii, by dokonywać inwestycji wnosząc spichrze „Dąb”, „Lew”, „Wieloryb” i „Lipa” (odzielne dla żyta, pszenicy, owsa i jęczmienia), a nawet by stać się armatorem dwóch statków do transportu ziarna. Trzeci Buddenbrook, z francuska nazywany Jeanem, okazał się zachowawczy i głównie dbał, by to, co osiągnięte, nie uległo uszczupleniu. Wreszcie czwarty w linii, Tomasz Buddenbrook, który świetnie się zapowiadał, ale przed pięćdziesiątką popadł w stan, który dzisiaj nazwalibyśmy zawodowym wypaleniem. Równocześnie pojął, że jego własny jedyny syn Hanno, mały Januchna, istota delikatna, wrażliwa i marzycielska, a z powagą traktująca jedynie grę na fortepianie lub fisharmonii, przynigdy „nie da się ukształtować na obraz pradziadka: otwarta głowa, jowialny, prosty, pełen humoru i siły”. I dlatego do testamentu Tomasza Buddenbrooka trafia zapis dyspozycji, by po jego śmierci przeprowadzić likwidację firmy i to w okresie nie dłuższym niż rok. Tak też się ostatecznie dzieje – w 1875 roku, tylko kilka lat po setnej rocznicy utworzenia, Dom Handlowy Jan Buddenbrook przestaje istnieć.

Dzieje książkowej firmy Jana Buddenbrooka dobiegły końca, ale w rzeczywistym świecie nie brak przykładów imponującej trwałości. Merck, firma farmaceutyczna o globalnym zasięgu, założona w 1668 roku przez aptekarza Friedricha Jacoba Mercka z Darmstadt, do dziś ma swoją centralę w tym mieście, a kolejne pokolenia rodziny Mercków posiadają w niej około 70% udziałów. Może w myśleniu o sukcesji warto przyjąć taką perspektywę ?



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 olbrzyma”, czy też „Psa wyścigowego”.

Najnowszą powieść wydał w 2020 roku. To wielowątkowa saga rodzinna „Szkłanki żydowskiej krwi”.

SEZON LETNI W TRÓJMIEŚCIE

DUŻE OBŁOŻENIE, MNIĘJ CHĘTNYCH NA USŁUGI



Blisko 85% wyniosło obłożenie trójmiejskich hoteli podczas tegorocznych wakacji. Szczyt przypadł od połowy lipca do połowy sierpnia. Najwięcej turystów zdecydowało się jednak na krótkie pobyty, a decyzje o rezerwacji zapadały na ostatnią chwilę. Sporą pomoc dał bon turystyczny, który w Pomorskiem został zrealizowany na 515 mln zł. Teraz przed branżą turystyczną najtrudniejszy okres w roku, dodatkowo obciążony szalejącą inflacją i cenami energii.



Fot. Jacek Koślicki



Wg danych Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej średnie obłożenie hoteli i inne skategoryzowanych obiektów za całe wakacje wyniosło pomiędzy 80 – 85%. Szczyt przypadł na okres pomiędzy 16 lipca, a 20 sierpnia, kiedy to obłożenie sięgnęło 92%. Z kolei obiekty poza Trójmiastem mogły liczyć na 75 – 80% wykorzystania.

- To pokazuje, że w tym roku region miał nieco mniej gości niż w latach ubiegłych, a turyści po dwóch latach szukania izolacji w terenie wrócili do miast – komentuje Łukasz Magrian, dyrektor biura PROT. - Nie dysponujemy twardymi danymi za minione lata, jednak z większości komentarzy wynika, że sezon letni 2022 był zbliżony do ostatniego roku przed pandemią (2019). W latach 2020 i 2021 większym zainteresowaniem cieszyły się obiekty poza obszarem miejskim, a hotele w dużych miastach miały nieco gorsze wyniki – dodaje Magrian.

WIĘKSZE PRZYCHODY, KRÓTSZE POBYTY

Dane POT potwierdzają hotele, które odnotowały wzrost nie tylko obłożenia, ale i średniej ceny wynajmu. Szczyt cenowy pokrywał się ze szczytem obłożenia (druga połowa lipca i pierwsza połowa sierpnia).

W gdańskim Hotelu Almond, czy też sopockim Hotelu Haffner średnie obłożenie sięgnęło 90%.

Jak mówi Lucyna Waruszewska, dyrektorka Hotelu Almond dominowały krótkie pobyty.

- Cenę udało nam się w wakacje utrzymać na bardzo dobrym poziomie. W najlepiej sprzedających się terminach pokoje o wyższym standardzie przekraczały znacząco kwotę 2 tys. zł za dobę – mówi Lucyna Waruszewska.

To przełożyło się na wzrost przychodów.

- Przychód jaki uzyskaliśmy ze sprzedaży pokoi w tym roku jest najwyższy w zestawieniu z latami 2019, 2020 i 2021, jednak znacząco wzrósł również koszt związany z tą sprzedażą – zastrzega Waruszewska.

Z kolei w sopockim Haffnerze, który położony jest nie tylko blisko plaży, ale i posiada też własną plażę dominowały pobyty trwające od tygodnia do dwóch.

Inną charakterystyczną cechą sezonu było krótkie okienko rezerwacji.

- Zauważamy zdecydowanie zmianę w oknie rezerwacyjnym – mówi Agnieszka Nałęcz, Regionalny Dyrektor Marketingu i Sprzedaży w Meravo, operatora Hotelu Haffner w Sopocie. - Bardzo dużo rezerwacji dokonywanych było z małym wyprzedzeniem, tj. 2 - 3 dni przed datą przyjazdu, w szczególności weekendy. Czasami zdarzały się rezerwacje w dniu przyjazdu. Zdecydowanie pogoda była głównym czynnikiem wpływającym na decyzje

WNIOSKI Z SEZONU WAKACYJNEGO 2022 WG POMORSKIEJ REGIONALNEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ

- Rezerwacje dokonywane były często last minute, z reguły co najwyżej na tydzień do przodu, weekendy sprzedawały się w połowie tygodnia, w niektórych przypadkach ten czas był nawet krótszy – jeden, dwa dni przed przyjazdem

- Dotychczas czynnik pogody nie miał decydującego wpływu na decyzję o przyjeździe, obecnie w wielu przypadkach jest niemal kluczowy (druga połowa lipca, a zwłaszcza sierpień są tego świetnym przykładem)

- Zauważalny wzrost liczby gości zagranicznych (w hotelach to 30-35% gości). Skandynawowie coraz częściej przyjeżdżają też własnymi autami co wskazuje na dogodność połączeń promowych. W kontekście gości zagranicznych, najczęściej wymieniani są: Szwedzi, Norwegowie, Niemcy, Francuzi, Litwini, Czesi, Ukraińcy

- Wysokie, czy wręcz bardzo wysokie obłożenie w obiektach, w niektórych przypadkach, owocuje rekordowymi przychodami (w porównaniu do nawet przedcovidowego 2019 roku), ale euforię gaszą koszty: większe nakłady finansowe na media, żywność i koszty pracy



o przyjeździe. Długie pobyty najczęściej rezerwowane były z wyprzedzeniem, gdyż to były raczej zaplanowane wakacje. Nie odnotowaliśmy dużego procentu anulacji, skrótów rezerwacji, czy pobyków – opisuje Nałęcz.

OPENER I ŚRODEK WAKACJI

Częścią bazy turystycznej są apartamenty – zarówno te sformalizowane, jak i prywatne pojedyncze kwatery. Tutaj jednoznaczne wyliczenia są trudniejsze, gdyż wiele danych opartych jest na szacunkach. Niemniej własne dane zbierają platformy związane z wynajmem miejsc noclegowych czy też sieci apartamentów. Statystyki prowadzi m.in. Sanhaus Apartaments z Sopotu. To sieć kilkudziesięciu apartamentów. Podobnie jak w przypadku hoteli najwyższe obłożenie panowało od połowy lipca do połowy sierpnia.

- Obłożenie w lipcu wynosiło 87 %, a w sierpniu 86%. Niższe zainteresowanie gości noclegami było od 4 do 15 lipca oraz pod koniec sierpnia, po długim weekendzie – mówi Anna Ziółek, właścicielka Sanhaus Apartments. - To już się robi regułą. W zeszłym roku było podobnie. O ile mniejszy ruch pod koniec sierpnia jest zrozumiały, bo ludzie już powoli myślą o końcu wakacji, chcą przygotować dzieci do szkoły to trudno wyjaśnić mniejsze zainteresowanie początkiem lipca. Być może pojawiają się obawy o słabszą pogodę. Zresztą tak jest w całej Polsce. U nas poza tą regułą jest tylko okres Openera.

SAMODZIELNE ŚNIADANIA

Duże obłożenie nie przełożyło się jednak w stu procentach na ruch w usługach.

- Frekwencja gości na pewno cieszy, jednak branża turystycz-

na wyraźnie wskazuje, że obecne lato pokazało mniejsze przychody firm świadczących usługi uzupełniające: gastronomii, usług przewodników, transportowych, sprzedaży pamiątek, wycieczek fakultatywnych itp. Priorytetem było zapewnienie sobie noclegu, ale goście ograniczali wydatki na pozostałe składowe letniego wypoczynku – mówi Łukasz Magrian.

Ten trend zauważyły niektóre hotele. Widać było różnicę pomiędzy ogólną liczbą gości, a korzystających z hotelowego śniadania.

- Widzimy oszczędności gości przy korzystaniu z usług dodatkowych w hotelu. Wysokie obłożenie nie jest wprost proporcjonalne do obłożenia np. w gabinetach masażu. Być może przyczyniło się do tego też wyjątkowo słoneczne lato nie mniej jednak różnica w stosunku do lat sprzed roku 2020 jest przez nas wyraźnie odczuwalna – mówi Lucyna Waruszevska, szefowa Hotelu Almond.

W jednym z sopockich hoteli o wyższym standardzie goście przyrządzali śniadania w... łazienkach przy wykorzystaniu turystycznych palników.

A gastronomicznie?

- Pod kątem ilości gości oceniamy sezon jako udany. Ruch był większy niż w poprzednich latach, szczególnie można zauważyć większą ilość gości z zagranicy. Odnieśliśmy również wrażenie że ruch turystyczny przeniósł się częściowo z Sopotu na korzyść Gdańska - mówi Emilia Kuciewicz, dyrektor generalny Grupp Sempre, pod którą kryje się sieć pizzerii w Sopocie i Gdańsku. - Analizując nasze statystyki nie widzimy dużych zmian. Goście jednak często byli zaskoczeni wysokością cen w karcie, które jednak przy tak wysokiej inflacji były niestety konieczne.

KONFERENCJE I ŚWIĘTA

Branża szykuje się do zimy. Biorąc pod uwagę dynamikę zmian związanych z inflacją, radykalnym wzrostem cen energii i innymi kosztami jakiegokolwiek przewidywania są jak wróżenie z fusów. Koszty prądu i gazu mają ogromny wpływ na funkcjonowanie hoteli – w poprzednich latach ich udział wynosił około 4%, natomiast obecnie sięgnął 8%. Jeszcze więcej zużywają hotele z basenem i zapleczem spa.

Jak podają przedstawiciele hoteli liczba rezerwacji jesiennych nie napawa optymizmem. Goście oczekują elastycznych warunków anulacji w obawie o przyszłe nieoczekiwane wydarzenia lub sytuację ekonomiczną. Mniej jest rezerwacji na prywatne spotkania okolicznościowe, stąd hotele wdrażają politykę oszczędnościową. Szasną dla branży będą klienci instytucjonalni organizujący konferencje i okresy świąteczne. Pomocą jest też bon turystyczny. Województwo Pomorskie jak na razie jest jego największym beneficjentem. Od 2020 roku zrealizowano je na łączną kwotę 515 mln zł w 5,9 tys. podmiotów. Obecnie ważność bonów przedłużono do 31 marca 2023 roku, a wg ZUS niewykorzystanych zostało jeszcze 600 tys.

TOP 10

MIEJSCOWOŚCI WG NOCOWANIE.PL, KTÓRE BYŁY NAJCHĘTNIEJ WYBIERANE PODZAS WAKACJI 2022

1. Władysławowo
2. Zakopane
3. Łeba
4. Krynica Morska
5. Gdańsk
6. Kołobrzeg
7. Międzyzdroje
8. Karpacz
9. Pobierowo
10. Mielno.



Fot. Karol Makurat

GOŚCI WIĘCEJ, ALE TRUDNIEJSI

To był dobry sezon, ale trudniejszy jeżeli chodzi o obsługę. Było więcej gości z Polski, rezerwacje na ostatnią chwilę i więcej wyzwań – mówi Anna Ziólek, właścicielka Sanhaus Apartments.

Jaki był ruch podczas tegorocznych wakacji?

Obłożenie w naszych apartamentach w lipcu wynosiło 87%, a w sierpniu 86%. Niższe zainteresowanie gości noclegami było od 4 do 15 lipca oraz pod koniec sierpnia, po długim weekendzie. To już się robi regułą. Z zeszłym roku było podobnie. Tylko okres Openera jest poza tą regułą.

Lepiej niż w poprzednich latach?

Podobnie. Jedynie lipiec 2020 był słabszy, bo ludzie wyraźnie bali się jeszcze wyjść z domu po pandemii. Ponadto woleli kierunki bardziej kameralne jak wakacje na wsi czy w górach, z dala od miast i dużych skupisk ludzkich.

Jakie były tegoroczne średnie stawki?

Ciężko jest określić średnią cenę za dobę. Apartamenty są różne, w różnych lokalizacjach i z różnymi udogodnieniami. Założmy jednak, że mówimy o podobnych, czteroosobowych apartamentach – można przyjąć, że średnie ceny wahały się u nas pomiędzy 560, a 610 zł za dobę. Tym samym osiągnęliśmy cenę z 2019 roku. Najgorszy był sezon 2020, gdy musieliśmy zejść nieco z cen, bo gości było mniej niż w poprzednich latach i szukali tańszych noclegów. Zabrakło też wtedy obcokrajowców, którzy do tej pory stanowili większość naszych gości w okresie letnim. 2021 już był dużo lepszy. Nadal brakowało obcokrajowców oraz dużych wydarzeń typu Opener, które przyciągały turystów, ale dużo dał nam bon turystyczny. Nasi goście korzystali z tego dofinansowania bardzo chętnie.

Czy goście zagraniczni wrócili?

Z oferty korzystają w tej chwili w większości Polacy. Częściej wybierają apartamenty, bo są tańsze od hoteli i mogą w nich gotować. Tym samym unikają restauracji i wydawania pieniędzy.

Długo odpoczywali?

Pobyty były wyraźnie krótsze niż w 2019. Ludzi nie stać już na 2 tygodniowe poby-

ty. Najczęściej przyjeżdżali na 3 - 4 noce. We wcześniej rezerwowali miejsca rok przed przyjazdem (szczególnie obcokrajowcy). Teraz rezerwacje wpadają na ostatnią chwilę. Goście wyraźnie czekają na pogodę lub boją się, że zachorują na covid i tracą zadatek. Wolą nie ryzykować.

Czy widać zmianę w profilu klientów, czy też zachowaniu?

Wielu gości wybiera najtańsze oferty, jednocześnie oczekując standardu jak w hotelu all-inclusive, w którym być może spędzali wakacje w poprzednich latach. Są zdziwieni, że nie mają codziennego sprzątnięcia i wymiany ręczników. Niektórzy są oburzeni, że wymagamy od nich segregacji śmieci, czy też ciszy nocnej. Mówią, że nie po to są na urlopie. Największym problemem jest pozostawiony bałagan, dodam, że ponadstandardowy, np. ręczniki nie nadają się do prania, bo goście czyszczą nimi buty lub zmywają makijaż. Wraz z pandemią i ograniczeniem wyjazdów zagranicznych, Polacy zaczęli więcej podróżować po Polsce. Mamy więcej prób uzyskania rabatów, wymyślenia ich powodów. Najczęstsze zdziwienie budzi kaucja zwrotna w postaci preautoryzacji na karcie na poczet ewentualnych zniszczeń. W tym przypadku często pada zdanie "Podróżuję po całym świecie i nigdy się jeszcze nie spotkałem z czymś takim jak preautoryzacja na karcie".

To był dobry sezon?

Jeżeli chodzi o obłożenie i zyski był udany, gdyż wróciliśmy do poziomu z 2019 roku. Goście przyzwyczaili się do życia z covidem i nie jest to już powód do zrezygnowania w urlopie. Nareszcie wróciły duże imprezy, koncerty i festiwale jak np. Opener. Pojawiło się więcej obcokrajowców niż w ostatnich 2 latach. Mamy nadzieję, że za rok będzie ich jeszcze więcej bo już zaczęli rezerwować terminy na lato 2023. Tym samym liczymy na wyższe zyski w przyszłym roku i wyższe obłożenie. Z minusów, zarówno w tym sezonie, jak również w poprzednim dużo było gości tzw. all-inclusive, którzy wynajmując samodzielnie mieszkanie chcieli zapłacić jak najmniej, a oczekiwali obsługi jak w hotelu 4 gwiazdkowym. Zostawiali przy tym duży bałagan i brud w apartamentach.





Eventy firmowe, integracje, szkolenia, konferencje biznesowe nad Zalewem Wiślanym

Narusa Leśna Przystań to kompleks wypoczynkowy nad Zalewem Wiślanym we Fromborku.

Oferuje całoroczne luksusowe domki, apartamenty, restaurację, salę konferencyjną, saunę fińską, jacuzzi i basen zewnętrzny.

20 domków

21 apartamentów

3,5 hektara powierzchni ośrodka

6 hektarów lasu z parkiem leśnym

100 miejsc siedzących w restauracji i sali konferencyjnej

Sprawdź wolne terminy:

Organizacja eventów +48 608 678 900
Tomasz Bielusiak | tbielusiak@narusa.pl

Gastronomia +48 798 371 810
Jakub Dąbrowski | gastronomia@narusa.pl

Narusa Leśna Przystań
Elbląska 42 | 14-530 Frombork
T: +48 797 691 116
repcja@narusa.pl

www.narusa.pl





Gdansk, Poland

RAFAŁ STEPNOWSKI

**OD MORSKIEJ
NAWIGACJI
DO BOEINGA**



Autor: Michał Stankiewicz



Rafał Stepnowski założył w Gdańsku w 1993 roku wraz z ojcem prof. Andrzejem Stepnowskim i prof. Januszem Burczyńskim – naukowcami z Politechniki Gdańskiej - firmę robiącą cyfrowe morskie mapy nawigacyjne dla włoskiej C-Map.

C-Map zrewolucjonizowała rynek morskich map nawigacyjnych na świecie, obejmując 40% światowego rynku wartego od 100 do 150 mln USD.

W 2007 roku C-Map został kupiony przez największego na świecie producenta map lotniczych – firmę Jeppesen należącą do koncernu Boeinga. Gdański oddział C-Map rozpoczął tym samym samodzielną działalność jako Jeppesen Poland.

W 2022 roku Jeppesen Poland zmienił nazwę na Boeing Poland, stając się jednym z trzech oddziałów Boeinga w Polsce. Poza Gdańskiem Boeing ma jeszcze spółkę w Warszawie (Boeing International) i Rzeszowie (Boeing Distribution Services).

Boeing Poland z siedzibą w Gdańsku zajmuje się produkcją map nawigacyjnych i oprogramowania. Boeing International w Warszawie zajmuje się relacjami z sektorem publicznym (lotnictwo cywilne i wojskowe), a w Rzeszowie - dystrybucją części zamiennych.

W 2020 w Gdańsku uruchomiono dział Boeing AvionX, zajmujący się tworzeniem oprogramowania związanego z konstrukcją nowych samolotów.

Rafał Stepnowski w lipcu 2022 został dyrektorem zarządzającym Boeing Poland, kierując oddziałami w Gdańsku, Warszawie i Rzeszowie. Dodatkowo, odpowiada też za promocję samolotów cywilnych i sprzętu wojskowego w regionie Europy Środkowo-Wschodniej.





F-15 Eagle to ciężki myśliwiec przewagi powietrznej

Cieszy pana wybór śmigłowców AH-64E Apache Guardian przez polski rząd? I to aż 96 jednostek, więcej niż pierwotnie planowano w programie Kruk.

Oczywiście. Śmigłowiec produkowany przez Boeinga jest najlepszy na świecie. Mógłbym użyć takiego porównania, że to Porsche wśród helikopterów. Program Kruk ma już ponad 8 lat, ale nabral niezwykłego przyspieszenia po tym jak Rosja zaatakowała Ukrainę. Jego celem było zapewnienie Polsce zdolności, która jest kluczowa z punktu widzenia bezpieczeństwa państwa. Sowieckie śmigłowce szturmowe, które posiadamy, już dawno nie spełniają swojej roli, dlatego program Kruk jest tak ważnym programem.

Kiedy może dojść do finalizacji transakcji?

Zrobimy wszystko, aby śmigłowce trafiły do Polski jak najszybciej. Wiele zależy od ustaleń międzyrządowych, ponieważ kontrakt zostanie zawarty w formule FMS, czyli umowy pomiędzy Polską i USA. Ze swojej strony,

Boeing doloży wszelkich starań, aby przyspieszyć proces szkoleniowy pilotów i obsługi naziemnej.

Co jeszcze Boeing ma do zaoferowania polskiej armii?

Jest tego sporo. Mamy tankowiec powietrzny KC-46 A Pegasus, samolot do wykrywania i zwalczania okrętów podwodnych, czyli P-8 A Poseidon i cały szereg platform bezzałogowych. Ostatnio bardzo dużo mówi się o wymianie MIG-ów 29 na samoloty przewagi powietrznej. Boeing jest producentem takiej maszyny, czyli F-15 EX Eagle, jak też wielozadaniowego myśliwca F/A-18 E/F Super Hornet, znanego z filmu Top Gun Maverick. Boeing oferuje doskonale rozwiązania używane przez najlepsze armie na świecie.

Wspomniał pan o F-15, a my przecież kupujemy F-35 od Lockheed Martin.

To dwa doskonałe samoloty o odmiennej charakterystyce. F-35 to jednomiejscowy myśliwiec piątej generacji



do wsparcia pola walki, a F-15 to dwumiejscowy myśliwiec przewagi powietrznej. Służy do prowadzenia ataków na cele naziemne i walki z innymi samolotami.

A lotnictwo cywilne?

Samoloty Boeinga w Polsce latają przede wszystkim w dwóch dużych liniach lotniczych, których jesteśmy strategicznym partnerem. LOT opiera swoją strategię na lotach długodystansowych z wykorzystaniem Dreamlinera. Dodam, że polski przewoźnik był pierwszym europejskim nabywcą B-787. Posiada też oczywiście samoloty B-737 w różnych konfiguracjach. Druga linia to Enter Air, która używa ponad 20 Boeingów.

Jakie są pana główne zadania?

Moją rolą jest budowanie i rozwój relacji firmy z rządem i szeroko rozumianym sektorem publicznym, ponieważ zakres działania Boeinga jest bardzo szeroki. Firma działa w trzech pionach: Commercial, który jest odpowiedzialny za produkcję, sprzedaż i eksploatację samolotów takich jak 787, 737, 777. Drugi to defence, który obejmuje platformy wojskowe, tzn. helikoptery, myśliwce i różnego rodzaju uzbrojenie. Trzeci to nowopowstały dział global services, integrujący usługi związane z utrzymaniem, rozwojem i naprawą platform oraz usługi informatyczne. Biuro w Gdańsku pracuje głównie na rzecz Boeing Global Services, prowadząc analitykę danych i rozwijając oprogramowanie na potrzeby linii lotniczych.

Czy Pana funkcja wykracza poza Polskę?

Tak, moja odpowiedzialność obejmuje kraje Europy Środkowo-Wschodniej należące do UE, czyli od Estonii po Bułgarię.

To duża odpowiedzialność i duży zakres obowiązków. Ale jest pan też dyrektorem zarządzającym Boeing Poland z siedzibą w Gdańsku.

Tak, tutaj wszystko się zaczęło. I to zupełnie w innej dziedzinie, bo od tworzenia morskich map nawigacyjnych w C-Map. Potem pojawił się Jeppesen i wreszcie Boeing.

No to, prześledźmy tę ścieżkę.

C-Map Poland, to spółka założona przez mojego tatę, prof. Andrzeja Stepnowskiego i prof. Janusza Burczyńskiego, dwóch światowej klasy specjalistów z dziedziny hydroakustyki. W 1993 roku dostali propozycję od włoskich przedsiębiorców, którzy działali od lat 80. pod marką C-Map, by powołać firmę, której celem było wykorzystanie potencjału studentów i absolwentów Politechniki Gdańskiej. Chodziło o tworzenie cyfrowych map nawigacyjnych. Mieliśmy wykształconą kadrę, a różnica w kosztach pracy pomiędzy Polską, a krajami Zachodu była ogromna.

Więc pewnie skazani byliście na sukces. Jaka była pana rola?

Zostałem wiceprezesem nowej firmy, by organizować wszystko od strony biznesowej. Nie było biur, więc wynajęliśmy pokoje w Wydziale Okrętowym PG przy ulicy Narutowicza. Mieliśmy trzech młodych inżynierów z wydziału elektroniki, przywieźliśmy pierwszy sprzęt - pierwsze plotery do rysowania map i komputery. To było pionierskie. Pamiętam, że gdy poszliśmy oclić plotery nawigacyjne to celnicy pytali czy to jest sprzęt do





Fot. Mat. Prasowe Boeing

grania. Nie mieliśmy wtedy strategicznego planu, ale firma zaczęła ewolucyjnie rosnąć.

Czym dokładnie zajmował się C-Map?

To firma, która zrewolucjonizowała cyfrowe mapy nawigacyjne.

Przeniosła je z papieru do komputerów?

Nie do końca. Skanowanie map i przenoszenie papierowych wersji do obrazu cyfrowego było znane już w latach 80. Skanowano mapy, które były widoczne na wyświetlaczach nawigacyjnych w postaci rastra. To był obrazek, który można było wyświetlić, można było odwzorowywać sygnał GPS, ale to wciąż nie było mapą.

Na czym więc polegała rewolucja w wykonaniu C-Map?

Wprowadził wektoryzację map. Mapa danego obszaru była skanowana, następnie pracownik firmy jeszcze raz ją rysował w oparciu o skan przy pomocy naszego autorskiego oprogramowania. Powtarzał tę czynność, rysując te mapy w różnych skalach, 1 do 100 tys., 1 do 50 tys., 1 do 1 tysiąca, itd. Potem wszystko było integrowane do jednej bazy. Kolejnym krokiem było dodanie do niej map z całego świata.

Jakich map?

Od wieków każdy kraj tworzył własne mapy swoich wód terytorialnych. U nas zajmuje się tym Biuro Hydrograficzne Marynarki Wojennej, które zapewnia pokrycie mapowe polskich wód terytorialnych. Takich instytucji jest ponad 120. Mają je nawet kraje bez

**Jako Jeppesen
Poland stworzyliśmy
w pewien sposób
osobną firmę
wewnątrz Boeinga.
Mieliśmy dużą
swobodę i ogromne
zaufanie naszych
liderów, którzy
zrozumieli, że
mamy tutaj coś
na kształt start-
upu w korporacji.
Wymyślaliśmy naszą
firmę od nowa.**

dostępu do morza, jak np. Węgry czy Czechy. Z kolei brytyjska admiralicja, której statki operowały przecież na wszystkich kontynentach zajmowała się pokryciem kartograficznym całego świata. W międzyczasie powstała standaryzacja tworzenia map. Zapewniają ją dwie agendy na poziomie ONZ – International Maritime Organization (IMO) i International Hydrographic Organization (IHO). Dzięki temu statek płynący z Kanady do Portugalii przez Karaiby, był pewien, że to co widzi na mapach danej administracji jest w tym samym standardzie. Tak więc C-Map to wszystko połączył, tworząc pierwszą na świecie zintegrowaną bazę danych ze wszystkich map nawigacyjnych świata.

Kto był waszym klientem? Linie żeglugo- we? Państwa?

Kraje systematycznie wprowadzały obowiązek posiadania elektroniki na pokładzie statków handlowych, dlatego ważną grupą byli operatorzy statków handlowych. Najważniejszym rynkiem byli jednak żeglarze. To było około 1 mln klientów, którzy pływali sobie małymi, średnimi i dużymi jachtami po morzach i oceanach. Ale nie tylko – w Polsce oferowaliśmy mapy nawigacyjne Wielkich Jezior Mazurskich. Kupiliśmy dane od wojska, zdigitalizowaliśmy je i mieliśmy pierwsze cyfrowe mapy jezior mazurskich z głębokościami. Stopniowo pojawiały się kolejne funkcjonalności, takie jak prądy, przypyły, warunki pogodowe, miejsca połowu ryb. Produkt rozwinął się do zestawu rozwiązań usprawniających żeglugę. Był masowy i powszechnie dostępny.

Jak był sprzedawany?

To była subskrypcja. Co 28 dni dokonywaliśmy aktualizacji, bo np. pojawiła się nowa latarnia albo obszar restrykcyjny z powodu ćwiczeń. Roczny koszt subskrypcji dla osób indywidualnych wynosił około 100 USD, a dla biznesu około 2 tys. USD. Współcześnie świat przejął mobilne rozwiązania i mapy są pobierane online. W szczycie C-Map zatrudniał 500 osób, z czego 120 w Gdańsku. Tutaj była produkcja, a siedziba i kapitał we Włoszech.

Mieliście rywali?

Tak, mieliśmy dwóch konkurentów. Jeden z nich to włoski Navionics, który jest obecnie własnością Garmin. Dodam, że te dwie włoskie firmy – nasz C-Map i Navionics powstały w jednym pokoju, gdy dwaj koledzy z włoskiej marynarki pokłócili się. Giuseppe Carnevale założył Navionics, a Fosco Bianchetti założył C-Map. Początkowo odległość pomiędzy ich centralami wynosiła 10 km. Taka romantyczna, włoska historia. Trzecia firma była rosyjska. Te trzy firmy zmonopolizowały światowy rynek. Nie była to wielka branża, bo generowała od 100 do 150 mln USD rocznie, ale bardzo wdzięczna, bo dająca powtarzalne przychody.

I wtedy, gdy mieliście prawie monopol, milion klientów i pewne przychody, to pewnego dnia C-Map zniknął, a w zamian pojawił się Jeppesen?

Zniknęła marka, ale nie aktywa, które kupił Jeppesen. Firma Jeppesen ma wielkie

LOT był pierwszym europejskim przewoźnikiem do którego trafił B787 Dreamliner. Obecnie we flocie LOT-u jest 8 samolotów B787-8 oraz 7 B787-9.



tradycje. Założył ją w USA, w latach 30. kapitan Elrey Borge Jeppesen, pilot pocztowy. W tamtej epoce lotnictwo latało „na oko”. Nie było czegoś takiego jak mapa lotnicza. Znakami dla pilotów były góry, drzewa, kościoły. Dochodziło do wypadków. Kapitan wymyślił więc, by stworzyć prostą mapę dla lotników w oparciu o linie telegrafu. Zaczął je rozrysowywać najpierw dla siebie. Jak mówił „nie stworzyłem tych map, by stać się bogaty, ale dlatego by przeżyć”. Potem zaczął je sprzedawać kolegom. W latach 60. firma była już korporacją, a w 2000 roku Boeing kupił ją za 1,5 mld USD. Lotniczy gigant zachował markę i strukturę firmy, bo to produkt, z którego korzystają wszyscy użytkownicy samolotów.

Tak dochodzimy do momentu, w którym Jeppesen, należący już do Boeinga, kupił was, czyli C-Map.

W 2005 roku kierownictwo Jeppesena uznało, że wyczerpało możliwości wzrostu, bo w niektórych krajach firma miała ponad 90% udziałów w rynku, osiągając tym samym pełną saturację. Mając rozpoznawalną markę i duży kapitał od Boeinga, opracowała strategiczny plan, by rozwinąć działalność na rynek morski albo lądowy. Jeppesen rozpoczął bardzo agresywną kampanię poszukiwania i kupowania wiodących firm na innych rynkach niż lotnicze. W Au-

stralii kupił firmy, które zajmują się wsparciem logistycznym przewozów kolejowych. W sektorze morskim wybrał właśnie C-Map, który miał wtedy 40% udziałów w rynku.

Czyli obustronny sukces – Jeppesen kupił czołową firmę z branży, C-Map uzyskał potężnego mocodawcę i nowe możliwości, a w Gdańsku pojawił się szyld Jeppesena.

Faktycznie w 2007 roku powitaliśmy Jeppesena w Gdańsku. Jeppesen powołał Jeppesen Marine i rozpoczął integrację C-Map do swoich struktur. Pojawiły się jednak różnice kulturowe. Firma nagle stała się częścią ogromnej korporacji, w której obowiązywały nowe reguły, do czego kierownictwo nie było przyzwyczajone. W rezultacie, biznes morski został sprzedany. Z jednym wyjątkiem – naszej spółki w Gdańsku.

Jak do tego doszło, że tylko gdańska część została w Jeppesenie i Boeingu?

Udało nam się przebranżowić. Tuż po zakupie przez Jeppesena szybko zorientowaliśmy się, że prawdziwy duch Jeppesena i Boeinga to lotnictwo. Zaczęłam więc pracować z zespołem, by nauczyć się tego lotnictwa. To był czas kryzysu finansowego, czyli lata 2008 - 2009. Nastąpił drastyczny spadek popytu na wszystko co nie jest potrzebne do życia. Załamał się rynek jachtowy na świecie, załamał się General Aviation, upadła największa firma elektroniki morskiej Raymarine – to były straszne czasy. Zaczęłam natychmiast jeździć po USA i Europie, aby znaleźć możliwości zaofero-

Fot. Mat. Prasowe Boeing



W ciągu 2 tygodni udało nam się ewakuować blisko 100 osób z Ukrainy, głównie kobiety. Są z nami dzisiaj. Z dumą możemy powiedzieć, że nasza działalność w Ukrainie trwa nadal, a ludzie pracują tam zdalnie.

F/A-18 E/F Super Hornet to wielozadaniowy myśliwiec, ostatnio jego możliwości można było podziwiać w filmie Top Gun Maverick



wania naszych usług w lotnictwie wewnątrz korporacji. Wiedziałem, że jeżeli nie stworzymy modelu, w którym nasi pracownicy będą przebranzłowieni do tego, co stanowi rdzeń usług Boeinga, na dłuższą metę będziemy narażeni, że ktoś się nas pozbędzie.

Jaki model udało się stworzyć?

Jako Jeppesen Poland stworzyliśmy w pewien sposób osobną firmę wewnątrz Boeinga. Mieliśmy dużą swobodę i ogromne zaufanie naszych liderów, którzy zrozumieli, że mamy tutaj coś na kształt start-upu w korporacji. Wymyślaliśmy naszą firmę od nowa. Robiliśmy nawigację morską, jednocześnie tworząc nowe, małe zespoły do nawigacji lotniczej. Najpierw po 5 osób, potem po 10. Kiedy nasi partnerzy z USA i Niemiec zorientowali się, że to co robimy jest bardzo dobrej jakości, a koszt jest trzykrotnie niższy, wrzuciliśmy wyższy bieg.

Domyślałem się, że znudził się wam rozwój organiczny i postanowiliście, jak na rasowy start-up przystało, poprosić o kasę?

Prawie (śmiech). Razem z moim przyjacielem z Niemiec stworzyliśmy biznes plan. Poszliśmy z nim do szefów sprzedaży w Jeppesenie i Boeingu i powiedzieliśmy: „Jeśli dacie nam 20 mln USD, w trzy lata zbudujemy wam biznes, który wygeneruje 200 mln USD zysku”. Rynek nawigacji lotniczej jest 20 razy większy niż morski – to kilka miliardów USD rocznie. Biznes plan zakładał wynajęcie nowoczesnej powierzchni biurowej i zatrudnienie

kilkuset osób. Był oparty o czystą kalkulację ekonomiczną – zatrudniamy ludzi, szkolimy i szybko zwiększamy zdolności produkcyjne wraz z rosnącym rynkiem lotniczym, który rósł wtedy po kilkanaście procent rocznie. Dlatego, gdy przyszła decyzja o odsprzedaniu dawnego C-Map, nie było dyskusji co się stanie z jego gdańską częścią. My byliśmy już w innym miejscu. Większość ludzi była już przeszkolona do pracy w branży lotniczej, a pozostała grupa mogła przejść do nowej firmy. Nie obyło się bez redukcji, ale mam poczucie, że byliśmy fair, ludzie zostali potraktowani godnie. W 2015 roku dawny C-Map został odsprzedany, a my, jako Jeppesen Poland, zaczęliśmy szybko rosnąć.

A obecnie?

W wyniku Covidu lotnictwo prawie stanęło, nie licząc lotniczych przewozów towarowych. Był to czas niepewności dla wszystkich producentów i dostawców w branży lotniczej, łącznie z Jeppesenem. Podjęliśmy wszystkie niezbędne środki, aby przejść przez kryzys przy minimalnej redukcji personelu. W 2021 zaczęliśmy znów rosnąć i dzisiaj mamy w Gdańsku 600 osób.

Nie działacie już jako Jeppesen, ale po prostu Boeing. Kolejna zmiana.

Tak, w lipcu tego roku nastąpiła zmiana. Już od kilku lat nasza działalność w Gdańsku mocno wykroczyła poza tworzenie map, czyli to co robi Jeppesen. Tworzymy rozwiązania i usługi także dla samego Boeinga. Gdy udział

programów robionych pod szyldem Boeinga nabrał masy krytycznej, nastąpiła zmiana.

Co dokładnie dzisiaj robicie w Gdańsku?

Największy jest wciąż dział mapowy, czyli to co robiliśmy wcześniej pod marką Jeppesena. Mniejszy dział zajmuje się software development. Po raz pierwszy mamy też grupę inżynierów, którzy tworzą oprogramowanie związane z konstrukcją nowych samolotów.

Jak do tego doszło, że Boeing zdecydował się na umieszczenie u nas swojej głównej działalności?

W 2020 roku nowym CEO Boeinga został David Calhoun, który zaczął wdrażać strategię internacjonalizacji zdolności inżynierskich Boeinga. W ostatnich latach firma przeszła ciężką drogę, a częścią rozwiązania jej problemów miało być rozwinięcie usług inżynierskich na inne kraje, w tym Polskę. Polska ma znakomite tradycje lotnicze i jest rozpoznawana, jeżeli chodzi o inżynierię lotniczą. Mam na myśli zarówno Instytut Lotnictwa w Warszawie, jak i polską Dolinę Lotniczą.

Jak wojna w Ukrainie wpłynęła na waszą działalność?

23 lutego zadzwoniłem do kolegi, który kierował biurem

Ostatnio bardzo dużo mówi się o wymianie MIG-ów 29 na samoloty przewagi powietrznej. Boeing jest producentem takiej maszyny, czyli F-15 EX Eagle, jak też wielozadaniowego myśliwca F/A-18 E/F Super Hornet, znanego z filmu Top Gun Maverick.

w Kijowie, gdzie pracowało ponad 1000 osób. Widzieliśmy już też, co się szykuje. Powiedziałem mu, że ma dzwonić jak będzie czegoś potrzebował. Rano 24 lutego wysłał do mnie smsa: „Co możemy zrobić?”. Odpisałem: „Kto może, niech się pakuje i jedzie do Gdańska”. W ciągu 2 tygodni udało nam się ewakuować blisko 100 osób z Ukrainy, głównie kobiety. Są z nami dzisiaj. Z dumą możemy powiedzieć, że nasza działalność w Ukrainie trwa nadal, a ludzie pracują tam zdalnie. W Polsce pracujemy bez zmian, a firma pozostaje na ścieżce

wzrostu.

Pandemia mocno zmieniła model pracy. Jaki obwiązuje u was?

Część jest w biurze, część pracuje hybrydowo, część w 100 procentach zdalnie. Jest za wcześnie byśmy mogli zdiagnozować jaki model będzie właściwy. Praca zdalna niesie ze sobą wyraźne korzyści, takie jak ograniczenie czasu spędzonego na dojazdach do pracy i więcej czasu dla rodzin z dziećmi. Osobiście uważam, że biuro też jest potrzebne, bo praca to nie tylko produktywność, ale też wydarzenia społeczne, edukacyjne i formacyjne, które decydują o kulturze firmy.

Fot. Mat. Prasowe Boeing

AH-64 Apache jeden z najbardziej rozpoznawalnych śmigłowców szturmowych





STREFA VIP DLA KAŻDEGO PASAŻERA

AUTOR: DAGMARA RYBICKA | FOTO: KAROL KACPERSKI

W Strefie VIP w Porcie Lotniczym im. Lecha Wałęsy w Gdańsku obsługa pasażera dopasowana jest do jego potrzeb. W wygodnym wnętrzu o komfort oczekiwania na lot dba profesjonalny personel, pomagając, aby podróż przebiegała sprawnie. Klienci chętnie korzystają z tej formy udogodnienia, Strefa VIP jest miejscem przyjaznym zarówno dla biznesu, wyjazdów wakacyjnych i rodzinnych podróży z dziećmi. Gdy ktoś spróbuje, zawsze wraca, tym bardziej, że cena usługi jest bardzo korzystna i na każdą „kieszęń” – tak o kulisach swojej pracy opowiada Agnieszka Kobus, Koordynator Usług Pasażerskich Premium w Strefie VIP na gdańskim lotnisku.



Zatłoczony terminal coraz częściej staje się codziennością pasażerów wybierających podróż samolotem. Start podniebnej maszyny poprzedza długie oczekiwanie – podróżujący są zobowiązani pojawić się co najmniej dwie godziny przed planowanym odlotem. Kolejnym krokiem jest nadanie bagażu, które szczególnie podczas rodzinnych wakacji przypomina wyścig z przeszkodami. Gdy uda się dotrzeć do mety bywa i tak, że na monitorach wyświetla się komunikat o opóźnieniu. Dzieci chcą pić, rodzic zjadłby coś ciepłego, partner w biznesie przypomina, że za 10 minut rozpoczyna się ważna video rozmowa. Emocje sięgają zenitu. Zupełnie niepotrzebnie, bo w Porcie Lotniczym w Gdańsku znajduje się Strefa VIP, która jak podkreślają korzystający z niej goście należy do najbardziej docenianych nie tylko w Europie, ale i na świecie.

KOMFORTOWA OSZCZĘDNOŚĆ CZASU

Strefa VIP od chwili powstania owiana jest legendą. Synonim luksusu, najwyższy poziom komfortu z przeznaczeniem wyłącznie dla biznesu, wydaje się, że w żaden sposób nie może stać się udziałem „zwykłego” pasażera. Tymczasem okazuje się, że oferta pełna udogodnień jest na wyciągnięcie ręki, a co najważniejsze nie rujnuje portfela. Jak podkreśla Agnieszka Kobus Koordynator Usług Pasażerskich Premium w Strefie VIP, w Porcie Lotniczym Gdańsk im. Lecha Wałęsy o oszczędność czasu i istotny w każdej podróży komfort coraz chętniej dbają rodziny z dziećmi, pary lecące na nietypową randkę i grupy znajomych przed wspólnym urlopem. Zakup pakietu do Strefy VIP pozwala im dotrzeć na lotnisko krótko przed odlotem, bez martwienia się o nadanie bagażu, ponieważ zrobią to za nich pracownicy lotniska. W Strefie VIP coraz częściej można spotkać matki podróżujące z małymi dziećmi, dla których odprawa kilku walizek i wózka jednocześnie poprzedzona oczekiwaniem na swoją kolej jest wielkim wyzwaniem. Zamiast szukania sposobu na nudę, dzieci zajęte są kreatywną zabawą w kąciuku malucha, a mama ma czas na kawę.

Zadowolenie pasażerów zaczyna się od chwili, gdy zaparkują swój samochód na podziemnym monitorowanym parkingu, a kilka kroków dalej odbywa się indywidualna kontrola bezpieczeństwa, po której pasażerowie zapraszani są do wygodnej przestrzeni Salonu VIP.



- Od tej chwili o każdy szczegół wygodnej podróży zadba zespół VIP. Do dyspozycji klientów mamy salon, a także dwie stylowej łoża: Kaszubską i Prezydencką, która wyposażona jest w łazienkę z prysznicem. Obie polecam, gdy goście potrzebują większej intymności – opowiada Agnieszka Kobus i dodaje, że miejscem cenionym przez pasażerów jest wyposażona w sprzęt multimedialny salka konferencyjna, która pozwala przeprowadzić spotkanie czy szkolenia nawet w przerwie pomiędzy podróżami bez konieczności opuszczania lotniska.

Zakup pakietu do strefy VIP jest szybki i łatwy, wystarczy wysłać maila, w którym informujemy, kiedy chcemy skorzystać z usługi i jaki jest numer lotu oraz podając dokładne dane pasażerów. Zgłoszenia można dokonać także przez stronę internetową portu lotniczego wypełniając formularz. W ramach usługi otrzymujemy dedykowanego opiekuna, skrócony do minimum czas pomiędzy kontrolą bezpieczeństwa, a wejściem na pokład samolotu, koordynację odprawy biletowo-bagażowej, poczęstunek w formie przekąsek, napoje wraz z szerokim wyborem alkoholu, transport limuzyną do samolotu, możliwość skorzystania z łoża VIP,

Agnieszka Kobus,
Koordynator Usług
Pasażerskich Premium
w Strefie VIP na
gdańskim lotnisku



zaproszenie do strefy dwóch osób odprowadzających lub witających, telewizję, bezprzewodowy Internet, a gdy potrzeba możliwość skorzystania z komputera i drukarki. Zadaniem Agnieszki Kobus jako szefa zespołu jest koordynowanie i zapewnienie jak najwyższej jakości obsługi. Strefa funkcjonuje 24 godziny na dobę, o każdej porze można się zadzwonić i zarezerwować pakiet. Opłaty dokonuje się kartą na miejscu lub przelewem.

MIEJSCE DO ZADAŃ SPECJALNYCH

Pasażerowie zazwyczaj chcą wsiadać na pokład samolotu jako ostatni. Gdy obsługa strefy otrzymuje informacje, że wszyscy znajdują się już na pokładzie, obsługa zaprasza gości do limuzyny, która odwozi ich pod sam samolot. Bez konieczności oczekiwania na płycie, w autobusie, czy „rękawie” na lotnisku.

Popularność strefy VIP nie tylko w przypadku biznesu rośnie. Początkowo było kilku pasażerów dziennie, dziś nawet kilkudziesięciu. Natężenie ruchu wzrasta, gdy na terenie Trójmiasta i okolic odbywają się duże wydarzenia, takie jak Open'er Festival. Wówczas gośćmi są artyści z całego świata.

- Zdarzają nam się czasami wydarzenia zaskakujące i nietypowe. Pasażerowie myślą dni i godziny wylotu. Kiedyś przyjechali na lotnisko dzień wcześniej. Nie musieli jednak czekać na lot całą dobę lub wracać do domu. Udało nam się szybko przebukować im bilety na inny lot, polecieli szybciej i byli z tego bardzo zadowoleni - zdradza pani Agnieszka

Innym razem pasażerowie zapomnieli bardzo ważnych leków dla chorej osoby. Odkryli to dopiero po wylądowaniu, a nie mogli ich kupić za granicą. I dzięki pomocy zespołu Pani Agnieszki udało się leki dowieźć na lotnisko i wysłać je do nich innym samolotem. Takie działania poza Strefą VIP nie byłoby możliwe.

To tu, pod opieką zespołu strefy, do Danii wyleciała grupa niepełnosprawnych dzieci, uciekających przed wojną w Ukrainie.

- Dzięki takim akcjom i takim chwilom czujemy satysfakcję. Jesteśmy w strefie VIP, aby pomagać, zespół łączy nie tylko wysokie kompetencje, ale także otwartość i to, że wszyscy lubimy ludzi – wyjaśnia Agnieszka Kobus.



Obsługa Strefy VIP pomaga pasażerom także przy wyborze i rezerwacji hotelu oraz zamawianiu transportu, co jest szczególnie istotne w przypadku osób niepełnosprawnych. W Strefie VIP przygotowane są dla nich wykraczające poza standard udogodnienia. W odpowiedzi na zróżnicowane potrzeby podróżujących powstała cała gama świadczeń objętych osobnym cennikiem. Są to: parkowanie pojazdu na czas podróży, możliwość wjazdu na teren zastrzeżony Portu Lotniczego Gdańsk pojazdów wskazanych przez pasażera oraz pilotaż pomiędzy Strefą

VIP a samolotem, a także zamówienia indywidualnych usług gastronomicznych.

Oprócz metrażu i estetycznie zaaranżowanej przestrzeni gdańskiego „VIP-a” wyróżnia sztuka. Strefa na lotnisku im. Lecha Wałęsy pełni też rolę galerii, w której można podziwiać malarstwo, ze szczególnym uwzględnieniem pomorskich artystów. – Zapraszamy uzdolnionych twórców. Liczymy, że dla wielu z nich wystawa stanie się początkiem wielkiej kariery – mówi Agnieszka Kobus.





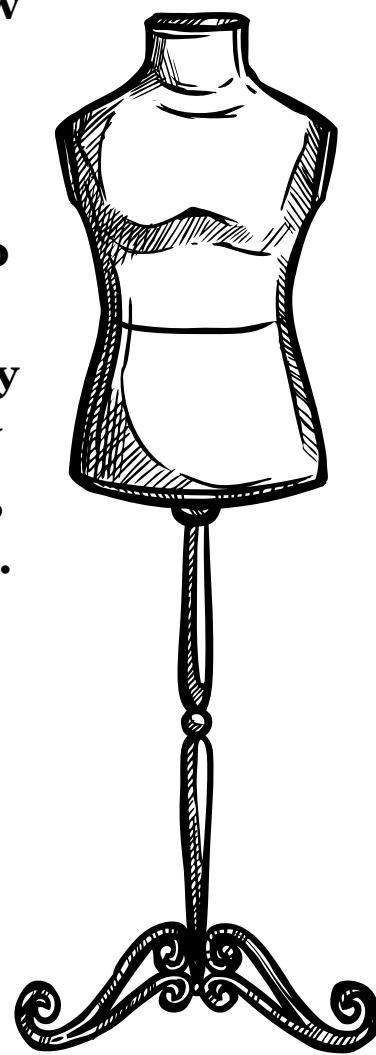
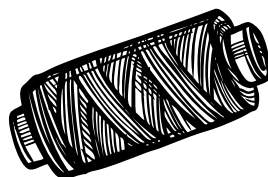
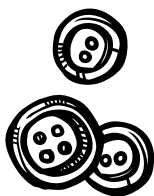
**Stabilny kurs
w morzu
informacji**



MISTRZOWIE FASONU



- Krawiec powinien najzwyczajniej w świecie lubić ludzi i umieć ich słuchać – mówi Janusz Wiśniewski, jeden z najbardziej znanych krawców w Trójmieście. Choć przedstawiciele tego zawodu systematycznie ubywa, wciąż można znaleźć pracownię, które od podstaw uszyją każde, nawet najbardziej wyszukane ubranie. Zgodnie z zasadami sztuki, korzystając z najlepszej jakości materiałów, a co najważniejsze tak, by podkreślić atuty naszego ciała i ukryć jego wady lepiej niż filtr na Instagramie. Ceny takich usług wahają się od kilkuset, nawet do kilkunastu tysięcy złotych.



Fot. Freepik



Spodnie, prosta tunika czy klasyczna spódnica z krytym zamkiem to zadania, z którymi doświadczony krawiec i krawcowa poradzą sobie najszybciej. Największe wyzwanie to zawsze marynarka i koszula, przy szyciu których trzeba wykazać się cierpliwością, dokładnością i znajomością określonych technik krawieckich.

– Doskonała jakość materiału, precyzyjnie zdjęte wymiary, odpowiednie usztywnienia i technika szycia – wszystko to decyduje o efekcie końcowym – podkreśla Janusz Wiśniewski, jeden z najbardziej znanych w Trójmieście krawców. – Poprawne wszycie rękawa marynarki to, moim zdaniem, jedna z najtrudniejszych krawieckich technik. Jeśli tę część garderoby chcemy np. skrócić, lepiej nie robić tego w przypadkowej pracowni.

Do zestawu najbardziej wymagających produktów należy dołożyć jeszcze kobiece suknie – tutaj sprawę komplikuje nie tylko rodzaj tkaniny (te najdelikatniejsze i najbardziej szlachetne wymagają specjalnych maszyn i nici), ale też wizje klientek, często niedookreślone lub, delikatnie rzecz ujmując, nierealne w konfrontacji z określonym typem prezentowanych przez nie sylwetek.

– Nie każda kobieta będzie dobrze prezentować się w sukience typu etui czy rozkloszowanym fasonie odcinanym

z koła. Ale odpowiednio poprowadzone szwy, marszczenia czy kształt dekolty mogą pomóc nam osiągnąć wymarzony efekt – podkreśla z kolei Monika Erdener z gdyńskiego Atelier Mody.

CZWARTE POKOLENIE

Janusz Wiśniewski to jeden z najbardziej znanych w Trójmieście przedstawicieli tego zawodu – jego pracownia z kojarzonym przez większość gdyńian szyldem „Krawiec Wiśniewski” to charakterystyczny punkt na mapie miasta. Prawie każdy słyszał tu o eleganckim starszym panu, spod igły którego od lat wychodziły najlepsze i najbardziej wytworne elementy męskiej garderoby. Janusz Wiśniewski kilka lat temu przekazał stery w firmie swojemu synowi, Tomaszowi. Ze swoim zakładem czynnie związany był przez ponad pół wieku.

– Krawiectwo to moje życie i wielka pasja. W pracowni spędziłem w sumie blisko 62 lata, poznałem niezliczoną ilość ludzi, ich historie, nadzieje i lęki, ich sylwetki. Zawodu uczyłem się od stryja, kilka lat temu przekazałem interes swojemu synowi – opowiada. – Tomek to w naszej rodzinie czwarte z kolei pokolenie zajmujące się krawiectwem, ale nie wiem, czy po nim będzie ktoś, kto zechce kontynuować tę tradycję – mówi Janusz Wiśniewski i dodaje: – Kiedyś

JAK WYGLĄDA PROCES SZYCIA NA WYMIAR?

”

Najpierw pojawia się klient, z gotowym pomysłem lub tylko jego zarysem. Ja zwykle długo rozmawiałem z człowiekiem, jeszcze przed przystąpieniem do pracy. Zawsze lubiłem wiedzieć, dla kogo i w jakim celu będziemy szyć, chciałem poznać historię, jaka wiąże się ze stojącą przed lustrem osobą. Dziś klienci mają mniej czasu na rozmowę, są zabiegani i oczywiście nie lubią czekać na efekty zbyt długo. Kiedyś, gdy dużą część pracy trzeba było wykonywać ręcznie, a klientów zamawiających konfekcję na indywidualną miarę było więcej, na garnitur czy płaszcz trzeba było poczekać w mojej pracowni nawet rok. Dziś chętnych jest o wiele mniej, poza tym sprzęt i technologia uprościły część procesu i staramy się zamknąć go w 3, 4 tygodniach. Po zdjęciu wymiarów i ustaleniu wstępnej koncepcji wybieramy jeszcze materiał, który potem trafia na stół do krojenia. W pracowni z wykrojów powstaje pierwsza miara, utwardzana, fastrygowana z przodu i po bokach specjalną nicią (tzw. biała fastryga – słabsza i nieprzecinająca materiału, umożliwiająca potem prucie i nanoszenie poprawek – red.) i taki model poddajemy weryfikacji już na sylwetce, w czasie pierwszej przymiarki. Kolejne etapy to nanoszenie poprawek i szycie – w zasadzie klient powinien pojawić się w pracowni minimum 3 razy, czasami częściej. Chcemy przecież, by marynarka lub płaszcz pasowały idealnie, czasami trzeba kilku przymiarek, zanim osiągniemy zadowalający efekt.

**Janusz
Wiśniewski**

na samej Starowiejskiej było jedenaście zakładów krawieckich oferujących wysokiej jakości szycie na miarę. Dziś jest nas, mistrzów krawiectwa zaledwie kilku w całym Trójmieście. Od blisko 20 lat nie mieliśmy w pracowni praktykanta, choć w sumie wykształciliśmy blisko 50 zawodowców, część z nich pracuje u nas do tej pory.

NOWE SPOJRZENIE

Lepiej sytuacja przedstawia się w przypadku pracowni krawieckich, które oferują szycie konfekcji damskiej lub po prostu nie ograniczają swojej oferty do żadnej z płci. Jolanta Janowska - Pilipajć, krawcowa z 32-letnim stażem swoje Atelier Mody przy ulicy Cechowej w Gdyni prowadzi razem z córką, Moniką Erdener.

– Pierwsze lekcje szycia pobierałam u babci, podpatrując jej pracę przy maszynie krawieckiej. Potem była 3-letnia edukacja praktyczna w nieistniejącej już szkole przy Zespole Szkół Odzieżowych we Wrzeszczu i prace w kolejnych trójmiejskich zakładach odzieżowych - Fortex i Pierre Paco. Za odprawę z postawionego w stan upadłości Pierre Paco kupiłam pierwszą własną maszynę i rozpoczęłam pracę na własny rachunek. Od tego czasu minęło już ponad 20 lat, a ja ciągle się czegoś uczę. – opowiada.





Także w jej Atelier Mody od dawna nie było regularnego praktykanta. Za to jest Monika, która chętnie dzieli się z mamą nowym spojrzeniem na modę, doradza w kwestii nowoczesnych technik krawieckich. Tym bardziej, że studiuje projektowanie w prestiżowej MSKPiU w Warszawie i regularnie dokształca się na prowadzonych w Polsce i za granicą kursach on line.

- Córka dużo czyta na temat szycia, sama projektuje swoje kolekcje i prowadzi własną stronę internetową. Bez jej energii i świeżego spojrzenia byłabym o wiele mniej konkurencyjna na rynku. Ja natomiast uczę ją starych, sprawdzonych technik, bez których ciężko uszyć dobrej jakości sztukę odzieży. Jako zespół doskonale się uzupełniamy – dodaje Jolanta Jankowska - Pilipajć.

CIERPLIWOŚĆ, PRECYZJA, ZMYŚL ESTETYCZNY

Na pytanie o zestaw cech, którymi powinien wyróżniać się dobry krawiec i krawcowa, rozmówcy udzielają zbliżonych i uzupełniających się odpowiedzi.

Jolanta Jankowska - Pilipajć z Atelier Mody: – Dobra krawcowa to pojęcie, które łączy w sobie rzemiosło i zmysł estetyczny. Na nic zdadzą się nawet najbardziej oryginalne pomysły, jeśli nie pójdzie za tym znajomość fizycznych właściwości tkaniny, technik szycia i precyzja wykończenia.

- Oprócz codziennej praktyki (nierazko 6 dni w tygodniu i po kilkanaście godzin dziennie) dobry rzemieślnik powinien być po prostu ciekawy świata i nieustannie podnosić swoje kwalifikacje. Wiedza raz zdobyta i potwierdzona egzaminem to za mało. Ja w poszukiwaniu inspiracji dużo podróżowałem, głównie do Włoch, które dla wszystkich miłośników dobrego stylu zawsze były kolebką wysokiego krawiectwa – dodaje Janusz Wiśniewski. – Fachu nauczyłem się m.in. od Ermenegildo Zegni, przez cały okres czynnego funkcjonowania w zawodzie sprowadzałem z Włoch katalogi mody męskiej, szukałem doskonałych tkanin i nowinek technicznych. Poza tym, krawiec powinien najwzyczajniej w świecie lubić ludzi i umieć ich słuchać. Sama chęć zysku nie pomoże w zbudowaniu silnej marki, do której klienci będą chcieli wracać – wyjaśnia.

SPORT DLA ZAMOŻNYCH

Według naszych rozmówców nietrudno z ulicznego tłumu wyłowić osoby, które korzystają z usług krawca.

- Mało kto zdaje sobie sprawę z tego, jak niedoskonałe bywa ludzkie ciało. Większość z nas ma obniżoną linię jednego z ramion, rozmaite wady kręgosłupa. W dobrze skrojonym i uszytym garniturze jesteśmy w stanie ukryć większość mankamentów ludzkiej sylwetki, ale też podkreślić jej atuty tak, by każdy z nas wyglądał doskonale i czuł się jak gwiazda filmu! – mówi Janusz Wiśniewski, sam ubrany nienagannie

i zgodnie z kanonami klasycznej elegancji, stosownie do pory roku i dnia.

Realizacja indywidualnych zamówień to dziś, w przypadku krawiectwa męskiego sport dla zamożnych – lub tych najbardziej zdeterminowanych. Uszycie garnituru w pracowniach trójmiejskich mistrzów to koszt rzędu od około 5 tys. zł wzwyż i blisko miesiąc potrzebny na wykonanie zamówienia. W zależności od użytej tkaniny, cena finalnego produktu może wzrosnąć nawet do kilkunastu tys. zł, ale nieliczne już pracownie krawieckie oferujące szycie eleganckiej odzieży dla mężczyzn nie biorą w tej kwestii przysłowiowych jeńców – garnitury i marynarki powstają tam tylko z najwyższej jakości tkanin, najczęściej wełny, lnu, jedwabiu i kaszmiru.

ZAKŁAD KRAWIECKI TO NIE TANIA WYTWÓRNIA

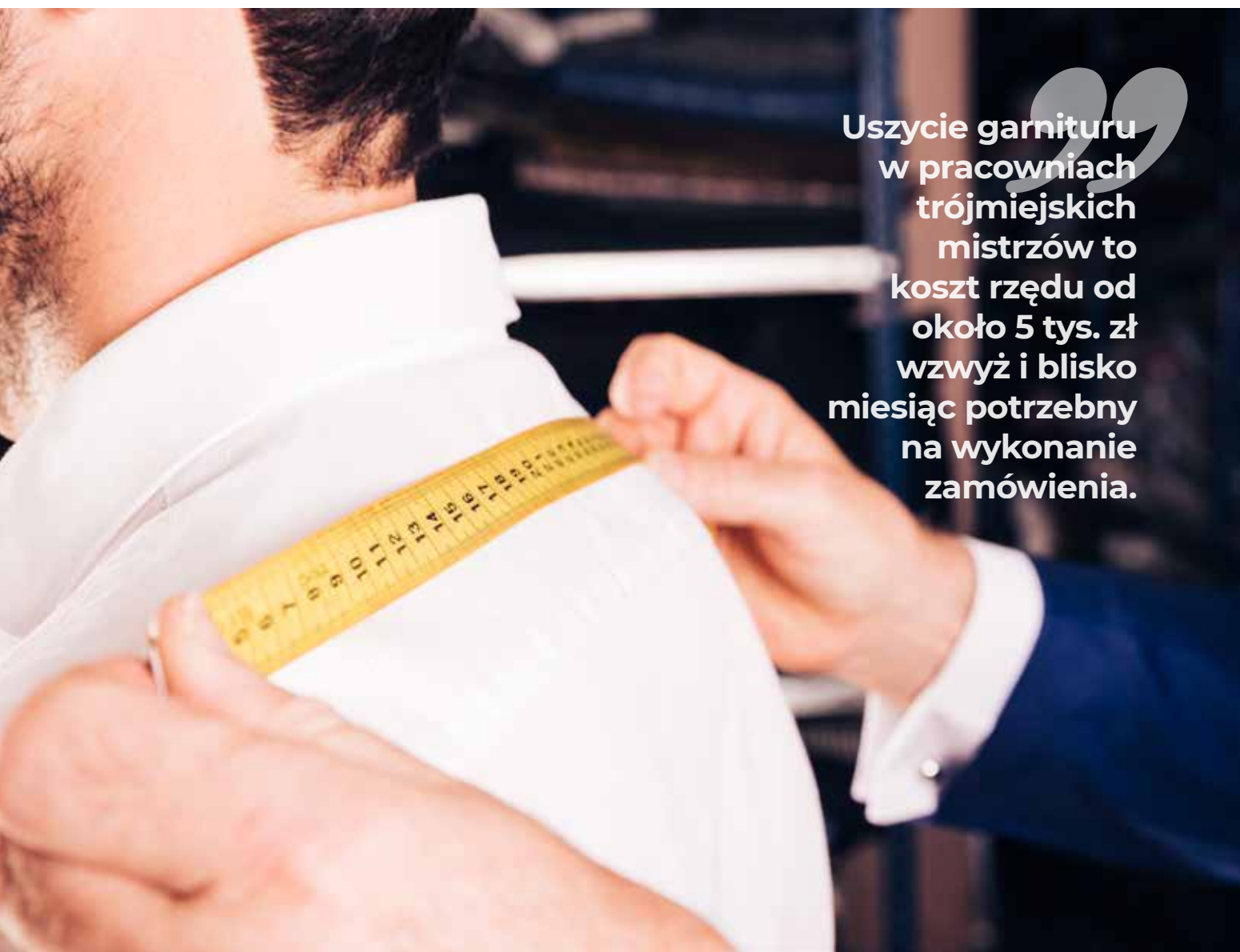
Monika Erdener z Atelier Mody podkreśla, że szycie na miarę to dziś głównie domena kobiet, które w pracowniach krawieckich zlecają nie tylko klasyczne elementy konfekcji takie jak żakiety i spódnice, chętnie eksperymentują także z innymi częściami garderoby i, w porównaniu z mężczyznami, mogą

sobie pozwolić na tym polu na dużo większą fantazję i szeroki wybór fasonów oraz tkanin. Często zjawiają się w pracowni z własnym projektem lub przynajmniej pomysłem na look.

- Nie wszystkie koncepcje udaje się zrealizować, niestety klientki często myślą zakład krawiecki z tanią wytwórnią, która za połowę ceny uszyje im produkt upatrzony na kartach kolorowego czasopisma. Mało kto zdaje sobie sprawę z wysiłku, który trzeba włożyć w uszycie sukienki tak, by idealnie dopasować ją do figury i naszych oczekiwań, nie wspominając już o cenie materiałów, które w przypadku dobrej jakości wełny czy jedwabiu tak naprawdę generują większą część kosztów. Nie da się uszyć jedwabnej sukienki za 150 zł, a z takim założeniem pojawia się u nas duża część klientek.

LEPSZA MARKA NIŻ JAKOŚĆ

Czy w konfrontacji z szybką i taną produkcją, zmieniającym się profilem klienta wysokie krawiectwo ma przed sobą przyszłość? Nie ma tutaj prostej odpowiedzi. Zdecydowana większość panów wybiera gotowe wyroby popularnych marek, mimo, że niektóre z nich kosztują tyle samo co garnitur na zamówienie.



Uszycie garnituru w pracowniach trójmiejskich mistrzów to koszt rzędu od około 5 tys. zł wzwyż i blisko miesiąc potrzebny na wykonanie zamówienia.

- Jako społeczeństwo, na co dzień lubimy wprawdzie wydawać pieniądze na ubrania, ale jeśli mamy na zakup garnituru czy płaszcza przeznaczyć kilka tysięcy złotych, większość z nas wybierze przecież odzież z widocznym logo znanego projektanta. Można ją kupić od ręki, a metka czy wspomniane logo dodatkowo "pomogą" nam w zdobyciu uznania otoczenia. Jakość materiału i wykończenia jest dla nas kwestią drugorzędną, a przecież to właśnie za nie powinniśmy płacić, nie za fikcyjny prestiż.

W samym tylko Trójmieście drastycznie spada liczba chętnych do nauki zawodu, oprócz dwóch placówek edukacyjnych (Zespół Szkół Kreowania Wizerunku (ZSKW) w Gdańsku i Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego nr 2 w Gdyni) nie ma już w zasadzie miejsc, gdzie w tym zakresie można odebrać rzetelną edukację. Są jeszcze komercyjne kursy szycia i projektowania, które choć mnożą się jak grzyby po deszczu to nie dają szans na gruntowne opanowanie technik wytwarzania odzieży. Pomagają symbolicznie "dotknąć" tematu i poznać podstawy związanych z nim zagadnień.

Możliwe do uzyskania zarobki też nie są magnesem dla potencjalnych adeptów sztuki krawieckiej.

Początkujący krawiec / krawcowa w osiedlowym zakładzie może liczyć na niewiele ponad minimalną stawkę za etat.

- Dopiero zdobywane latami doświadczenie, konkretne umiejętności i prestiż salonu, w którym pracujemy podnoszą finansową poprzeczkę – podkreśla Monika Erdener. - Rzemieślnik z wieloletnim doświadczeniem i odpowiednią renomą, pracujący na własny rachunek lub dla najlepszych salonów w dużych miastach może zarobić do kilkunastu tysięcy złotych miesięcznie. Ale to poziom, do którego dąży się w tym zawodzie latami, na trójmiejskim rynku tylko nieliczni mistrzowie mogą pochwalić się osiągnięciem tego pułapu – wyjaśnia.

Niewielką nadzieję na utrzymanie rzemiosła krawieckiego przy życiu daje napływ specjalistów z wschodniej granicy, zwłaszcza z Ukrainy, w której jeszcze przed wybuchem wojny funkcjonowało sporo szkół praktycznie uczących technik szycia i wykroju.

- Do Polski przyjechało ostatnio mnóstwo zdolnych dziewczyn, potrafią szyc, część z nich pięknie haftuje. Ale czy to pozwoli na wypełnienie luki, jaka od wielu lat pogłębia się na naszym rynku? – zastanawia się Monika Erdener.

JAK WYGLĄDA PROCES SZYCIA NA WYMIAR?

”

W zależności od sezonu (najwięcej pracy jest przed balami studniówkowymi i w tzw. sezonie komunijnym) oraz stopnia skomplikowania produktu proces może trwać od kilku dni do około 2 - 3 tygodni. Klasyczną sukienkę typu little black dress uszyjemy już za około 300 zł, bluzkę koszulową za 260, a na suknię ślubną trzeba zarezerwować od 1000 zł w górę. Oczywiście dochodzą jeszcze koszty materiałów i tu ogranicza nas tylko fantazja i zasobność naszego portfela. Możemy użyć włoskiego jedwabiu, którego cena to w zakupie średnio od kilkuset złotych za metr, ale też poszukać tańszych i łatwo dostępnych zamienników. Finalnie cena wzrasta również w zależności od konieczności zastosowania skomplikowanych i czasochłonnych technik takich jak plisowanie, drapowanie czy też ręczne ozdabianie cekinami, kamieniami czy perłami

**Jolanta
Jankowska – Pilipajc**





Fot. Karol Kacperski

STYLIŚCI I PROJEKTANCI ZAMIAST KRAWCÓW

SZKOŁY EN VOGUE

W Trójmieście zawodu krawca w tradycyjnym jego rozumieniu można nauczyć się jeszcze w dwóch placówkach. Brakuje jednak chętnych, a kryzys kadrowy dotyka też zakłady krawieckie – albo brakuje praktykantów albo ich właściciele nie mają dla nich miejsca i czasu. Równolegle jednak rozwija się kształcenie projektantów i stylistów.

Naukę zawodu krawca oferuje Zespół Szkół Kreowania Wizerunku (ZSKW) w Gdańsku. Uczy się tam teraz 115 osób na profilu technik przemysłu mody oraz 218 osób na profilu technik stylisty. Projektowanie i wytwarzanie wyrobów odzieżowych w ramach kwalifikacyjnego kursu zawodowego (KKZ) ma tam jedynie 14 słuchaczy. Podobnie rzecz ma się w Gdyni – podstawowych zasad techniki wykoju, szycia i materiałoznawstwa można praktycznie nauczyć się jedynie w Centrum Kształcenia Zawodowego i Ustawicznego nr 2, gdzie oprócz KKZ (53 osoby) można pobierać naukę w technikum na kierunku technik przemysłu mody (70 osób w klasach I-IV). Branżowa szkoła I stopnia działająca w ramach tej placówki ma w tym roku szkolnym już tylko 2 słuchaczy.

- Nauka zawodu krawieckiego to wyjątkowo żmudne przedsięwzięcie, nie każdy ma potrzebne do tego zasoby cierpliwości i wytrwałości. Dawne szkoły zawodowe nie dawały gwarancji sukcesu w branży, ale miało się po nich solidne podstawy do zdania egzaminu czeladniczego, o tytuł mistrzowski trzeba było starać się przeważnie kolejne 10 lat. Kto dziś ma czas i ochotę tak długo pracować na sukces? - komentuje sytuację w szkolnictwie Janusz Wiśniewski, gdyński krawiec z blisko 60 - letnim doświadczeniem w branży.

W podobnym tonie wypowiada się Beata Kępczyńska, nauczycielka z Zespołu Szkół nr 2 im. A. Mickiewicza W Chełmnie.

- Dziś krawiectwo, do którego przyuczaliśmy w Chełmnie jeszcze kilkanaście lat temu, nie istnieje jako oddzielny kierunek. Jeszcze na początku lat 90. chętnych było tak dużo, że w przypadku każdego rocznika była realna groźba, że zabraknie dla wszystkich miejsca. Potem modne zrobiło się ukończenie liceum, każdy chciał mieć wykształcenie ogólne i iść na studia, praca przy maszynie zaczęła się kojarzyć z czymś gorszym, z brakiem ambicji i talentu. Kilka lat temu szkoła dostała szansę na spore dofinansowanie na wyposażenie nowej pracowni, chcieliśmy wskazać naukę zawodu krawieckiego w okolicy. Ale szybko okazało się, że do tego "zmartwychwstania" nie ma chętnych wśród młodzieży i projektu nie udało się zrealizować.

Klasycznie rozumiane krawiectwo to rzeczywiście profesja, która powoli odchodzi w niepamięć. Ale nie przesadzałabym z czarnowidztwem – szycie ubrań w przypadku uczącej się u nas młodzieży to nie tylko pasja, ale też możliwość nabycia umiejętności oraz kwalifikacji na poziomie krawca podczas nauki w technikum – konstruuje Iwona Wirkus-Romanowska, dyrektorka ZSKW w Gdańsku. – Nasi uczniowie są kreatywni, biorą udział w rozmaitych konkursach i odnoszą w nich sukcesy, przede wszystkim jednak otrzymują u nas pełną edukację w zakresie podstaw technik krawieckich. Po czterech latach nauki powinni potrafić zaprojektować, wykroić i wykonać model przestrzenny sztuki odzieży, ponadto także upiąć ją na manekinie, zszyć i wykończyć, wszystko zgodnie ze standardami i zasadami krawieckiej sztuki – dodaje.

BŁĘDNE KOŁO

Wątek oczekiwań potencjalnych pracodawców względem młodych adeptów sztuki krawieckiej podejmuje też Ewa Sienkiewicz, emerytowana nauczycielka w Zespole Szkół CKZ w Grubnie niedaleko Chełmna (Kujawsko - Pomorskie): – Na utyskiwania właścicieli zakładów przyjmujących młodzież na praktyki czy

staże trzeba wziąć sporą poprawkę. Pamiętajmy, że trafiające tam osoby to nie specjaliści wysokiej klasy, ale ci, którzy właśnie przyuczają się do zawodu. Trzeba nad nimi roztoczyć opiekę, pokazać im, jak pracować, podzielić się z nimi wiedzą i doświadczeniem, które sami posiadamy, a nie tylko wysyłać praktykanta na pocztę i po kawę do automatu. Ale to błędne koło, bo młodemu człowiekowi trzeba przecież poświęcić czas i uwagę, tymczasem szkoły nie mają w zasadzie możliwości, by zapewnić pracownikom przyjmującym uczniów odpowiednie finansowe wsparcie, tak, by właścicielowi zakładu zrekompensować poświęcony uczniowi czas i związaną z tym utratę części zarobku. Często jest ono żadne lub jedynie symboliczne. To fatalnie skonstruowany system, który zabija istotę sensownych praktyk.

Potrzebę współpracy między nielicznymi przyuczającymi do zawodu szkołami, a pracodawcami podkreśla także Iwona Wirkus-Romanowska: – Nasza szkoła współpracuje m.in. z Zakładami Odzieżowymi Wybrzeże, LPP czy też produkującą odzież ochronną firmą ROBOD. Uczniowie mają tam szansę na szlifowanie zdobytych w szkole umiejętności oraz podjęcie pracy czy odbycie stażu już po skończeniu szkoły. Niestety, w małych pracowniach są odsyłani z kwitkiem, bo krawiec lub krawcowa prowadzący mały zakład, jeśli już potrzebują dodatkowej osoby przy maszynie, najczęściej nie mają czasu ani przysłowiowej "pojemności" na to, by godzinami rozmawiać z praktykantem, instruować go i poprawiać jego błędy. A chętnych na tego typu praktyki jest wśród młodzieży jak na lekarstwo i to trzeba podkreślić z całą mocą – perspektywa pracy w zawodzie krawieckim jest dziś dla młodego człowieka bardzo mało atrakcyjna – dodaje.

KRAWIECTWO NIE JEST EN VOQUE

Według Iwony Wirkus Romanowskiej jednym z najpoważniejszych problemów w sferze edukacji zawodowej i technicznej jest dziś... archaiczne nazewnictwo, którym jeszcze do niedawna posługiwały się chcące kształcić w zawodzie krawieckim szkoły.

- Od kilku lat toczymy o tym ożywioną dyskusję, uczestniczą w niej również przedstawiciele branży z Niemiec i członkowie zrzeszającego pracodawców stowarzyszenia Lewiatan. Krawiectwo jako takie, z perspektywą pracy w małym zakładzie, nie jest dzisiaj czymś, co przyciąga młodzież, etos krawca szyjącego na miarę ekskluzywną konfekcję praktycznie nie istnieje w ich świadomości. A my, jeśli chcemy o tą młodzież zawalczyć, musimy znaleźć takie formy i treści, które ona chce przyswajać i które, co ważniejsze, rezonują z zapotrzebowaniem dzisiejszego rynku pracy.

Dawny technik krawiectwa to dziś coraz częściej technik przemysłu mody, szkoły techniczne i zawodowe zastąpiono dziś branżowymi szkołami projektowania i stylizacji. Do programu zajęć wprowadza się dodatkowe zajęcia, np. podstawy fotografii, stylizacji czy rysunek żurnalowy.

- Dzisiejszy rynek potrzebuje fachowców, którzy będą mogli się odnaleźć i utrzymać w wartkim nurcie modowego przemysłu. Staraliśmy się u naszych uczniów pobudzać kreatywność, zachęcamy ich do działania na własnych zasadach, nie zaniedbując jednocześnie praktycznego aspektu sztuki krawieckiej – podkreśla Iwona Wirkus - Romanowska.



PRAĄD NA WAGĘ ZŁOTA

Ostatni rok przyniósł wielu firmom istotną zmianę struktury kosztów.

Zakup energii z mniej znaczących pozycji urósł do jednej z ważniejszych.

Na tyle istotnej, że może zdecydować o rentowności przedsiębiorstwa. O skali problemu opowiadają właściciele trójmiejskich firm.



Autorka: Magdalena Szymańska



Emilia Kuciewicz

Dyrektor Generalny
Gruppo Sempre

Obecnie jesteśmy w komfortowej sytuacji. Zawarliśmy umowę na stałą cenę energii do końca 2023 roku. Energia stanowi 2% ogółu kosztów firmy. W zeszłym roku była na podobnym poziomie. Jednak nie tylko ceny prądu idą w górę, dlatego w procentowym udziale poszczególnych kosztów może nie być widocznych różnic. Jeśli sytuacja się nie zmieni, spodziewamy się w nowej umowie wzrostu stawki za energię nawet o 30 -50%.

Ceny energii, jak wszystkie inne koszty, wpływają na podejmowane przez nas decyzje. Obecnie staramy się ograniczyć jej zużycie i zarządzać racjonalnie. Po sezonie letnim zreorganizujemy przechowywanie towaru, aby włączyć minimalną liczbę lodówek itp.

W lokalach korzystamy też z gazu. Tutaj koszty wzrosły już o ponad 250% w porównaniu do zeszłego roku. Spodziewamy się kolejnego podwojenia stawki. Przyrządzanie potraw na sprzętach gazowych jest niezbędne, aby zapewnić autentyczność i wysoką jakość dań. To koszt konieczny, z którego nie możemy zrezygnować. W restauracji Grill Italia w Sopocie mamy piec opalany węglem. Także w przypadku węgla wzrost cen jest drastyczny.

Główną przyczyną wzrostu cen w menu nadal jest wzrost cen wysokiej jakości produktów sprowadzanych z Włoch, niezbędnych w naszej kuchni. Na drugim miejscu są koszty wynagrodzeń.



Tomasz Limon

Prezes Zarządu
Pracodawcy Pomorza

Sytuacja jest bardzo niepokojąca. Napływają sygnały z wielu branż, w których energia i gaz są podstawowymi nośnikami energii. W niektórych przypadkach wzrosty są kilkaset procentowe. Słyszałem o firmie, w której cena energii elektrycznej wzrosła o 1000 proc. Problem dotyczy zarówno małych firm opierających produkcję na gazie i energii elektrycznej jak i dużych energochłonnych firm produkcyjnych. Już dzisiaj wiele firm rozważa zawieszenie działalności, a w skrajnych przypadkach zamknięcie. Rachunek ekonomiczny dla lokalnych producentów takich jak piekarnie czy cukiernie jest bezwzględny. Nie mogą podnieść cen, gdyż staną się mało konkurencyjni. To samo dotyczy energochłonnych producentów np. porcelany, ceramiki, których produkty po podniesieniu cen, nie znajdują odbiorców na rynkach zagranicznych. Rząd powinien natychmiast zamrozić wzrost cen energii elektrycznej i gazu, wprowadzając regulowane ceny, przynajmniej na pewien czas. Tak postąpiły inne kraje europejskie. Podczas, gdy firmy borykają się z podwyżkami cen energii, przedsiębiorcy, którzy zainwestowali w panele fotowoltaiczne, nie mogą liczyć na szybki i sprawny odbiór czystej energii przez operatorów. W dużej mierze jest to skutek wieloletnich zaniedbań w renowacji i rozbudowie sieci energetycznej w kraju. Decyzja rządu o zamrożeniu cen energii nie uchroni wszystkich przedsiębiorców przed bankructwami jak i masowymi zwolnieniami, ponieważ ceny energii nadal są wysokie.



Jerzy Rejkowski

Prezes Zarządu
iLift

Obecnie, kiedy energia elektryczna jest o prawie 200% droższa niż rok temu, a gaz prawie o 400%, rentowność i konkurencyjność przedsiębiorstw na polskim rynku spadła. Zajmujemy się projektowaniem i wykonywaniem wind zewnętrznych i wewnętrznych, a także schodów ruchomych czy platform dla osób niepełnosprawnych. Produkcja i montaż wymagają pracy maszyn zasilanych energią elektryczną. Przy wysokim koszcie produkcji wzrasta cena produktów, a maleje zysk. Wiem, że firmy energochłonne zmuszone są wstrzymać produkcję. To poważne zagrożenie dla zachowania miejsc pracy. Staramy się sprostać wzrostowi cen energii elektrycznej i pracować na pełnych obrotach. Jesteśmy jednym z liderów na rynku, więc zależy nam na tym, aby pomimo wysokich kosztów, realizować potrzeby klientów i sprostać oczekiwaniom. W połowie minionego miesiąca Rządowe Centrum Legislacji opublikowało projekt ustawy o zasadach realizacji pomocy przedsiębiorstwom energochłonnym, w której na wsparcie przeznaczono ponad 5 mld złotych. Myślę, że jest to forma pomocy, z której jeśli będzie trzeba, skorzystamy.



Błażej Szykut

Dyrektor Zarządzający
Dealer BMW Bawaria
Motors Sp. z o.o.

- Do momentu otrzymania informacji o zamrożeniu cen energii, prognozowaliśmy na nadchodzący rok wzrost kosztów energii na poziomie 265 proc, a kosztów ogrzewania na poziomie 45 proc. W salonie Bawaria Motors Gdańsk udział energii w całości kosztów to 7 proc. Spodziewaliśmy się kolejnych podwyżek. Wstępne prognozy od dostawców zapowiadały podniesienie cen o kilkaset procent. Obok wzrostu stóp procentowych i inflacji to dziś największe wyzwanie naszej organizacji. Wpływ tych elementów na naszą branżę jest bardzo duży. Koszty produkcji pojazdów wzrosły, podobnie jak koszty ich transportu, zaopatrzenia jak i finansowania pojazdu kupowanego przez klienta. Oczekiwania płacowe pracowników również wynikają z wymienionych czynników. Nasz cel to utrzymanie zatrudnienia i w jak najmniejszy sposób przeniesienie podwyżek na ceny naszych usług.



Agnieszka Niemczyńska

Manager Salon Hair Gallery

Jesteśmy salonem fryzjerskim, więc bazujemy na prądzie. Większość usług świadczymy z wykorzystaniem energii elektrycznej, zatem udział kosztów energii jest duży i wzrósł znacznie. W zeszłym roku średni koszt za dwa miesiące wynosił około dwa tysiące złotych, ostatnio wzrósł do niemal trzech tysięcy, a w tym miesiącu otrzymaliśmy rachunek na prawie pięć tysięcy złotych. Sprawdziłam zużycie kWh i jest takie samo. Wiemy, że będzie jeszcze drożej i na to wpływu nie mamy. Wzrost cen dotyczy nie tylko energii elektrycznej, ale także pozostałych kosztów, w tym także zaopatrzenia. Zastanawiamy się nad zmianą grafiku. Obecnie nie planujemy redukcji zatrudnienia. Myślę, że trzeba reagować racjonalnie, a nie emocjonalnie. Może trzeba będzie zmienić godziny otwarcia salonu i skumulować pracę w określonych godzinach. Prowadzimy salon od kilkunastu lat, przetrwaliliśmy pandemię bez redukcji zatrudnienia, będziemy szukali rozwiązań, na bieżąco obserwując sytuację. Niestety ceny usług wzrosną, jednak doceniamy stałych klientów i dla nich cennik będzie zawierał rabaty.



Paweł Szydłowski

Grupa Szydłowski

Udział kosztu energii w kosztach firmy wynosił dotychczas 5 proc. Obecnie jest to około 30 proc. czyli 670 proc. podwyżki otrzymanej przez dostawcę energii. Gdyby nie doszło do uchwalenia ustawy dotyczącej zamrożenia cen energii, prowadzenie biznesu z sektora małych i średnich przedsiębiorstw byłoby niemożliwe przy utrzymaniu obecnych cen produktów oraz usług. Nie możemy też zapomnieć o długoterminowych zobowiązaniach tj. umowach najmu lokali, kontraktach handlowych, umowach pracowniczych, które mogą jeszcze bardziej pogłębić bankructwa wielu biznesów. Podwyżki cen będą konieczne, aby utrzymać rentowność. Niestety nie potrafimy przewidzieć skali. Biorąc pod uwagę niepewną sytuację finansową oraz obawy społeczeństwa, przedsiębiorcy znajdują się w dramatycznym położeniu. Jedynym sensownym rozwiązaniem dla sektora małych i średnich przedsiębiorstw było zamrożenie cen energii.

energate
elmech

PRZEMYSŁOWY MAGAZYN ENERGII

Zabezpiecz firmę, bankuj energię,
obniżaj koszty.



Zeskanuj, **otwórz kalkulator,**
oblicz oszczędność na rachunkach za prąd.

energate.pl | 510 00 44 77 | kontakt@energate.pl

TRÓJMIASTO NAJDROŻSZE W POLSCE

Ceny prądu to dzisiaj gorący temat nie tylko wśród firm, ale i odbiorców indywidualnych.

I choć podwyżki dotyczą wszystkich to w każdym mieście ceny są inne. Od lat najwyższe w Polsce stawki ma Trójmiasto, a najniższe Poznań. W 2022 roku mieszkaniec Trójmiasta zużywając miesięcznie 200 kWh zapłaci o 199 zł więcej niż Poznania.

Podczas, gdy rachunek za prąd w 2022 roku wzrósł o ok. 24% w porównaniu z rokiem 2021, średnia cena kWh w Polsce wynosi obecnie 77 gr. Z wycień poralu rachuneo.pl (a także innych portali branżowych) wynika jednak, że za to samo zużycie (do analizy przyjęto miesięczne zużycie a poziomie 200 kWh) płacimy różnie w zależności od miejsca zamieszkania.

I tak mieszkańcy Trójmiasta płacą za energię najwięcej - średnio 2068 zł rocznie. Najmniej tj. średnio 1869 zł płacą poznaniacy, szczecinianie i zielonogórzanie. To oznacza, że przeciętny mieszkaniec Trójmiasta zapłaci w skali roku o 199 zł więcej za prąd niż Poznania.

ODDZIELNIE ZA PRĄD I ZA JEGO DOSTAWĘ

Skąd różnice w wysokości opłat? Każdy odbiorca energii elektrycznej ponosi przede wszystkim opłaty z tytułu zakupu samej energii oraz za usługę jej przesyłu. W kosztach energii są też liczne, mniejsze opłaty dodatkowe (OZE, sieciowa, kogeneracyjne, mocowa itd.) Przy dużym zużyciu największe znaczenie ma koszt samego zakupu 1 kWh, ale przy mniejszym to opłaty stałe mogą znacznie podwyższyć rachunek.

I choć samą energię elektryczną kupujemy od przedsiębiorstwa, z którym zawarliśmy umowę (sprzedawca) to ważną rolę odgrywa operator systemu dystrybucyjnego (dostawca). To właśnie on dostarcza energię elektryczną, zakupioną u sprzedawcy. Każdy dostawca energii musi się więc liczyć z kosztami dystrybucyjnymi, wynikającymi m.in. z gęstości zaludnienia na danym terenie, potrzebami modernizowania sieci, a nawet liczby przyłączonych odnawialnych źródeł energii.

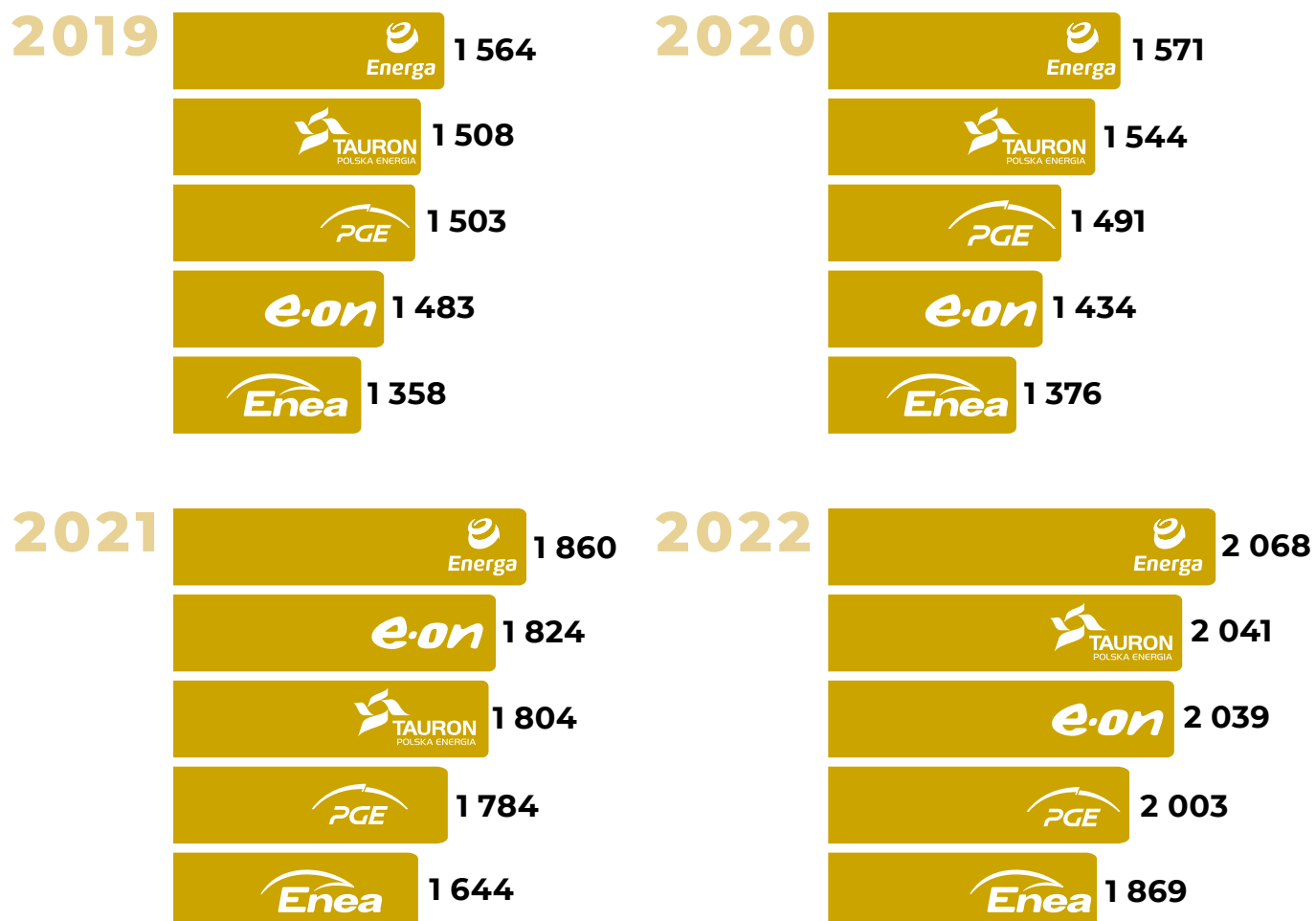
Zarówno dystrybutorzy jak i sprzedawcy prądu muszą zwracać się o akceptację oferowanych taryf do Urzędu Regulacji Energetyki.

STAWKA ZALEŻY OD MIEJSCA ZAMIESZKANIA

O ile możemy zmienić sprzedawcę prądu, to dostawcy nie zmienimy, chyba że wyprowadzimy się w inny region kraju. Obszar Polski podzieliło pomiędzy siebie pięciu operatorów sieci dystrybucji energii.



Koszty energii w złotych przy miesięcznym zużyciu 200 kWh



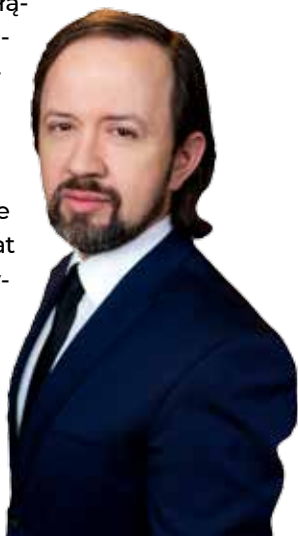
KRZYSZTOF KOPEĆ

Dyrektor Biura Prasowego
Grupy Energa



Przywołana analiza odnosi się nie tylko do taryf dystrybucyjnych Operatorów Systemu Dystrybucyjnego, ale też wyznaczonych dla danych terenów sprzedawców z urzędu. W Polsce taryfy dystrybucyjne oraz taryfy sprzedawców są zatwierdzane przez Urząd Regulacji Energetyki. Ich wysokość prezes URE ocenia pod kątem potrzeb związanych z działalnością, w tym także m.in. z rozbudową, utrzymaniem oraz modernizacją infrastruktury elektroenergetycznej. Podobnie jest w przypadku taryf sprzedawców, przypisanych do terenu danego OSD. Tu także zatwierdza je URE, analizując uzasadnione koszty przedsiębiorcy.

Na różnice w wysokości opłat w przypadku Operatorów Systemu Dystrybucyjnego, wpływać może charakterystyka sieci oraz przyłączonych odbiorców i użytkowników np. potrzeby modernizacyjne, konieczność budowy sieci na obszarach wiejskich, gdzie jest niewielu odbiorców, różna liczba odbiorców zużywających większe ilości energii. Na wysokość opłat dystrybucyjnych może także wpływać liczba przyłączonych OZE. Generują one koszty rozbudowy sieci bez partycypacji w jej późniejszym utrzymaniu w związku z brakiem wspomnianych już opłat związanych z dystrybucją energii elektrycznej.



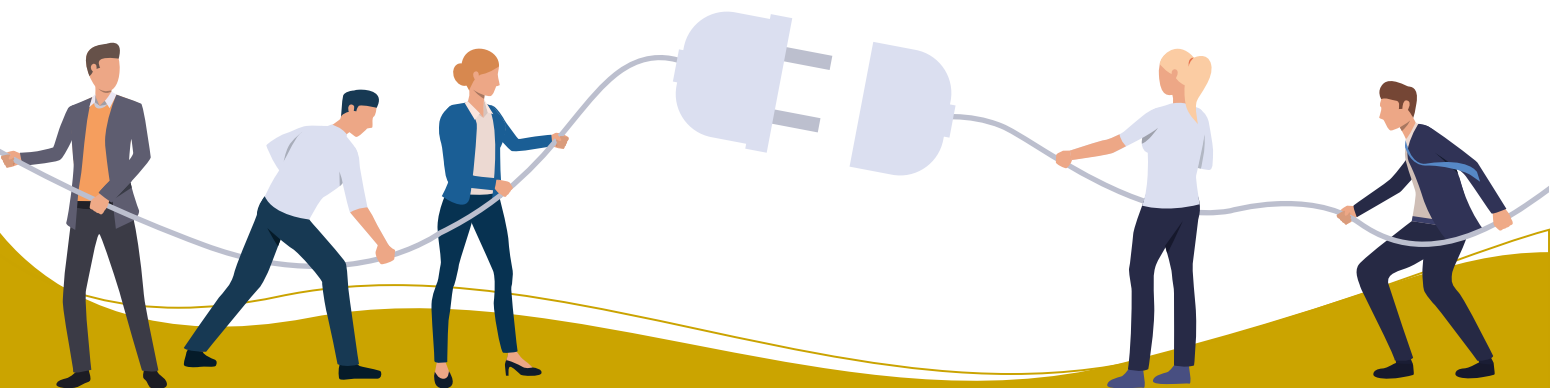
Najwyżej cenowo jest Gdańska Energa Obrót, która dostarcza prąd do odbiorców w województwie pomorskim, części warmińsko – mazurskiego (z Olsztynem), zachodniopomorskiego, wielkopolskiego, łódzkiego, mazowieckiego oraz kujawsko - pomorskiego. Klienci Energi w ciągu miesiąca płacili w 2021 roku średnio 155,07 zł za energię elektryczną natomiast w 2022 już 160 zł.

E.ON dostarcza prąd do odbiorców na terenie Warszawy i okolic. Z cennika E.ON. wynika, że miesięczne opłaty odbiorców energii elektrycznej 158 zł w 2022 roku.

PGE działa we wschodniej Polsce, w województwie łódzkim oraz w części mazowieckiego, świętokrzyskiego, lubelskiego, warmińsko-mazurskiego i podlaskiego (w tym w Łodzi, Lublinie, Rzeszowie, Białymstoku). Mieszkańcy tych miast płacą obecnie za prąd średnio 155 zł miesięcznie, w 2021 roku było to 148,74 zł.

Tauron dostarcza prąd do odbiorców na terenie województw: dolnośląskiego, małopolskiego, opolskiego, śląskiego i częściowo: świętokrzyskiego, podkarpackiego i łódzkiego (w tym do Krakowa, Wrocławia, Gliwic). Cena prądu dostarczanego przez Tauron wzrosła z 139,15 zł miesięcznie do 147 zł.

Enea dostarcza prąd na terenie województw: wielkopolskiego, zachodniopomorskiego, lubuskiego, kujawsko - pomorskiego i w niewielkiej części dolnośląskiego, pomorskiego oraz na Mazowszu, Kielecczyźnie, Podlasiu i Lubelszczyźnie (w tym w Bydgoszczy, Poznaniu, Szczecinie, Zielonej Górze). Miesięczny koszt energii dla klientów Enea wzrósł w 2022 roku ze 137 zł do 145 zł, co jednak dalej jest najtańszą stawką w Polsce.



MONTOWNIA



EUROPEAN
PROPERTY
AWARDS
WINNER 2021-2022

ZAINWESTUJ W LOFTY SERWISOWANE W GDAŃSKU

zobacz apartamenty pokazowe

- Zabytkowy budynek w wyjątkowej lokalizacji
- Luksusowe lofty serwisowane
- Wykończone w industrialnym stylu
- Centrum konferencyjne i food hall w budynku
- Partnerski model współpracy z Inwestorem



58 779 58 00
montownia@eurostyl.com.pl
eurostyl.com.pl

- Bezpieczeństwo środków Inwestora - rachunek powierniczy

OPTYMALIZUJ, MAGAZYNUJ, OSZCZĘDZAJ

Drastyczna podwyżka cen energii zmusiła większość przedsiębiorstw do intensywnego szukania rozwiązań mających zniwelować jej skutki. Jednym z nich jest optymalizacja systemu zarządzania energią z wykorzystaniem własnego magazynu.



Energia elektryczna jest niezbędna do funkcjonowania tak w domu jak i w przemyśle. W przemyśle koszty energii mają wpływ na finalną cenę wytworzonego produktu. Przekładają się na konkurencyjność przedsiębiorstw, zwłaszcza tych o energochłonnej produkcji.

W gospodarstwach domowych koszty dostarczonej energii są regulowane przez Prezesa Urzędu Regulacji Energetyki. W przemyśle, obowiązuje wolny rynek i ceny energii elektrycznej kształtowane przez elektrownie i spółki obrotowe.

W procesie transformacji energetycznej, jak i w wyniku sytuacji geopolitycznej, w ostatnich latach, koszty dostarczonej energii do przemysłu wzrosły dziesięciokrotnie. Na koszt dostawy energii składają się opłaty za usługi dystrybucyjne i energię elektryczną.

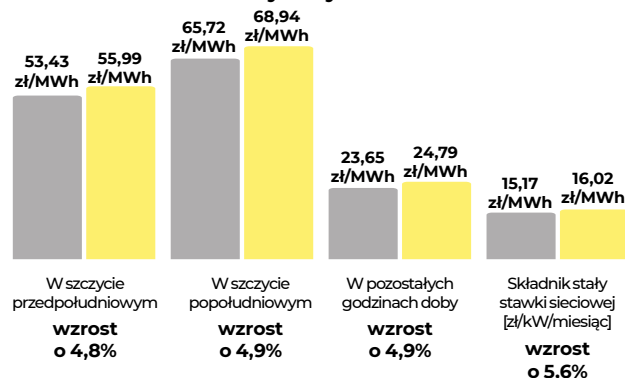
Koszty Usług dystrybucyjnych wynikają z taryfy Operatora Systemu Dystrybucyjnego, czy Operatora Systemu Przesyłowego. Stawki taryfowe zaś wynikają z kosztów uzasadnionych jakie ponoszą operatorzy i są one zatwierdzane przez Prezesa URE.

PRĄD: 500% W GÓRĘ

Jesteśmy obecnie w sytuacji, gdzie stawki dystrybucyjne wzrosły o około 5% w stosunku do roku ubiegłego. ①

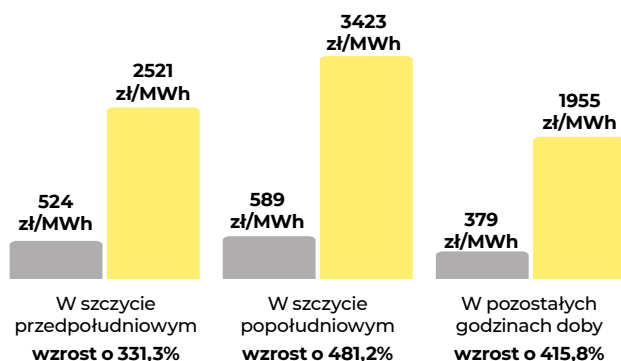
Na stawkach dystrybucyjnych jednak nie koniec. Wzrosły także koszty zakupu energii. I to prawie 500% w stosunku do roku ubiegłego! Fakt ten stawia pod znakiem zapytania konkurencyjność przedsiębiorstw, nie tylko na rynku krajowym, ale i w obrocie międzynarodowym. Ogranicza to również możliwości nabywcy polskich klientów. ②

1 Koszty dostaw energii, na podstawie taryfy Energa Operator SA, w latach 2021 i 2022, w grupach taryfowych B23.



2 Ceny energii elektrycznej, na podstawie standardowego cennika Energa Obrót SA w latach 2021 i 2022, w grupie taryfowej B23. Gdzie:

$$\text{wzrost} = \frac{\text{cena w roku 2022} - \text{cena w roku 2021}}{\text{cena w roku 2021}} * 100\%$$



■ 2021 ■ 2022

NAJWAŻNIEJSZE ZALETY OPTIMALIZACJI Z WYKORZYSTANIEM MAGAZYNU ENERGII

- » Zakup energii w godzinach o najniższych cenach i użytkowanie jej w godzinach szczytowych - najdroższych. Różnica cen za 1 MWh w godzinach szczytowych i pozaszczytowych jest bardzo wysoka. Między szczytem przedpołudniowym, a godzinami pozaszczytowymi wynosi 566 zł, a w stosunku do szczytu popołudniowego to aż 1468 zł. Warto więc zakupić energię w godzinach pozaszczytowych i wykorzystać ją w godzinach szczytowych.
- » Ograniczenie kosztów dystrybucji energii elektrycznej.
- » Ograniczenie opłat wynikających ze stawki sieciowej. Dokonując zakupu energii w okresach naszego zmniejszonego zapotrzebowania i jej zmagazynowaniu, możemy wykorzystać ją w godzinach naszego obciążenia szczytowego.
- » Możliwość ograniczenia zapotrzebowania na moc pobieraną z sieci energetycznej i tym samym moc zamawianą na każdy miesiąc w roku, za którą opłata ww. taryfie B23 wynosi 16,02 zł za każdy kW.
- » Ograniczenie opłat wynikających ze stawki mocy. Opłatę mocową płacimy za każdą pobraną kWh, ale tylko w godzinach od 7.00 do godziny 21.59 w dni robocze od poniedziałku do piątku. Kupując energię w godzinach od 22.00 do 7.00 i magazynując do wykorzystania w godzinach szczytowych, nie tylko nie płacimy opłaty mocy od tej ilości ale również możemy zmienić profil zakupu energii i zmniejszyć koszt tej opłaty dla całej energii w godzinach od 7 do 22 ze stawki 102,6 zł/MWh do ok 17zł.



Arkadiusz Marat,
Prezes Zarządu firmy Elmech -ASE

W sytuacji dynamicznie rosnących kosztów energii, jedynym rozsądnym rozwiązaniem i zabezpieczeniem przed niestabilnością i nieprzewidywalnością jest zastosowanie magazynów energii wspieranych przez odnawialne źródła takie jak instalacje fotowoltaiczne.

Wynika to głównie ze wzrostu cen energii na rynkach energii. Na rysunku nr ³ przedstawiono ceny średnioważone dla 24 godzin w miesiącach czerwiec, lipiec i sierpień 2022 roku. Widać wyraźny wzrost cen w każdej godzinie.

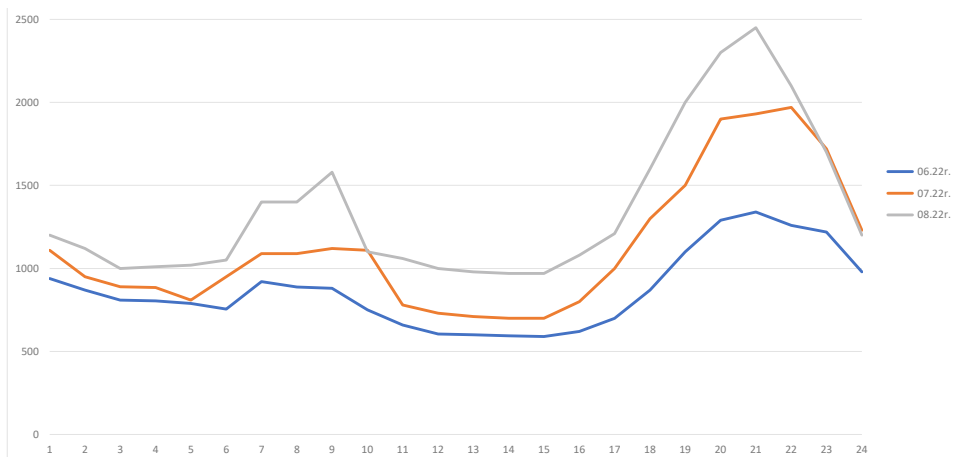
ZWROT PO SIEDMIU LATACH

W związku z tak galopującymi cenami warto choć częściowo uniezależnić się od przedsiębiorstw energetycznych, a w szczególności od sprzedawców energii. Jednym ze sposobów na energetyczną niezależność mogą być magazyny energii oraz właściwe systemy zarządzania energią. Takie rozwiązania posiadają profesjonalne przemysłowe magazyny energii, np. magazyny Energate polskiego producenta - firmy Elmech - ASE.

Zalety są ogromne. Przede wszystkim firma zyskuje możliwość kupowania energii w godzinach gdzie jej cena jest najniższa, a dzięki magazynowaniu może wykorzystywać ją gdy cena jest najwyższa.

- Bazując na cenniku standardowym Energa Obrót SA i taryfie Energa Operator SA przeprowadzono analizę kosztów dostawy energii do przedsiębiorstwa o mocy umownej 500 kW bez magazynu energii i z magazynem energii o mocy 250 kW i pojemności 1000 kWh – mówi Mieczysław Wrocławski, Wiceprezes

3 Ceny na TGE -RDN Miesięczne średnioważone dla 24 godzin doby





Mieczysław Wrocławski,

Wiceprezes Zarządu PSME, członek Rady Koordynacyjnej ds. Rozwoju Sektora Fotowoltaiki

Analiza kosztów dostawy energii do przedsiębiorstwa o mocy umownej 500 kW bez magazynu energii i z magazynem energii o mocy 250 kW i pojemności 1000 kWh wykazała oszczędności w kosztach dostawy energii na poziomie 650 tys. zł. w przedsiębiorstwie pracującym dwuzmianowo i 740 tys. zł. w przedsiębiorstwie pracującym trzymianowo.

Zarządu PSME, członek Rady Koordynacyjnej ds. Rozwoju Sektora Fotowoltaiki. - Analiza wykazała oszczędności w kosztach dostawy energii na poziomie 650 tys. zł. w przedsiębiorstwie pracującym dwuzmianowo i 740 tys. zł. w przedsiębiorstwie pracującym trzymianowo rocznie. Inwestycja powinna zwrócić się w ciągu 7 lat lub szybciej, w zależności od ceny magazynu i galopujących kosztów energii. Należy wziąć również pod uwagę, że do analizy przyjęto ceny energii z okresu letniego. Jakie będą w okresie zimowym? Należy szacować, że nie niższe. Będzie mniej energii z instalacji PV, ale więcej z siłowni wiatrowych, zatem będzie więcej energii w porze nocnej, tj. porze niskich cen i zakup energii w nocy może być jeszcze bardziej opłacalny.

- W sytuacji dynamicznie rosnących kosztów energii, jedynym rozsądnym rozwiązaniem i zabezpieczeniem przed niestabilnością i nieprzewidywalnością jest zastosowanie magazynów energii wspieranych przez odnawialne źródła takie jak instalacje fotowoltaiczne. Magazyny energii mogą w pełni wykorzystać ich moce produkcyjne i złagodzić skutki rosnących cen. Dodatkowo magazyny energii stabilizują parametry i poprawiają jakość energii elektrycznej – dodaje Arkadiusz Marat, Prezes Zarządu firmy Elmech -ASE.



OGNIWA ZE SZWECJI, BATERIE Z POLSKI

Już na półmetku jest budowa wielkiej fabryki systemów bateryjnych Northvolt w Gdańsku. Pierwsze produkty mogą opuścić nowy zakład w 2023 roku. Tymczasem Unia Europejska planuje wprowadzenie regulacji związanych z produkcją baterii. Najważniejsze z nich dotyczą wykorzystywania zielonej energii i surowców wtórnych do produkcji. To oznacza większe wyzwanie dla firm w Polsce, gdzie 80% energii wciąż pochodzi z węgla.

Autor: Michał Stankiewicz





JEDEN SMARTFON ZNÓW NA DŁUŻEJ?

Nowe przepisy zakładają paszporty bateryjne w każdym z urządzeń zasilanych baterią lub akumulatorem. Paszport będzie w postaci kodu QR. Dzięki niemu od 2026 roku mamy mieć szczegółową wiedzę o baterii – kto i kiedy ją wyprodukował, jaki ma skład chemiczny, żywotność, jaki jest ślad węglowy i wiele innych.

Powszechny ma być też recykling i sieć oddawania użytego sprzętu. **I uwaga – jeden z artykułów mówi, że urządzenia z bateriami przenośnymi mają być tak skonstruowane, by użyte baterie dało się łatwo wymienić na nowe. Przez użytkownika albo niezależny serwis.**

Z kolei producenci mają powszechnie korzystać z surowców wtórnych (recyklingu). Pojawią się też limity. Od 2030 roku baterie będą musiały zawierać co najmniej 12% kobaltu, 85% ołowiu, 4% litu i 4% niklu z odzysku. W 2035 limity mają być jeszcze wyższe – 20% kobalt, 10% lit i 12% nikiel.



Nowe przepisy mają prosty cel – zmniejszenie śladu węglowego produkowanych baterii, które są sercem elektromobilnej rewolucji. A ta przyspiesza coraz bardziej. Wg szacunków Światowego Forum Ekonomicznego powinno się nawet 19 - krotnie zwiększyć produkcję baterii, by świat szybko wszedł w gospodarkę całkowicie zeroemisyjną. Stąd coraz większa liczba budowanych fabryk i powstających w nich baterii, a tym samym konieczność wprowadzenia nowych regulacji, które zmniejszą ich ślad węglowy. Nowe przepisy mają szansę wejść w 2023 roku. Najważniejsza informacja dla konsumentów: każdy sprzęt posiadający baterię będzie posiadać paszport elektroniczny ze szczegółowymi danymi m.in. o jej składzie, o tym jak powstała, czy też producencie. Z kolei dla producentów najważniejsze regulacje dotyczą recyklingu, obowiązku pozyskiwania kobaltu, ołowiu, litu lub niklu ze starych baterii. I używania zielonej energii do produkcji.

SYSTEMY I MAGAZYNY ENERGI

Nowe przepisy są wyzwaniem dla wszystkich producentów, a szczególnie krajów gdzie przeważa brudna energia, w tym Polski. W Gdańsku największym wyzwaniem będą one dla szwedzkiego koncernu Northvolt. Firma wytwarza

tutaj swoje produkty już od 2018 roku, ale w 2021 postanowiła wybudować nową fabrykę kosztem 200 mln euro. W Gdańsku będą powstawać magazyny energii i systemy bateryjne wykorzystywane w przemyśle.

- Magazyny energii można podzielić na stacjonarne i mobilne – mówi Anna Sobolewska, Dyrektor Komunikacji w Northvolt. - Stacjonarne służą do magazynowania energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych, charakteryzujących się dużą zmiennością. Słoneczna czy wietrzna pogoda nie występuje na zawołanie, więc produkcja nie zawsze pokrywa się zapotrzebowaniem. Dlatego, gdy nasze źródła fotowoltaiczne lub wiatrowe generują energię w dużych ilościach, pojawia się potrzeba jej gromadzenia i przechowywania. Z kolei mobilne magazyny energii mogą być przewożone w dowolne miejsca i zapewniają dostęp do energii tam, gdzie nie ma przyłącza. Doskonale sprawdzają się na budowach lub w trakcie imprez plenerowych.

W nowym zakładzie Northvolt powstawać będą również systemy bateryjne wykorzystywane w przemyśle czy budownictwie. To baterie o dużej pojemności, które zastępują silniki spalinowe w maszynach budowlanych, np. w koparkach oraz maszynach przemysłowych i górniczych. W przypadku sprzętu wydobywczego to istotne, bo



Fot. Northvolt

zasilane energią elektryczną urządzenia nie generują spalin, a wentylacja pod ziemią jest bardzo kosztowna.

FARMY WIATROWE I WŁASNA FOTOWOLTAIKA

Serca tych baterii, czyli ogniwa litowo – jonowe nie będą powstawać jednak w Polsce. A właśnie ta część produkcji wymaga olbrzymiej energii.

- Nie planujemy produkcji ogniw w Polsce. Założeniem Northvolt jest zasilanie procesów produkcyjnych wyłącznie energią odnawialną, a wytwarzanie ogniw jest bardzo energochłonne. Na wyprodukowanie każdej 1 MWh zużytych jest 70 – 80 MWh, więc potrzeby branży w zakresie energii odnawialnej są olbrzymie. W Polsce nie jesteśmy w stanie tego zapewnić, a w Szwecji jak najbardziej – nasza fabryka w Skellefteå będzie zasilana przede wszystkim z hydroelektrowni – wyjaśnia Anna Sobolewska.

Northvolt jest w trakcie budowy gigafabryki na północy Szwecji, w Skellefteå, ale ogłosił również inwestycję w dwie kolejne gigafabryki – w Göteborgu, jako joint venture z Volvo oraz w miejscowości Borlänge.

- Termin gigafabryka oznacza, że zdolności produkcyjne tych zakładów liczone są w gigawatogodzinach. Dla przykładu fabryka Northvolt w Skellefteå będzie rocznie produkowała ogniwa o mocy 60 GWh. Dla zobrazowania, umożliwi to zasilenie miliona aut elektrycznych – dodaje Sobolewska.



Fot. Northvolt



Nowa fabryka w Gdańsku będzie zatem potrzebować znacznie mniej energii niż zakłady produkujące ogniw. Niemniej będzie ona potrzebna. W jaki sposób więc Northvolt sprosta nowym regulacjom?

- Nie wpłynie to na naszą działalność, ponieważ zasilanie zieloną energią leżało u podstaw podjęcia decyzji o inwestycji w Gdańsku. W związku z tym przygotowujemy się do tego już od pewnego czasu. Planujemy korzystać przede wszystkim z nowo powstających elektrowni wiatrowych. Planujemy również własną instalację fotowoltaiczną na dachu zakładu produkcyjnego – wyjaśnia Anna Sobolewska.

Rozwiązano też problem recyklingu metali. Gdańska fabryka będzie częścią procesu recyklingu, ale fizycznie recykling metali będzie wykonywany w Szwecji.

55 MLD USD KONTRAKTÓW, NA RAZIE BEZ POLSKICH FIRM

Fabryka ma ruszyć w 2023 roku.

- Jeżeli chodzi o moce produkcyjne, to Northvolt do

2030 roku planuje osiągnąć 150 GWh, z czego maksymalnie 12 GWh będzie realizowane w Gdańsku – informuje Sobolewska.

W Gdańsku powstanie też centrum B+R, w którym inżynierowie będą pracowali nad nowatorskimi i unikalnymi na skalę światową rozwiązaniami z obszaru magazynowania energii. Jak podaje koncern pozyskał już kontrakty warte 55 mld USD, m.in. od Volvo, BMW, Volkswagena, Scanii. Czy wśród kontrahentów są polscy klienci?

- Nie mamy jeszcze podpisanych kontraktów z firmami polskimi, a odbiorcami magazynów energii produkowanych przez Northvolt w Gdańsku są klienci globalni. Współpracujemy natomiast z przedsiębiorstwami z regionu i całej Polski. Nasi lokalni partnerzy działają w bardzo różnych obszarach, począwszy od wysoko wyspecjalizowanych przedsiębiorstw zajmujących się projektowaniem i produkcją modułów elektronicznych, po usługi doradcze – odpowiada Anna Sobolewska.

LUKSUSOWE APARTAMENTY

ZAMIESZKAJ W PIERWSZEJ
LINII BRZEGOWEJ GDAŃSKA



A nighttime photograph of a modern residential complex. In the foreground, a marina is filled with numerous white yachts and motorboats docked at a pier. The water reflects the lights from the buildings and the boats. In the background, several tall, dark skyscrapers are illuminated from within, with some windows glowing yellow and others blue. A construction crane is visible on the left side of the image. The sky is dark with some light clouds.

Yacht Park

Osiedle mieszkaniowe położone w Gdyni, na terenie niegdyś należącym do Dalmoru dysponuje bezpośrednim dostępem do Marina Yacht Park z miejscami na 150 jednostek. Marina jest przystosowana do cumowania dużych jednostek, nawet o maksymalnej długości 20 metrów i zanurzeniu 8 metrów.

INWESTYCJE Z **JACHTEM** W TLE CUMOWANIE POD DOMEM

Pływające lub zacumowane jachty to jeden z częstych obrazków jakie widać na projektach i efektownych wizualizacjach przyszłych osiedli mieszkaniowych. Deweloperzy chętnie je umieszczają, bo czynią miejsce atrakcyjniejszym i bardziej prestiżowym. Rzeczywistość bywa jednak trudniejsza niż plany.



Autor: Dagmara Rybicka

Z

Zachodzące słońce, które daje ciepłe światło na nowoczesne i designerskie budynki. Wokół zieleni i woda, której kolor bardziej przypomina jedno z południowych mórz niż Zatokę Gdańską albo kanały Wisły. Przy brzegu zacumowany śnieżno - biały jacht, a na jego pokładzie roześmiana para. Gdy ona odgarnia włosy z czoła, on trzyma w rękę schłodzonego szampana. Własne miejsce dla jachtu w marinie wchodzącej w skład inwestycji mieszkaniowej to już rzeczywistość, czy tylko kusząca metaforą reklama?

WSZYSTKO ZALEŻY OD UZGODNIENI

Taki właśnie widok można było zobaczyć na wizualizacjach Grupy Capital Park, która w kwietniu 2022 roku kupiła dwie działki o łącznej powierzchni 1,3 ha na terenie Polskiego Haka. To malowniczy cypel położony obok ujścia Motławy do Martwej Wisły. Autorem ujawnionej koncepcji jest pracownia JEMS Architekci. Oczywiście nie tylko jachty mają być na Polskim Haku, ale przede wszyst-

kim mieszkania, lokale handlowo-usługowe i gastronomiczne. Elementem zabudowy ma być też otwarta dla wszystkich promenada i pomosty dla małych jednostek od strony Martwej Wisły. O ile założenia projektu zostaną utrzymane, bo jak przyznaje GCP – mimo prezentacji - prace koncepcyjne trwają dalej.

- Obecnie finalizowane są prace nad koncepcją wielobranżową inwestycji, która pokaże ostateczny kształt i wizję projektu. Następnie GCP rozpocznie procedurę uzyskania decyzji środowiskowej, a po jej otrzymaniu będzie się ubiegała o pozwolenie na budowę - wyjaśnia Sylwia Filewicz, Head of Construction & Development w Grupie Capital Park. - Jej rozpoczęcie jest uzależnione od procesów administracyjnych. Z uwagi na lokalizację inwestycji, zaplanowane w niej ogólnodostępne przestrzenie – w tym zagospodarowanie nowopowstałego nabrzeża, które wraz z przyległym terenem należącym do Inwestora stworzy ogólnodostępną promenadę dedykowaną funkcjom rekreacyjnym oraz umożliwi dostęp



od strony wody – będą wymagały wielu formalnych uzgodnień z organami administracji oraz zarządcami – dodaje. I zastrzega: - Ich przebieg zadecyduje o końcowym zakresie i kształcie zagospodarowania tego obszaru.

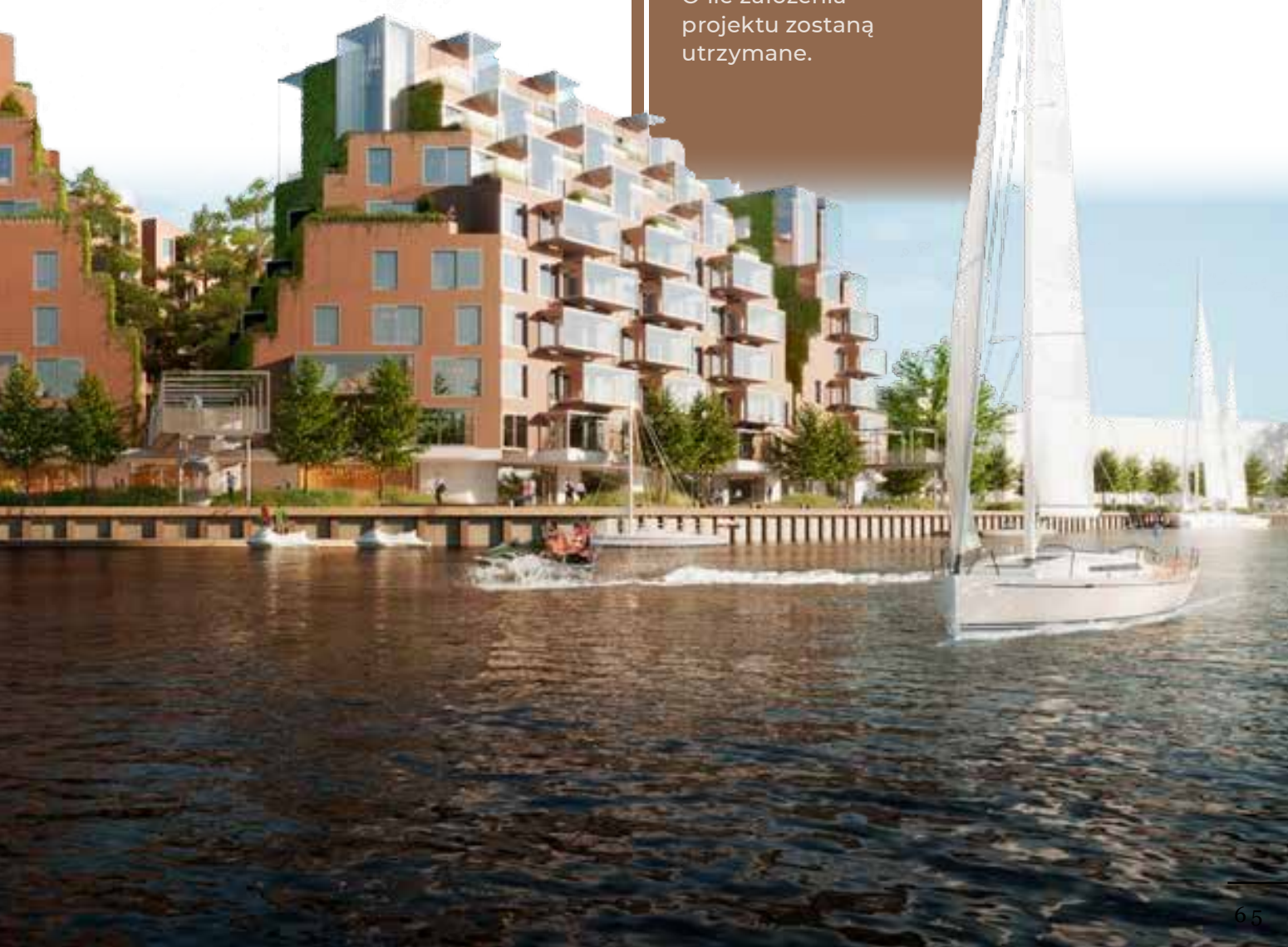
WOKÓŁ MIEJSKICH MARIN

Jachty miały za zadanie skusić także przyszłych klientów firmy Robyg. Nadmotławie Apartments z bezpośrednim dostępem do linii brzegowej Motławy to projekt przygotowany z myślą o wyrafinowanych gustach i wysokich oczekiwaniach. Przestronne tarasy dachowe, duże przeszklone balkony z widokiem na rzekę i panoramę starówki oraz bliskość mariny są z pewnością wyróżnikiem tej inwestycji.

- Nadmotławie Apartments, jak sama nazwa wskazuje położone jest tuż przy Motławie, a jego mieszkańcy mają bezpośredni dostęp do nabrzeża, w tym także miejskich, ogólnodostępnych miejsc do cumowania łodzi - mówi Anna Wojciechowska, dyrektor sprzedaży i marketingu Robyg

Polski Hak

W planie Grupy Capital Park, właściciela 1,3 hektara na Polskim Haku jest budowa apartamentowców z lokalami usługowymi i pomostami dla małych jednostek. O ile założenia projektu zostaną utrzymane.



S.A. - Dodatkowo, dosłownie kilkaset metrów dalej, bo przy ulicy Na Stępce znajduje się Przystań Sien-na Grobla. Pieszko można też szybko dojść do Mariny Gdańsk, położonej tuż przy Szafarni - zachwala położenie osiedla i dodaje: - Tym samym jesteśmy mocno przeżglarscy.

Nadmotławie Apartments liczy w sumie 1400 apartamentów i jest podzielone na dwie części: Nadmotławie Apartments oraz Nadmotławie Estate. W tej chwili w sprzedaży znajdują się apartamenty o metrażach od 42 do 112 m².

Motyw jachtów wykorzystywała także NDI przy okazji inwestycji Chlebova.

- NDI Development specjalizuje się w inwestycjach premium w Trójmieście. Staramy się je lokować nad morzem albo szerzej, nad wodą mówi Jarosław Bator Prezes NDI Development. Dla naszych klientów takie sąsiedztwo budzi naturalne skojarzenia z jachtami, motorówkami i przystaniami. Niedaleko Apartamentów Chlebova, w samym sercu Gdańska, znajdują się mariny, gdzie można zacumować swoją łódź. Motyw morza i aktywnego wypoczynku, pojawi się także w naszej najnowszej inwestycji - Rezydencji Merve. Jest ona absolutnie unikalna, ponieważ znajduje się nad samym morzem w Gdańsku Brzeźnie i nasi przyszli lokatorzy także będą mogli wypłynąć na wody Zatoki Gdańskiej, praktycznie obok miejsca, w którym zamieszkają - podkreśla prezes NDI.

Bezpośredni dostęp do jachtów mają na pewno mieszkańcy ulicy Szafarnia i Wyspy Spichrzów. Pomiędzy nimi znajduje się Marina Gdańsk. Przystań należąca do Gdańskiego Ośrodka Sportu jest najdłuższą w centrum Gdańska. Liczy 290 metrów i rozciąga się od Wyspy Ołowianka, aż do Mostu Stągiewnego. W tym roku za mostem udało się dobudować kolejną część mariny, z dodatkowymi 60 miejscami. A sam most dzięki przebudowie znów stał się zwodzony. Prace zostały wykonane w ramach partnerstwa publiczno - prywatnego przez



Sol Marina

Osiedle powstaje przy ujściu Martwej Wisły do Bałtyku, w pobliżu Wyspy Sobieszewskiej. Wokół są rezerваты ptaków, a wyjście na pełne morze powinno zająć tylko 20 minut. To niewątpliwe atuty. Są też minusy: to tereny zalewowe, stąd nie ma możliwości zameldowania.



konsorcjum Granaria, które zabudowuje Wyspę Spichrzów.

DLA ŻEGLARZY INWESTORÓW

Interesującym miejscem dla żeglarzy i motorowodniaków może być Sol Marina jaka powstaje w sąsiedztwie ostatnich dzikich plaż, z szerokim pasmem wydm na nabrzeżu Martwej Wisły. Tutaj nikt nie powinien mieć wątpliwości co do tego na ile prawdziwe jest użycie słowa marina. Sol Marina to prawdziwa przystań, gdzie domy stoją tuż przy miejscach do cumowania, a wyjście na pełne morze powinno zająć tylko 20 minut. W pierwszym etapie powstało 77 apartamentów, a w drugim etapie będzie ich aż 127.

Są jednak ograniczenia. Teren na jakim powstaje to obszar zalewowy, stąd nie mogą tam powstawać lokale mieszkalne, zatem nie będzie możliwości zameldowania – potwierdza przedstawiciel firmy Dekpol. Klienci kupując apartamenty jako lokale użytkowe z 23 % watem traktują je, jako inwestycję lub wakacyjne mieszkania.

Na forach internetowych pojawiają się też głosy niezadowolenie z ton ziemi i gruzu, które znalazły się na brzegu Wisły wskutek budowy. Inwestor podkreśla, że realizując działania dokłada wszelkiej dbałości o florę i faunę poprzez m.in. prowadzenie prac budowlanych w okresach bezpiecznych.

Z kolei minusem dla potencjalnych mieszkańców może być bliskość 50 - metrowej hałdy fosfogipsów należą-

cych do Gdańskich Zakładów Nawozów Fosforowych w Wiślince. Nasadzona na niej roślinność i wykorzystanie specjalistycznej siatki mają eliminować emisję pyłów z fosfogipsów, mimo to obiekt od lat wzbudza kontrowersje okolicznych mieszkańców.

– Analizując projekt Sol Marina szczegółowo rozpatrzyliśmy każdy aspekt inwestycji, w tym jej najbliższego otoczenia – wyjaśnia przedstawiciel Dekpol, który chce pozostać anonimowy. - Zweryfikowaliśmy dostępne raporty oraz badania, które wskazywały na brak oddziaływania na projekt – podsumowuje.

NAJGŁĘBSZA MARINA W BAZIE RYBACKIEJ

W Gdyni dobrą lokalizacją dla właścicieli i użytkowników jachtów jest z kolei Yacht Park. To osiedle złożone z 6 budynków, które pomieściły 135 apartamentów.

Marina Gdańsk

Dzięki modernizacji Mostu Stągiewnego i przywróceniu mu funkcji zwodzonej możliwe było powiększenie istniejącej mariny miejskiej przy ul. Szafarnia. Nowa część liczy 60 miejsc.





Nadmotławie Apartments

Osiedle zbudowane przez firmę Robyng, położone tuż nad Motławą. Mieszkańcy mają dostęp do miejskich, ogólnodostępnych miejsc do cumowania, a zaledwie kilkaset metrów od osiedla znajduje się Przystań Sienna Grobla.

Tuż przy osiedlu powstała Marina Yacht Park z miejscami dla 120 jednostek. Jej atutem jest głębokość, która umożliwia cumowanie dużym, oceanicznym jachtom. Cała inwestycja została wybudowana na terenie, który niegdyś użytkował Dalmor, przedsiębiorstwo słynące z połowów dalekomorskich. W 2012 roku sprzedano jednak ostatni kuter, a Dalmor, któremu zostały już tylko atrakcyjne grunty trafił do Polskiego Holdingu Nieruchomości. I właśnie ta państwowa spółka wybudowała osiedle z mariną. To miejsce dla ludzi morza, ale niekoniecznie dla tych co szukają tylko ciszy i odpoczynku. Część dawnej bazy Dalmoru, która jest obok osiedla wciąż ma funkcje przemysłowe, a na pobliskich nabrzeżach panuje ruch. W styczniu doszło do nietypowej sytuacji, gdy jeden z mieszkańców Yacht Parku zgłosił skargę na nocny hałas i światło reflektorów ze statku Sztorm należącego do SAR. To jednostka ratownicza, która musi być utrzymywana w gotowości 24 godziny na dobę. Statek został przestawiony nieco dalej.

Choć osiedle stoi już od ponad dwóch lat, a deweloper poinformował, że wszystkie lokale mieszkalne zostały sprzedane to wiele lokali mieszkalnych wciąż stoi pustych. Także wiele lokali usługowych na parterze budynków nie jest wykorzystanych.

Z DAŁA OD ZGIEŁKU MIASTA

**RYNEK APARTAMENTÓW
I CONDOHOTELI**



Resorty i hotele światowych marek, condo i aparthotele, ekskluzywne apartamentowce. Na polskim wybrzeżu trwa boom inwestycyjny. Na celowniku deweloperów i inwestorów są coraz mniejsze miejscowości. Jest w nich to, czego prawie już nie ma w dużych miastach: tereny tuż koło plaży, nietknięta przyroda, spokój i cisza. Do tego niższe ceny gruntów oraz szansa na większy zarobek.



Autor: Michał Stankiewicz



***Luksusowy The View Hotel!
ma stanąć tuż przy plaży w Darłowie***

Jeszcze w latach 90., czy to deweloperzy stawiający nowoczesne apartamentowce, czy też światowe sieci hotelarskie, wszyscy lokowali się jedynie w dużych miastach. Stąd w pasie nadmorskim wyłącznie Trójmiasto mogło się nimi pochwalić. Dopiero w XXI wieku te same marki zaczęły odkrywać mniejsze miasta. Na pierwszy ogień poszły Świnoujście i Kołobrzeg – dwa kurorty z Zachodniopomorskiego, do których zawiązały znane sieci hoteli, a jednocześnie istniejące tam obiekty rozpoczęły intensywne modernizacje uzyskując wyższy standard. Ostatnia dekada przyniosła kolejny proces – rynek nieruchomości premium przeniósł się do jeszcze mniejszych miejscowości.

GIGANT W MIEJSCE LASU

Standarowym i najbardziej znanym symbolem tego boomu jest budowa Hotelu Gołębiwski w Pobierowie (gmina Rewal, województwo zachodniopomorskie). To popularna, ale typowo sezonowa miejscowość z nieco ponad tysiącem mieszkańców. Pokryta klimatycznym, sosnowym lasem i z piękną, piaszczystą plażą. Wzdłuż morza biegnie główna ulica z knajpami i sklepami, z letnią zabudową charakterystyczną dla małych wakacyjnych miejscowości.

I właśnie leśne Pobierowo wybrał Tadeusz Gołębiwski, na to, by postawić tam największy hotel w Polsce. Parametry: 11 kondygnacji nadziemnych, dwie podziemne, 1,2 tys. pokoi dla 3 tys. gości. Budowa zyskała jednak tyle samo zwolenników, co przeciwników. Postawienie kolosa wymagało nie tylko wycinki lasu, ale stanowi brutalną i trwałą ingerencję w naturalny krajobraz miejscowości. Obiekt miał ruszyć w tym sezonie, ale tak się nie stało. Nie wiadomo na ile wpływ na to miała nagła śmierć pomysłodawcy, a na ile sytuacja rynkowa gdyż firma oficjalnie nie udziela informacji. Budowa stale jednak elektryzuje opinię publiczną, a w jej cieniu jak grzyby po deszczu rosną, kolejne, ale już mniejsze i dopasowane do otoczenia inwestycje.

RETRO POBIEROWO

Od przeskalowanego Gołębiwskiego nowe hotele różni wiele. Nie tylko wielkość, która nie powinna naruszać otoczenia, ale i model biznesowy. O ile ten pierwszy powstaje wg klasycznego modelu – właściciel inwestuje, buduje i potem sam zarabia (lub też nie) to większość nowych obiektów powstaje jako condohotele lub aparthotele. Różnica pomiędzy nimi jest niewielka.

W condohotelach są zazwyczaj pojedyncze pokoje hotelowe bez aneksu kuchennego, a w aparthotelach apartamenty mieszkalne z oddzielną sypialnią oraz aneksem kuchennym. Co jednak najważniejsze te i te mają taki sam model biznesowy. Klienci kupują gotowy pokój lub apartament, po czym oddają go w najem profesjonalnemu operatorowi. Korzyści: mają gdzie odpoczywać, wartość ich majątku wzrasta wraz z wzrostem wartości nieruchomości, a jednocześnie czerpią co roku zyski z jego wynajmu.

W takim właśnie modelu, w Pobierowie, niedaleko od Gołębiwskiego powstaje Linea Mare. To 5 - gwiazdkowy hotel z tarasem dachowym, podgrzewanym basenem zewnętrznym i sporym zapleczem spa (baseny wewnętrzne, sauny, gabinety spa). Za oryginalny projekt architektoniczny oraz wnętrz odpowiada wrocławskie biuro Q2. Linea Mare ma tylko pięć kondygnacji przez co współgra z leśnym otoczeniem, a z powietrza przypomina literę J. Lekki charakter zaokrąglonego obiektu i kolorowe balkonowe ścianki działowe nadają mu klimatu retro. W środku zaplanowano 116 pokoi hotelowych i 119 apartamentów. Hotel ma być gotowy jesienią 2023 roku.



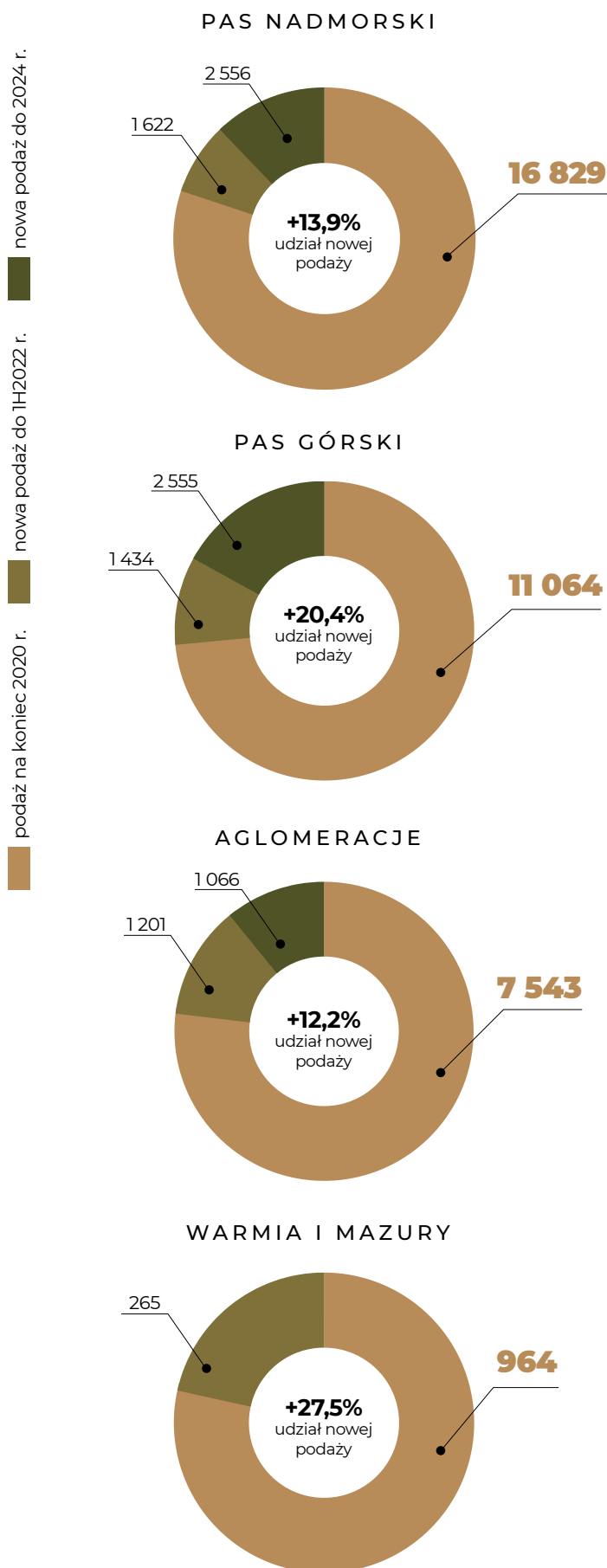


Formuła jest prosta - nabywcy kupują wykończony pokój hotelowy jednocześnie podpisując 10 - letnią umowę najmu z operatorem – Grupą Górskie Resorты, posiadającą w swoim portfolio już dziesięć luksusowych hoteli. Umowa najmu gwarantuje klientowi stałą, wypłacaną co miesiąc kwotę czynszu – od 6,8 do 7,2% całej ceny netto zapłaconej za lokal. Klient ma prawo do korzystania z apartamentu 14 dni w roku w ramach pobytu właścicielskiego. Wtedy stopa zwrotu zmniejszana jest o 1 punkt procentowy.

RADISSON ZA RADISSONEM

W sąsiedniej gminie Dziwnów, a dokładniej w Międzywodziu powstaje z kolei hotel, który będzie działać w sieci znanej marki Radisson Blu. Samo Międzywodzie jest jeszcze mniejsze od Pobierowa (liczy ponad 600 mieszkańców) i choć to nie pierwszy Radisson na tym wybrzeżu (są m.in. w Kołobrzegu i Świnoujściu), ale pierwszy budowany dosłownie w środku lasu, 300 metrów od plaży. I co ważne, wpisany w krajobraz. Za projekt również odpowiada biuro Q2. Obiekt z góry przypomina zaokrąglony „x”, a pięć kondygnacji pokrywa się wysokością z koronami drzew. W środku znajdzie się ponad 200 luksusowych i wykończonych pod klucz apartamentów. Dwu - i trzypokojowe lokale o powierzchni od 39 m² do 110 m², urządzone zostaną z wyraźnymi akcentami natury. We wnętrzach dominować będą kolory piasku i kamieni. Radisson Blu Resort Międzywodzie również będzie działać jako condohotel. Nabywcy pokoi oddadzą je w 15 letnią dzierżawę, po czym – poza zyskami - mogą liczyć na 21 - dniowy urlop właścicielski, z czego 7 dni w sezonie wysokim.

Prognozowany przyrost nowej podaży apartamentów inwestycyjnych do 2024 r. w relacji do podaży na koniec 2020 r.



Co ciekawe to nie ostatni Radisson jaki ma stać w tej okolicy. Jak podaje portal e-hotelarz kolejny ma powstać w Ustroniu Morskim.

Ta niewielka miejscowości koło Kołobrzegu, licząca niecałe 2,5 tys. przeżywa wręcz najazd inwestycji.

Wg wyliczeń e-hotelarz obecnie powstaje w niej ponad 20 inwestycji z około 2,5 (!) tysiącami pokoi i apartamentów wakacyjnych o podwyższonym standardzie, w tym m.in. pięciogwiazdkowe Vela Hotel & Resort i Baltic Jet.

NA WYDMIE LUB W BAZIE

Rosnąca konkurencja wymaga coraz większego wysiłku. Stąd inwestorzy konkurują nie tylko standardem, architekturą, czy też liczbą udogodnień, ale i oryginalnością miejsca. Zamożni klienci szukający czegoś więcej niż komfortu są skłonni więcej zapłacić.

Ważną kwestią jest zaufanie. Nie każdy biznes się udaje, a z tego ryzyka nie są przecież wyłączone condo i aparthotele. Stąd wielu wykonawców i operatorów wie, że kluczem do sukcesu jest zbudowanie wiarygodności.

Tak jak Grupa Arche i jej właściciel Władysław Grochowski. Mieszkaniec Lubelszczyzny i miłośnik wsi - od lat kupuje stare budynki, najczęściej po obiektach przemysłowych, które po znużonej rewitalizacji zamienia w perełki. Tak powstała Cukrownia Żnin, Hotel Tobbaco w Łodzi, czy też Dwór Uphagena przy ulicy Kieturakisa w Gdańsku w miejscu dawnego szpitala. W ciągu 30 lat Grochowski postawił już 17 hoteli, a pięć kolejnych jest w budowie. Stworzył przy tym własny System Arche, który opiera się na transparentnych zasadach rozliczeń i zysków. Swoim klientom firma gwarantuje zyski na poziomie 5% rocznie od ceny zakupu, ale deklaruje, że w praktyce są znacznie wyższe, bo na poziomie 12%. Co jednak odróżnia Arche od innych condohoteli to podział

Wybrzeże lepsze od gór

Jak wynika z raportu „Rynek hoteli oraz condohoteli w Polsce 2022” autorstwa Emmerson Evaluation w Polsce działa obecnie 35 tys. apartamentów condohotelowych, a w trakcie budowy jest kolejne 5 tys. Najwięcej z nich powstawało w pasie nadmorskim – 18 tys. apartamentów inwestycyjnych, a do 2024 ma być ich kolejne 2,5 tys. Na drugim miejscu są obszary górskie na południu kraju, a dopiero potem aglomeracje (Warszawa, Trójmiasto).

W pasie nadmorskim najwięcej inwestycji powstało na Pomorzu Zachodnim – Kołobrzegu i Rogowie, a największym nowo otwartym obiektem był Shellter Hotel & Apartments, który w swojej ofercie posiada 550 apartamentów. Duża koncentracja condo i aparthoteli jest też w gminach Dziwnów, Rewal, Ustronie Morskie. W tej ostatniej gminie wg portalu e-hotelarz powstaje obecnie aż 20 obiektów klasy premium z 2,5 tys. pokoi i apartamentów! Dzięki nowej trasie S6 wspomniany obszar jest dobrze skomunikowany ze Szczecinem, a dalej Niemcami (trasa Berlin – Kołobrzeg zajmuje 2,5 godziny), a także z południem Polski (trasa S3). Do Kołobrzegu dojeżdża Pendolino, w budowie jest też trasa S11 ze Śląska. Druga połowa S6 na terenie Pomorskiego jest w planach.





Origin ReVital Mechelinki

zysków z całej działalności obiektu – nie tylko od noclegów, ale i gastronomii, organizowanych bankietów, konferencji, czy też SPA. W ten sposób Arche sprzedało już 2 tys. pokoi.

Tym razem Arche postanowiło zainwestować tuż nad samym morzem kupując 6,5 hektarowy grunt po... bazie lotnictwa wodnego. Przed wojną stacjonowało tam Luftwaffe, a do lat 90. obiekt używało Wojsko Polskie. Teraz stanie tam Fabryka Samolotów Mielno. W pierwszym etapie powstanie budynek ze 120 lokalami z aneksami kuchennymi. W budynku dawnego hangaru także będą pokoje hotelowe, apartamenty z widokiem na morze i jezioro oraz restauracja. Wylano już ławę fundamentową i powstają pierwsze ściany. Obiekt będzie gotowy w przyszłym roku.

Inwestycja jest wyjątkowa nie tylko o racji charakteru miejsca, ale położenia. Mielno leży pomiędzy morzem, a jeziorem Jamno, stąd wodę mamy po dwóch stronach obiektu.

Z kolei na luksus postawili pomysłodawcy The View Hotel w Darłowie. Ten condohotel również powstaje w pierwszej linii brzegowej, ale na wydmie. Standard pięć gwiazdek, apartamenty od powierzchni 23 metrów, a największy 157 metrów. Wszystkie będą mieć tarasy (największy 51 metrów). Wnętrze ma być luksusowe i nowoczesne, z wykorzystaniem rękodzieł, fotografii artystycznej, kamieni szlachetnych, w tym bursztynu. Warunki: po nabyciu apartamentu właściciel zawiera z operatorem umowę najmu na 15 lat z prawem do 21 dni urlopu właścicielskiego.

DO ODPOCZYNKU I REHABILITACJI

Pomorskie wybrzeże wypada dość skromnie na tle Pomorza Zachodniego, gdyż skala inwestycji jest wielokrotnie mniejsza. Co nie znaczy, że nie się nie dzieje.



W Mechelinkach powstaje Origin ReVital Mechelinki. To położony tuż przy plaży kompleks kilku nowoczesnych budynków, których architekturę charakteryzuje minimalizm i prostota, nawiązująca do nadmorskiego modernizmu.

Cały kompleks ma mieć 4 obiekty. Jego sercem będzie hotel rehabilitacyjny z 63 pokojami, połączony ze strefą rehabilitacyjną o powierzchni 1000 m., basenem aqua fitness i restauracją. Kolejny budynek zajmować będzie 55 Senioralnych Mieszkań Serwisowych, czyli apartamentów przeznaczonych dla tych seniorów. Kolejne dwa budynki to 112 apartamentów o różnej wielkości. Każdy będzie posiadać taras lub ogródek, a największe - ulokowane na trzecim piętrze budynku - prywatne wejście na taras urządzone na dachu.



Kanadyjska firma Origin zajmuje się od lat opieką senioralną i rehabilitacją. Pojawiła się też w Polsce – działają tutaj Origin Polska i Origin Investments. Właśnie ta ostatnia spółka stoi za projektem w Mechelinkach. Trwa już sprzedaż mieszkań senioralnych i apartamentów. Wg spółki – oczekiwana stopa zwrotu dla inwestorów szacowana jest na poziomie 7 do 15% rocznie. Jej dokładna wysokość zależy od momentu dołączenia do projektu oraz wybranego sposobu inwestycji.



W Jastarni gdański deweloper Euro Styl
wybuduje dwa kompleksy - Wydmy i Las

APARTAMENT NA WYNAJEM I WAKACJE

W ślad za hotelami w małych miejscowościach pojawiają się nowoczesne osiedla i luksusowe apartamentowce. Potencjalni nabywcy mieszkań mogą liczyć od razu na opiekę profesjonalnego operatora, który w ich imieniu będzie zarządzać nieruchomością.

Nowoczesne apartamentowce można zobaczyć już praktycznie w każdej miejscowości – od Gdyni po Władysławo. Pojawiają się też w pasie nadmorskim i także na półwyspie. Większość ma charakter inwestycyjny, co oznacza, że stali mieszkańcy są w nich w zdecydowanej mniejszości lub nie ma ich w ogóle.

W Jastarni buduje gdański deweloper Euro Styl. Obok siebie powstają dwie inwestycje. Las – to trzy kameralne, 3 piętrowe budynki z apartamentami o powierzchniach od 30 do 108 m kw.,

ogródkami na parterach i tarasami, balkonami lub loggiami na piętrach. W ofercie sprzedaży pozostało już tylko kilkanaście z 60 apartamentów. Z kolei Wydma – to dwa 3 piętrowe kameralne budynki - 59 apartamentów o powierzchni od 39 do 74 mkw. Wszystkie zostały już sprzedane. Klienci, którzy traktują je wyłącznie jako inwestycję mogą podpisać umowy operatorskie ze spółką należącą do Grupy Dom Development.

- Wszystkie apartamenty zostaną wykonane w standardzie pod klucz, a klienci mają do wyboru jeden z trzech stylów:

Słońce, Woda i Wiatr – mówi Anna Tuszyńska, dyrektor sprzedaży w Euro Styl. - Słońce jest miękkie, operuje ciepłymi barwami, Woda jest stonowana i elegancka, a Wiatr ma w sobie więcej mocy i żywiołu – ciemniejsze, ostrzejsze barwy. Funkcjonalne aneksy kuchenne wyposażone zostaną w sprzęt AGD, a w łazienkach znajdzie się m.in. zabudowa meblowa z umywalką i pralką oraz prysznic typu walk-in.

Autorem bryły i zagospodarowania terenu jest pracownia Rayss Group, której pro-



jekty cechują proste bryły zatopione w naturalistycznej zieleni. Z kolei za aranżację eleganckich minimalistycznych, szlachetnych wnętrz, odpowiada pracownia Moniki Potorskiej.

W inwestycjach Wydma i Las zastosowane zostaną m.in. pompy ciepła zapewniające odpowiednią temperaturę w apartamentach czy panele fotowoltaiczne wykorzystujące energię słoneczną i pozwalające zoptymalizować koszty eksploatacji części wspólnych. Automatyczne ograniczenie korzystania z energii poza sezonem przyniesie właścicielom wymierne oszczędności. Na terenie inwestycji powstaną także ogrody deszczowe, które zapewniając małą retencję w naturalny sposób wesprą istniejący ekosystem.

NA STAŁE I NA WAKACJE

W Kołobrzegu swoje osiedle „Fale Bałtyku” buduje Granit S.A. Na terenie 6 hektarów stanie 8 nowoczesnych budynków, a centralną rolę dla całego zespołu będzie odgrywać park. Pod płytą parku znajdzie się z kolei wewnętrzna strefa z miejscem spotkań, coworkingu, klubem malucha, salą fitness i strefą saun.

W ramach pierwszego etapu powstanie budynek z 128 mieszkaniami – o powierzchni od

26 do 95 m kw. Poza halą garażową i patio do wyłącznej dyspozycji mieszkańców będzie w nim sala fitness z sauną. Ceny: od 7050 zł za m kw., a terminy odbiorów zaplanowano na koniec 2023 roku.

„Fale Bałtyku” to zarówno oferta dla stałych mieszkańców jak i szukających mieszkania wakacyjnego. - Nasza inwestycja to klasyczne osiedle mieszkaniowe, klienci mogą użytkować swoje mieszkanie tak jak chcą, nie narzucamy konieczności wynajmowania czy urządzenia według przyjętego klucza – mówi Sambor Mieruszewski, dyrektor sprzedaży i marketingu Granit S.A. - W przypadku klientów, którzy jednak będą chcieli wynajmować swoje mieszkanie albo wykończyć je pod klucz mają u nas taką możliwość – dodaje Mieruszewski.

Oferta cieszy się dużym zainteresowaniem wśród mieszkańców Kołobrzegu. Są też klienci z Poznania, Wrocławia, Szczecina, Trójmiasta i zagranicy, którzy kupują lokal jako tzw. drugi dom na morzem. Kołobrzeg łączy cechy nadmorskiego kurortu z miastem, dzięki trasie S6 i S3 zyskał szybkie połączenie ze Szczecinem i Wrocławiem, stanowi także ostatni przystanek na trasie Pendolino.



Fale Bałtyku to nowe osiedle w Kołobrzegu, które będzie się składać z ośmiu budynków i centralnie ułożonego parku



W GRUPIE JEST SIŁA

Rozbudowana baza logistyczna pozwala na czas dostarczyć zamówienie w każde miejsce w Polsce. Profesjonalna kadra doradców handlowych proponuje klientom najbardziej korzystne rozwiązania, które urzeczywistniają sprawdzeni wykonawcy rekomendowani przez istniejący od 1989 roku Izobud. Jego Dyrektorka Zarządzająca Wioletta Kado podkreśla, że dziś jakość i czas mają niebagatelne znaczenie, dlatego w obu centrach budowlanych firmy w Somoninie i w Dzierżążnie materiały budowlane są praktycznie dostępne od ręki.

Jak bardzo zmieniło się przez trzy dekady budownictwo?

Branża budowlana przeszła ogromną transformację, przede wszystkim na przestrzeni ostatnich lat zmieniły się potrzeby klientów, ich możliwości finansowe. Od lat 90-tych pojawiło się w Polsce wiele nowoczesnych materiałów budowlanych,

nowych technologii, dzięki którym klienci mogli sobie pozwolić na budowę domów o większej powierzchni, ładnych, komfortowych. Nowe możliwości finansowe, ulgi budowlane, kredyty na preferencyjnych warunkach, to wszystko sprzyjało branży. Od 2010 roku popularne stały się domy w nowoczesnej stylistyce, energo-

oszczędne, które stanowią wyznacznik dobrobytu. Niestety w tym roku szalejący wzrost cen materiałów budowlanych, brak surowca w fabrykach, a co za tym idzie ograniczony dostęp do materiałów budowlanych w hurtowniach, spowodował wiele zawirowań, ale staramy się jakoś sobie radzić.

Wydaje się, że sytuacja geopolityczna zaciągnęła hamulec w branży. Tak się rzeczywiście dzieje?

Patrzmy na nadchodzące miesiące z obawą. Mamy wrażenie, że tak źle jeszcze nie było, klient detaliczny nie ma pieniędzy, co już odczuwają dotkliwie hurtownie podobne do naszej. Na skutek wysokich stóp procentowych duża część społeczeństwa ogranicza inwestycje, każdy woli spłacić zobowiązanie w pośpiechu niż zaciągnąć nowe. Wzrost cen materiałów budowlanych, wysoka inflacja, brak perspektyw, odpływ pracowników budowlanych na Ukrainę, wzrost wynagrodzeń równoznaczny z wyższymi kosztami dla firm, wszystko to ma wpływ na nastroje w branży i na spadek rentowności. Myślę, że rok 2023 będzie dla całej branży bardzo trudny.

Co oferuje swoim klientom Izobud?

Materiały budowlane ciężkie, narzędzia, elektronarzędzia, artykuły wykończeniowe, bhp, chemię budowlaną, bramy garażowe, ogrodzenia, kostki, kamień ogrodowy, praktycznie wszystko, co potrzeba na inwestycję budowlaną. Działamy przede wszystkim na terenie województwa pomorskiego. Nie stanowi dla nas problemu jednak wysłanie towaru pod wskazany adres w Polsce czy za granicę. Posiadamy dwa centra budowlane w Somoninie przy ul. Dworcowej 3 oraz w Dzierżąźnie przy ul. Kartuskiej 10b.

Skąd pomysł, aby zainicjować Akademię Budowlaną Izobudu?

Akademia Budowlana jest skierowana dla wszystkich, którzy są zainteresowani branżą budowlaną, od architekta, po wykonawcę, dewelopera, aż po hurtownię materiałów budowlanych. Wystarczy się zapisać na stronie www.izobudmb.pl, zostać naszym Klientem, robić zakupy. Korzyści jakie daje udział w Akademii Budowlanej to przede wszystkim udział w konferencjach, szkoleniach, dostęp do świeżych informacji o dynamicznie zmieniającym się rynku budowlanym, ale, co najważniejsze, możliwość brania udziału w corocznym konkursie, w którym nagrodą jest wyjazd szkoleniowo – integracyjny w różne piękne miejsca na świecie. Cztery lata temu zaczęło się niewinnie od wyjazdu do Pragi dla strategicznych Klientów, następnie na Kretę. Dwa lata temu byliśmy na Zanzibarze, w marcu tego roku mieliśmy okazję poznać Jamajkę a w marcu 2023 lecimy do Tajlandii. Dzięki naszym pomysłom, wspólnej inte-



gracji, klienci poznają się, zaprzyjaźniają, robią wspólne interesy. Relacje są dla nas najważniejsze!

Podkreśla Pani, że receptą na sukces firmy są ludzie. Dlaczego?

Przysłowie mówi: „Co dwie głowy to nie jedna” - dla mnie to jedna z najważniejszych zasad w biznesie. Uwielbiam pracować z ludźmi, tworzyć kreatywne zespoły. Nasz Zespół Izobud składa się z pracowników pozytywnie nastawionych do życia i pracy. Nasi klienci nazywają nas „Swojakami”, jest im z nami po prostu dobrze, jak w domu, a to dla mnie osobiście

jest ważny wyznacznik sukcesu. Uwielbiam pracować w grupie, gdzie razem konfrontujemy nasze poglądy, szukamy rozwiązań, tworzymy nowe strategie. Mamy wspólne cele i wspaniałe środowisko pracy, dlatego wszyscy jesteśmy zaangażowani, a dzięki temu osiągamy dobre wyniki, realizujemy plany.

Na czym polega strategia rozwoju Państwa firmy? Jest Pani zadowolona z jej dynamiki?

Pracuję w Izobud Sp. z o.o. prawie 6 lat i strategia, którą wybrałyśmy wspólnie z Panią Prezes, Anną Górską bardzo nas



satisfakcjonuje i oczywiście przynosi oczekiwane wyniki finansowe. Już kilka lat temu zaczęliśmy realizować strategię błękitnego oceanu, czyli szukać, nowych, niezajętych jeszcze przez konkurencję obszarów, nowych rynków zbytu, nowych produktów, ciekawych rozwiązań. Inwestujemy w nowoczesne rozwiązania ekologiczne, logistyczne, szkolimy się dla naszych Klientów, organizujemy wykłady, warsztaty, konferencje, ciągle się czegoś nowego uczymy, a to przynosi efekty finansowe i dużą satysfakcję zawodową.

Co wyróżnia Państwa na tle konkurencji?

Dla nas konkurencja jest bardzo ważna, szanujemy ją, trochę podglądamy, natomiast tak staramy się prowadzić nasz biznes, tworzyć własną przestrzeń ryn-

kową, gdzie konkurencja nie jest dzisiaj aż tak istotna. Przewagę konkurencyjną uzyskujemy w wielu obszarach. To, co nas wyróżnia to rozbudowana baza logistyczna – zawsze i na czas w każde miejsce w Polsce jesteśmy w stanie szybko dostarczyć materiały budowlane. Specjalistyczne auta z HDS-em dostarczą towar w najtrudniejszy teren, a to dzisiaj bardzo ważny aspekt. Profesjonalna kadra doradców technicznych jest w stanie każdy towar budowlany dostarczyć dla klienta, bądź zaproponować mu alternatywne rozwiązanie. Większość materiałów budowlanych mamy na magazynach, są dostępne od ręki. Przewagę konkurencyjną zdobywamy też dzięki Akademii Budowlanej, tworząc konkursy dla Klientów, Konferencje, spotkania integracyjne. W tym roku dołączyliśmy do grupy zakupowej

Dach Holding S.A. po to, aby dla naszych klientów zaproponować szeroką ofertę rozwiązań dachowych.

Nie boi się Pani planować?

Nie mamy zamiaru się zatrzymywać, mimo niepokojących informacji z rynku. Na pewno na jakiś czas powstrzymamy się przed nowymi inwestycjami. Co do strategii na najbliższe miesiące, trudno powiedzieć – obserwujemy rynek, rozmawiamy z dostawcami i klientami, szukamy wspólnie na ten nadchodzący kryzys rozwiązań. W marcu 2023 roku zamierzamy z Akademią Budowlaną wyjechać na szkolenia do Tajlandii, także nie ma dla nas na ten moment hamulców. Jak to mówi Pani Prezes: „W GRUPIE JEST SIŁA”, pod tym hasłem wejdziemy w nowy rok 2023.



FALE BAŁTYKU

GRANIT SPÓŁKA AKCYJNA

ZŁAP SWOJĄ FAŁĘ W KOŁOBRZEGU

Fale Bałtyku to nowoczesne i komfortowe osiedle stworzone dla osób ceniących aktywny tryb życia oraz spokój.

Mieszkania powstają w zacisznej, zielonej części Kołobrzegu, zaledwie kilka kilometrów od plaży.

Nasza Inwestycja wyróżnia się najwyższą jakością projektu, starannością wykonania. Nowoczesna nadmorska architektura idealnie wpisuje się w charakter okolicy i klimat Kołobrzegu.



Zielona
infrastruktura



Fitness
i sauna w budynku



Metraże
26 m² - 96 m²



5 min
od centrum i plaży

już od 7 400 zł/m²

ul. Kolumba 23

falebaltyku.pl

Zapytaj o ofertę

+48 669 111 222

sprzedaz@granitsa.pl

GRANIT
SPÓŁKA AKCYJNA



NOWA INWESTYCJA H+H NA POMORZU WIĘCEJ KORZYŚCI DLA KLIENTÓW

Zakład produkcji silikatów w Redzie to przykład konsekwentnej realizacji strategii, łączącej hasło „Partner w budowaniu ścian” z odpowiedzialnym podejściem do dbałości o środowisko naturalne. O najnowszej inwestycji opowiada Michał Daszkiewicz, Dyrektor Sprzedaży i Marketingu oraz Członek Zarządu H+H Polska.

W dniach 13-14 września 2022 roku nastąpiła inauguracja nowoczesnego zakładu produkcyjnego H+H w Redzie. Zaczniemy od informacji podstawowych: od kiedy firma istnieje na polskim rynku i jaki jest główny profil jej działalności? Firma H+H International A/S ma bardzo długą tradycję, ponieważ powstała w roku 1909 w Danii i do dnia dzisiejszego zajmuje się produkcją materiałów budowlanych. H+H Polska jest częścią Grupy H+H International A/S i na polskim rynku funkcjonuje od 2006 roku. Firma zajmuje się produkcją najwyższej jakości ekologicznych bloczków ściennych wykorzystywanych przy budowie wszelkiego typu obiektów – od projektu domu jednorodzinnego, poprzez duże projekty mieszkaniowe po budynki przemysłowe, handlowe czy

użyteczności publicznej. Początkowo zajmowaliśmy się wytwarzaniem produktów z betonu komórkowego, a od 2018 roku poszerzyliśmy działalność o produkcję elementów silikatowych. Rocznie zaopatrujemy polski rynek w około 1,8 miliona m³ materiałów ściennych, co oznacza, że statystycznie ściany co szóstego budynku w Polsce powstają z naszych bloczków. Rozwijamy się bardzo dynamicznie. Od początku działalności w Polsce obroty spółki zwiększyły się 7-krotnie, a nakłady inwestycyjne – w ochronę środowiska, bezpieczeństwo pracy, modernizację linii produkcyjnych – sięgają co roku wielu milionów złotych. Nowy zakład jest 14 zakładem produkcyjnym H+H w Polsce, pierwszym projektem typu greenfield i drugą fabryką w Trójmieście.

W marcu 2020 r. uzyskali Państwo pozwolenie na budowę nowej fabryki. Wtedy właśnie Polska zmagająca się z pierwszą falą pandemii. Jak wpłynęło to na organizację prac?

Niestety z powodu wybuchu pandemii proces budowy mógł rozpocząć się dopiero w sierpniu 2021 roku. Od tego momentu tempo prac budowlanych było błyskawiczne, a zakład w Redzie powstał w ciągu 11 miesięcy. Inwestycję zrealizowaliśmy w 100% zgodnie z harmonogramem oraz budżetem, pomimo wzrostu cen materiałów budowlanych i usług. Prace budowlane oraz montaż linii technologicznych ukończyliśmy w czerwcu 2022 roku, w lipcu uzyskaliśmy pozwolenie na użytkowanie, zaś podczas wrześniowej uroczystości otwarcia goście mogli obejrzeć zarówno nowoczesną infrastrukturę,



jak i pierwsze wyprodukowane na nowej linii bloczki silikatowe.

Na czym polega innowacyjność tej inwestycji?

Nowa fabryka została wyposażona w sprawdzone rozwiązania techniczne, a proces produkcji jest zautomatyzowany – w tym celu zamontowaliśmy urządzenia solidnych marek, jak Masa, Eirich, Lin-tech, Kuka czy Kapeko. Nowoczesny park maszynowy zapewnia najwyższą jakość produktów, a technologia zakładu jest ekologiczna i wspiera zrównoważony rozwój. Aby skutecznie obniżyć energochłonność, stosujemy m.in. odzysk ciepła z autoklawizacji oraz napędy o wysokiej efektywności. Budynek nowej hali też musiał spełnić wiele wymogów, jak np. surowe normy akustyczne, które wymagały zastosowania specjalnej konstrukcji ścian. Zaawansowana infrastruktura umożliwia skuteczne zwiększenie wolumenu produkcji: od 60 tys. m³ bloczków silikatowych na start do 120 tys. m³ rocznie w kolejnych etapach. To sprawia, że 14 zakład H+H Polska jest modelowym przykładem nowoczesnych rozwiązań w zakresie produkcji silikatów.

Innowacją jest też hybrydowa produkcja. To pierwsza placówka H+H w Europie, w której dwa zakłady zlokalizowane są tuż obok siebie na jednym terenie.

Tak, nowy obiekt został wybudowany na terenie istniejącego już zakładu produkującego bloczki z betonu komórkowego należącego do H+H Polska. Produkcja betonu komórkowego i silikatów odbywa się w dwóch oddzielnych fabrykach zlokalizowanych na tym samym terenie, które wykorzystują wspólne magazyny wyrobów gotowych, infrastrukturę drogową oraz sieci wodno-kanalizacyjne. Hybrydowe połączenie oznacza wspólną hydroformię, kotłownię gazową, zasilającą parą nasyconą autoklawy w obu zakładach oraz jeden dział utrzymania ruchu, który dba o obie linie technologiczne.

Czy duoproduktowa oferta wzmacnia pozycję rynkową spółki jako „Partnera w budowaniu ścian”?

Zdecydowanie. Produkcja nowoczesnych produktów z betonu komórkowego i z silikatów w jednym miejscu to strategiczny krok w rozwoju przemysłu materiałów budowlanych w Polsce. Takie działanie nie tylko znacząco wzmacnia pozycję H+H na Pomorzu, ale przede wszystkim przekłada się na atrakcyjność oferty dla naszych klientów. Nowy zakład produkcji elementów silikatowych pozwala na szybką i sprawną realizację zamówień, przy jednoczesnym skróceniu czasu dostawy. Dzięki temu możliwe jest sprawne realizowanie projektów budowlanych w każdym segmencie rynku – od projektu domu indywidualnego po duże projekty mieszkaniowe, handlowe lub przemysłowe.

Nie bez znaczenia jest też lokalizacja. Dlaczego Trójmiasto?

To region, który od kilku lat notuje wzrost zainteresowania inwestycyjnego. Trójmiejscy deweloperzy wykazują dużą aktywność, a budownictwo dla sektora turystycznego stale się rozwija. H+H z nową inwestycją wpisuje się w dynamikę regionu, jednocześnie odpowiadając na potrzeby tutejszego rynku. Dzięki nowemu zakładowi elementy z betonu komórkowego i produkty silikatowe będą dostępne na wyciągnięcie ręki. Skorzystają na tym zarówno dystrybutorzy, jak i klienci końcowi, ponieważ czas dostaw i sprawna organizacja logistyki mają dziś bardzo duże znaczenie.

Czy to prawda, że łączą Pana szczególnie „więzi” z tą inwestycją oraz samym Trójmiastem?

Trójmiasto jest rzeczywiście szczególnym miejscem dla mnie prywatnie – stąd pochodzę i tu mieszkam, a na przestrzeni lat byłem świadkiem dużej przemiany gospodarczej tego obszaru Polski. Tym bardziej

jestem dumny z faktu, że to właśnie w Trójmieście firma H+H zrealizowała kolejną ważną dla naszej firmy inwestycję, która daje również możliwość dalszego rozwoju Regionu Pomorza, w tym Trójmiasta. Poprzez idealną lokalizację zakładu w samym centrum inwestycyjnym Regionu, umożliwimy Trójmiejskiemu rynkowi budowlanemu jeszcze szybszy, sprawniejszy i efektywniejszy rozwój.

Wspomniał Pan o ekologii, a troska o środowisko naturalne jest jednym z priorytetów firmy H+H. Jak nowa inwestycja pozwoli realizować cele w tym aspekcie?

Duoproduktowa oferta i dostępność najwyższej jakości produktów na wyciągnięcie ręki pozwoli znacząco ograniczyć wielkość transportu. Pozytywny wpływ nowego zakładu CSU Reda oznacza rocznie ok. 734 tys. mniej przejechanych kilometrów, co równa się 18 okrążeń dookoła kuli ziemskiej. Wynika to z faktu, iż przed powstaniem zakładu w Redzie, transportowaliśmy produkty silikatowe na rynek Pomorza z naszych zakładów oddalonych o ok. 300 km. Pozwoli to znacząco zredukować emisję CO₂. W ten sposób H+H wykonuje kolejny krok w realizacji jednego z najważniejszych strategicznych celów Grupy H+H International A/S, jakim jest osiągnięcie zerowej emisji netto do 2050 roku. Jesteśmy firmą która kładzie ogromny nacisk na działalność w zgodzie z ideą zrównoważonego rozwoju począwszy od codziennej działalności operacyjnej, po działania strategiczne grupy. Nasze ambicje zostały wyrażone w opublikowanym Raporcie Zrównoważonego Rozwoju Grupy H+H i stanowią one zarówno drogowskaz jak i konkretny plan działań na najbliższe lata. Wierzymy, że takie działanie firmy pozytywnie wpłynie na życie przyszłych pokoleń dla których budujemy w końcu miejsca przyszłego zamieszkania.

Dziękuję za rozmowę.



TERMINALE KONTENEROWE

GDAŃSK WCIAŻ ROŚNIE. ŚWINOUJŚCIE CHCE TEŻ

Światowy handel opiera się na transporcie morskim, który obsługuje 90% ładunków. Coraz istotniejszą rolę odgrywają w nim kontenery. Za rynkiem starają się podążać polskie porty, których łączne możliwości przeładunkowe wynoszą obecnie około 5,076 mln TEU rocznie, a mają wzrosnąć do prawie 9 mln. Liderem przeładunków jest gdański Baltic Hub (dawniej DCT), a po nim gdyńskie terminale. Trójmiejskie porty mogą jednak wkrótce doczekać się nowego rywala – ma być nim planowany terminal kontenerowy w Świnoujściu.





Gdy w 2016 roku do Gdańska wpływał kontenerowiec MSC Maya o długości 395 metrów i ładowności ponad 19 tysięcy TEU pisały o tym wszystkie media. Należący grupy Mediterranean Shipping Company statek zacumował przy jedynym wtedy istniejącym terminalu głębokowodnym. Szybko okazało się, że to dopiero początek. Już w 2019 roku pobito kolejny rekord – do Gdańska wpłynął jeden z największych na świecie MSC Gülsün, należący do tego samego armatora co MSC Maya. Długość Gülsüna to już 400 m, a ładowność to przeszło 23 tysiące TEU. Być może przed nami kolejne rekordy, bo kontenery dominują w przewozach morskich, a armatorzy budują coraz większe jednostki.

PIONIERSKA GDYNIA, GDAŃSKI HUB

Zdobywcą rekordowych zawinięć jest gdański Baltic Hub, wcześniej znany pod nazwą DCT. To hegemon zgarniający ponad połowę krajowych ładunków. Gdy startował w 2007 roku zajmował obszar 36 hektarów, miał nabrzeże 650 m i mógł przeładować rocznie 500 tys. TEU. W latach 2008 – 2014 wielkość przeładunków wzrastała co roku przeciętnie aż o 57% stąd terminal był stale powiększany. W 2016 uruchomiono kolejne nabrzeże, a potencjał przeładunkowy doszedł do 2,95 milionów TEU rocznie. To ponad połowa całego polskiego potencjału. Co więcej – Baltic Hub ma status

huba, czyli portu, który obsługuje regularne linie kontenerowe Azja - Europa. Tuż koło niego działał Gdański Terminal Kontenerowy (70 tys. TEU).

Mniejszym portem, ale za to z dłuższymi tradycjami jest Gdynia. Tutaj w 1979 roku powstał Bałtycki Terminal Kontenerowy. Jego zdolność przeładunkowa wynosi 1,2 mln TEU. W pobliżu jest Gdynia Container (636 tys. TEU).

Najsłabiej wypada dzisiaj zachodnie wybrzeże. W zespole portów Szczecin - Świnoujście działają zaledwie dwa niewielkie terminale: DB Port Szczecin (150 tys. TEU) i OT Port Świnoujście (70 tys. TEU). Tym samym ich udział w liczącym blisko 5,076 mln TEU polskim potencjale przeładunkowym wynosi nieco ponad 4%.

2 MLN TEU W ŚWINOUJŚCIU

Ta sytuacja ma się jednak zmienić, gdyż zachodnie wybrzeże szykuje się do walki o kontenerowy tort. I ma do tego atuty. Porty w Szczecinie i Świnoujściu, które stanowią jeden zespół są atrakcyjnie położone i dobrze skomunikowane. Leżą na drodze łączącej Skandynawię ze środkową i południową Europą, a także na najkrótszej drodze morskiej łączącej Finlandię, Litwę, Łotwę i Estonię z Niemcami i Europą Zachodnią. W zasięgu



”

Charles Baker

Dyrektor zarządzający
i członek zarządu
Baltic Hub w Gdańsku



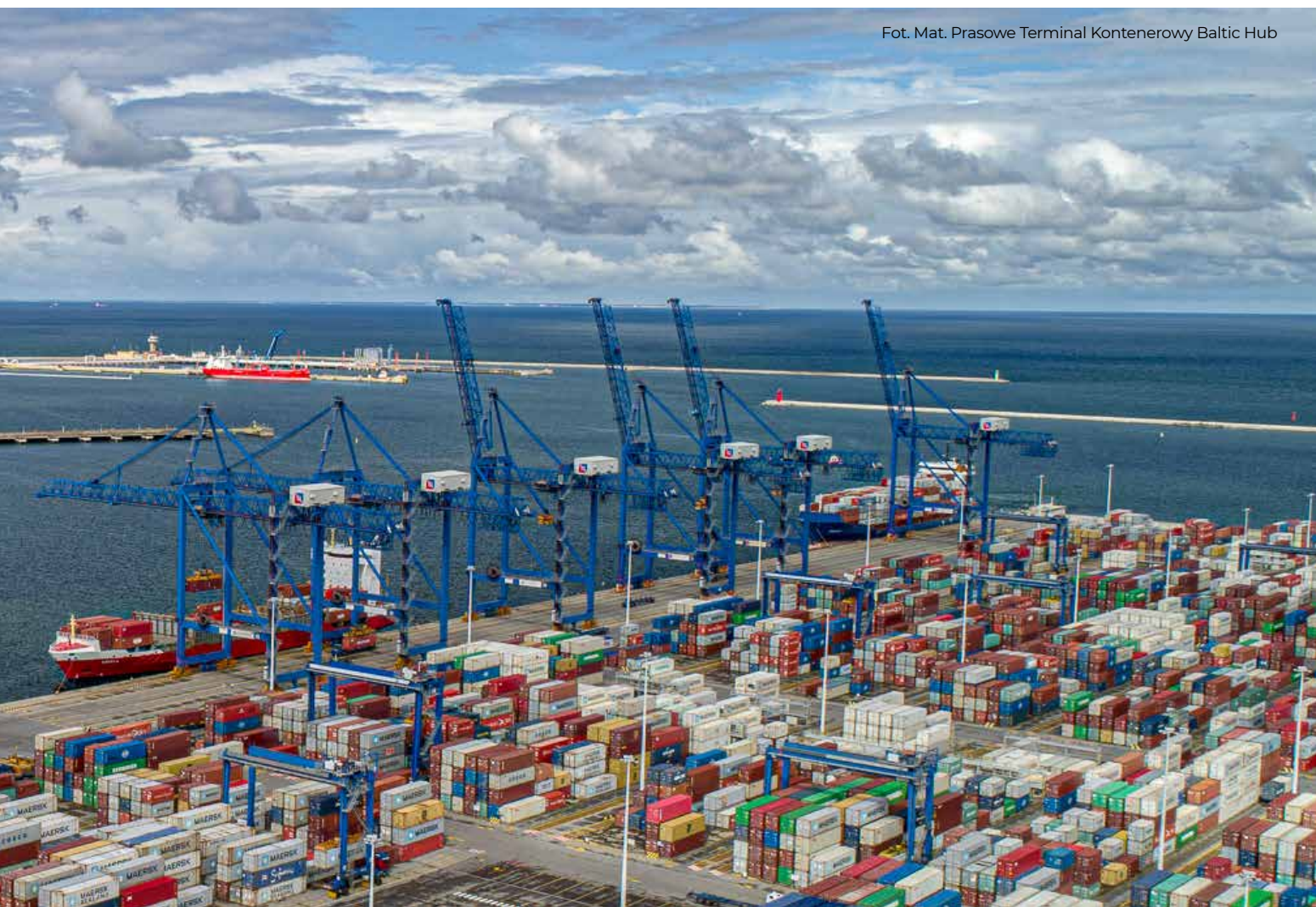
Od pojawienia się COVID-19 w 2020 roku globalne łańcuchy dostaw funkcjonują w sytuacji permanentnego kryzysu. Dodatkowo agresja Rosji na Ukrainę przyczyniła się do wzrostu inflacji, cen energii i niepewności na rynku.

Jeśli chodzi o nasze inwestycje i zwiększenie mocy przerobowych, mając wiarygodnych i doświadczonych partnerów w budowie - Budimex i Dredging International NV - jesteśmy pewni, że dotrzemy do wyznaczonych ram czasowych, co naszym zdaniem jest ważne dla utrzymania otwartego i swobodnego przepływu łańcucha dostaw dla polskich importerów i eksporterów. Rynek pracy w regionie zacieśnia się, zwłaszcza w przypadku niektórych wykwalifikowanych stanowisk technicznych, takich jak informatycy i technicy. W 2023 r. dzięki inwestycjom w T3, Baltic Hub wprowadzi automatyczne suwnice placowe, które złagodzą presję rekrutacyjną, a także zmienią charakter pracy. Oznacza to, że będziemy mogli

dosłownie dostosować godziny rozpoczęcia i zakończenia zmiany dla niektórych pracowników i z czasem zwiększyć różnorodność siły roboczej, która tradycyjnie była zdominowana przez mężczyzn.

Sytuacja geopolityczna zawsze będzie wpływać na handel i zaufanie konsumentów. Baltic Hub pełniło rolę portu węzłowego dla rosyjskiego importu i eksportu, który łączył się z i ze statkami liniowymi z Dalekiego Wschodu. Ten przepływ ładunków został zatrzymany ze względu na trwającą sytuację i nie powróci, dopóki sankcje nie zostaną złagodzone. Niemniej jednak rynek jest zaskakująco odporny, a utracone wolumeny zastąpiła kombinacja innych kierunków bałtyckich, polskich ładunków importowych i eksportowych, a nawet ładunków przewożonych na Ukrainę, ponieważ porty ukraińskie pozostają zamknięte. Oczywiście mamy nadzieję na pokojowe rozwiązanie trwającego konfliktu i powrót do okresu stabilności na rynkach światowych.

Fot. Mat. Prasowe Terminal Kontenerowy Baltic Hub





Wojciech Szymulewicz

Prezes Zarządu
BCT Gdynia



Rok ubiegły dla BCT jak i dla całej branży kontenerowych przewozów morskich był niespodziewanie udany. Niemniej jednak zmiany geopolityczne, które przyniosła ze sobą wiosna tego roku nie pozostają bez wpływu na obecną koniunkturę. Terminal, jak zresztą cała gospodarka, będzie musiał zmierzyć się z niekontrolowanymi wzrostami kosztów w obszarze energetycznym i paliwowym, a przy skali naszej działalności i jej energochłonności będzie to miało kluczowe znaczenie dla produktywności. Dość powiedzieć, że tylko w obszarze energii elektrycznej w najbliższym czasie spodziewamy się kilkukrotnej podwyżki stawki. A ponieważ podwyżki dotkną nie tylko nas ale i naszych kontrahentów spowoduje kolejne obciążenia dla naszej bieżącej działalności. Niestety, w obecnej sytuacji my również będziemy zmuszeni przenieść ten niekontrolowany wzrost kosztów na naszych klientów.

Przygotowujemy się również do reorganizacji naszej działalności z uwzględnieniem zaplanowanego przez ZMPG od czerwca 2023 remontu nabrzeża Helskie I, z którego korzysta BCT. Będzie to kolejne wyzwanie pomimo tego, że na czas remontu przyznano nam alternatywne miejsca do prowadzenie operacji. Jednak sama reorganizacja operacji oraz jej koszty przynajmniej w pierwszym okresie na pewno będą wyzwaniem w zakresie utrzymania najwyższej jakości usług oferowanych dotychczas klientom.

są też całe Niemcy i Europa Zachodnia z ich potężną infrastrukturą drogową, a leżące dosłownie na granicy Szczecin i Świnoujście są przecież w nią wplecione.

Dlatego w Świnoujściu ma powstać port zewnętrzny z głębokowodnym terminalem kontenerowym. Jego zdolność przeładunkowa ma wynieść 2 mln TEU, co stawiałoby go na drugim miejscu w Polsce – tuż po Baltic Hub. Terminal ma móc jednocześnie obsługiwać dwa statki o długości 400 m i jednego 200 m. Obecnie trwa kolejny przetarg na inwestora i operatora. Nowy port ma wystartować na przełomie 2025 i 2026 roku.

- Ten proces był zaburzony przez pandemię, poprzez ograniczenia w podróżach i trudności w organizacji spotkań, wywołane działaniami zmierzającymi do ograniczenia rozprzestrzeniania się epidemii. Niemniej, jesteśmy obecnie w przededniu wyłonienia przyszłego partnera portu, który będzie realizował tę inwestycję – mówi Monika Woźniak-Lewandowska, specjalistka ds. komunikacji i PR w Zarządzie Morskich Portów Szczecin i Świnoujście S.A.

TRÓJMIASTO

Trójmiasto nie zamierza jednak czekać biernie. Baltic Hub jest już w trakcie budowy trzeciego terminala, który ma zwiększyć roczną przepustowość do 4,5 mln kontenerów. W lipcu podpisano umowę na roboty budowlane z konsorcjum Budimex i Deme. Prace pogłębiające i rekultywacyjne mają ruszyć w październiku. Otwarcie T3 planowane jest na połowę 2024 roku, a zakończenie projektu na drugi kwartał 2025 roku. Całkowity koszt inwestycji opiewa na około 500 milionów euro. O ile wcześniej budowa terminalu była realizowana przy wsparciu funduszy unijnych, o tyle T3 jest finansowany wyłącznie ze środków własnych Baltic Hub i zewnętrznych kredytodawców.

Plany rozbudowy ma także Gdynia, która prowadzi przetarg na budowę portu zewnętrznego. Wpłynęły cztery oferty, w tym także od Grupy ICTS, tj. operatora BCT. Port zewnętrzny dałby możliwość obsługi większych statków kontenerowych.

- Jesteśmy w dialogu z ZMPG jako jeden z dopuszczonych do rozmów po pierwszej turze konkursu - mówi Michał Kuźajczyk, dyrektor ds. handlowych BCT. - Wszystko zależy od tego, jaką finalną wizję rozwoju tego terminala będzie miał port. Nie bez znaczenia jest również przyszły dostęp drogowy i kolejowy do nowego pirsu. W grę wchodzi bardzo poważne finansowe zaangażowanie inwestora i decyzja na pewno będzie przez niego starannie i wielowymiarowo rozważana.



Przedstawiciele BCT są jednak ostrożni w deklaracjach ewentualnego zwiększenia mocy przeładunkowych w przyszłości. Operator chce skupić się na inwestycjach odtworzeniowych w infrastrukturę przeładunkową, celem utrzymania najwyższego poziomu usług.

ZA ROZBUDOWĄ TERMINALI WSKAZUJĄ LICZBY

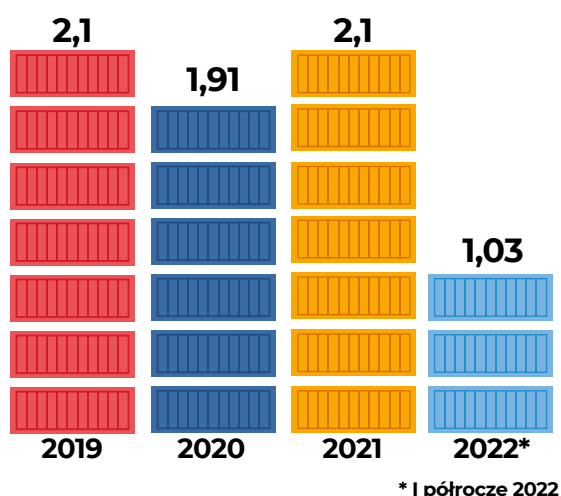
Zarówno Trójmiasto, jak i zespół Szczecin - Świnoujście chcą jak najwięcej skorzystać na transporcie kontenerowym. W 2019 Baltic Hub przeładował 2,1 mln TEU, tym samym po raz pierwszy przekroczyło barierę 2 mln TEU. Rok później – gdy wybuchła pandemia wynik spadł do 1,91 mln TEU, by w 2021 znów zamknąć się wynikiem 2,1 mln TEU. Pierwsze półrocze 2022 roku udało się przeładować 1,073 mln TEU.

W Gdyni, w 2019 roku przeładowano w sumie 897 tys. TEU, w 2020 – 905 tys., a w 2021 – 985 tys. Jeżeli chodzi o 2022 rok to póki co jest niewielki spadek. W pierwszym półroczu 2022 roku zanotowano 477 tys. TEU wobec 478 tys. w 2021. Dodając niewielki udział Szczecina i Świnoujścia roczny wynik w 2021 wyniósł około 3,2 mln TEU. Tymczasem jeżeli wszystko pójdzie zgodnie z planem terminale głębokowodne w ciągu 3 lat mają dać Polsce przepustowość w sumie zbliżającą się do 9 mln TEU. Czy wszystkie moce będą wykorzystywane?

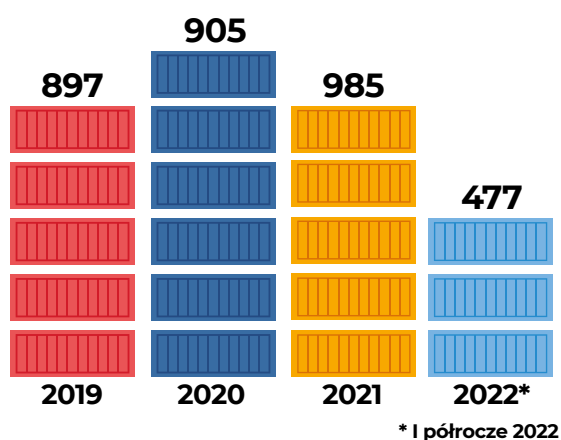
- Obecne przeładunki są na poziomie około 3,2 mln TEU. Zakładając wzrost przeładunków, co jednak w najbliższej perspektywie nie jest tak oczywiste jak jeszcze na początku roku, i rozwój nowych połączeń, w końcu terminale głębokowodne otworzą kolejne

Fot. Karol Kacperski

Przeładunki w Baltic Hub (w mln. TEU)



Przeładunki w Gdyni (w tys. TEU)



Terminal i położenie	Powierzchnia całkowita (ha)	Powierzchnia składowa (TEU)	Roczna przepustowość (TEU)
OT Port Świnoujście	20	2 000	70 000
Gdański Terminal Kontenerowy S.A. – Gdańsk [w likwidacji]	6,7	4 000	70 000
Gdynia Container Terminal	19,6	12 500	636 000
Baltic Hub Gdańsk	74	64 000	2 950 000
BCT-Bałtycki Terminal Kontenerowy - Gdynia	66,2	20 000	1 200 000
DB Port Szczecin	12,7	3 500	150 000
W sumie	199,20	106 000	5 076 000

Źródło: opracowanie własne na podstawie <https://dane.utk.gov.pl/> oraz informacji uzyskanych w portach



Krzysztof Urbaś

Prezes Zarządu Morskich Portów Szczecin i Świnoujście SA

W kontekście Świnoujścia mówimy nie tylko o zapleczu polskim, także o niemieckim. Stąd jest najbliżej do Berlina, stąd jest bliżej do Niemiec południowo-wschodnich, niż np. z Hamburga. Poza tym chcemy odzyskać to, co kiedyś było domeną polskich portów, czyli tranzyt z dawnej Czechosłowacji, Węgier, Austrii. Wszystkie ładunki, masowe i drobnica, to jest zaplecze dziś obsługiwane przez Hamburg. Z szacunków wynika, że ten port obsługuje 1,5 mln kontenerów do zachodniej Polski i Europy centralnej, na południe od naszych granic. O ten rynek chcemy zawalczyć nowym terminalem. Oczywiście samo nic się nie zrobi. Terminal DCT budował swoją pozycję ok. 3 lata od chwili uruchomienia. Teraz do tego terminalu zawiązują największe statki na świecie.

Integralną częścią wizji nowego przedsięwzięcia jest koncepcja green terminal: terminal bardzo nowoczesny, zautomatyzowany i przyjazny środowisku. Załadunek, rozładunek w pełni zautomatyzowane, obsługa przez człowieka ograniczona do minimum na wzór portów w Rotterdamie, czy Hamburgu. Około 1000 osób zapewni obsługę terminalu.

porty na ruch transoceaniczny, wolumen może się zwiększyć, jednak daleka jestem od wyrokowania w tej chwili, czy podaż będzie równa popytowi - ocenia Marta Waldmann.

Najwięcej pytań rodzi zasadność budowy terminala w Świnoujściu. Krzysztof Urbaś, prezes zespołu portów w Szczecinie i Świnoujściu nie ma wątpliwości, że rynek zmieści kolejnych graczy: - Gdynia posiada dwa terminale w porcie wewnętrznym oraz planuje nowy - w porcie zewnętrznym. W gdańskim Porcie Północnym, zewnętrznym na dwóch nabrzeżach działa Baltic Hub i port planuje trzeci etap rozbudowy terminalu. Nasz zespół portowy praktycznie żadnego terminalu nie ma. Pomijam wewnętrzny terminal w Szczecinie obsługujący 100 tys. TEU, bo to inna skala. Tym bardziej dziwią pojawiające się czasami zapytania – po co terminal w Świnoujściu? Czy tego tortu wystarczy dla wszystkich? Nie mam co do tego wątpliwości. Analitycy prognozują, iż w ciągu 15 - 20 lat liczba kontenerów w polskich portach może osiągnąć 8 mln TEU. Teraz nie realizujemy nawet połowy tego potencjału. W portach bałtyckich przeładowuje się obecnie 8 - 9 mln TEU. A prognozy w podobnym horyzoncie czasowym dla Bałtyku to ok. 15 mln TEU. Dynamika przyrostu oraz prognozy wręcz nakazują inwestowanie, przygotowanie portów do obsługi potencjału tych 8 - 9 mln TEU w okresie 15 - 20 lat – przekonuje Krzysztof Urbaś.

A czy Świnoujście mógłby stać się konkurencją dla portów niemieckich?

- Opinie co do zasadności budowy terminala w Świnoujściu i czy mógłby stać się konkurencją dla portów niemieckich?





Fot. Bałtycki Terminal Kontenerowy BCT

”

wypowiedź eksperta



Marta Waldmann

Starszy specjalista ds. rozwoju logistyki w Łukasiewicz –
Poznańskim Instytucie Technologicznym

Najlepszy dostęp do portu i potencjał intermodalności ma dzięki inwestycjom Gdańsk. Gdynia może borykać się z problemami dostępu już nie tyle do nabrzeży, czy obszaru portu, ale do stacji głównej z trasy. Główny dostęp kolejowy do Gdyni wiedzie przez całe Trójmiasto. Od strony transportu drogowego, również port w Gdyni boryka się z lokalizacją w terenach zurbanizowanych. Nie jest to łatwe sąsiedztwo zarówno dla portu, który przy budowie terminala zewnętrznego będzie musiał zapewnić ciągi komunikacyjne wkomponowane w tkankę miejską. Dla mieszkańców port też nie jest łatwym sąsiadem.

Co do Świnoujścia mamy niewiele informacji pozwalających na ocenę, przede wszystkim dlatego, że terminal jest w fazie koncepcji. Przewidywana lokalizacja wskazuje, że terminal będzie poza miastem w pobliżu linii kolejowej i drogi szybkiego ruchu. Lokalizacja wydaje się być dobra, chociaż wymaga ogromnych środków i inwestycji zarówno od strony morza jak i lądu. Zastanawia mnie też kwestia przepustowości szlaków transportowych, drogowych, ale przede wszystkim kolejowych w tym miejscu.

Największe porty kontenerowe w UE (wg przeładunków w mln. TEU)

lp	Port	Kraj	2019	2020	2021
1	Rotterdam	Niderlandy	14,81	14,35	15,30
2	Antwerpia	Belgia	11,86	12,03	12,02
3	Hamburg	Niemcy	9,28	8,52	8,72
4	Walencja	Hiszpania	5,44	5,43	5,61
5	Pireus	Grecja	5,65	5,44	5,32
6	Bremenhaven i Brema	Niemcy	4,86	4,77	5,02
7	Algeciras	Portugalia	5,12	5,10	4,78
8	Barcelona	Hiszpania	3,34	2,96	3,53
9	Giola Tauro	Włochy	2,52	3,19	3,15
10	Haropa (Le Havre, Rouen, Paryż)	Francja	2,79	2,40	3,01
11	Genua, Savona, Vado Ligure	Włochy	2,67	2,50	2,78
12	Marsaxloxx	Malta	2,72	2,44	2,97
13	Gdańsk	Polska	2,07	1,93	2,12
14	Zeebrugge	Belgia	1,68	1,81	2,08
15	Sines	Portugalia	1,42	1,61	1,82

Źródło: intermodalnews.pl

rencją dla portów niemieckich, są mocno podzielone. Widzieliśmy jednak w przypadku strajków w portach niemieckich, że Gdańsk przejął rolę portu zastępczego, z którego nadawane były intermodalne pociągi do Niemiec. Taki kierunek przepływów nie jest wykluczony, sprawdził się w czasie zawirowań operacyjnych, ale sceptycznie podchodziłabym do regularnej obsługi rejonu Niemiec z polskich portów – ocenia Marta Waldmann.

NIEMCY NIE CHCĄ TERMINALA

W trakcie rozważań dotyczących konkurencyjności świnoujskiego terminala wobec portów niemieckich nie można pominąć sprawy protestów ze strony Meklemburgii Pomorza Przedniego. Zarzut - budowa terminala może nieść zagrożenie dla środowiska. Rząd sąsiadującego z Pomorzem Zachodnim landu wystąpił nawet do Polski o włączenie go do procedury zatwierdzenia. Głosy krytyczne padają też ze nadmorskich miejscowości: Ahlbeck, Heringsdorf, Bansin, które sąsiadują ze Świnoujściem. To popularne miejsca wypoczynkowe, a ich mieszkańcy uważają, że terminal zmieni ich charakter. Polskie władze - zarówno samorządowe, jak i krajowe uspokajają jednak, że żadnych zagrożeń nie ma. Ani dla środowiska, ani dla kurortów, gdyż terminal nie

powstanie na granicznej wyspie Uznam, ale położonej dalej wyspie Wolin. To właśnie tam wybudowano terminal LNG. Ta lokalizacja oznacza, że terminal kontenerowy nie będzie miał styczności nie tylko z niemieckimi plażami, ale dzielącą je plażą świnoujską. Warto dodać, że Świnoujście z powodzeniem łączy funkcje przemysłowe ze statutem uzdrowiska, a na swoim terenie jeden z największych rezerwatów ptaków.

W tle tej dyskusji jest afera wokół Fundacji Klimatycznej Meklemburgii Pomorza Przedniego powołanej w 2021 roku przez władze tego landu. Oficjalnym celem fundacji była ochrona środowiska. Po najechaniu Rosji na Ukrainę i całkowitym zablokowaniu Nord Stream 2 wybuchł jednak skandal. Okazało się, że faktycznym celem fundacji było doprowadzenie do zakończenia budowy Nord Stream 2 wbrew sankcjom USA i protestom krajów bałtyckich, w tym Polski. Niemieckie media podają, że fundacja w krótkim czasie zdążyła udzielić aż 119 zamówień na rzecz 80 usługodawców w łącznej kwocie 165 mln euro w ramach tzw. „operacji gospodarczej”. Całość była finansowana przez rosyjski Gazprom, który wg „Welt am Sonntag” przekazał fundacji aż 192 mln euro. Parlament krajowy w Schwerinie powołał już komisję śledczą do wyjaśnienia skandalu, który obciąża m.in. tamtejszą premier Manuellę Schwe-





sig. W tej sytuacji władze landu muszą skupić się na rozwiązywaniu skandalu, a kolejne protesty co do terminala w Świnoujściu mogą zejść na dalszy plan.

SUKCES ZALEŻY OD WŁAŚCICIELA I OPERATORA

Analizując konkurencyjność polskich terminali względem siebie i zagranicznych portów należy też brać pod uwagę ich strukturę właścicielską. To nie tylko rywalizacja państw jako właścicieli terenów portowych, ale wielkich grup kapitałowych, które budują i zarządzają terminalami na całym świecie. Gdański Baltic Hub należy do konsorcjum złożonego z: PSA International Ptd Ltd (40%), Polskiego Funduszu Rozwoju (30%) i IFM Global Infrastructure Fund (30%). Kluczowy jest tutaj PSA - to gigant obecny w 26 krajach, 56 lokalizacjach, posiadający 60 terminali. Główne operacje prowadzi w Singapurze, który plasuje się na drugim miejscu na świecie i Antwerpii (15 na świecie).

Warto tutaj dodać, że żaden z europejskich portów nie jest w pierwszej dziesiątce świata. Największy europejski port – Rotterdam zajmuje dopiero 11 miejsce, druga jest Antwerpia, a trzeci – Hamburg (18 na świecie).

Gdyński BCT należy do International Container Terminals Services Inc. Wywodząca się z Filipin grupa ma 32

terminale kontenerowe w 19 krajach. Właśnie negocjuje z portem w Gdyni dzierżawę na kolejne 30 lat.

DB Port w Szczecinie jest z kolei częścią Grupy Deutsche Bahn AG.

Otwarta jest sprawa terminala w Świnoujściu, gdzie swoje oferty złożyły dwa podmioty. Pierwszy to Baltic Gateway Ltd., brytyjska firma wspierana przez Jamesa Sutcliffe, założyciela gdańskiego DCT. Druga oferta wpłynęła od konsorcjum składającego się z Deme Concessions N.V. z Belgii oraz QTerminals W.L z Kataru. Deme od 140 lat buduje infrastrukturę morską na całym świecie, to właśnie ta firma będzie budować T3 w Gdańsku. QTerminals jest z kolei operatorem portów i terminali, zarządza m.in. portem Hamad w Katarze, Antalya w Turcji i Olvia w Ukrainie.

- Struktura własnościowa terminali znacząco wpływa na konkurencyjność. PSA jest jednym z wiodących operatorów terminali na świecie. ICTSI, Hutchinson, to również doświadczone organizacje z wypracowanymi standardami i relacjami z armatorami. Stąd też bardzo ciekawi mnie, czy i kto zdecyduje się na operowanie na planowanym terminalu w Świnoujściu. Uważam, że sukces i powodzenie tego terminala w dużej mierze zależy od właściciela, operatora, który wypracuje dobre warunki współpracy z armatorami i przyciągnie na terminal duży wolumen kontenerów – podsumowuje Marta Waldmann.



Fot. Karol Kacperski

Uberna Nieruchomości



W ciągu 22 lat zaufało nam
ponad 3000 inwestorów
indywidualnych oraz instytucjonalnych

www.uberna.pl
+48 606 98 22 77

REALIZUJEMY TWOJE CELE



NOWOŚCI

NA RYNKU

JACHTOWYM



ACE NA WODZIE

Ma ponad 44 metry długości, cztery pokłady i dwa silniki, każdy o mocy 680 KM. Rynkowa wartość – około 120 mln zł. Gdańska stocznia Conrad Shipyard zwodowała największy i najbardziej luksusowy jacht w historii.

Conrad Shipyard

to spółka założona w 2003 roku jako odnoga gdańskiej stoczni Marine Project Ltd., która już od 30 lat buduje specjalistyczne jednostki komercyjne do 100 metrów długości. Conrad słynie z budowy największych, najbardziej wyrafinowanych i luksusowych jachtów jakie powstają w Polsce. Na swoim koncie ma m.in. 27 - metrowy jacht Escape S dla amerykańskiego klienta, 24 - metrowy, aluminiowy „Intuition” projektu Juliusza Strawińskiego, 35 – metrowy Lunar, czy też 67 – metrowy żaglowiec „Le Quy Don” dla marynarki wojennej Wietnamu.



Luksusowy „ACE”, bo tak się nazywa jednostka pochodzi z najnowszej linii C144S i charakteryzuje się ponadczasową elegancją, która łączy w sobie nowoczesny design oraz unikalne rozwiązania techniczne. Jacht zapewnia luksusowe zakwaterowanie dla 10 gości oraz kajuty dla 9 członków załogi. Przestronne wnętrza jachtu z ogromnymi panoramicznymi oknami dają komfort i wyjątkową atmosferę na pokładzie. Kadłub i nadbudowę jednostki skonstruowano ze stali i aluminium. „ACE” wyposażony jest w dwa silniki marki CAT o mocy 680 KM każdy, dzięki czemu będzie w stanie osiągnąć prędkość maksymalną do 13 węzłów. Zasięg wynosi około 4 tys. mil morskich przy podróży z średnią prędkością 10 węzłów.

- „ACE” to połączenie eleganckiego designu z niesamowitą harmonią oraz intrygującą sylwetką współczesnego super jachtu. Dzięki znakomitej współpracy ze wszystkimi zespołami zaangażowanymi - w projekt osiągnęliśmy

spektakularny sukces - mówi Mikołaj Król, Prezes Zarządu i Dyrektor Generalny Stoczni Conrad.

W 2023 KOLEJNY C144S

Kontrakt na wybudowanie „ACE” gdańska stocznia podpisała w styczniu 2020 roku. Prace przygotowawcze i gromadzenie dokumentacji technicznej trwały aż do rozpoczęcia budowy jachtu w lipcu 2020 roku. Sylwetkę jachtu zaprojektowało cenione brytyjskie studio Reymond Langton, natomiast za architekturę okrętową odpowiedzialna jest holenderska firma Diana Yacht Design. Projektem wnętrza oraz stref wypoczynkowych na świeżym powietrzu zajęło się studio M2 Atelier z siedzibą w Mediolanie, tworząc prawdziwie szyty na miarę wystrój z włoską duszą. Zespół stoczni Conrad kieruje od początku budowę.

Nabywca jachtu pochodzi ze Szwajcarii. Po dostarczeniu jednostki do klienta „ACE” zade-

biutuje na rynku czarterowym z firmą Luxury Charter Group, która połączyła właściciela ze stoczną. Ze strony klienta nad projektem czuwała firma Nicolai Yacht Consulting & Project Management.

„ACE” to pierwsza jednostka z linii C144S charakteryzującej się prostym dziobem oraz nawiązującym do klasyki nowatorskim designem. Jacht jest następcą modelu Conrad C133, którego przedstawicielem jest imponujący 40 - metrowy Viatoris, zdobywca nagrody World Superyacht Award 2019. W budowie jest już druga jednostka z tej samej serii C144S, tym razem dla odbiorcy francuskiego. Termin dostawy ustalono na 2023 rok.

Jak podaje stocznia budowa kolejnych modeli C144S szacowana jest na około 24 miesiące od momentu podpisania kontraktu. Conrad Shipyard ma też opracowane projekty jeszcze większych jednostek - C155, C166 i C233. Ten ostatni dotyczy 70 - metrowego jachtu!

NOWOŚCI

NA RYNKU

JACHTOWYM



KOMFORTOWE PIĘĆDZIESIĄTKI

Mijający sezon obfitował w światowe premiery jachtów, które są dostępne także w Trójmieście. Żeglarzy z pewnością zainteresuje Hanse 510, który zadebiutował w październiku w Barcelonie, nowy włoski Solaris 50 czy Prestige M48.



Hanse Yachts to stocznia doskonale znana polskim żeglarzom. Swoją siedzibę ma Greifswaldzie, a w podszcecińskim Goleniowie odbywa się produkcja kadłubów. W Trójmieście reprezentuje ją Super Yachts, który znajduje się w Marina Yacht Park w Gdyni. Tym razem Hanse pokazała model 510, jeden z największych jakie ma swojej ofercie. Za projekt odpowiadało renomowane studio projektowe Berret - Racoupeau, które połączyło to co jest najważniejsze na rodzinnym 50 - stopowym jachcie żaglowym: dużą ilość miejsca na pokładzie i pod nim, komfort życia, a do tego dzielność i szybkość jednostki.

Trzeba przyznać, że Hanse 510 przyciąga też wzrok. Jest tutaj wiele sprytnych pomysłów i praktycznych detali. Kokpit z podwójnym systemem sterowania jest zoptymalizowany do żeglowania jedną ręką. W opcji jest też T-top, który w razie potrzeby można wyposażyć w panele słoneczne. Do tego największy i najbardziej praktyczny garaż na ponton w swojej klasie. Dzięki systemowi Hanse Smart Tender ponton (o długości do 2,7 metra) błyskawicznie można zwodować.

Producent stworzył 100 kombinacji, które pozwalają skonfigurować jednostkę zgodnie z najbardziej indywidualnymi potrzebami. Jako jacht właścicielski z największą kabiną w swojej klasie, w tym łazienką i dwiema wygodnymi kabinami rufowymi lub jako jacht czarterowy z 10 kojami i trzema łazienkami oraz dodatkową kabiną sternika. Cena? Od 449 tys. euro netto.

Kilka miesięcy wcześniej, bo na tegorocznym Cannes Yachting Festival zadebiutował nowy jacht z stoczni Solaris, którą reprezentuje również gdyński Super Yachts. Solaris to włoska stocznia, produkująca wyrafinowane jednostki już od lat 70. Tym razem pokazała nowy model Solaris 50, w tej samej – 50 stopowej klasie co Hanse.

Dla miłośników jachtów motorowych ciekawą ofertą będzie nowy Saxdor 270. Saxdor Yachts to fiński producent łodzi motorowych z siedzibą w Helsinkach i własnymi zakładami produkcyjnymi w Elku. Oferuje cztery serie łodzi motorowych: 200, 205, 270 i 320 (w wersjach GTO, GTC i GTR), a latem 2023 roku planuje wejście do kategorii 40 – stopowych motorówek dzięki Saxdorowi 400 GTC. Ceny nowego Saxdora 270 z silnikiem 300KM (kilka opcji napędu) zaczynają się od 77 tys. euro netto. Do obejrzenia, przetestowania i nabycia także w Super Yachts Club w Gdyni.

No i na finał katamaran motorowy Prestige M48. To wyjątkowa pięćdziesiątka, bo oferuje tyle miejsca co... osiemdziesiątka! To jedna z ciekawszych premier w ramach roku. Nie tylko dlatego, że to piękny i niezwykle innowacyjny jacht. Nie tylko dlatego, że to nowy luksusowy katamaran. Bo to nie jest katamaran. Nie jest to też łódź motorowa. To zapowiedź nowego segmentu francuskiego producenta luksusowych łodzi, ale i nowego segmentu na rynku. Zwraca uwagę kabina właścicielska rozpostarta pomiędzy dwoma pływakami oraz ogromny pokład górny – to już powoli atrybuty segmentu super jachtów.

COWORKING PO PANDEMII

W POSZUKIWANIU LUDZKICH RELACJI



Dla jednych praca z domu jest sposobem na oszczędność czasu. Inni wolą przyjść do biura. Wśród tych drugich coraz większą grupę stanowią coworkerzy. Jak wynika z danych World Economic Forum tzw. *third place to work* (trzecie miejsce pracy), jakim są coworkingi i kawiarnie, po pandemii mogą wzmocnić swoją pozycję. Powodem jest zmiana podejścia do pracy pracodawców – aż 90 proc. przewiduje kontynuację pracy hybrydowej, a ta nie oznacza już tylko pracy z domu. Przekonuje o tym również Flore Pradère, Work Dynamics Research Director w JLL, które w tym roku opublikowało raport „Workplace Preferences Barometer”. Wynika z niego, że 36 proc. respondentów korzystających z *home office*, pracuje co najmniej raz w tygodniu z innego miejsca niż dom. To o 8 proc. więcej niż w zeszłym roku i tendencja wzrostowa ma się utrzymywać. Według JLL wśród pracowników biurowych prawdopodobny jest rozwój modelu pracy 60-20-20, co oznaczać ma: biuro-dom-trzecie miejsce pracy, jakim jest coworking.



Konkurencją dla coworkingu nie jest inny coworking, tylko dom. Dlaczego więc ludzie wolą przychodzić do coworkingu skoro mogą pracować z domu?

W badaniu satysfakcji przeprowadzonym w 2021 roku przez gdański O4 Coworking na pytanie, jak ci się pracuje w coworkingu, aż 56 proc. respondentów oceniło to miejsce na 5 (w skali od 1 – 5), a 37 proc. na 4. Wysoką satysfakcję z pracy potwierdziły również wcześniejsze badania, a najlepszym dowodem na wysoki poziom zadowolenia z miejsca pracy wśród coworkerów jest to, że część ludzi przychodzi tu z własnego wyboru.

Nie jest to jednak spora grupa. Według raportu O4 „Rok 2020 - ludzka twarz coworkingu”, freelancerzy stanowią tylko 15 proc. pracowników w coworkingach w Polsce, a 23 proc. coworkerów wybrało go samemu. Sporą część rezydentów coworkingu stanowią małe firmy lub pracow-

nicy oddziałów firm, które potrzebują mniejszych biur lub wynajmu na elastycznych warunkach.

Co zatem wpływa na wysokie zadowolenie coworkerów z miejsca pracy? Jak to się stało, że w chwiejnych czasach, w których po pandemii następuje wojna, a oba wydarzenia nie pozostają bez wpływu na światową gospodarkę, coworkingi wciąż mają rację bytu? I że ci, którzy mają wybór, pracować z domu czy z biura, do tego biura jednak przychodzą? Czy i jak pandemia odmieniła coworking?

CZŁOWIEK – ISTOTA SPOŁECZNA

Kluczem jest zaspokojenie potrzeby pracowników. I nie jest nią wysokość wynagrodzenia, a potrzeba kontaktu z drugim człowiekiem. W tym obszarze przeprowadzono mnóstwo badań, które kolejno dowodzą, że dobre relacje społeczne i zaangażowanie w nie, przekładają się na wiele obszarów naszego życia – poczucie szczęścia, motywacji

Fot. mat. O4 Coworking



oraz zdrowie. Jak dowodzi profesor psychologii Laurie Santos z Yale University, autorka popularnego w czasie pandemii onlinowego kursu „The science of well being”, wysokość wynagrodzenia wpływa na poczucie satysfakcji z życia i z pracy tylko w pewnym stopniu – o ile zaspokajają podstawowe i ważne potrzeby, a poprzez pracę zaspokajamy wiele innych, niematerialnych obszarów. O tym, że nie pracujemy tylko dla pieniędzy, a nawet, że nie są one główną motywacją do pracy, przekonuje również amerykański psycholog, Barry Schwartz w książce „Dlaczego pracujemy”, wskazując na ważny, społeczny aspekt życia zawodowego.

Jedno z badań nad poczuciem szczęścia „The Harvard Study of Adult Development” przeprowadzone przez Harvard University, trwało aż 75 lat. Jego wyniki ogłoszone w 2015 roku i nie odbiegały od tych, których dowodzą badania krótkoterminowo – na poczucie szczęścia w życiu prywatnym i zawodowym przekładają się bliskie relacje z ludźmi.

To również dowód na to, że wpływ relacji społecznych na człowieka jest fundamentalny, jeśli chodzi o poczucie dobrostanu, bez względu na zmieniające się okoliczności.

Według danych ICAN Management Review z 2021 roku na świecie istnieje około 35 tys. coworkingów, które razem zajmują 521 mln. metrów kwadratowych. W Polsce funkcjonuje około 245 coworkingów: 111 znajduje się w Warszawie, 59 w Trójmieście.

COWORKING, CZYLI PRACA SA-MEMU JEST DO BANI

Idea coworkingu narodziła się w Stanach Zjednoczonych, a za jego pomysłodawcę uważa się Brada Neuberga. Przedsiębiorca z San Francisco prowadził swoją działalność, jednak doskwierał mu brak kontaktu z ludźmi. Ta potrzeba skłoniła go w 2005 roku do założenia przestrzeni, w której mieli spotykać się ludzie pracujący niezależnie od siebie. To, co miało ich połączyć, to wspólna przestrzeń, sprzyjająca integracji.

Stany Zjednoczone do dziś przodują, jeśli chodzi o innowacyjne rozwiązania coworkingowe. Powstają tam np. coworkingi dla firm, które pracują wyłącznie w przemyśle obuwniczym, albo dla osób 60+, a każda idea znajduje swoich odbiorców.

- Ostatnio najwięcej emocji i analiz wzbudziło otwarcie coworkingu dla ... multimilionerów. Zlokalizowany pod najbardziej prestiżowym nowojorskim adresem, ten bardziej klub, niż miejsce pracy, ma być przestrzenią do networkingu i bardzo jakościowej pracy dla osób bardzo majątnych, często prezesów czy właścicieli firm, a nie od dziś wiadomo, że to na szczycie człowiek jest najbardziej samotny - mówi Marta Mokska, CEO O4 Coworking. - Ale o różnorodności grup docelowych i rozwiązań najlepiej świadczy fakt, że powstała o tym nawet książka Pauline Rousell "Around The World in 250 Coworking Spaces", w której





Fot. mat. O4.Coworking

autorka prezentuje rozwiązania z całego świata dla rodziców małych dzieci, startupów, budowlanców, kobiet, czy studentów.

Można by przypuszczać, że nie trzeba pracować w coworkingu, żeby postawić na zaspokojenie kontaktów społecznych w pracy. Co zatem sprawia, że poczucie satysfakcji i zaangażowania wśród coworkerów zdaje się być większe niż wśród pracowników tradycyjnych przestrzeni biurowych?

Jak podaje Harvard Business Review (dane z 2015 roku), osoby pracujące w coworkingu mają poczucie, że rozwijają się bardziej niż te pracujące w tradycyjnym biurze. Wśród powodów wpływających na wynik tego badania podają, że coworkerzy częściej postrzegają swoją pracę jako znaczącą, mają większe poczucie sprawczości i kontroli oraz bycia częścią większej społeczności.

- Jest takie powiedzenie – jesteś wypadkową 5 osób, które najczęściej spotykasz. A prawda jest taka, że w coworkingu, w przeciwieństwie do tzw. zwykłych biur i firm, większość ludzi to pasjonaci, optymiści, osoby niezwykle zaangażowane w swoją pracę i swoją wizję. Oni „nie przychodzą do pracy”, oni tę pracę naprawdę lubią, żyją nią, mają bardzo uwewnętrznione

takie pozytywne „why”. To są po prostu ich biznesy, ich pasje. A nie taka zwykła relacja pracodawca-pracownik. Moim zdaniem to jest prawdziwa tajemnica coworkingów – że przebywasz wśród pozytywnych ludzi i ta pozytywność się tobie zwyczajnie udziela – tłumaczy Mokska.

ELASTYCZNOŚĆ I WSPÓLNE PRZESTRZENIE

Wartością coworkingu jest również odpowiednio zaprojektowana przestrzeń do pracy z uwzględnieniem miejsc wspólnych, sprzyjających integracji. Podobnie jak w domu sercem organizacji okazuje się odpowiednio zaprojektowana i wyposażona kuchnia.

Coworking to również wydarzenia, szkolenia, networking, które stanowią wartość dodaną dla społeczności. To także możliwość skorzystania z niezależnej usługi wirtualnego biura, dającego możliwość adresu rejestrowego firmy dla tych, co nie chcą lub nie mogą zarejestrować działalności w domu, bo np. wynajmują mieszkanie. To dostęp do atrakcji i zajęć. I wreszcie, elastyczność – możliwość wynajmu nie tylko biurek, ale również biur, w sposób dostosowany do potrzeb pracodawcy.

NAJWIĘKSZY W TRÓJMIEŚCIE

O4 Coworking to największa przestrzeń coworkingowa w Trójmieście. Powstała w 2015 roku na terenie Olivia Centre. Obecnie mieści się w czterech lokalizacjach, budynkach Four, Six, Star i Gate Olivia Centre, a każda z przestrzeni dostosowana jest do potrzeb innej grupy pracowników. Four jest bardziej niezobowiązująca, z licznymi przestrzeniami wspólnymi i miejscami do gier i zabaw oraz możliwością przeprowadzenia czworonogich przyjaciół. Six i Star są zaprojektowane pod klienta, dla którego liczy się prestiż i elegancja. Flow w budynku Gate jest coworkingiem zaprojektowanym z myślą o kobietach. O4 Coworking zapewnia też usługę wirtualnych biur, wynajmu sal konferencyjnych i lokacji dla sesji foto i video. Jest organizatorem licznych szkoleń i warsztatów, które łączą społeczność coworkingu z osobami z zewnątrz, takich jak: Klub Flow dla kobiet, Speed Dating rekrutacyjny, szkolenia merytoryczne w ramach Warsztatowni, eventy dla firm w ramach Eventowni czy warsztaty kreatywnego tworzenia. Pandemia początkowo spowodowała spadek w wynajmie biur i biurek, ale kolejnych kwartałach 2020 roku można było obserwować systematyczne odbicie. Wg danych O4 Coworking w lipcu 2022 roku liczba pracujących tam firm wynosiła 167, co jest najwyższą wartością w historii.



Fot. mat. O4 Coworking

- Zdecydowaliśmy się na biuro w coworking ze względu na dużą elastyczność w zmianie liczby osób korzystających z biurka, infrastrukturę w postaci salek konferencyjnych i świetnie wyposażonych kuchni – mówi Grzegorz Borowski, współzałożyciel i CEO Infoshare, które mieści się w O4 Coworking na terenie gdańskiej Olivia Centre. - Tutaj rezyduje duża liczba naszych partnerów i klientów. Te wszystkie cechy były dla nas jako niewielkiej firmy bardzo istotne i pozwoliły nam nie zajmować się szeroko rozumianą administracją. Teraz, po pandemii, pracujemy w trybie hybrydowym i biuro w coworkingu znakomicie się tutaj sprawdza. Gdy ktoś wpada do biura, zawsze znajdzie dla siebie miejsce, a my nie musimy płacić za dużą część niewykorzystanej powierzchni, jak by to miało miejsce przy normalnym najmie stałej powierzchni biurowe.

WIĘCEJ NIŻ BIURO

Yuriy Golikov, CEO DevBrothter, który zainicjował w tej samej przestrzeni coworkingowej stworzenie kanału komunikacji na Slacku dla branży IT, kładzie nacisk właśnie na networking.

- W coworkingu możesz spotkać wielu ciekawych ludzi, z którymi możesz się zaprzyjaźnić, ale też zainspirować się, dzielić doświadczeniem zawodowym i stworzyć wspólnie nowe projekty. Tu też możesz spotkać swoich potencjalnych

klientów, szczególnie, jeśli pracujesz jako freelancer – mówi Yuriy Golikov.

Jako przyjezdny do Gdańska, ceni też sobie pomocność społeczności w organizacji codziennych spraw, jak np. drobne tłumaczenia czy pomoc w wynajęciu mieszkania, bo zawsze znajdzie się ktoś, na kogo możesz liczyć.

Choć w O4 Coworking branża IT stanowi około 70 proc. coworkerów można tu znaleźć przedstawicieli wielu innych zawodów: marketerów, architektów, ilustratorów czy projektantów. Maciej Łąga, który jest radcą prawnym rozwija tutaj swoją kancelarię prawną.

- Na początku zależało mi na prestiżowej lokalizacji i zakładałem, że wynajmuję przede wszystkim przestrzeń biurową. Potem jednak zauważyłem, że coworking to również bardzo silna społeczność, która składa się nie tylko z coworkerów, ale również jego teamu i to okazało się dużo bardziej wartościowe niż zyskanie samej przestrzeni biurowej. Dziś dużo więcej czerpię właśnie z tej społeczności niż samego miejsca do pracy – mówi Maciej Łąga.

DO COWORKINGU W PANDEMII, ŻEBY NIE OSZALEĆ

Pandemia na długo zamroziła życie społeczne. Kolejne restrykcje wpływały na ograniczenie kontaktów z ludźmi rów-

nież w środowisku pracy, co nie ominęło również społeczności coworkingowej.

- W izolacji w sposób bardzo powolny, pozornie niezauważalny, ale nieubłagany, spada ludziom zaangażowanie i poczucie sensu. Wiele badań wręcz obsesyjnie trzyma się kwestii „produktywności”, czyniąc z niej istotę naszych wysiłków.

A takie wycinkowe podejście do człowieka i pracownika, skupianie się jedynie na efektywności, rozumianej jako stosunek liczby wykonanych spraw z listy do poświęconego tym czynnościom czasu, czyni z 1/3 naszego życia bezrefleksyjny pościg. To prosta droga do niezdefiniowanych jeszcze, ale mających na horyzoncie problemów: wypalenia, depresji, alienacji. Dodatkowo w samotności trudniej o kreatywne rozwiązania. O satysfakcję. O zdrowie psychiczne. Często podnosi się również, że nie wychodząc z domu, oszczędzamy czas. Ale na co? Spotkania online, raportowanie robienia etc. Paradoks ostatniego czasu polega na tym, że około 70 proc. pytanym wskazuje, że pracując z domu, pracuje więcej, a nie mniej – mówi Marta Moksa.

W czasie pandemii elastyczność stała się szczególnie ważna, bo część firm zrezygnowała z przychodzenia do biura, jednak byli i tacy, którzy w tym czasie dołączali do coworkingu.

Justyna Jakubczyk prowadzi spółkę, która świadczy usługi CX dla korporacji z branży finansowej. Jako zawodowa tancerka ma też autorski projekt, w ramach którego edukuje, jak ruch wpływa na mózg w pracy. Justyna „odkleja” pracowników korpo od krzeseł i monitorów, żeby poprzez ruch odpoczęli i naładowali baterie. Do O4 Coworking dołączyła właśnie podczas pandemii.

- W trakcie pandemii przeprowadziłam się z Warszawy do Gdańska. Szukałam zarówno miejsca do pracy, żeby nie oszaleć w domu, jak i nowej społeczności, żeby nie oszaleć z samotności, która jednak była doskwierająca w dobie covidu. I właściwie to drugie było dla mnie zdecydowanie ważniejsze. Miałam tu tylko partnera i garstkę jego znajomych. Brakowało mi fajnych ludzi, nowych relacji – wspomina Justyna Jakubczyk. I dodaje: - Uwielbiam koncept coworkingu z trzech powodów. Ze względu na społeczność – zawsze mogę z kimś porozmawiać przy kawie, poznać nowe osoby czy wziąć udział w warsztatach, ze względu na różnorodność w wielu wymiarach – np. przestrzeni, ludzi i oferty wydarzeń oraz ze względu na kompleksowość. Mam tutaj nie tylko biuro, ale pełen pakiet usług – mówi Justyna Jakubczyk.



Marta Moksa
CEO O4 Coworking

Jest takie powiedzenie – jesteś wypadkową 5 osób, które najczęściej spotykasz. A prawda jest taka, że w coworkingu, w przeciwieństwie do tzw. zwykłych biur i firm, większość ludzi to pasjonaci, optymiści, osoby niezwykle zaangażowane w swoją pracę i swoją wizję. Oni „nie przychodzą do pracy”, oni tę pracę naprawdę lubią, żyją nią, mają bardzo uwewnętrznione takie pozytywne „why”.





TRYBUNAŁ
KONSTYTUCYJNY

ORLEN

LUDZIE POKOCHALI JAWNOŚĆ. WŁADZA NIE

Kiedy zaczynałem działalność w Sieci Obywatelskiej Watchdog Polska o prawie do informacji publicznej mówiło się naprawdę niewiele i to głównie w świecie nauki. Dzisiaj coraz chętniej korzystamy z jawności. I to jest wielkie osiągnięcie na przestrzeni ostatnich lat - mówi Szymon Osowski, prezes Sieci Obywatelskiej Watchdog Polska.





**MINISTERSTWO
ZDROWIA**

**URZĄD MIEJSKI
W GDAŃSKU**

Szymon Osowski: Jest gorzej.

Ewa Karendys: Gorzej?

Władze są bardziej niechętne jawności.

Które władze?

Wszystkie. Nie ma znaczenia, czy jest to władza centralna, czy lokalna. Na przestrzeni naszej 19-letniej działalności obserwujemy więcej niechęci wobec jawności, jako jednej z wartości demokratycznego państwa prawa.

Z czego to wynika?

Nie znam odpowiedzi. W całym problemie jawności najciekawsze jest to, że w większości przypadków informacje o które walczą mieszkańcy, nie są informacjami, które mogłyby w jakiś sposób władzy zaszkodzić. Nie jest tak, że dzięki prawu do informacji pokazujemy, że „władza kradnie”. Często są to informacje z których nic takiego nie wynika. Dlatego dziwię się, że uzyskanie najprostszej informacji zajmuje lata. Bo tyle trwają sprawy sądowe, które tocymy w przypadku odmowy udostępnienia informacji publicznej.

Prawo do informacji polega na tym, że powinniśmy mieć dostęp do wszelkich danych, które gromadzi władza. A to są nie tylko informacje związane z wydatkami publicznymi, ale i tysiące danych dotyczących choćby: edukacji, systemu zdrowia, czy danych meteorologicznych.

Przykład?

Jeżeli chcemy wybrać szkołę dla dziecka, to możemy zapytać, jak wypada ona rankingach albo ile przypadków przemocy odnotowano w ostatnich latach. W ramach dostępu do informacji publicznej możemy sięgać do statystyk policyjnych i sprawdzać czy w mojej dzielnicy jest bezpiecznie. Z kolei szpitale możemy pytać np. o błędy lekarskie.

Być może ta niechęć do dzielenia się informacjami to efekt tego, że nikt nie lubi być odpytywany. Władze przyjmują więc postawę: „Po co ludzie pytają? Chcemy mieć święty spokój!”.

Właśnie, a czy ludzie chcą pytać?

Politycy i administracja nie lubią jawności, ale pokochali ją mieszkańcy i dziennikarze - i to jest wielkie osiągnięcie na przestrzeni ostatnich lat! Początkowo uprawnienia, które w 2001 roku dała ustawa o dostępie do informacji publicznej, nie były licznie wykorzystywane przez ludzi, chcących wiedzieć, co dzieje się w ich miejscowości. Kiedy zaczynałem działalność w Sieci Obywatelskiej Watchdog Polska mówiło się o tym naprawdę niewiele i to głównie w świecie nauki. Dzisiaj coraz chętniej korzystamy z jawności, przyczyniając się do wprowadzenia zmian. Przecież faktury na zakup respiratorów przez Ministerstwo Zdrowia uzyskaliśmy właśnie w trybie dostępu do informacji publicznej!

O co pytamy najczęściej?

O wszystko, co jest związane z publicznymi, czyli naszymi, pieniędzmi. Np. wykorzystywanie służbowych pojazdów, kwestie nagród przyznawanych urzędnikom, wydatki na inwestycje.

W lipcu miał wejść w życie obowiązek prowadzenia jawnego rejestru umów zawartych przez jednostki sektora finansów publicznych. To pokazuje, jak duże jest zainteresowanie publicznymi wydatkami. Na jednej stronie internetowej będzie można zobaczyć jakie umowy zawiera administracja, jaki jest przepływ publicznych pieniędzy. Niestety, przez lobbing administracji publicznej wprowadzenie rejestru zostało przesunięte o 1,5 roku.

Bardzo doceniam, że samorządowcy angażują się w kwestie ważne dla Polski, takie jak np. praworządność. Ale często ci sami prezydenci, burmistrzowie, czy wójtowie mają kłopot z praworządnością u siebie.



Sama procedura jest prosta: wniosek o udostępnienie informacji publicznej można złożyć w dowolnej formie: osobiście, faksem, mailem. Nie potrzeba uzasadnienia. Gdzie tkwi problem?

Rzeczywiście, możemy łatwo pytać, bo cała procedura jest odformalizowana. Ale kłopot jest gdzie indziej.

Mamy dzisiaj do czynienia z taką sytuacją, że bardzo trudno wygrać sprawę o odmowę udostępnienia informacji publicznej przed sądami. Bo te najczęściej stają w obronie stronie administracji.

Do was mieszkańcy najczęściej zgłaszają się, gdy administracja odmawia im udzielenia informacji. W jaki sposób im pomagacie?

Obecnie w naszym zespole mamy około 10 prawników zaangażowanych w bezpłatne poradnictwo. Każdy, kto ma kłopot z jawnością może się do nas zgłosić, także anonimowo. Przygotowujemy projekty odwołań, prowadzimy sprawy sądowe w imieniu osób, które chcą uzyskać informacje i napotykają opór administracji. Staramy się pomagać kompleksowo. Cała sieć obywatelska liczy około 70 członkiń i członków na terenie całej Polski.

Ile spraw prowadzicie?

Zgłasza się do nas około 1200 osób rocznie.

Jaka jest wasza skuteczność?

Wygrywamy około 60 - 70 procent spraw.

Sporo.

Tylko, że sprawa jest sprawie nierówna. Najczęściej wygrywamy sprawy proste. Natomiast te najważniejsze, które są związane z funkcjonowaniem państwa, niestety, przegrywamy.

Sprawa w której liczymy na przełom dotyczy spotkań władzy sądowniczej z politykami. Chodzi o odmowę udostępnienia kalendarza spotkań prezes Trybunału Konstytucyjnego Julii Przyłębskiej. Złożyliśmy skargę do Europejskiego Trybunału Praw Człowieka i czekamy na wyrok. Strasburski sąd praw

Sieć Obywatelska Watchdog Polska

utworzone w 2003 roku stowarzyszenie działające na rzecz swobodnego dostępu do informacji publicznej. Monitoruje władze i podmioty otrzymujące środki publiczne. Udziela mieszkańcom bezpłatnej pomocy prawnej – rocznie to około 2000 porad z zakresu dostępu do informacji publicznej, funduszu sołectkiego i regulacji dotyczących wpływu na decyzje rządzących, zarówno na poziomie centralnym jak i lokalnym. Składa wnioski o informację publiczną w zakresie ważnych dla mieszkańców tematów, pojawiających się w debacie publicznej. Jeśli instytucja zobowiązana do odpowiedzi na wniosek o informację publiczną nie realizuje go, stowarzyszenie wkracza na drogę sądową. Sieć Obywatelska Watchdog Polska w ciągu 19 lat swojej działalności uczestniczyła w około 1200 sprawach sądowych dotyczących prawa do informacji.

człowieka uznaje, że transparentność jest jednym z praw człowieka. Ale żeby zająć się sprawą trzeba spełnić kilka przesłanek, w tym: informacja, która jest przedmiotem zainteresowania musi mieć znaczenie w debacie publicznej. My te przesłanki spełniamy. Uważam, że wyrok w tej sprawie może wiele zmienić w kontekście jawności w Polsce.

W ostatnich latach w sprawy krajowe coraz częściej angażują się samorządy. W jaki sposób to wpływa na transparentność?

Bardzo doceniam, że samorządowcy angażują się w kwestie ważne dla Polski, takie jak np. praworządność. Ale często ci sami prezydenci, burmistrzowie, czy wójtowie mają kłopot z praworządnością u siebie. Jednym z przykładów jest wydawanie prasy przez samorządy. Byłem w szoku, gdy dowiedziałem się, że prowadzony przez samorządową spółkę Gdańskie Centrum Medialne portal Gdańsk.pl jest zarejestrowanym tytułem prasowym.

To tylko część większego problemu. Media podzieliły się na rządowe i antyrządowe, do tego mamy media prowadzone przez samorządy. To jest w porządku?

To fatalnie wpływa na dostęp do informacji. Uważam, że te wszystkie media, które można nazwać „gazetami władzy”, to jedna z najgorszych rzeczy jakie pojawiły w polskiej demokracji.

Jedną z naczelných ról mediów jest pilnowanie władzy. Tymczasem w małych gminach, w których nie ma gazet, jedynym medium, które dociera do mieszkańców są gazety i portale prowadzone przez samorządy. A który wójt, czy burmistrz pozwoli na to, żeby krytyczni napisano o nim w jego gazecie? Dodajmy do tego media społecznościowe prowadzone przez samorządy – i do mieszkańców dociera bardzo jednostronny przekaz.

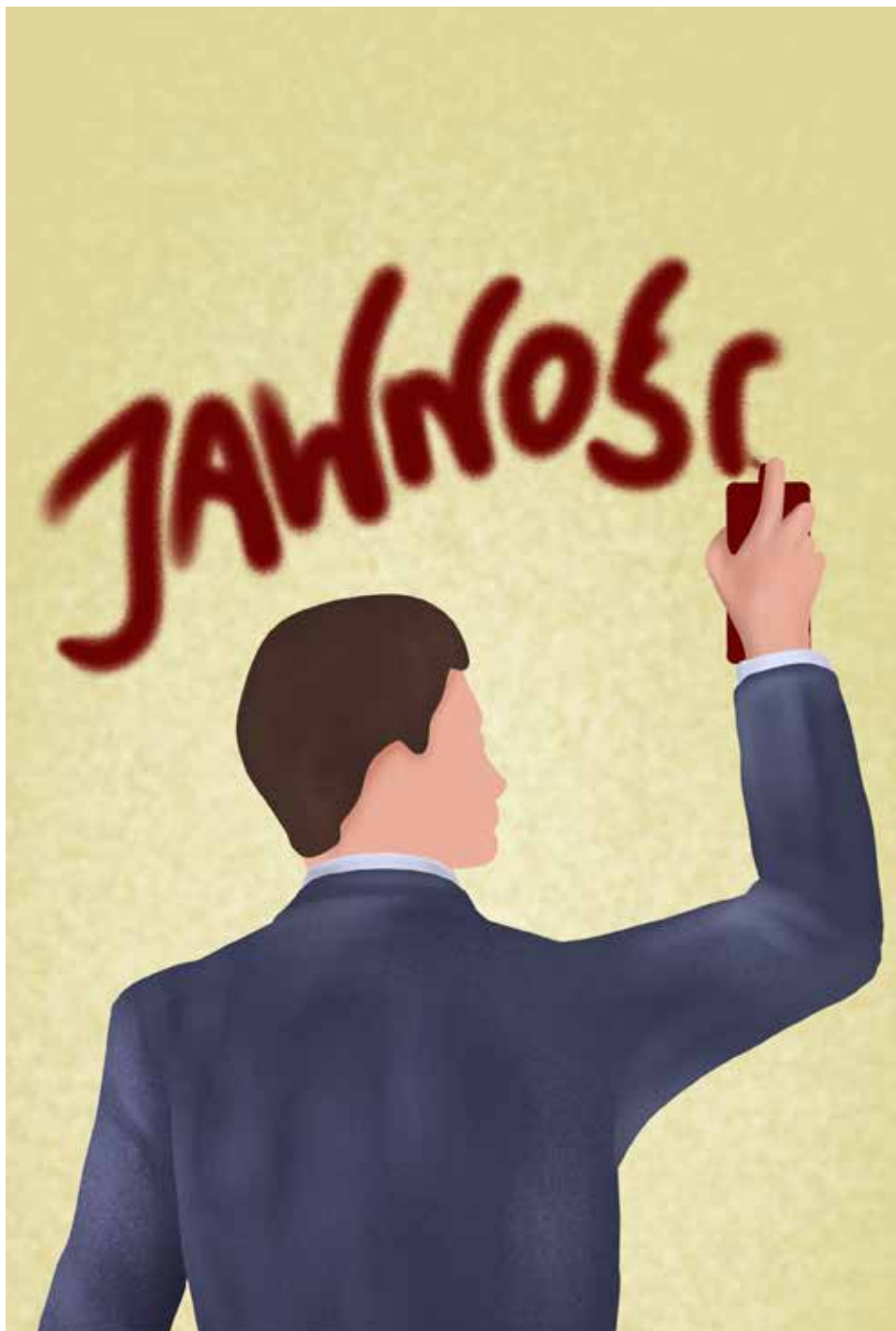
Autorka ilustracji: Gosia Tkaczenko

Niestety, podobnie jest w dużych miastach. Bo przecież miejski portal nie zrobi krytycznego materiału o prezydencie. Jeśli dołożymy do tego fakt, jak trudne pod względem ekonomicznym jest dziś wydawanie prasy, to za kilka lat może okazać się, że zostaną nam tylko media wydawane przez władze. To przerażające.

A o mediach rządowych: telewizji, radiu publicznym i przejęciu Polska Press przez Orlen pan nie wspomni?

Oczywiście, to jak działa telewizja publiczna i publiczne radio, a także fakt, że Orlen przejął Polska Press to rzecz skandaliczna. Ale oburza mnie także to, że jednego dnia prezydent, czy burmistrz, walczy o praworządność, a drugiego dnia w jego mieście wychodzi jego gazeta.

Te prowadzone przez samorządy lokalne media, nazwijmy je „gazetami władzy” są nastawione na promocję. Choć, oczywiście, nie tak intensywnie jak media publiczne. Uważam, że należy krytykować to co działa źle, ale u siebie nie prowadzić podobnych zabiegów.



Szymon Osowski

prawnik, prezes zarządu, dyrektor ds. strategicznych postępowań sądowych i edukacji prawnej Sieci Obywatelskiej Watchdog Polska z którą związany jest od 2007 roku. Pomysłodawca portalu www.informacjapubliczna.org, poświęconemu prawu do informacji. Wielokrotnie doceniany za swoją działalność. W 2014 roku otrzymał od Prezydenta RP Złoty Krzyż Zasługi.

Donald Tusk pytany przez dziennikarzy w Świdnicy czy PO, która angażowała się w walkę o niezależność mediów, stanie po stronie lokalnych redakcji w starciu z mediami finansowanymi przez samorządowców, odpowiedział: „Niezależne media są wartością samą w sobie, niezależnie od tego, czy chodzi o TVN, czy to chodzi o najmniejszą, najskromniejszą gazetę w małej miejscowości. Niezależność mediów, a te ostatnie 7 lat pokazały to szczególnie mocno, jest jedną z absolutnie niezbędnych gwarancji demokracji. Media, jeśli nie są w pełni niezależne, na poziomie ogólnopolskim, lokalnym, wojewódzkim, to wtedy władza staje się bezkarna i niezależnie od tego, kto rządzi”.

W takim razie powinien przejrzeć struktury swoich samorządowców i sprawdzić czy w miastach w których rządzą nie są wydawane ich media. Z chęcią bym zobaczył czy samorządowcy rzeczywiście zlikwidowaliby swoje media.

A skoro jesteśmy w temacie polityki: PiS zawłaszczyło administrację rządową i spółki skarbu państwa, natomiast opozycja zdominowała administrację samorządową i spółki samorządowe w dużych miastach. Gdzie spotykacie większy opór, jeśli chodzi o udostępnianie informacji?

Barwy polityczne nie mają żadnego znaczenia. Od ponad 10 lat pytamy partie polityczne o ich wydatki. I obserwujemy ponadpartyjną zgodę co do niejawności. Dwie partie najmniej skłonne pokazać swoje wydatki to PiS i PO. Co zapytamy, to łądujemy w sądzie. Tymczasem Lewicę, Zielonych i PSL udaje nam się stopniowo przekonać i kiedy pytamy o wycinki rachunków bankowych – to je otrzymujemy.

Kiedy w Warszawie rządziła jeszcze Hanna Gronkiewicz-Waltz pomagaliśmy radnemu PiS-u wydobyć informację o zawieranych przez miasto umowach. Mniej więcej w tym samym czasie, w Szczecinie rządzonym przez prezydenta popieranego przez PiS, pomagaliśmy wydobyć podobne informacje radnym PO. Problem jawności dotyczy więc wójtów, prezydentów, burmistrzów niezależnie od barw politycznych. A także wóldarzy bezpartyjnych.

Kolejną bolączką jest obsadzanie stanowisk w spółkach skarbu państwa i w spółkach komunalnych swoimi ludźmi. O co możemy pytać w ramach dostępu do informacji publicznej?

Spółki skarbu państwa i spółki komunalne podlegają takim samym zasadom jak administracja, możemy pytać więc niemal o wszystko: o zarobki, wykształcenie, o to czy był konkurs. Owszem, pewnych prywatnych informacji – np. związanych ze stanem zdrowia – ujawnić nie można. Natomiast zgodnie z konstrukcją jawności nie powinniśmy zastanawiać się: „o co możemy pytać?”. To administracja,

spółki muszą znaleźć podstawę prawną na mocy której nie mogą nam czegoś dać.

To, że administracja ma działać transparentnie zapisane jest w art. 61 Konstytucji RP. Lepiej zapytać, a jeśli władza ociąga się z odpowiedzią, to zawsze można zgłosić się do nas.

Zasadą jest jawność, a wyjątki mają być wąsko reprezentowane – tak przynajmniej mówią przepisy. Praktyka pokazuje natomiast, że z tych wyłączeń administracja korzysta częściej.

Od dłuższego czasu pytamy np. spółki skarbu państwa o nagrody, umowy sponsoringowe, umowy darowizn. Spółki próbują na te pytania nie odpowiadać. Ale na szczęście skutecznie wygrywamy z nimi w sądach.

Czy otrzymujecie wiele zgłoszeń z Trójmiasta?

W Trójmieście częściej inicjujemy własne sprawy niż otrzymujemy zgłoszenia od mieszkańców. Natomiast to wcale nie świadczy o tym, że transparentność ma się tutaj dobrze lub źle. Głośną sprawą o którą walczyliśmy było udostępnienie, zawartej pomiędzy miastem Gdańsk, a spółką Polnord, umowy na zagospodarowanie północnego cypla Wyspy Spichrzów. Natomiast od 2020 roku zajmowaliśmy się umową pomiędzy miastem, a prywatnym inwestorem na zaprojektowanie i budowę parkingów kubaturowych z 40-letnią koncesją. Miasto nie chciało udostępnić umowy w całości, zasłaniając się tajemnicą przedsiębiorstwa. Poszliśmy do sądu i ostatecznie umowę i załączniki do niej udostępniono w Biuletynie Informacji Publicznej. Jednak ciągle nie wszystkie.

Głośno było także o sądowym sporze Watchdog Polska ze spółką Gdańskie Autobusy i Tramwaje, która wynajmowała łożę VIP na gdańskim stadionie. Odmówiła natomiast podania informacji ile za to płaci.

To była dość ciekawa sprawa, która pokazuje pomoc między spółkami. Publiczne pieniądze wzmacniają publiczne pieniądze, a ponadto są wykorzystywane do autopromocji – bo władze spółki mogą zaprosić kogoś do łoża VIP. Za trzyletni wynajem łoża na stadionie gminna spółka GAiT zapłaciła 184,5 tys. zł. Natomiast potrzeba było trzech wyroków sądu aby spółka udostępniła nam te dane. A wydawało się, że pytania nie są trudne, bo dotyczą spółek samorządowych, a więc majątku publicznego. Przecież mieszkańcy mają prawo wiedzieć, ile zapłacili za łoża VIP dla spółki.

Sęk w tym, że nie ma w Polsce kultury jawności. Tymczasem jeśli jestem wójt, prezydent albo zarządzam spółką skarbu państwa lub spółką komunalną, to zarządzam majątkiem publicznym. Społeczeństwu należy się informacja i powinienem działać maksymalnie transparentnie. Niestety, jawność nie jest dziś ważnym tematem w debacie publicznej, a transparentności używa się głównie do walki politycznej.

99
Obserwujemy
ponadpartyjną
zgodę co do
niejawności. Dwie
partie najmniej
skłonne pokazać
swoje wydatki to
PiS i PO.
Co zapytamy,
to lądujemy
w sądzie.



NASZ KLIENT

B **O** **T**

B O T

B O T

B O T

B O T

Promocja w sieci stała się najbardziej dominującym formatem reklamowych na świecie. W przeciwieństwie do klasycznych form reklamy pozwala dokładnie poznać odbiorców, prawie, że pod każdym kątem. Tym samym umożliwia coraz bardziej precyzyjne docieranie do coraz węższych, sprofilowanych grup potencjalnych klientów. Ta wiedza jest bardzo cenna i reklamodawcy są gotowi za nią sporo zapłacić wyspecjalizowanym i profesjonalnym agencjom. Obok nich pojawiają się jednak też ad frauderzy. W Polsce mało się o tym jeszcze mówi, jednak na zachodnich, bardziej rozwiniętych rynkach temat jest już powszechnie znany. Kim są, jakie techniki stosują – o tym opowiada Michał Józwik, ekspert związany z portalem Fraudbusters.





K

Kim są „ad frauderzy”?

Ad frauderzy to tak naprawdę nieuczciwi dostawcy powierzchni reklamowej. Wykorzystują wszelkie dostępne środki w swoim „portfolio” aby, generować jak najwięcej sztucznego ruchu/eventów, który nigdy faktycznie nie miał miejsca. Wykazują fikcyjne przychody, generując realną stratę dla reklamodawcy.

Na czym polegają te działania?

Sama definicja fraudu nie jest skomplikowana - fraud powszechnie definiujemy jako grupę oszustw występujących w reklamie online. Możemy do nich zaliczyć np. fikcyjne raportowanie kliknięć, konwersji czy też nawet zwykłych wyświetleń reklamy.

W jaki sposób na nich zarabiają?

Korzystając z dedykowanych narzędzi (botów/skryptów) lub „ręcznie” generują przykładowo 100 kliknięć zmieniając przy tym dynamicznie IP (skrót od Internet Protocol Address, numeru identyfikacyjnego nadawanego komputerom lub innym urządzeniem łączącym się z siecią) w danej kampanii oraz kasując cookie w przeglądarce. Podstawowe systemy mierzące raportują, że 100 unikalnych użytkowników wygenerowało 100 kliknięć, ale nie „widzą” już, że to tak naprawdę był jeden „bot”. A za te 100 kliknięć klient musi zapłacić.

Jakie branże, bądź kategorie są najbardziej narażone w Polsce na ad fraud?

Tak naprawdę na fraud narażona jest każda branża re-

klamująca się w Internecie. W zależności od rodzaju działań (wizerunkowe/sprzedazowe) czy na przykład rodzaju materiałów reklamowych (display/video), źródła emisji (desktop/mobile) poziom fraudów będzie inny. Owszem są branże o większym „potencjale” takie jak produkty finansowe, telekomunikacja, branża motoryzacyjna czy ogólnie pojęty „twardy e-commerce”. Najbardziej fraudogenne są działania w rozliczeniach za kliknięcia oraz zostawienie tzw. „leadów” czyli przeważnie danych do dalszego kontaktu w wypełnionym formularzu (u banków, dealerów samochodów czy w telekomunikacji).

Czy konkurenci również mogą dopuszczać się wobec siebie ad fraudów?

Owszem, zdarzają się takie sytuacje. Jednym z takich przykładów jest pozew sądowy firmy Motogolf.com, internetowego sprzedawcy sprzętu golfowego mieszczącego się w Las Vegas. W kwietniu 2020 roku pozwał konkurenta TopShelf Golf, który rzekomo złamał prawo stanowe i federalne poprzez



Michał Józwiak

Ekspert związany z portalem Fraudbusters, Programmatic & Performance Manager w Xaxis GroupM. Od ponad 8 lat zagłębia się w techniczne meandry digital marketingu. Gorliwą miłością pała do programatycznej jego części. W wolnych chwilach zgłębia tajniki fraudów reklamowych, poszukując skutecznych sposobów ich minimalizacji, zapewniając przy tym ochronę pieniędzy swoich klientów.

68

MILIARDÓW DOLARÓW

to szacowany łączny globalny koszt strat finansowych na oszustwach reklamowych do końca 2022

23

MILIARDÓW DOLARÓW

na tyle szacowane są straty amerykańskiego rynku reklamy cyfrowej w 2022 roku*

15

PROCENT

o tyle szacuje się, że wzrosnie suma jaką wyłudzą oszuści, w stosunku do 2021 roku

60

PROCENT

tyle procent wartości całego rynku stanowią straty finansowe 5 największych graczy na rynku reklamy cyfrowej Stanów Zjednoczonych, Japonii, Chin, Korei Południowej i Wielkiej Brytanii.

6000

pod tyle domen podszył się w latach 2015-16 Methboh, jedna z największych sieci fałszywych domen na świecie.

*Dane z raportu DIGITAL ADVERTISING FRAUD: MARKET FORECASTS, KEY TRENDS & COMPETITOR LANDSCAPE 2022-2026 opracowanego przez Juniper Research.

celowe wyklikiwanie płatnych reklam konkurenta w przeglądarce Google. Niestety dużo podmiotów stosuje tego typu niecne zagrywki, ale ich skala jest bardzo trudna do oszacowania.

A jak duża jest skala problemu w Polsce?

Oszacowanie realnego poziomu fraudów w Polsce jest bardzo ciężkie. Wynika to z niskiej skali lokalnej weryfikacji fraudów. Bazując na raporcie White Ops we współpracy z ANA (Association of National Advertisers) możemy stwierdzić, że w zależności od rodzaju działań reklamowych poziom fraudów sięga przeciętnie 3-14%. Nanosząc poprawki (z doświadczenia), w niektórych niemonitrowanych działaniach fraud może wynosić nawet 30-50% całości wyników kampanii.

Jakie są sposoby na uchronienie się przed fraudami?

W 100% uchronić się nie da. Z oszustwami w internecie jest jak z dopingiem w sporcie. Co chwilę wykrywamy nowe środki dopingujące, a kolejne jeszcze nieodkryte już działają. Pierwszym i koronnym punktem ochrony jest wczesna identyfikacja fraudu. Im szybciej wykryjemy, tym szybciej możemy zminimalizować wpływ na dalszą część kampanii. Jednakże, aby go wyłapać trzeba wiedzieć czego szukać. Fraud w większości przypadków nie jest widoczny gołym okiem. W zależności od jego rodzaju, należy stosować różne metody wykrycia. Najszybciej i najłatwiej jest wykorzystać dedykowane do tego narzędzia. Kolejnym rozwiązaniem jest współpraca z zaufanymi rynkowymi podmiotami, które „nie mogą” sobie pozwolić na nadszarpnięcie reputacji budowanej latami.

Jakie narzędzia/programy najsukuteczniej wykryją ad fraud?

Tutaj też nie ma jednoznacznej odpowiedzi. Dostępne narzędzia, niezależnie czy są to własne systemy największych podmiotów reklamowych typu Google/Facebook, czy zupełnie niezależne typu ABT Shield lub Traffic Watchdog, mają różne podejścia do wykrywania i mierzenia skali oszustw. Nie ma jednej idealnej technologii do wykrywania każdego rodzaju fraudów. Trzeba być elastycznym i poszukiwać rozwiązań dedykowanych do danego typu fraudów.

Czy to oznacza, że każdy jest potencjalnie podejrzany?

Teoretycznie tak, w praktyce – nie. Narzędzia ad fraudowe nawet w przypadku największych wydawców i rzetelnych do-

stawców mogą pokazywać niewielki odsetek fraudów, którymi nie są. Może to wynikać z wielu rzeczy takich jak: różnice technologiczne, restrykcyjna definicja fraudu w danym narzędziu, podejrzane zachowania, wyłapywanie „dobrych botów” (white bot) itp.

Czy reklamodawcy obawiają się, że za każdą kampanię cyfrową może kryć się ad fraud?

Ci bardziej świadomi mają na względzie fraud i oczekują niskiego jego poziomu. Całości fraudu realnie wyeliminować się nie da. Praktycznie zawsze zostanie jakiś odsetek wykrytego (bądź nie). Jest jeszcze grupa reklamodawców, którzy w ogóle nie zdają sobie sprawy, że fraud istnieje i na takich fraudsterzy najczęściej zarabiają. Trzeba stawiać w promowanie wiedzy o fraudzie i metodach jego wykrywania. Trzecią grupą są ci, którym się to po prostu nie kalkuluje. Niekiedy poziom fraudów nie jest na tyle wysoki, aby uzasadniał koszt jego wykrycia i usunięcia. Często zdarza się, że reklamodawca woli „wrzucić w koszty” pewną ilość fraudów niż inwestować więcej pieniędzy w narzędzie je likwidujące.

Uważam takie podejście jest błędne. Bez weryfikacji nie wiadomo w którym momencie z 5% fraud może zrobić się 15 czy 30%.

Jak świadomość o fraudach wpływa na zachowania reklamodawców?

Często zależy to od branży. Te mocno e-commerce'owe poświęcają sporo czasu i środków na eliminowanie podejrzanych dostawców. Mają dzięki temu wiarygodne dane z ruchu jaki pojawia się u nich na stronach internetowych. Musimy pamiętać, że fraud nie tylko powoduje utratę części pieniędzy przeznaczonych na reklamę, ale też potrafi mocno zafalszować obraz realnego ruchu na stronie. Jeśli przykładowo 40% ruchu jest generowane przez boty z głównej kampanii reklamowej, 20% z innych źródeł, a kolejne 40% jest ruchem naturalnym/generycznym to analityk nie wiedząc o fraudzie stwierdzi w pierwszym momencie, że trzeba dalej inwestować pieniądze w coś co nie generuje realnie żadnego zwrotu z inwestycji.



NAJPOWSZECHNIEJSZE TECHNIKI

DIGITAL AD FRAUD

Klienci decydując się na zakup reklam w internecie wybierają spośród ich 4 typów:

Cost per mile (CPM) - koszt za tysiąc, gdzie reklamodawcy płacą za każdy tysiąc wyświetleń reklamy,

Cost per click (CPC) - koszt za kliknięcie, gdzie reklamodawcy płacą tylko wtedy gdy odbiorca kliknie w reklamę,

Cost per lead (CPL) - koszt za lead, reklamodawca płaci tylko gdy odbiorca wypełni specjalny formularz, w którym zostawi kontakt do siebie,

Cost per acquisition (CPA) - koszt za pozyskanie, gdy reklamodawca płaci ustaloną opłatę za zakończony proces sprzedaży lub procent od jej wartości.

CPM i CPC składają się na 90% wszystkich wydatków na reklamę cyfrową i to właśnie tam ad frauderzy mogą być najbardziej aktywni. Sztucznie zawyżają ilości odsłon, albo z pomocą botów (czyli aplikacji) klikających w reklamę. W konsekwencji klienci płacą za wyniki, które faktycznie nie zostały osiągnięte.

SZTUCZNE ZWIĘKSZANIE LICZBY ODSŁON

Celem jest sztuczne zawyżanie ilości odsłon (i odbiorców, którzy widzieli reklamy) wszystko po to, aby uzyskać więcej wyświetleń i zarobić więcej pieniędzy. Ad frauderzy osiągają to przez automatyczne przeladowywanie strony internetowej przez co naliczana jest nowa sesja odsłony reklamy. Innym sposobem jest ad stacking czyli "nałożenie na siebie" grafik od 5 do 100 reklam, które wyświetlane są podczas jednej sesji. Choć odbiorca widzi tylko jedną reklamę, to na stronie pozostaje "cyfrowy dowód" wyświetlenia pozostałych. Podobną techniką jest pixel stuffing czyli upychanie na stronie reklam bardzo małej wielkości, nawet 1 piksela, które również są niewidoczne dla odbiorcy, ale w teorii zakodowane na stronie. Z kolei

ad injection to reklama, która za pośrednictwem złośliwego oprogramowania wkrada się w miejsce, w którym nie powinna być opublikowana, i za każdym użyciem zainfekowanej domeny, nalicza kolejne wyświetlenia reklamy do jej łącznej liczby.

Ad frauderzy korzystają również z botów, czyli programów które wchodzą na strony udając prawdziwych użytkowników. Właśnie w celu przeciwdziałania tym praktykom wstawia się na stronie okienko "nie jestem robotem", gdyż te programy "nie potrafią" klikać w konkretne miejsce na stronie. „Wysyłają” boty na stronę gdzie emitowana jest reklama, które odświeżać ją naliczając wyświetlenia baneru w nieskończonych pętach. Wykorzystują również wyskakujące powiadomienia push czy pop-under. To aplikacje mobilne z ukrytymi przeglądarkami, które ładują strony internetowe, fałszywe aplikacje czy strony udające inne strony tylko po to, by zwabiony na nie odbiorca "przypadkowo" kliknął w schowany w nich link reklamowy i tym samym "nabił" kolejne wyświetlenie reklamy. Jeśli ktoś zastanawia się po co ktoś miałby infekować prywatne komputery i telefony złośliwym oprogramowaniem, to cel jest właśnie taki. Z nieświadomą pomocą zwyczajnych użytkowników, oszuści naciągają reklamodawców.

SZTUCZNE POD- WYŻSZANIE CEN

Zwyczajowo reklamy, których celem jest uzyskanie od odbiorcy konkretnego działania (np. kliknięcie w baner, czy przejście na stronę sklepu) są droższe. Dlatego jeśli ad frauderom uda się przekonać reklamodawcę, że więcej osób niż w rzeczywistości kliknęło w jego reklamę, mogą uzyskać od niego wyższą opłatę.

W tym celu sięgają po domain spoofing, czyli podszywanie się pod znaną stronę lub domenę, residential proxies gdzie udają, że ruch na stronie pochodzi z prawdziwych gospodarstw domowych, a nie centrów danych czy botów, bądź po złośliwy kod, który przechytrza programy wyłapujące złośliwe oprogramowanie. Popularną metodą jest również umieszczanie banerów w aplikacjach czy video, gdzie przy okazji klikania w jedną z funkcji, odbiorca klika również w reklamę. Z kolei oszustwa przy retargetingu (czyli adresowaniu reklam do użytkowników, którzy wcześniej wyrazili zainteresowanie inną reklamą w ramach tej samej kampanii) polegają na "wysłaniu" botów pod wskazany adres, by oszukać klientów, że ci osiągnęli znacznie lepsze wyniki. Przez korzystanie z traffic spoofing czy click injection mogą wpłynąć na analitykę i pokazywać ruch z adresów, które wyglądają niemal jak prawdziwe adresy i tylko sprawne przejrzanie źródeł ruchu na stronie pozwoli na ich weryfikację.





JAK TWORZYĆ BEZPIECZNE KAMPANIE ONLINE?



Jakub Lebuda
CEO w CLIPATIZE, agencji
zajmującej się obsługą
kampanii digital

Bezpieczne kampanie to takie, które powstają kiedy strategicznie myślimy o celach projektu, a rzadko takim celem będzie “wyświetlenie reklamy”. Wskaźniki mediowe jak CPM, czy CPC najczęściej brane na cel przed frauderów, to tzw. vanity metrics - wskaźniki próżności. W kampaniach kluczowe jest określenie raczej celu biznesowego (jak sprzedaż) lub marketingowego (jak dotarcie do klientów na różnych poziomach tzw. lejka) dla naszych działań. Jeśli uda się je określić, a także doprecyzować grupę docelową, to może się okazać, że sam fakt osiągnięcia niskich stawek CPM, czy CPC nie będzie tożsamy z wpływem na sprzedaż lub edukację publiczności. To pozwoli wyłącznie kupić jakiś tani ruch. Nie koniecznie taki, jakiego byśmy sobie życzyli.

Zabierając się za planowanie kampanii, mając określone cele (marketingowe lub biznesowe) może-

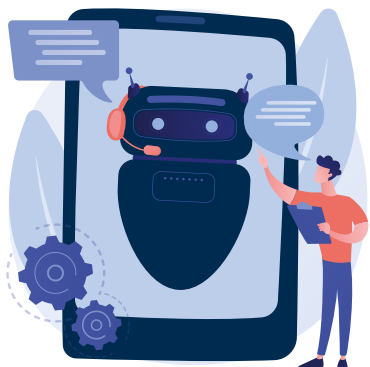
my wybierać “sprawdzone kanały” do budowania dotarcia np. media społecznościowe, czy sieci Google. Jeszcze bezpieczniejsze i bardziej wiarygodne może być angażowanie renomowanych wydawców do realizacji kampanii, gdzie rozliczenie projektu realizowane jest w odniesieniu do wspólnie określonych celów.

Dodatkowo, w pewnych obszarach marketingu, na przykład w B2B, sam koszt pozyskania ruchu będzie zupełnie nieistotny, bo grupy docelowe w B2B są stosunkowo małe. Łączny koszt dotarcia do rynku będzie tym samym niewielki w porównaniu z kampaniami skierowanymi do klienta masowego.

Warto także precyzyjnie segmentować grupy docelowe i kontaktować się z nimi za pomocą niszowych i wiarygodnych kanałów.

GŁOŚNE PRZYKŁADY

METHBOT - SIEĆ NA DOPALACZACH



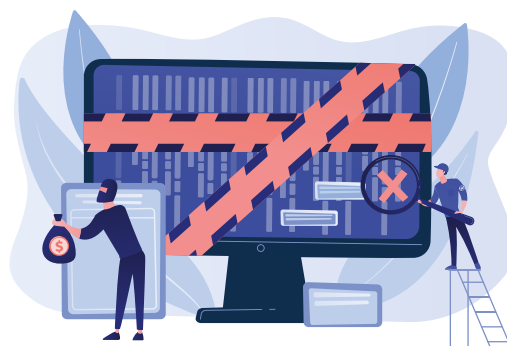
To sieć - botnet - składająca się z tysięcy fałszywych domen, której założyciele zarabiali na reklamach wyświetlanych przez boty. Po raz pierwszy została namierzona w 2015 roku przez firmę White Ops zajmującą się cyberbezpieczeństwem, a w 2016 odnotowano gwałtowny wzrost jej aktywności. Sieć powstała w Rosji, ale do oszustw wykorzystywała zainfekowane komputery z Europy i Ameryki Północnej.

Przestępcy najpierw zarejestrowali niemal 6 000 fałszywych domen, podszywających się pod takich gigantów jak ESPN, czy Fox News. Ich infrastruktura składała się też z 571 904 IP, 250 267 różnych adresów URL i niemal ćwierć miliona podstron, na których wyświetlane były reklamy. Ponadto 570 000 botów było wykorzystywanych do wykonywania kliknięć na tych stronach i "oglądania" do 300 milionów reklam wideo dziennie. Przez zamaskowanie IP tych botów, jako pochodzących z legalnych sieci jak Verizon, Comcast i wielu innych dostawców w USA, naśladowały zachowanie prawdziwych użytkowników.

W szczytowym momencie działania Methbot, oszuści którzy skopiowali strony operatorów zarabiali od trzech do pięciu milionów dolarów dziennie. Przez Methbot branża reklamowa straciła około od 180 milionów do 1 miliarda dolarów do końca 2016 roku.

UBER - OSTRA JAZDA Z KOSZTAMI

Koniec stycznia 2017 roku nie był dobry dla Ubera, giganta w sektorze usług transportowych. Uber znalazł się pod ostrzałem na dwóch frontach. Z jednej strony na mediach społecznościowych toczyła się batalia #DeleteUber skierowana przeciwko byłemu dyrektorowi generalnemu firmy, zaangażowanemu we współpracę z ówczesnym prezydentem USA Donaldem Trumpem. Z drugiej strony Sleeping Giants, liberalna organizacja zajmująca się monitorowaniem mediów społecznościowych zaczęła zadawać pytania dlaczego Uber reklamował się na kontrowersyjnej stronie Breitbart - amerykańskiej skrajnie prawicowej sieci informacyjnej. Gdy Kevin Frisch, ówczesny Dyrektor Performance marketing & CRM w Uberze, nie był w stanie zidentyfikować, która kampania zignorowała "czarną listę" portali, zaczął po prostu wyłączać jedną po drugiej. Zredukował wydatki na cyfrową reklamę o 10%, ale nie dostrzegł żadnej zmiany w ilości nowych instalacji aplikacji. Zmniejszył więc budżet o 100 mln dolarów. Gdy tak znaczące cięcie nie wpłynęło na zmniejszenie pozyskanej liczby klientów, zdał sobie sprawę, że coś jest nie tak. Ostatecznie Uber obciął swoje wydatki o 2/3. W wyniku przeprowadzonego dochodzenia znaleziono fałszywe aplikacje udające Ubera, strony internetowe podszywające się pod znanych wydawców i armię botów do ich klikania. Uber pozwał agencję marketingu digitalowego Fetch Media za przekazywanie fałszywych informacji o skuteczności ich kampanii oraz za stratę finansową spowodowaną brakiem możliwości zwrotów rabatów bezpodstawnie przyznanych użytkownikom. Uber finalnie wycofał pozew, ale w 2018 roku pozwał 5 domów mediowych - Hydrane SAS, BidMotion, Taptica, YouAppi i AdAction Interactive - które oskarżył o zakup przestrzeni reklamowych "oglądanych przez boty".





Prosto na szczyt? Śmiało!

Całkowicie nowa Klasa T. Zabierze Ciebie i Twój sprzęt na linię startu – gdziekolwiek ona się znajduje! Dowiedz się więcej na stronie www.mercedes-benz.pl/klasa-t



Klasa T: średnie zużycie paliwa: 5,3-7,0 l/100 km, średnia emisja CO₂: 138-158 g/km. Podane wartości są ustalonymi wartościami CO₂ WLTP zgodnie z art. 2 nr 3 rozporządzenia (EU) 2017/1153. Zużycie paliwa jest obliczane na podstawie tych wartości. Dane nie dotyczą konkretnego pojazdu i nie są częścią oferty, lecz służą jedynie porównaniu różnych typów pojazdu. Wartości różnią się w zależności od wybranego wyposażenia dodatkowego i mogą się różnić od końcowych wartości zamówionego wzgl. dostarczonego pojazdu.

Biznes

prestiz
EMSGROUP

Redaktor Naczelny

Michał Stankiewicz

Redakcja

Aleksandra Tatarczuk

Ewa Karendys

Dagmara Rybicka

Justyna Sienkiewicz-Baraniak

Klaudia Krause-Bacia

Magdalena Szymańska

Michalina Domoń

Sekretarz redakcji

Joanna Bienkowska

Adres redakcji

ul. Stanisława Moniuszki 10,

81-829 Sopot

redakcja.trojmiasto@emsgroup.pl

Projekt graficzny

Kamil Żurek

Wydawca

MS Group Sp. z o.o.

al. Grunwaldzka 56 lok. 202

80 - 241 Gdańsk

NIP: 9571059132

Prezes

Michał Stankiewicz

Dyrektor zarządzająca

Maria Bek

bek@emsgroup.pl

Dyrektor działu foto

Karol Kacperski

kacperski@emsgroup.pl

Dyrektor działu eventów

Aleksandra Staruszkiewicz

staruszkiewicz@emsgroup.pl

Dyrektor Sprzedaży

Marta Blendowska

tel. 791 971 399

Dział sprzedaży i marketingu

Krzysztof Nowosielski

tel. 533 200 779

Aleksandra Staruszkiewicz

tel. 606 603 416

Redakcja nie odpowiada za treść reklam



Karta Lunchowa to Benefit Roku 2023

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

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



Karta Lunchowa Edenred to same korzyści:

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

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

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

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

Dla Pracowników:

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

Dowiedz się więcej: www.edenred.pl

Enrich connections. For good.

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

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

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



ACE C144S



PREMIERA JACHTU 2022

SAILING | MOTOR | CUSTOM | SEMI-CUSTOM | REFIT | <100 METERS

www.conradshipyard.com