

Executive

1/2020
www.executive-club.com.pl

MAGAZINE

SUSTAINABLE ECONOMY SUMMIT

Report from the 5th edition
of the conference

REAL ESTATE FOCUS

Interview with Ronan Vaspert,
Director of MIPIM

**RAFAŁ
RUDZIŃSKI**

PRESIDENT OF THE BOARD OF ROBERT BOSCH
AND REPRESENTATIVE OF BOSCH GROUP
IN POLAND

mipim

8TH EDITION
**EXECUTIVE
FORUM**
2020

ENTREPRENEURSHIP – EXPANSION – INNOVATION

APRIL 28, 2020
SHERATON GRAND WARSAW



FIND OUT

how to embark on the path to global expansion and become the enterprise of the future



MEET

Polish and foreign experts and establish valuable business contacts



GET INSPIRED BY

speeches of eminent speakers and achievements of the winners of the "European Leadership Awards"

SPECIAL GUESTS



NANCY GIORDANO

One of the best futurists in the world, guest lecturer at Singularity University and curator of TEDx in Austin



PETER COCHRANE

Professor at University Collage London, technological and business consulting guru for governments and organizations around the world



DAVID RÖNNEGÅRD

Habilitated doctor in Ethics and Social Responsibility, lecturer at INSEAD and at the University of Göteborg

Drodzy Czytelnicy

Witamy w pierwszej edycji kwartalnika wydawanego przez Executive Club. Z nowym rokiem odświeżyliśmy formułę magazynu. Zmieniła się szata graficzna i tytuł, co naszym zdaniem lepiej podkreśla charakter magazynu. Wierzymy, że ta zmiana przypadnie Państwu do gustu.

Wydanie, które mają Państwo w rękach, jest wyjątkowe z jeszcze jednego powodu. Jako Executive Club zostaliśmy partnerem medialnym MIPIM 2020 – największego na świecie wydarzenia poświęconego nieruchomościom i inwestycjom, które odbywa się w połowie marca w Cannes. W związku z tym przygotowaliśmy dedykowany dział o nazwie „Real Estate Focus”. Znajdą w nim Państwo wiele inspiracji i trendów dotyczących szeroko pojętego rynku nieruchomości. Jednym z ekspertów w tej sekcji jest Ronan Vaspert, dyrektor MIPIM, z którym udało się nam porozmawiać o tematyce tegorocznego wydarzenia i tajemnicach organizowania tak dużych wydarzeń, jak MIPIM.

Wywiady z czołowymi polskimi i zagranicznymi przedsiębiorcami są nieodłącznym elementem naszego magazynu. Wśród nich znajdują Państwo również wywiad z Panem Rafałem Rudzińskim, Prezesem Zarządu Robert Bosch i Przedstawicielem Grupy Bosch w Polsce, który zgodził się gościć na okładce tego wydania. Rozmawialiśmy m.in. o działaniach firmy Bosch w obszarach zrównoważonego i odpowiedzialnego biznesu oraz o wyzwaniach, przed jakimi stoi branża.

„Okiem eksperta” i „Relacje” to dwie ostatnie sekcje naszego magazynu. W pierwszej z nich wybrani eksperci omawiają najbardziej aktualne zagadnienia z perspektywy przedsiębiorstwa, takie jak: proptech, transformacja cyfrowa i oddziaływanie firm na środowisko. W „Relacjach” natomiast obszernie opisaliśmy piątą edycję konferencji „Sustainable Economy Summit” i zaprezentowaliśmy zwycięzców prestiżowych statuetek „Sustainable Economy Awards”. Tematyka konferencji skupiała się na odpowiedzialnym i zrównoważonym biznesie, który w obecnym czasie jest niezwykle ważnym zagadnieniem z punktu widzenia nowoczesnego przedsiębiorstwa.

Życzę inspirującej lektury,

- *Michał Mazurczak*
Redaktor Prowadzący



Dear Readers

Welcome to the first edition of the quarterly magazine published by Executive Club. With the new year, we have refreshed the formula of the magazine – the graphic design and title have changed, what in our opinion better emphasizes with the character of the magazine. We believe that you will be pleased with our Executive Magazine's new image.

The edition you have in your hands is unique for one more reason. As Executive Club, we have become a media partner of MIPIM 2020 – world's largest real estate and property event taking place in the middle of March in Cannes. According to this, we have prepared real estate dedicated section named "Real Estate Focus". You will find there many inspirations and trends concerning widely understood real estate market. One of the speakers in this section is Mr. Ronan Vaspert, Director of MIPIM, with whom we were able to talk about the topics of this year's edition and the secrets of organizing such large events as MIPIM.

Interviews with leading Polish and foreign entrepreneurs are an inseparable element of our magazines. Among them is the one from the cover – Mr. Rafał Rudziński, President of the Board of Robert Bosch and Representative of Bosch Group in Poland. Among others, we were talking about Bosch's activities in the areas of sustainable and responsible business and the challenges the industry is facing.

Expert's Comment and Reports are last two sections of our Magazine. In the first one, chosen experts discuss the most current issues from an enterprise perspective such as: proptech, digital transformation and environmental impact of the business. In the reports section we have extensively described the fifth edition of the "Sustainable Economy Summit" and presented the winners of prestigious "Sustainable Economy Awards". The topics of this conference focused on responsible and sustainable business, which are in our opinion extremely important issues from the perspective of modern enterprise.

I wish you an inspiring reading,

- *Michał Mazurczak*
Editor-in-Chief

14

JACEK SIWIŃSKIPrezes Zarządu VELUX Polska
President of the Board of VELUX Polska

„W polskich zakładach produkcyjnych emisję CO₂ zredukowaliśmy aż o 77% w przeliczeniu na jednostkę wartości produkcji. To obraz praktycznego podejścia do teorii zrównoważonego rozwoju”.

“In the Polish production plants, we reduced the CO₂ emission by as much as 77% per production value unit. This illustrates the practical approach to the sustainable development theory”.

**Wywiad / Interview**

- 06** Rafał Rudziński, Prezes Zarządu Robert Bosch i Reprezentant Grupy Bosch w Polsce
Rafał Rudziński, President of the Board of Robert Bosch and Representative of Bosch Group in Poland
- 12** Maciej Runkiewicz, Prezes Kajima Poland
Maciej Runkiewicz, CEO at Kajima Poland
- 18** Andrzej Pietrasik, Menedżer w dziale usług podatkowych Vistra Poland
Andrzej Pietrasik, Head of Tax Services at Vistra Poland
- 20** Dariusz Matczak, Dyrektor Kanałów Sprzedaży Hilti Polska
Dariusz Matczak, Sales Channels Director Hilti Polska

REAL ESTATE FOCUS

- 24** MIPIM yesterday and tomorrow, interview with Ronan Vaspart, Director of MIPIM
- 29** The Norblin Factory: place with a soul inspired by history
- 30** Customer segments and their willingness to pay
- 32** Skanska's sustainable office to reach about 1 million sqm in 2020

- 34** Time-saving comfort. Interview with Marek Budner, President of the Board of Budner Inwestycje
- 36** Green standards in construction
- 38** 5 smart city trends for 2020. Can they be popularised?
- 40** Responsibility and trust

Okiem eksperta / Exspert's Comment

- 44** Pfizer Polska inwestuje w współpracę ze środowiskiem naukowym
Pfizer Poland invests in cooperation with the scientific community
- 48** Wspólny język pomoże nam dbać o środowisko
Speaking the same language for better environmental protection
- 50** Czy społeczna odpowiedzialność może być drogowskazem dla biznesu?
Can corporate social responsibility be guidance to business?
- 53** Kompania Piwowarska. Browary niesione wiatrem
Kompania Piwowarska. Wind-powered breweries

**Executive MAGAZINE**Wydanie: 1/2020
Issue: 1/2020Executive Club
ul. Puławska 12 lok. 10
02-566 Warszawa
tel.: (+48) 22 409 25 38
e-mail: biuro@executive-club.com.pl**Redaktor Prowadzący / Editor-in-Chief**
Michał Mazurczak**Wsparcie Redakcyjne / Editorial Support**
Aleksandra Łapińska
Anna Karasińska
Klaudia Karasińska**Dyrektor Kreatywny / Creative Director**
Łukasz Błędkowski**Druk / Print**
Foldruk Media**Partnerstwo / Partnership**
Anna Wojciechowska
annawojciechowska@executive-club.com.pl
tel.: (+ 48) 530 306 046**Członkostwo w Klubie / Membership**
Anna Karasińska
annakarasińska@executive-club.com.pl
tel.: (+ 48) 570 105 464**Event Management**
Marlena Kotowska
marlenakotowska@executive-club.com.pl
tel.: (+ 48) 509 844 278**Media / PR**
Michał Mazurczak
michalmazurczak@executive-club.com.pl
tel.: (+ 48) 509 031 577
Aleksandra Łapińska
aleksandrałapińska@executive-club.com.pl
tel.: (+ 48) 570 105 421**Grafika**
Łukasz Błędkowski
lukaszbledkowski@executive-club.com.pl
tel.: (+ 48) 510 105 479



- 56** PropTech. Inwestycja, która procentuje
PropTech. An investment that pays off
- 58** M1 – M2 – M3. Rozwój systemu metra w Warszawie
M1 – M2 – M3. The development of the Warsaw metro system
- 59** Profesjonalizm, nowoczesność i rzetelność to nasza strategia działania
Our strategy is professionalism, latest technologies and reliability
- 60** Wyzwania infrastruktury transportowej w świetle budowy CPK
Challenges faced by transport infrastructure in light of construction of the Solidarity Transport Hub (STH)
- 62** 200 mln euro na zrównoważony transport
200 million euro for sustainable transportation
- 64** W delegację częściej, ale i taniej dzięki Kolorowym Kartom PKP Intercity
More frequent, but also cheaper business trips thanks to the PKP Intercity Colour Cards
- 66** Cyfrowa transformacja: żeby się zmieniać, trzeba wiedzieć jak
Digital transformation: if you want to change, you need to know how
- 70** Rolnictwo a środowisko naturalne
Agriculture and the environment
- 72** Jakie wyzwania stoją przed rolnictwem w obliczu zmian klimatycznych?
What are the challenges that agriculture faces as a result of climate change?
- 74** Ekobiuro. Moda czy świadomy wybór?
Eco-office. Fashion or conscious choice?
- 80** Dostęp do gotówki 24/7 jak woda w kranie
24/7 access to cash like water from a tap
- 84** Czas na inwestycje humanitarne
Time for humanitarian investments

26 GREEN CITIES & SUSTAINABLE URBANISM: WHAT DOES THIS REALLY MEAN?

Do they mean high-tech, low-tech, no-tech? What are their costs? Are they implemented from the top-down or bottom-up? And, most importantly, are they human scale?



Relacja / Report

- 88** Podsumowanie wydarzeń Executive Club w 2019 roku
Summary of 2019 in Executive Club
- 94** Zrównoważony i odpowiedzialny biznes w praktyce
Sustainable and responsible business in practice
- 101** Noworoczna integracja w stylu Executive Club
New Year's integration with Executive Club

99 SUSTAINABLE ECONOMY AWARDS

Rozdano 12 prestiżowych statuetek dla najlepszych przedsiębiorców, wybitnych menedżerów i liderów biznesu, którzy wdrażają najwyższe standardy odpowiedzialnego biznesu. Przyznano również Nagrodę Specjalną.

12 prestigious statuettes have been given to the best enterprises, outstanding managers and business leaders who implement the highest standards of responsible business. One Special Award was also given.



RÓŻNORODNOŚĆ W GRUPIE BOSCH

WYWIAD Z RAFAŁEM RUDZIŃSKIM, PREZESEM ZARZĄDU FIRMY
ROBERT BOSCH I REPREZENTANTEM GRUPY BOSCH W POLSCE



RAFAŁ RUDZIŃSKI

Z FIRMA BOSCH JEST PAN ZWIĄZANY JUŻ PRAWIE 20 LAT, KTÓRY ETAP W PANA KARIERZE ZAWODOWEJ OKAZAŁ SIĘ KLUCZOWY I DLACZEGO?

W moim życiu zawodowym było kilka momentów, które z perspektywy czasu postrzegam jako niezwykle ważne. Po pierwsze, dołączając do Grupy Bosch w latach 90-tych, już na początku mojej profesjonalnej drogi miałem szczęście otrzymać ambitne zadanie wprowadzenia na rynek nowej marki elektronarzędzi i zbudowania zespołu. Kluczowa była dla mnie właśnie możliwość stworzenia czegoś od nowa – nie była to kontynuacja wcześniejszych działań, liczył się mój pomysł, mój wkład. Od zawsze lubiłem mierzyć się z takimi wyzwaniami i szukałem takich możliwości, dlatego każdy nowy etap mojej kariery, który wiązał się z przejmowaniem odpowiedzialności za całość projektu, uważam za ważny. Z czasem projekty te były coraz bardziej kompleksowe, a ich skala była coraz większa. W wieku 36 lat zostałem członkiem Zarządu firmy BSH, jednej ze spółek Bosch w Polsce, odpowiedzialnej za produkcję i sprzedaż sprzętu AGD i to był kolejny duży krok w mojej karierze. Nadzorowałem m.in. obszar sprzedaży i marketingu – dwa lata po mojej nominacji zostaliśmy liderem rynku AGD w Polsce. Było to cenne doświadczenie, które dużo mnie nauczyło. Ostatni przełomowy moment to z całą pewnością objęcie funkcji Prezesa spółki Robert Bosch i reprezentanta Grupy Bosch w Polsce.

DUŻĄ WAGĘ PRZYKŁADA PAN DO PRACOWNIKÓW I ICH KOMPETENCJI ORAZ ZESPOŁÓW, W KTÓRYCH PRACUJĄ. JAKI JEST PANA PRZEPIS NA KIEROWANIE ZESPOŁEM W TAK DUŻEJ FIRMIE?

W mojej opinii zawsze musimy pamiętać, że praca jest miejscem, w którym spędzamy w ciągu doby najwięcej czasu, oczywiście pomijając godziny snu. Dlatego trzeba budować firmę, do której pracownicy przychodzą chętnie, aby realizować się zawodowo i czuć się częścią silnej drużyny. Zadaniem osób na stanowiskach kierowniczych jest świadome i konsekwentne tworzenie takich miejsc. Uważam, że silny zespół budują właściwie ustalone priorytety, otwarta komunikacja i współodpowiedzialność. Kierowanie dużym zespołem nie może polegać na mikrozarządzaniu. Trzeba umożliwiać pracownikom poszerzanie kompetencji i przejmowanie odpowiedzialności, a także rozwijać poczucie współodpowiedzialności za firmę – zachęcać do spoglądania poza obszar swojego własnego biurka. Uważam, że satysfakcja z pracy w zespole, dużym czy mniejszym, wzrasta, jeśli jego członkowie mogą mieć realny wpływ na firmę. Nie we wszystkich obszarach i nie zawsze jest to możliwe, ale często przy odrobinie zaangażowania i dobrej woli obu stron – pracownika i pracodawcy, jest to do zrealizowania.

OBECNIE PRZEDSIĘBIORSTWA PRZYKŁADAJĄ DUŻĄ WAGĘ DO PROWADZENIA FIRMY W SPOSÓB ZRÓWNOWAŻONY I ODPOWIEDZIALNY. JAKIE KONKRETNIE

DZIAŁANIA W TYCH OBSZARACH PODEJMUJE BOSCH W POLSCE?

W przypadku naszej firmy jest to temat wielowątkowy. Warto przypomnieć sam fakt, że większość udziałów naszego koncernu należy do Fundacji im. Roberta Boscha. Fundacja, ze środków przekazywanych co roku przez firmę, realizuje na całym świecie programy wspierające edukację, rozwój obywatelski, zdrowie, badania naukowe, współpracę i porozumienie między narodami. Taka była wola założyciela firmy – Roberta Boscha, człowieka, który zaangażowanie w sprawy społeczne stawiał na równi z rozwojem biznesu. Kontynuujemy te tradycje. W ubiegłym roku Bosch jako pierwszy globalny koncern przemysłowy ogłosił, że do końca 2020 roku wszystkie lokalizacje firmy na świecie będą neutralne pod względem emisji CO₂. To się dzieje także w Polsce – już dziś trzy spółki Grupy Bosch w Polsce korzystają wyłącznie z zielonego prądu. A na 2021 roku zakontraktowaliśmy już prąd z odnawialnych źródeł dla wszystkich podmiotów Bosch w naszym kraju. Ale nasze działania wychodzą poza obszar ekologii. W Polsce prowadzimy programy edukacyjne dla dzieci i młodzieży, m.in. Akademię Wynalazców im. Roberta Boscha, czy program Bosch Termotechnika szkoli. Wspieramy mentoringiem kobiety, które chcą wrócić na rynek pracy po dłuższej przerwie związanej z opieką nad dziećmi, organizujemy wolontariat pracowniczy. Jest tych inicjatyw naprawdę dużo. Jednocześnie uważam, że odpowiedzialne prowadzenie firmy oznacza też zapewnienie pracownikom możliwości łączenia pracy z życiem prywatnym. W tym obszarze także intensywnie działamy. W ubiegłym roku zaproponowaliśmy pracownikom naszej spółki półkolonie dla dzieci – każdy rodzic mógł w wakacje przyjechać z dzieckiem do pracy, skąd było ono zabierane na zajęcia tematyczne i przez cały dzień ciekawie spędzało czas. Po południu opiekunowie półkolonii odwozili dzieci do biura, aby mogły wrócić do domu ze swoimi rodzicami. W sytuacji, w której dziecko ma 10 tygodni wakacji, takie rozwiązanie naprawdę pomaga zorganizować życie rodziny, a wspólna podróż do i z pracy to dodatkowy czas na rozmowę i budowanie więzi.

WIELE BRANŻ ZMAGA SIĘ AKTUALNIE Z LICZNYMI WYZWANIAMMI JAK NP. BRAK

Miejsce urodzenia:
Warszawa

Kuchnia:
wszystko z wyjątkiem zupy szczawiowej i bardzo ostrych przypraw

Książka:
„Droga” Cormaca McCarthy’ego

Hobby:
motoryzacja, szczególnie ta starsza, czyli samochody wyprodukowane przed 1985 rokiem

Wymarzone wakacje:
bez tłumów

Muzyka:
lubię różnorodność dźwięków 😊

WYKWALIFIKOWANEJ KADRY PRACOWNICZEJ. JAKIE NAJWIĘKSZE WYZWANIA STOJĄ PRZED FIRMĄ BOSCH ORAZ JAK SOBIE PAŃSTWO Z NIMI RADZICIE?

Rzeczywiście rynek pracy jest obecnie wymagający i duże firmy takie jak nasza, odczuwają to w podobny sposób, jak mniejsze podmioty. Na pewno mocnym atutem Grupy Bosch jest różnorodność. Działamy w wielu obszarach, co w kontekście planowania kariery daje dużo większe możliwości. Nowa ścieżka zawodowa, czy zmiana branży, jest u nas na pewno łatwiejsza niż w firmach, które operują w jednej dziedzinie. A specjalistom IT, których w naszym zespole mamy coraz więcej, daje to możliwość pracy nad bardzo różnymi projektami. Nasza kolejna mocna strona to benefity, które oferujemy pracownikom. Koncertujemy się na ułatwianiu zachowania balansu między pracą a czasem prywatnym oraz promocji aktywnego wypoczynku – wierzę, że równowaga jest kluczowa, aby efektywnie i z energią realizować ambitne zadania w ważnych obszarach naszego życia.

BOSCH TO WIODĄCY DOSTAWCA CZĘŚCI I ROZWIĄZAŃ DLA MOTORYZACJI. W JAKICH OBSZARACH ŚWIATOWY LIDER POSZUKUJE OBECNIE POLA DO EKSPANSJI?

Motoryzacja przechodzi obecnie ogromną transformację. Mówimy o rewolucji w podejściu ludzi do transportu, ale też rewolucji w obszarze napędów. Pojawiają się nowe środki transportu, jednocześnie kwestie ochrony klimatu zaczynają być bardzo istotne. Jako Bosch na pewno współdecydujemy o kierunkach zmian w motoryzacji, wyznaczamy nowe trendy i bierzemy aktywny udział w dyskusjach o przyszłości mobilności. Jesteśmy mocno zaangażowani w proces automatyzacji jazdy, bo wierzymy, że jest to droga do jeszcze bezpieczniejszego transportu. Dlatego rozwijamy technologie umożliwiające większą, a nawet pełną autonomię pojazdu. Realizujemy wiele projektów partnerskich, m.in. z firmą Daimler, z którą w Kalifornii testujemy autonomiczne taksówki w ruchu ulicznym. Z drugiej strony pracujemy nad rozwojem różnych napędów – dostarczamy i doskonalimy rozwiązania konwencjonalne i elektryczne, z bateriami lub wykorzystujące ogniwa paliwowe, wspieramy też rozwój paliw syntetycznych, które są niezwykle interesującą opcją, nie wymagają bowiem inwestycji w infrastrukturę – w pełni ekologiczne paliwo syntetyczne można tankować na tradycyjnych stacjach benzynowych. Tylko na elektromobilność oraz ogniwa paliwowe

Bosch planuje przeznaczyć w tym roku 500 mln euro, a od początku 2018 roku w obszarze elektromobilności zebraliśmy zamówienia o wartości kilkunastu miliardów euro, m.in. na projekty seryjne, takie jak napęd elektryczny dla samochodów osobowych i lżejszych pojazdów użytkowych. Automatyzacja jazdy i nowe napędy to na pewno dwa obszary, które będziemy mocno rozwijać w kolejnych latach.

JAK WYGLĄDAJĄ PLANY INWESTYCYJNE SPÓŁKI NA 2020 ROK?

Jako spółka Robert Bosch, w naszej fabryce w Mirkowie pod Wrocławiem otworzyliśmy właśnie nową linię produkcyjną iBoostera 2 – innowacyjnego podzespołu układów hamulcowych do samochodów elektrycznych i hybrydowych. Koszt inwestycji to 80 mln zł. Chcemy rozwijać obecność Bosch w Polsce i na pewno będzie jeszcze okazja, aby pochwalić się nowymi projektami.

DIVERSITY IN THE BOSCH GROUP

INTERVIEW WITH RAFAŁ RUDZIŃSKI, PRESIDENT OF THE BOARD OF ROBERT BOSCH AND REPRESENTATIVE OF BOSCH GROUP IN POLAND

YOU'VE BEEN WITH BOSCH FOR ALMOST 20 YEARS. WHICH STAGES OF YOUR CAREER PROVED CRUCIAL AND WHY?

There were a few moments in my professional life that I consider extremely important in retrospect. First of all, joining the Bosch Group in the 90s. At the beginning of my professional path I was lucky to receive the ambitious task of launching a new brand of power tools and building a team. For me it was crucial to be able to create something from scratch – it was not a continuation of previous activities, it was my idea and my contribution that counted. I have always liked to face such challenges and looked for similar opportunities, which is why every new stage of my career associated with taking over responsibility for entire projects was important. Over time these projects were becoming more comprehensive, and their scale was increasing. At the age of 36 I became a member of the Management Board of BSH, one of the companies of Bosch in Poland, responsible



for the production and sale of home appliances, which was another big step in my career. I supervised, among others, sales and marketing – two years after my nomination we became the leader of the home appliances market in Poland. It was a valuable experience and it taught me a lot. The last breakthrough moment was definitely taking over the function of the President of Robert Bosch and becoming a representative of the Bosch Group in Poland.

YOU ATTACH GREAT IMPORTANCE TO EMPLOYEES, THEIR COMPETENCES, AS WELL AS THE TEAMS IN WHICH THEY WORK. WHAT IS YOUR RECIPE FOR TEAM MANAGEMENT IN SUCH A LARGE COMPANY?

In my opinion we must always remember that work is a place where we spend the most time during the day, apart from sleeping of course. Therefore, you need to



Place of birth:
Warsaw

Cuisine:
everything except sorrel
soup and very hot spices

Book:
“The Road”
by Cormac McCarthy

Hobby:
cars, especially older ones,
manufactured before 1985

Dream vacation:
with no crowds

Music:
I enjoy a variety of sounds 😊

build a company employees willingly come to in order to further their professional development and feel part of a strong team. The task of people in managerial positions is to consciously and consistently create such places. I believe that a strong team is built on properly established priorities, open communication, and shared responsibility. Managing a large team cannot rely on micro-management. You must enable employees to broaden their competences and take responsibility, as well as develop a sense of shared responsibility for the company – encourage them to look beyond their own desks. I believe that satisfaction from working in a team, large or small, increases if its members can have a real impact on the company. It is not always possible in all areas, but often with a little commitment and good will of both parties – the employee and the employer – it is achievable.

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

In the case of our company, this is a multifaceted topic. It is worth remembering that the majority of our group's shares belong to the Robert Bosch Foundation. The foundation, using the funds transferred each year by the company, implements programs supporting education, civic development, health, research, cooperation, and mutual understanding among nations. This was the will of the founder of the company – Robert Bosch, a man who put social commitment on par with business development. We continue these traditions. Last year Bosch was the first global industrial group to announce that by the end of 2020 all of its plants in the world will be CO₂

neutral. This is also happening in Poland – today three companies of the Bosch Group in Poland use green electricity exclusively. In 2021 we already contracted electricity from renewable sources for all Bosch entities in our country. But our actions go beyond the area of ecology. In Poland we run educational programs for children and adolescents, including the Robert Bosch Academy of Inventors or the “Bosch Termotechnika Szkoli” program. We provide mentoring to women who want to return to the labor market after a long break related to childcare, we organize employee volunteering. There are very many such initiatives. At the same time I believe that responsible business management also means providing employees with opportunities to combine work and private life. We are also very active in this area. Last year we offered our employees day camps for children – every parent could come to work with

their child during summer vacation and then have the child taken to thematic classes and spend their day in an interesting way. In the afternoon the chaperons of the day camp took the children to the office so that they could return home with their parents. When children have 10 weeks of vacation, this solution really helps organize the life of the family, and traveling together to and from work is an extra time to talk and build relationships.

MANY INDUSTRIES ARE CURRENTLY FACING NUMEROUS CHALLENGES, SUCH AS THE LACK OF QUALIFIED STAFF. WHAT ARE THE BIGGEST

CHALLENGES FACED BY BOSCH AND HOW DO YOU DEAL WITH THEM?

Indeed, the labor market is currently very demanding, and large companies, such as ours, experience this similarly to smaller entities. Diversity is definitely a strong advantage of the Bosch Group. We operate in many areas, which, in the context of career planning, gives much greater opportunities. A new career path or a change of industry is certainly easier with us than in companies that operate in one field only. IT specialists, we have more and more of in our team, get the opportunity to work on very diverse projects. Another strength of our company is the benefits we offer to employees. We are

focused on facilitating the balance between work and private time and promoting active leisure – I believe that balance is crucial for carrying out ambitious tasks in important areas of our lives effectively and vigorously.

BOSCH IS THE LEADING SUPPLIER OF PARTS AND SOLUTIONS FOR THE AUTOMOTIVE INDUSTRY. WHAT ARE THE AREAS IN WHICH YOU ARE CURRENTLY LOOKING TO EXPAND AS A GLOBAL LEADER?

Automotive is now undergoing a huge transformation. We are talking about a revolution in the approach to transportation, but also a revolution in drives. New means of transportation are emerging, while climate protection is becoming very important. As Bosch we definitely have a significant impact on the direction of changes in the automotive industry. We set new trends and take active part in discussions about the future of mobility. We are strongly involved in the process of driving automation, because we believe that this is the way to even safer transportation. That is why we are developing technologies enabling greater or even full vehicle autonomy. We implement many partner projects, including with Daimler, together with which we're testing autonomous taxis in the traffic of California. On the other hand, we are working on the development of various drives – we provide and improve conventional and electric solutions, with batteries or fuel cells. We also support the development of synthetic fuels, which are an extremely interesting option, because they do not require investment in infrastructure – fully eco-friendly synthetic fuel can be refueled at traditional gas stations. Bosch is planning to spend EUR 500 million this year only on electromobility and fuel cells, and since the beginning of 2018 we have collected orders worth several billion euros in the area of electromobility, including serial projects, such as an electric drive for passenger cars and lighter commercial vehicles. Automation of driving and new drives are definitely two areas that we will strongly develop in the coming years.

WHAT ARE THE COMPANY'S INVESTMENT PLANS FOR 2020?

As Robert Bosch, in our factory in Mirków near Wrocław, we have just opened a new production line of iBooster 2 – an innovative braking system sub-assembly for electric and hybrid cars. The investment cost is PLN 80 million. We want to develop Bosch's presence in Poland and there will definitely be opportunities to show off new projects. ●



Siedziba główna firmy Robert Bosch w Warszawie
The headquarters of Robert Bosch in Warsaw



Nowa linia produkcyjna iBooster 2 w fabryce Bosch w Mirkowie
New iBooster 2 production line at the Bosch factory in Mirków



WYPOŻYCZALNIA SPRZĘTU AV:

- nagłośnienie
- oświetlenie
- telewizory i projektory
- sprzęt do tłumaczeń symultanicznych i systemy do głosowania

OBSZAR DZIAŁANIA:
WARSZAWA/POLSKA/
UNIA EUROPEJSKA

**WYNAJEM SPRZĘTU AV ORAZ KOMFORTOWA
OBSŁUGA TECHNICZNA KONGRESÓW, TARGÓW,
IMPREZ FIRMOWYCH I KONCERTÓW**



Brand eventAV należy do
firmy PRObrand sp. z o.o.

www.eventav.pl
biuro@eventav.pl
tel. 661 903 905

ul. Postępu II, 02-676 Warszawa

JAPOŃSKA FIRMA BUDOWLANA TO SPRAWNIE I PROFESJONALNIE DZIAŁAJĄCA MASZYNA

ROZMOWA Z MACIEJEM RUNKIEWICZEM, PREZESEM KAJIMA POLAND



MACIEJ RUNKIEWICZ

W CZYM SPECJALIZUJE SIĘ KAJIMA POLAND?

Jesteśmy generalnym wykonawcą, wykonujemy m.in. analizę terenu pod inwestycję, projekty i oczywiście gotowe budynki „pod klucz” wraz z ich obsługą gwarancyjną. Są to głównie obiekty produkcyjne oraz logistyczne na potrzeby różnych branż: począwszy od samochodowej, przez elektroniczną, spożywczą a nawet farmaceutyczną. Wspecjalizowaliśmy się w bardzo szybkim budowaniu tego typu obiektów. Średni czas realizacji (włącznie z niezbędnymi projektami) wynosi siedem miesięcy. Oczywiście na tym nie kończymy, budujemy

i rozbudowujemy również centra handlowe, obiekty biurowe i mieszkalne.

KAJIMA POLAND ZATRUDNIA 160 OSÓB. JAK RADZICIE SOBIE Z „DUŻĄ” KONKURENCJĄ W BRANŻY GENERALNEGO WYKONAWSTWA?

Firma średniej wielkości pod wieloma względami jest konkurencyjna dla dużych. Taka wielkość zespołu sprawia, że w Kajima Poland nie jesteśmy dla siebie anonimowi. Wzajemna sympatia oraz wiedza o swoich kompetencjach i możliwościach, w połączeniu z przemyślanymi procedurami, powoduje, że wszyscy działamy z wewnętrzną siłą i determinacją. Kajima Poland jest zgranym zespołem na poziomie całej organizacji jak również na poziomie zespołów prowadzących poszczególne budowy i skupionych wokół Project Managerów.

Jako firma średniej wielkości posiadamy płaską strukturę, dzięki czemu jesteśmy zawsze blisko klienta. Poza tym taka forma zarządzania pozwala nam na szybką reakcję (co jest szczególnie ważne w przypadku zmian koniunktury na rynku inwestycji, od którego jesteśmy zależni), na niższe koszty funkcjonowania a także na częsty i dobry kontakt zarządu z pracownikami wszystkich szczebli.

JAKIE KORZYŚCI W PROWADZENIU DZIAŁALNOŚCI BUDOWLANEJ DAJE JAPOŃSKIE POCZODZENIE FIRMY?

W Polsce firma japońska kojarzy się zwykle z hierarchicznością, sztywnymi zasadami i dyscypliną. Natomiast w Kajima Poland „japońskość” oznacza przede wszystkim to, że stosujemy sprawdzone procedury w zarządzaniu oraz dotyczące bezpieczeństwa na budowach. To konsekwencja faktu, że dla całej grupy Kajima bezpieczeństwo pracowników jest priorytetem. Wszystkie nasze procedury nieustająco poddawane są weryfikacji. Dzięki temu japońska firma to sprawnie i profesjonalnie działająca maszyna do projektowania i budowania.

Dodatkową korzyścią, jaką odnosimy z naszego japońskiego pochodzenia, jest bezpieczeństwo finansowe i wolność od zobowiązań kredytowych zaciąganych wobec zewnętrznych instytucji finansowych. Ochronę finansową daje nam firma macierzysta. Choć, aby cieszyć się jej zaufaniem, musimy wykazać się profesjonalizmem nie tylko w budownictwie, ale również w ocenie ogólnej sytuacji na rynku lub ryzyka związanego z daną inwestycją.

Japońską firmę postrzega się jako godną zaufania, lojalną oraz dbającą o klienta. Jesteśmy tego świadomi i dokładamy wszelkich starań, aby nie rozczarować naszych klientów i utrzymać tę dobrą markę firmy japońskiej.

A JAPANESE CONSTRUCTION COMPANY IS LIKE AN EFFICIENT AND PROFESSIONALLY OPERATING MACHINE

INTERWIEW WITH MACIEJ RUNKIEWICZ,
CEO AT KAJIMA POLAND

WHAT DOES KAJIMA POLAND SPECIALIZE IN?

We are a general contractor and deal with, for example, analyses of sites

intended for construction projects, designs and, of course, delivering turnkey buildings with warranty service. These are mainly production and logistics facilities for the purposes of various industries, from the automotive to electronics, food and even pharmaceutical sectors. We have specialized in building such facilities very quickly. The average implementation time (including necessary designs) is seven months. Of course, this is not all that we do – we also build and expand shopping centers as well as office and residential buildings.

KAJIMA POLAND HAS OVER 160 EMPLOYEES. HOW DO YOU COPE WITH SIGNIFICANT COMPETITION IN THE GENERAL CONTRACTING SECTOR?

A medium-sized company is in many respects competitive to large companies. With this headcount, we are not strangers to each other at Kajima Poland. Friendly relations and awareness of our competences and abilities, combined with well-thought-out procedures, give us all internal strength and determination at work. Kajima Poland is a harmonious team throughout the organization as well as at the level of the teams carrying out various construction projects under the supervision of our Project Managers.

As a medium-sized company, we also have a flat organization structure. As a result, we are always close to the customer. What is more, this form of management enables us to respond quickly (which is particularly important in case of changes in the economic situation on the construction

project market on which we depend), pay lower operating costs, and the management board has good and frequent contacts with all the employees.

WHAT BENEFITS IN THE CONSTRUCTION BUSINESS DOES THE JAPANESE ORIGIN OF THE COMPANY BRING?

In Poland, a Japanese company is usually associated with hierarchy, rigid rules and discipline, but at Kajima Poland, “Japaneseness” means, above all, that we use proven management and safety procedures on construction sites. This is due to the fact that employee safety is a priority for the entire Kajima Group. All of our procedures are being constantly verified, which makes this Japanese company an efficient and professional machine for designing and building.

Our Japanese origin brings us even more benefits, such as financial security and independence, hence we do not have to contract loans from external financial institutions. The parent company gives us financial protection. However, to enjoy its trust, we must demonstrate professionalism not only as a construction company but also in assessing the overall market situation or the risk associated with a given project.

A Japanese company is perceived trustworthy, loyal and caring for the customer. We are aware of this and we make every effort not to disappoint our customers and maintain the good image of this Japanese brand. ●



Centrum Handlowe Wola Park (rozbudowa), Warszawa
Wola Park shopping centre (expansion), Warsaw

PRAKTYCZNE PODEJŚCIE DO TEORII ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

ROZMOWA Z JACKIEM SIWIŃSKIM, PREZESEM ZARZĄDU VELUX POLSKA



JACEK SIWIŃSKI

OBCENIE PRZEDSIĘBIORSTWA PRZYKŁADAJĄ DUŻĄ WAGĘ DO PROWADZENIA FIRMY W SPOSÓB ZRÓWNOWAŻONY I ODPOWIEDZIALNY. JAKIE KONKRETNE DZIAŁANIA W TYCH OBSZARACH PODEJMUJE VELUX?

Historia społecznej odpowiedzialności biznesu w firmie VELUX rozpoczęła się na długo zanim to pojęcie zostało spopularyzowane. Już w 1965 roku, założyciel Grupy VELUX, Villum Kann Rasmussen, postawił sobie za cel rozwijanie biznesu w oparciu o koncepcję „Przedsiębiorstwa Modelowego”, które określił jako firmę nie tylko dostarczającą użyteczne produkty, ale także traktującą swoje otoczenie, w tym swoich klientów, dostawców, pracowników i udziałowców lepiej niż większość innych przedsiębiorstw. Taka filozofia działania znajduje odzwierciedlenie niemal we wszystkich obszarach naszych aktywności. Poczynając od samego okna dachowego, które w całym swoim cyklu życia pozwala zaoszczędzić więcej energii niż jest potrzebne do jego wyprodukowania, poprzez wszystkie procesy produkcyjne, w tym transport, aż do utylizacji naszych wyrobów.

100% drewna wykorzystywanego w naszej produkcji w Polsce pochodzi ze zrównoważonych upraw, posiadających certyfikaty FSC lub PFSC. W naszych fabrykach 97% odpadów jest przetwarzanych na miejscu. Globalna strategia Grupy VELUX, ogłoszona w 2009 roku, zakładała obniżenie do roku 2020 emisji CO₂ o połowę w porównaniu z rokiem 2007. W polskich zakładach produkcyjnych emisję CO₂ zredukowaliśmy aż o 77% w przeliczeniu na jednostkę wartości produkcji. To obraz praktycznego podejścia do teorii zrównoważonego rozwoju.

WIELE BRANŻ ZMAGA SIĘ AKTUALNIE Z LICZNYMI WYZWANIAM I JAK NP. BRAK WYKWALIFIKOWANEJ KADRY PRACOWNICZEJ. JAKIE NAJWIĘKSZE WYZWANIA STOJĄ PRZED VELUX ORAZ JAK SOBIE PAŃSTWO Z NIMI RADZICIE?

Spółki z Grupy VELUX od dawna w swojej strategii dążą aby być pracodawcą pierwszego wyboru na lokalnych rynkach pracy. Podejmujemy wiele działań w tym zakresie – poczynając od tego, że nie stosujemy kontraktów cywilnoprawnych – wszyscy pracują w oparciu o umowy o pracę. Kilka lat temu zrezygnowaliśmy też z umów na okres próbny. Zakładamy, że każdy kto przejdzie proces rekrutacji zasługuje na zaufanie i pierwszą umowę podpisuje na 2 lata. To tylko drobne przykłady wielu działań, które codzienne

podajemy aby budować dobry wizerunek naszej firmy jako pracodawcy. Ważniejsze od przykładów działań są efekty – pomimo zmian jakie zachodzą na rynku pracy wciąż możemy pochwalić się niską rotacją pracowników, np. w fabrykach w Gnieźnie rotacja pracowników w 2019 utrzymywała się na poziomie poniżej 5%, ½ pracowników w Grupie pracuje u nas dłużej niż 7 lat, co moim zdaniem jest bardzo dobrym wynikiem, zwłaszcza biorąc pod uwagę to, że w ostatnich 3 latach zatrudnienie zwiększyliśmy o przeszło 500 osób, do poziomu ponad 4300 pracowników.

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

W tym pytaniu jest w pewnym sensie zawarta także odpowiedź. Otóż przepisem na kierowanie zespołami są właśnie kompetencje. Dodalbym jeszcze zaufanie i odpowiedzialność. Jeśli złożyć te trzy elementy: kompetencje, zaufanie i odpowiedzialność to otrzymamy zespół, który samodzielnie jest w stanie poradzić sobie z największymi wyzwaniami. Wówczas rolą menadżera wcale nie jest kierowanie takimi zespołami ale bardziej dbanie o to aby te trzy elementy pracy zespołów odpowiednio ze sobą współpracowały.

INNOWACYJNOŚĆ TO ZDECYDOWANIE COŚ W CZYM CZUJĄ SIĘ PAŃSTWO BARDZO DOBRZE. JAKIE NOWE ROZWIĄZANIA TECHNOLOGICZNE WPROWADZILI PAŃSTWO NA RYNEK ORAZ DO SWOICH FABRYK W OSTATNIM CZASIE?

Przemysł 4.0 i automatyzacja produkcji powszednie – takie rozwiązania systematycznie wdrażamy w naszych zakładach produkcyjnych. Robotyzacja przenika też coraz bardziej do naszego życia. Internet rzeczy to coś, co dzisiaj przestaje być modą i gadżetem, a staje się użytecznym rozwiązaniem wpływającym na jakość naszego życia. Nasza oferta wychodzi naprzeciw tym oczekiwaniom. Rozwiązania VELUX potrafią nie tylko reagować na deszcz. Dzisiaj nasze okna i rolety mogą być sterowane automatycznie w oparciu o szereg czujników jakości powietrza, ale też na podstawie danych ze stacji pogodowych. Coraz więcej polskich klientów docenia też możliwość zdalnego sterowania naszymi produktami za pomocą aplikacji.

JAK PODSUMOWAŁBY PAN 2019 ROK ORAZ JAK WYGLĄDAJĄ PLANY INWESTYCYJNE SPÓŁKI NA 2020 ROK?



Fabryka okien i kołnierzy VELUX w Namysłowie – prezentacja Jacka Siwińskiego
VELUX window and collar factory in Namysłów – Jacek Siwiński's presentation

Rok 2019 zamykamy celebrując duży sukces. Był to dla nas kolejny okres dwucyfrowych wzrostów. Z dużym optymizmem patrzymy też na prognozy roku 2020. Jeśli chodzi o produkcję to stale inwestujemy w rozwój i modernizację zakładów w Gnieźnie, Namysłowie. W ubiegłym roku naszym flagowym projektem było uruchomienie drugiej linii malowania proszkowego w Wiosce Okiennej DOVISTA w Wędkowych, która gwarantuje najwyższą jakość technologii malowania okien i jest także przyjazna dla środowiska. Nowo uruchamiana linia pozwoli na zwiększenie rocznych mocy produkcyjnych malarni o 100 proc.

Nową jakość zyskuje też fabryka w Namysłowie... W marcu ruszyła rozbudowa namysłowskiej fabryki okien i kołnierzy VELUX. Zakład zyska nową powierzchnię magazynowo-produkcyjną, dzięki której poszerzy swój dział obróbki drewna, a także zainwestuje w zmodernizowanie parku maszynowego, zwiększając automatyzację produkcji i poprawę bezpieczeństwa poprzez montaż nowoczesnej instalacji przeciwpożarowej. Wszystkie te działania mają wpłynąć na poprawę efektywności produkcji, bezpieczeństwa i ergonomii pracy. Łączna wartość inwestycji w Namysłowie wyniesie około 50 mln zł.



A PRACTICAL APPROACH TO THE THEORY OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT

INTERWIEV WITH JACEK SIWIŃSKI,
PRESIDENT OF THE BOARD OF VELUX
POLSKA

ENTERPRISES CURRENTLY ATTACH GREAT IMPORTANCE TO CONDUCTING BUSINESS IN A SUSTAINABLE AND RESPONSIBLE MANNER. WHAT SPECIFIC ACTIONS DOES VELUX TAKE IN THIS FIELD?

The story of corporate social responsibility at VELUX had begun long before this concept gained popularity. As early as 1965, the founder of the VELUX Group, Villum Kann Rasmussen, made it his objective to develop the business based on the “Model Company” which he described as a company not only providing product useful to society but also treating its environment, including its customers, suppliers, employees and shareholders better than most other companies. This philosophy is reflected in action in almost all the areas of our activity. Starting from the roof window itself which throughout its lifecycle enables to save more energy than is needed for its production, through all production processes, including transport, to the disposal of our products.

100% of the wood used in our production in Poland comes from sustainable, FSC or PFSC-certified cultivation. 97% of waste is recycled on-site in our factories. The VELUX Group global strategy, published in 2009, comprised the reduction of CO₂ emission by half by the year 2020 as compared to the 2007 level. In the Polish production plants, we reduced the CO₂ emission by as much as 77% per production value unit. This illustrates the practical approach to the sustainable development theory.

MANY INDUSTRIES ARE CURRENTLY FACING A NUMBER OF CHALLENGES SUCH AS THE LACK OF QUALIFIED WORKFORCE. WHAT ARE THE GREATEST CHALLENGES FOR VELUX AND HOW DO YOU DEAL WITH THEM?



Fabryka okien i kołnierzy VELUX w Namysłowie
VELUX window and collar factory in Namysłów





Fabryka okien i kotłowni VELUX w Namysłowie – linia produkcyjna
VELUX window and collar factory in Namysłów – production line

For a long time now, it has been the strategy of the VELUX Group companies to become the first choice employer on the local job market. We take a number of actions in this respect, starting with the fact that we do not use civil law agreements – all our employees receive employment contracts. Several years ago we also gave up trial period contracts. We assume that all those who pass the recruitment process are worthy of our trust and we sign the first agreement for a 2-year period. These are just some of the many actions we take every day in order to build the goodwill of our company as an employer. What is more important than the examples of such actions are their effects – despite the changes in the job market, we can still boast a low employee rotation, e.g. in the production plants in Gniezno, the rotation rate in 2017 remained under 5%. Half of the Group's employees work with us for over 7 years, which I consider a very good result, especially given the fact that during

the last 3 years we increased the number of employees by over 500, to over 4300.

AS A PROFESSIONAL, YOU ATTACH GREAT IMPORTANCE TO THE EMPLOYEES AND THEIR COMPETENCES AS WELL AS TO THE TEAMS THEY WORK IN. WHAT IS YOUR RECIPE FOR MANAGING A TEAM IN SUCH A LARGE COMPANY?

In a way, this question also includes the answer. It is the competences, together with trust and responsibility, that constitute the recipe for team management. Combine these three elements: competences, trust and responsibility, and you obtain a team capable of facing even the greatest challenges independently. In such circumstances, the manager's role consists less in managing such teams and more in ensuring the appropriate harmonization between these three elements of teamwork.

INNOVATION IS A FIELD IN WHICH YOU OBVIOUSLY THRIVE. WHAT NEW TECHNOLOGICAL SOLUTIONS HAVE YOU RECENTLY RELEASED ON THE MARKET AND INTRODUCED IN YOUR PRODUCTION PLANTS?

Industry 4.0 and automated production are increasingly common – we systematically implement such solutions in our production plant. Robotization also increasingly permeates daily life. The Internet of Things is ceasing to be a fashionable gadget and becoming a useful solution affecting the quality of our lives. Our offer responds to such expectations. VELUX solutions are not only sensitive to rain. Our windows and blinds can now be controlled automatically,

based on a number of air quality sensors as well as on weather station data. An increasing number of Polish customers also appreciate the possibility of remote control of our products through apps.

HOW WOULD YOU SUM UP 2019? WHAT ARE THE COMPANY'S INVESTMENT PLANS FOR 2020?

We are closing 2019 with a celebration of great success. It was another period of two-digit growth for us. The forecasts for 2020 are very optimistic as well. As far as production is concerned, we continue to invest in the growth and modernization of the Gniezno and Namysłów plants. Last year, our flagship project was the launch of the second powder coating line in the DOVISTA Window Village in Wędkowy, which guarantees the highest quality of window coating technology as well as environmental friendliness. The new line will allow to increase the annual production capacity of the paint shop by 100%.

The Namysłów plant is also increasing quality. In March, the expansion of the VELUX window and flange factory in Namysłów was launched. The plant will gain new warehouse and production areas, allowing it to expand the woodworking department, as well as invest in the modernization of its machinery, increasing production automatization and improve the security level by the installation of a modern fire protection system. All these actions are to bring improvements in production efficiency and security as well as in workplace ergonomics. The total value of the investments in Namysłów will amount to c.a. PLN 50 million. ●

PROSTSZE PODATKI?

O TO CO NAS CZEKA W 2020 ROKU PYTAMY EKSPERTA
- ANDRZEJA PIETRASIKA, MENEDŻERA W DZIALE USŁUG
PODATKOWYCH VISTRA POLAND



ANDRZEJ PIETRASIK

Przyzwyczailiśmy się już do licznych, nierzadko zaskakujących zmian w polskich przepisach podatkowych. Ich kierunek jest jasny – nowoprowadzone regulacje mają przede wszystkim uszczelnić system podatkowy. Jednocześnie podejmowane są próby ograniczenia biurokracji poprzez informatyzację, automatyzację i upraszczanie rozliczeń. Z perspektywy przedsiębiorców może to jednak oznaczać dziś konieczność poświęcenia dodatkowego czasu na nowe obowiązki administracyjne i raportowe.

Przykład? Mimo że w tym roku wysyłanie deklaracji VAT przejdzie do historii, podatnicy będą musieli zmierzyć się z nowymi zasadami prowadzenia ewidencji podatkowej, co z kolei skomplikuje proces przesyłania do urzędów plików JPK, które deklaracje te miały zastąpić.

Aby uniknąć negatywnych konsekwencji podatkowych, podatnicy już od stycznia muszą także w wielu przypadkach weryfikować czy konto kontrahenta, na które dokonują wpłat zostało umieszczone na tzw. „białej liście” podatników VAT. Dodatkowo, dokonując płatności za usługi i towary określone przez ustawodawcę jako „wrażliwe”, w przypadku większych transakcji (powyżej 15 tys. zł) kupujący zobowiązany jest podzielić płatność na dwie części: kwotę netto i VAT oraz dokonać zapłaty na dwa odrębne rachunki bankowe.

To oczywiście nie wszystko co spędza księgowym sen z powiek. Wciąż ogromne trudności interpretacyjne sprawiają wprowadzone stosunkowo niedawno przepisy dotyczące kalkulacji CIT (zasada dwóch źródeł przychodów oraz ograniczenie możliwości uwzględniania w wyniku podatkowym kosztów finansowania i kosztów usług obcych). Do tego w tym roku czekają nas od dawna zapowiadane dalsze zmiany w zakresie poboru podatku od płatności transgranicznych. Istotne trudności merytoryczne i techniczne powoduje również temat obowiązkowego ujawniania przez przedsiębiorców organom podatkowym tzw. „schematów podatkowych”.

Według specjalistów amerykańskiego think tanku Tax Foundation, polski przedsiębiorca tylko na obsługę VAT musi poświęcić rocznie 172 godziny, co daje nam 36 miejsce (ostatnie) wśród krajów OECD. Ponadto, w najnowszym światowym rankingu „Paying Taxes” przygotowanym przez PwC i Bank Światowy, odnoszącym się do poziomu skomplikowania systemu podatkowego, Polska zajęła 77 miejsce. Biorąc pod uwagę zmiany, o których była mowa wyżej można wątpić czy w tym roku poprawimy te pozycje.



SIMPLER TAXES?

WHAT AWAITS US IN 2020?
WE ASK AN EXPERT – ANDRZEJ
PIETRASIK, HEAD OF TAX SERVICES
AT VISTRA POLAND

We have already got used to numerous, often surprising changes in Polish tax regulations. Their direction is clear — the newly introduced regulations are primarily to seal the tax system. At the same time, attempts are made to reduce bureaucracy through computerisation, automation and simplifying settlements. However, from the entrepreneurs' point of view, it may mean that additional time has to be devoted to new administrative and reporting duties today.

Need an example? Although sending VAT returns will become a discontinued practice this year, taxpayers will have to face new rules of keeping tax records, which in turn will complicate the process of sending JPK files (Polish equivalent of SAF-T files), which were to replace the returns, to the offices.

In order to avoid negative tax consequences, taxpayers must also, from January onwards, in many cases, verify whether their counterparty's account to which they make the payments is included on the so-called

“white list” of VAT taxpayers. Additionally, while making payments for services and goods defined by the legislator as “sensitive”, in the case of larger transactions (over PLN 15 thousand), the buyer is obliged to divide the payment into two parts: the net amount and the VAT amount, and pay them into two separate bank accounts.

Of course, that is not all the accountants have to worry about. The relatively recently introduced regulations on CIT calculations (the principle of two sources of revenue and the limitation of the possibility to include financing costs and the costs of external services in the tax result) are still very difficult to interpret. What is more, this year, further changes in the collection of tax on cross-border payments that have been announced for a long time await us. The subject of mandatory disclosure of the so-called “tax schemes” to the tax authorities by entrepreneurs is also causing significant substantive and technical difficulties.

According to specialists from the American think tank Tax Foundation, a Polish entrepreneur has to spend 172 hours a year only on handling VAT duties which ranks us 36th (last) among OECD member countries. Moreover, in the latest global ranking “Paying Taxes” prepared by PwC and the World Bank, referring to the level of complexity of the tax system, Poland ranked 77th. Given the changes referred to above, it is doubtful that we will move up in these rankings this year. ●

NIE CHWILOWY TREND, A DŁUGOFALOWA STRATEGIA – INNOWACYJNOŚĆ W HILTI

ROZMOWA Z DARIUSZEM MATCZAKIEM, DYREKTOREM KANAŁÓW SPRZEDAŻY
W HILTI POLSKA



DARIUSZ MATCZAK

INNOWACYJNOŚĆ WYDAJE SIĘ BYĆ PAŃSTWA NATURALNYM ŚRODOWISKIEM. POSIADAJĄ PAŃSTWO WŁASNE LABORATORIA BADAWCZE I PROJEKTOWE ORAZ WSPÓŁPRACUJĄ PAŃSTWO Z NAJLEPSZYMI UCZELNIAMI TECHNICZNYMI NA ŚWIECIE. JAK PRZEKŁADA SIĘ TO NA PAŃSTWA BIZNES?

Dla wielu firm innowacyjność stała się dziś drogowskazem wytyczającym drogę rozwoju zarówno w obszarze kreowania nowych produktów, jak i doskonalenia istniejących. W Hilti nie jest to jednak chwilowy trend, ale długofalowa strategia, która towarzyszy spółce od początku jej istnienia.

To pozwoliło nam wypracować unikalną pozycję na szeroko rozumianym rynku budowlanym, oferując naszym partnerom biznesowym prawdziwie kompleksowe rozwiązania odpowiadające ich dzisiejszym potrzebom.

Oferujemy zarówno technologię, jak i usługi, a także oprogramowanie. Również w erze cyfryzacji Hilti nie zamierza oddać wiodącej pozycji i roli zaufanego partnera dla sektora przemysłu i budownictwa. Firma przechodzi starannie zaplanowany proces transformacji cyfrowej polegający na wdrażaniu innowacyjnych technologii zarówno w obsługę procesów wewnętrznych, jak i rozszerzając portfolio swoich produktów i usług.

Jeszcze 10 lat temu ponad 95% przychodów naszej spółki w Polsce stanowiła sprzedaż produktów.

Obecnie ponad 35% przychodów stanowią usługi oraz software i jest to obszar bardzo dynamicznie rosnący z roku na rok. Zmiana ta wynika przede wszystkim ze zmieniających się oczekiwań naszych klientów, które stoją dla nas zawsze na pierwszym miejscu.

KTÓRA Z USŁUG OFEROWANYCH PRZEZ PAŃSTWA JEST NAJBARDZIEJ PRZEŁOMOWA POD WZGLĘDEM TECHNOLOGICZNYM I DLACZEGO?

Za przełomową uważam naszą cyfrową usługę ON!Track, służącą do zarządzania zasobami w firmach. Pod względem technologicznym, ale przede wszystkim procesowym, umożliwia ona naszym klientom efektywne zarządzanie majątkiem firmy. Mimo, iż same procesy zarządzania majątkiem są znane od lat – to dopiero nasz serwis upowszechnia tę usługę dla klientów końcowych o dowolnej skali biznesu. Co więcej nasi partnerzy dodatkowo otrzymują wiedzę i 70 lat doświadczenia Hilti w pracy z firmami z tego rynku. Dlatego też, przed implementacją oprogramowania, podczas procesu który nazywamy „analizą produktywności”, badamy wraz z klientem wszystkie obszary, w których nasza usługa będzie w stanie wygenerować określone i wymierne korzyści.

RYNEK TECHNOLOGII I OPROGRAMOWANIA BUDOWLANEGO W POLSCE DYNAMICZNIE SIĘ ROZWIJA. Z CZEGO WYNIKA TEN TREND WEDŁUG PANA I JAK DŁUGO ON POTRWA?

Rzeczywiście rynek technologii i oprogramowania dla branży budowlanej rozwija się bardzo dynamicznie w naszym kraju. Jesteśmy natomiast tylko częścią trendu globalnego, który zmienia sposób działania w sektorze. McKinsey Global Institute już 3 lata temu wydał raport "REINVENTING CONSTRUCTION THROUGH A PRODUCTIVITY REVOLUTION", w którym opisał iż w głównych branżach produktywność rośnie dynamicznie od wielu lat np.: w okresie 1950 – 2010 produktywność w rolnictwie wzrosła 16 krotnie, podczas gdy w analogicznym okresie w budownictwie o 1.1.

Wyniki jednoznacznie wskazują, iż w budownictwie jest ogromny potencjał do wzrostu produktywności wymuszony także coraz mniejszą dostępnością pracowników, a w szczególności fachowców. Dlatego tak ważną kwestią jest, aby każda minuta fachowca na placu budowy lub w biurze była maksymalnie wykorzystana. Tutaj pojawia się przestrzeń dla wykorzystania technologii i oprogramowanie, które jest w stanie zwiększyć produktywność pracowników, czy to poprzez digitalizację procesu projektowania, logistyki czy też zarządzania majątkiem firmy, w tym narzędziami którymi ta osoba pracuje. To bardzo ważny aspekt funkcjonowania przedsiębiorstwa, które, choć może mieć najlepszych specjalistów, to aby wykonali oni swoje zadania muszą mieć sprawne i odpowiednie narzędzia w odpowiednim miejscu i czasie. Dlatego uważam, że z najnowszą ofertą Hilti w tym zakresie jesteśmy we właściwym miejscu i czasie, aby wspomóc naszych klientów w poprawie produktywności i w ich drodze do osiągnięcia sukcesu.

NOT A TEMPORARY TREND BUT A LONG-TERM STRATEGY – INNOVATION AT HILTI

INTERVIEW WITH DARIUSZ MATCZAK, SALES CHANNELS DIRECTOR AT HILTI POLSKA

INNOVATION SEEMS TO BE YOUR NATURAL ENVIRONMENT. YOU HAVE YOUR OWN RESEARCH AND DESIGN LABORATORIES AND COOPERATE WITH THE BEST TECHNICAL UNIVERSITIES WORLDWIDE. HOW DOES THIS TRANSLATE INTO YOUR BUSINESS?

Nowadays, many companies wishing to develop both in creating new products and

improving existing ones are guided by innovation. At Hilti, however, this is not a temporary trend, but a long-term strategy that has accompanied the company since its inception. This has helped us develop a unique position in the broadly understood construction market, by offering our business partners truly comprehensive solutions meeting their current needs.

Our offer includes technology, services as well as software. In the digital age, Hilti has no intention of giving up its leading position and role as a trusted partner for the industry and construction sectors. The company undergoes a carefully planned digital transformation process involving the implementation of innovative technologies both in handling internal processes and expanding its product and service portfolio. Still 10 years ago, sales of products accounted for over 95% of our company's revenue in Poland.

Currently, over 35% of revenue is attributable to services and software, and this area grows very dynamically year-on-year. This change is primarily due to the changing expectations of our customers, that are always our priority.

WHICH OF THE SERVICES OFFERED BY YOU IS THE MOST TECHNOLOGICALLY GROUNDBREAKING AND WHY?

I think it is our digital ON! Track service for managing assets in companies. In terms of technology, and primarily processes, it enables our customers to effectively manage the company's assets. Although the asset management processes themselves have been known for years, our product is the first one that popularizes this service for end customers of any business scale. What is more, our partners are also offered Hilti's knowledge and 70 years of experience in working with companies in this market. Therefore, before implementing the software, all areas in which our service will be able to generate specific and measurable bene-

fits are analysed together with the customer during the productivity analysis process.

THE POLISH CONSTRUCTION TECHNOLOGY AND SOFTWARE MARKET IS DEVELOPING DYNAMICALLY. WHAT DO YOU THINK THE REASON FOR THIS TREND IS AND HOW LONG WILL IT LAST?

Indeed, the technology and software market for the construction industry is developing very dynamically in Poland, but we are only part of the global trend that changes the way of operation in the sector. Three years ago, McKinsey Global Institute issued a report entitled "REINVENTING CONSTRUCTION THROUGH A PRODUCTIVITY REVOLUTION", in which we can read that productivity has been growing dynamically in the main industries for many years, e.g. in 1950 – 2010, productivity in agriculture increased 16 times, while that in the construction sector grew in the same period by 1.1.

The results clearly show that the construction industry has great potential for increasing productivity, forced also by increasingly limited availability of employees, in particular professionals. That is why it is vital to use every minute of a professional's work at the construction site or in the office as much as possible. There is space here to use technology and software that is able to increase employee productivity, whether by digitizing the design process, logistics or managing the company's assets, including the tools used by the employee at work. This is a very important aspect of the operation of the enterprise, that besides having at its disposal the best specialists, must also have appropriate tools in the right place at the right time to be able to perform their task efficiently. That is why I think that with our latest offer in this area we are in the right place at the right time to help our customers improve their productivity on their way to success. ●



MIPIM 2020

THE FUTURE IS

Human

10-13 MARCH 2020

PALAIS DES FESTIVALS - CANNES, FRANCE

**THE WORLD'S LEADING
PROPERTY MARKET**

26,800 real estate professionals

100+ countries

22,000 sqm exhibition area

6,380 investors

130+ conferences

Reed MIDEM - MIPIM® is a registered trademark of Reed MIDEM - All rights reserved

mipim®

REGISTER NOW ON WWW.MIPIM.COM OR CONTACT OUR SALES TEAM MYLENE.BILLON@REEDMIDEM.COM

A man with a shaved head and glasses, wearing a dark blue suit, white shirt, and light-colored tie, stands in a modern office environment. He is leaning on a dark metal railing. The background is blurred, showing office furniture and a blue sign.

REAL ESTATE FOCUS

section

Including interview with
Ronan Vaspart, Director of MIPIM

MIPIM yesterday and tomorrow

INTERVIEW WITH RONAN VASPART, DIRECTOR OF MIPIM



RONAN VASPART

What are the main themes of this year's MIPIM?

The main theme of this year's edition of MIPIM is "The Future is Human". It is a follow-on from last year's discussions about sustainable responsibility, with a focus on the societal dimension of sustainable development. This

year we aim to put citizens at the heart of our debates knowing that by 2050, the world will have 9.7 billion inhabitants, of whom 70% will live in urban areas according to the United Nations. MIPIM 2020, therefore, will highlight how cities need to reinvent themselves to meet their citizens' aspirations for a better quality of life.

How have the themes taken during MIPIM changed since 1990, when MIPIM took place for the first time?

At the beginning MIPIM was less international, bringing together real estate professionals from a few European countries because investment in real estate was more localised than today. Discussions were more focused on the building itself – mainly offices – and on finance and investment. Much has changed since then; MIPIM has become the place where the city of tomorrow is discussed. The ambition is to put city-dwellers at the heart of the conversation, to build a city where life is good, and make it a place that can host existing and new residents as well as companies and investors. MIPIM looks at what kinds of services and facilities cities can offer their inhabitants in order to make their lives more convenient, safer and greener, as well as more open, connected and inclusive. Investment of course still remains key at MIPIM as over 6,000 international investors are attending the event.

As we know MIPIM is not only one event. Please could you tell us a bit about your other initiatives... what do they focus on and when we can attend them?

MIPIM brand organizes several events every year. The main event takes place in March in Cannes. It is an international platform, welcoming political leaders, investors, developers, architects and service providers

from more than 100 countries. Next November in Hong Kong we will organize the 15th edition of MIPIM Asia Forum. This is a networking event gathering Asian and international communities interested in investing in Asia. 4 years ago we launched MIPIM Proptech dedicated to digital transformation in the real estate industry. It takes place in New York each year in November but you can also attend the European edition of this event at the end of June in Paris.

Finally, do you have any tips for preparing for a big event like MIPIM?

Nearly 28,000 people are attending MIPIM this year from about 100 countries. Therefore the best advice I can give is – prepare, prepare and prepare – using all the tools and information we have at your disposal on the MIPIM website. The MIPIM database, for example, gathers all the contact details of participants, allowing professionals to organise their meetings before the event. They can also find the complete conference programme as well as events organised by some clients. The better prepared you are, the more fruitful your participation at MIPIM will be! ●



MIPIM 2019 – Atmosphere – Outside view, Cannes, France



VISIT WARSAW AT STAND RIVIERA 8 D1

Warsaw - smart people, smart technology, smart city

The Mayor of Warsaw is pleased to invite you to Warsaw events at MIPIM 2020

March 10th 12.00

Panel Session
Warsaw & digitalization – transforming real estate and changing people’s lives,
at Warsaw stand Riviera 8 D1
Organized with “Top Woman in Real Estate Poland”

March 11th 11.15

Panel Session
Blending strategies: public mission, business ambition and human aspiration,
at Gare Maritime
Organized with Poland Today

March 11th 16.30

Networking Coctail,
at Warsaw stand Riviera 8 D1

GROW
WITH
WARSAW

MIPIM 2020

Our Partners at MIPIM 2020



Green Cities & Sustainable Urbanism: What does this really mean?

Authors:

Duane Phillips, architect and urban planner based in Berlin
Maciej M. Mycielski, urbanist and master planner based in Warsaw

Currently terms such as Green Cities, Sustainable Urbanism, Smart Cities, Smart this-and-that are being bandied about without a clear definition of what they mean and how they affect the built environment. Do they mean high-tech, low-tech, no-tech? What are their costs? Are they implemented from the top-down or bottom-up? And, most importantly, are they human scale?

BACKGROUND

Human beings have built settlements and cities since time immemorial that have served the purposes of their inhabitants: compact, efficient, resource saving, human scale, social interaction were the norm. The Industrial Revolution started the change of scale (large factories, mass housing) and the switch to separation of uses due to pollution and need to transport resources (railroads). The switch was completed after World War II by the adoption of the planning theories of Le Corbusier; that planning should be based on the separation of uses, and that these uses would be connected by the automobile; the automobile became the new standard, not the human being. As we now know, this theory of planning our towns and cities based on the separation of uses is unsustainable. Throughout the world traffic jams dominate the streets, urban sprawl wastes precious land and infrastructure, and social cohesiveness has been destroyed by the separation of rich and poor.

COUNTER-MOVEMENT

During the late 1980's a counter-movement, called The New Urbanism, sought to revert to the human scale and mixed-use as its basis of planning new communities. It also studied how existing communities could be retrofitted. Communities were planned in such a way so you did not have to use the car, instead you could walk, bicycle, or use public transportation. The advantages of the return to traditional urban planning principles became quickly apparent; house prices and rents in such new developments outperformed sprawl, and retrofitted neighbourhoods began to recover and prosper. It also became apparent that CO₂ emissions could be drastically

cut without any use of expensive technology, simply by eliminating the need to drive everywhere. Furthermore, by stipulating that only native plants and trees could be planted within such areas, significant savings in the use of water could be made. Eventually, this form of traditional urbanism can be called Sustainable Urbanism: the combining of the principles of the traditional built environment with those of the natural environment, so that they become mutually supporting. All without any expensive technological tools.

GREEN URBANISM

By example, the new town of Siewierz Jeziorna in Poland takes these principles a step further. The masterplan was developed by taking into account the vales of the hilly site; these to be used for water run-off as well as green areas for nature and recreation. This thereby dictated the location of the buildings, thus the natural environment dictated the planning, not vice versa. The built-up areas are designed as a series of interconnected neighbourhoods, including a market square, church, schools, and recreational facilities, all reachable within a five-minute walk.

The new town of Siewierz Jeziorna was planned 'smartly', working with the site and its characteristics,



The New Town of Siewierz-Jeziorna, Poland, picture courtesy ALTA SA

designing a community where CO₂ emissions would be negligible, reduced water consumption through recycled grey water and appropriate vegetation, and mixed-uses within walkable distances. In addition, an energy code for building materials as well as appliances was written in order to assure the reduction of energy use to a minimum. No costly high-tech technology, just simple common sense.

SMART CITIES/SMART THIS-AND-THAT

It may sound harsh, but the term ‘Smart’ has effectively been hijacked by many companies trying to sell planners and government officials high-end and expensive technology to solve problems arising through inappropriate planning. From traffic, to energy, to you-name-it, there is a ‘Smart’ solution to be sold for every problem. These technological solutions may alleviate certain problems, but do not cure the underlying causes of the problems. A ‘Smart’ city run on the premise of digital monitoring and extensive technological infrastructure is nothing more than a city running on life support. Masdar City in the UAE has proven that the over-reliance on technology is not the way forward.

THE NEXT BIG THING: COMMON SENSE?

Many communities and private developers do not have unlimited funds to invest in ‘smart’ or “green” developments that rely on technology to solve their problems. Instead, they look to a more ‘Common Sense’ approach to planning; what is affordable, what will get the job done, what makes the most sense from an environmental as well as financial perspective?

The answer can be shown, for instance, by the project for the regeneration of Muharraq and Manama in Bahrain. There, the traditional buildings of the old cities were being lost due to neglect and unprofitability. To counter this downward spiral, a comprehensive strategy was developed not only for the saving and restoration of the buildings, but also for the urban regeneration of these areas, physically as well as financially using private capital. Financial incentives

were developed, making these properties economically attractive for owners and investors. The wildly successful pilot project for the regeneration of the Souq (market) has demonstrated how powerful such an integrated approach could be, as well as how profitable. The entire area is beginning to regenerate itself piece-by-piece.

Many European cities were also experiencing the same problems and started to rethink their concept of urban planning.

Berlin remains a textbook example of careful „urban regeneration”, as practiced by the International Building Exhibition of the 1980’s. The regenerated areas remain today, 30 years later, vibrant and successful examples of how a city can develop in a way that benefits its inhabitants as well as being profitable for investors and developers.

Copenhagen is celebrated internationally for its success in reclaiming public space for walkability, bike-ability and integrating environmental concerns into the urban design of its streets, squares and parks, boosting its quality of life. The climate-resilient neighborhood of Østerbro is Copenhagen’s first district adapted to climate change, developing methods and expertise to future-proof the city against climate anomalies.

Warsaw is currently reconsidering its overall development strategy, where compact, dense neighborhoods, social needs, as well as enhanced “green” urban standards (in direct response to climate change concerns) are called to become the new norm. Warsaw’s main streets and public squares are to be gradually transformed to respond accordingly to these objectives.

It is to be noted that all these planning policies prioritize not the actual “greening” of the city (parks, trees, biospheres, urban farming, etc.) but above all mixed-use and walkability (to public transit, to home, to schools, to work, to green areas) as probably the single most important strategic planning decision. This form of developing and retrofitting existing cities, neighborhoods and sites through simple, low-or no-tech Common Sense principles and tools, using materials and technologies that reduce or achieve CO₂ neutrality and do not deplete natural resources, is the way forward. This remains the challenge ahead of us and is the true meaning of Sustainable Urbanism. ●



Project for Warsaw Uprising Square (Plac Powstańców), image courtesy MAU



Soukh, Bahrain Manama: protection from the sun through a canvas above; reduces temperature at no energy cost. Picture: Internet

Leading retail developer



~270,000 m² GLA in last 5 years



~400,000 m² of GBA



700+ shops and retail premises



Successful retail and residential developer in Poland

acteum.pl



Residential developer
focusing on small apartments
in big cities



>40,000 m² of PUM in last 2 years



700+ apartments



5 biggest cities

The Norblin Factory: place with a soul inspired by history



KINGA NOWAKOWSKA

Operational Director and the
Management Board Member in
Capital Park Group

When you look at the landscape of Warsaw's Wola, you can see the changing climate of this place, which is undergoing a spectacular transformation before our eyes. These post-industrial areas and their potential have been noticed by investors and are increasingly revealing their unique character. The symbol of changes in the Wola district is revitalization of the former Norblin, Buch Brothers and T. Werner factory located between

Żelazna, Łucka and Prosta Streets – this rare on a global scale project is carried out by Capital Park Group. Historic post-factory buildings are being restored to their glory days, and above them a built-up, modern space will appear. Soon this place will come alive again and it will be restored to the city and its inhabitants. The opening of the entire revitalized complex is planned for the second quarter of 2021.

THE POST-INDUSTRIAL ARCHITECTURAL GEM

Warsaw's Wola, where two centuries ago, one of the most thriving metal factories in the Kingdom of Poland operated as the Norblin, Buch Brothers and T. Werner factory—it was here that some of the most beautiful plates and pieces of utilitarian art were created, currently only found in private collections. Today, Capital Park Group writes a new chapter in the history of this extraordinary place. The area of the former Norblin factory, which for many years was a neglected pearl of post-industrial architecture, is currently undergoing revitalization and transforming into a new part of the city with offices, shops, restaurants, cafes, a food hall, an ecological food market, a boutique cinema and an open museum commemorating the history of one of the largest enterprises in the Polish history. The Norblin factory will fit into the atmosphere of dynamically developing Wola district, the city's new and vibrant heart with much to offer in terms of culture and entertainment. The complex will constitute a natural extension of the open public space, friendly and welcoming to visitors.

2 HECTARES OF LAND RESTORED TO THE CITY

The post-industrial area will offer over 66,000 sq.m. of usable area, out of which 40,000 sq.m. will be the office area. The remaining 26,000 sq.m. will be a compilation of several functions: entertainment, restaurants, services, retail, culture and wellness.



Among the tenants operating in this area, there will be a boutique cinema, BioBazar—a market with certified eco food and organic products, a food hall with over 20 restaurant concepts, Piano Bar with live music, and many restaurants, including one located on the roof with a view over the center of Warsaw. For convenience of the visitors and workers of the complex, a 4-level underground parking with 720 car parking spaces and 200 dedicated places for bikes will be provided. The buildings will be equipped with a number of eco-friendly solutions – the project was pre-certified with BREEM "Very Good" rating in the design phase.

– *Our investments are architecturally and functionally interesting, add value to the area in which they are located, are attractive to the local community and attract renowned tenants. We will restore to the community two hectares of land in the heart of the city, a public place where you can relax, meet friends and spend time in cultural events, entertainment, shopping and good food. The revitalized, historic space will be restored to the city and its inhabitants. We want the Norblin Factory to be attractive also for tourists visiting Warsaw, so that it is a place that combines many different functions and refers to the amazing history of the factory and its international successes – says Kinga Nowakowska.*

HISTORY CLOSE AT HAND

To commemorate the history of the plants at Żelazna Street, the complex will have a modern, interactive and open Museum of the Former Norblin Factory. Everyone who will use the offices, commercial, service or restaurant area in the future will be given a chance to experience the history of this place. Hence the concept of an open museum, which will expand throughout the entire complex. The exhibits will be primarily the monuments of the former factory – former factory buildings as well as machinery and equipment of the technological line.

The revitalized Norblin Factory will write a new chapter in history—it will be a place created for people, city residents, office workers, tourists and the needs of all these groups. ●

Customer segments and their willingness to pay



WOJCIECH GORZEŃ

Head of Pricing, Movens Capital



DR MACIEJ KRAUS

Managing Partner, Movens Capital



Most of you will probably agree that the key to maximising profits is an appropriate customer segmentation. However, this is only half the way we have to proceed in order to achieve the desired results. The segmentation alone will not be useful if we do not communicate properly prices to different groups of customers.

Each group of customers will perceive the value of the product in a different way, so the price they are willing to pay for it will also differ. Customers have various needs, they pay attention to different aspects, and our role is to adapt the offer to the expectations of the customers. However, how to do it in order to achieve the expected results? There are two main principles: properly justify the differentiation and properly present and communicate the prices.

DIFFERENTIATION AND TAILORED COMMUNICATION

Appropriate price communication is very important – the essence of the process is not to let any customer feel that she or he is discriminated against on the basis of the price offered to her or him. Of course, we do not have to justify the use of given prices every time, but the customer should be aware of what the possible differences result from. After all, everyone is aware that students or pensioners pay less for many goods and services (cinema, public transport, etc.) and this is commonly accepted.

Regardless of how we segment our customers, there are several important rules to follow in the price communication:

- Publish information about regular prices (highest) and offer various discounts to those who deserve them the most (e.g. large quantities, loyal customers).
- Inform directly about discounts to people who are in the specific customer segment (students, senior citizens, loyalty card holders, mothers with children, etc.).

- Communicate lower prices related to promotional campaigns, sales appropriately.
- Don't change the rules too often – if customers accept them, it's not worth interfering with them.

Example: Discount program "Rosną" in Rossmann drugstores, addressed to pregnant women and young mothers. The programme offers discounts on articles for pregnant women, babies and young children.

INDIVIDUAL APPROACH

In the ideal world for sellers, customers buy the product at the offered price. They would compare the price to how much the product is worth for them, rather than how much another buyer has paid for it (mainly for B2B business). Many companies are therefore trying to disclose limited information about their pricing strategies in order to avoid comparison and to be able to differentiate the prices between various groups of the buyers. The basic assumptions of such a policy are:

- Do not give details behind your prices to the general public, but only to the interested customers.
- Treat your clients individually, strive to present a unique offer to each of them. Treat information about it confidentially.
- Use a sufficiently sophisticated pricing strategy to avoid simple comparisons with your competitors (and bringing the comparison mainly to the price, often omitting other relevant product/offer features).

Movens Advisory is a part of Movens Capital and supports its clients to increase their profits by optimizing the revenue side of their sales management, in particular price management. A typical result of the project is an increase in the profit by 1-3 percentage points depending on the industry. Developed solutions are based on facts and supported by hard figures. ●



Skanska's sustainable office to reach about 1 million sqm in 2020



**KATARZYNA
ZAWODNA-BIJOCH**

President and CEO of Skanska office business unit in CEE

40 office projects built and developed by Skanska in Central and Eastern Europe have been certified in LEED Core & Shell. Since 2012, the company has delivered over 700,000 sqm of LEED-certified and 34,600 sqm of WELL-certified office space across the region. The stock of sustainable space delivered by Skanska is expected to increase by further 300,000 sqm in 2020.

Skanska is a pioneer in terms of providing sustainable office space in Central and Eastern Europe. Ten years ago the company introduced the LEED certificate as the first developer in the region. This was a forward-thinking idea regarding the need to care about the environment along with quality more, as LEED was not a widespread standard in the industry. However, year by year the awareness and importance of green building technology grew. Consequently LEED became a standard evaluation tool on the commercial real estate market. Now, Skanska is again at the forefront in introducing WELL certificate for its office building. Last year, Skanska's Visionary development in Prague became the first WELL-certified office building in Central and Eastern Europe. Today Skanska has already three first WELL-certified office buildings in the CEE region.

– Sustainability drives Skanska's operations and supports our business strategy based on our mission: building for a better society. We fully concentrate on delivering buildings developed according to the highest standards. Our strategic offer, Futureproof Workplaces by Skanska, is a promise to our customers that no matter which Skanska project they choose, it will be developed with a special focus on Design, Sustainability and Innovation. LEED and WELL certificates are the best evidence that our company fulfills the promise and delivers environmentally friendly buildings focused on people wellbeing. Our efforts have also been recognized

on a wider scale. Skanska has been ranked 20th in the list of companies changing the world. It is a great recognition and great responsibility at the same time. We are fully aware of the climate change, and that is why we are still working on further steps towards minimizing our impact on the planet – says Katarzyna Zawodna-Bijoch.

RECENT ACCOMPLISHMENTS

Following the successful certification of the Visionary project, Skanska has recently got new recognitions for its buildings across the CEE region.

Spark C in Warsaw received the WELL Core & Shell certificate as the first building in Poland and the second office building in CEE. Additionally, the building was previously awarded the following certificates: WELL New & Existing Interiors, LEED Core & Shell on Platinum level, LEED Commercial Interior on Platinum level and the Building without Barriers certificate (by the Integration Foundation).

Praga Studios in Prague is a project which got LEED Platinum certification for Core & Shell. It received 97 points which makes it the most sustainable Skanska building in the CEE region. The previously highest-rated sustainable office project in the CEE region was Visionary (95 points), and it was developed in the Czech Republic, too. Moreover, Praga Studios has just achieved WELL Core & Shell certification on the Gold level.



Praga Studios office building, Prague

Equilibrium 1 office project in Bucharest is the third certified office project that was developed by Skanska in Romania. The building has recently got LEED Core & Shell on the Platinum level.

Spark B in Warsaw, as the second building in Skanska Spark office complex, was awarded LEED Core & Shell on the Platinum level.

Nowy Rynek B in Poznań is the latest certified office project in Poland developed by Skanska. It has been granted LEED Core & Shell on the Platinum level.

2020 – NEW CERTIFICATIONS TO COME

New year will bring new certificates as Skanska has no intention to slow down when it comes to delivering sustainable buildings and futureproof workplaces. According

to company’s calculations, newly certified developments will increase the total stock of Skanska by 220,000 sqm of LEED-certified and 79,800 sqm of WELL-certified office space. At the turn of 2020 and 2021 the developer also plans to introduce WELL certificate in Hungary and Romania, following the success of initial WELL-certified projects in Poland and in the Czech Republic.

Company’s efforts in this matter have been already recognized by Fortune magazine. Skanska was ranked 20th in its annual “Change the World 2019” list of 52 organizations leveraging their operations to make important social or environmental impact. Skanska is the only engineering/construction company on this list. Skanska Group has recently announced the target of achieving net-zero carbon emissions by 2045, with a 50 percent reduction by 2030. ●



Visionary office building, Prague



Equilibrium office building, Bucharest



Spark office building, Warsaw



Spark office building, Warsaw

Time-saving comfort

Interview with Marek Budner, President of the Board of Budner Inwestycje



MAREK BUDNER

Luxury real estate may have multiple interpretations....

More and more people see comfort as being surrounded with nature and space, which provides residents a sense of security and caters to their needs, and these tend to be very individual. One will define luxury as spacious

apartments, while for the other it will be a small place, but perfectly located, connected and surrounded with urban infrastructure. We launch new investments in Gdańsk, because, among other reasons, we have acquired building plots in locations providing comfort of these blended features: downtown buildings in enclaves, staying in touch with nature, and staying well connected at the same time. Both Oliwa and Letnica, where we run investments, provide such opportunities.

Thus, peace and quiet, but at the same time the city close at hand.

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

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

Living in the city center also means being a part of some neighborhood community.

Exactly. Still, it all requires balance. Residents of large block apartment houses see one another once every couple of weeks. The More intimate estates enable creating stronger interpersonal relationships and again, improve the quality of life. Residents of such estates integrate faster, so many new prospects may arise as a result of choosing the place to live.

Perhaps it's also a matter of a good, well thought-out idea of a housing estate design?

The role of architects who follow trends and are able to create forward-looking designs is crucial. Especially in the premium segment. Customers are extremely aware and often look for a design that will meet their specific needs, including those related to ecology. Developers do not need to hesitate to invest in cutting edge ecological solutions because they meet the market demand. Customers also know that a good design will benefit them in terms of saving resources, and the housing estates which are currently under construction should already be implementing solutions that will start gaining popularity in a few years time. The simplest example – including a universal system of charging electric vehicles. Oliwa Koncept is to be our premium project, which means that customers will find it difficult to come across a more refined and well thought-out estate in terms of technology and quality materials used.

Premium can be seen in many different ways?

We have been a part of the construction industry for 30 years. So we know exactly which solutions are durable and justified, we provide our customers with the highest quality workmanship based on that knowledge. Secondly, we use only the best and previously tested proven materials. We want Oliwa Koncept to be our flagship project, which we treat with the highest level of commitment towards our customers. We launch modern heat and energy recovery systems and an intelligent home system, controlled in a very intuitive way with a smartphone. Our thirty years of experience in the construction market is our huge advantage, because over the years we have had the opportunity to test virtually every solution. In our own designs, we implement the ones we wish to be seen under our name. ●



Oliwa Koncept

Green standards in construction



ALICJA KUCZERA

CEO of Polish Green Building Council,
Chair of Europe Regional Network
at World Green Building Council

Investors notice the economic benefits of using sustainable solutions. Customers' expectations are growing as well. They are more aware of the importance, impact, and popularity of environmental protection. Tenants are increasingly often looking not only for interesting spaces, but also sustainable buildings for their company's headquarters. Does

certification have the ability to attract? What multi-criteria certifications can one find in Poland?

The issue of sustainable construction is reaching an increasingly wide group, including architects, designers, as well as recipients – real estate users. It is becoming important. Government institutions and organizations are also showing their interest, looking for the best solutions for green building through a network of cooperation and partnership.

The construction sector, one of the main emitters of CO₂, has been implementing tools for over ten years to accelerate changes in the industry towards green and

sustainable construction. Modern sustainable buildings are economical, comfortable, and have the lowest possible negative impact on the natural environment. Defining standards provided a wider perspective on the design and use of buildings. Multi-criteria certifications serve as assessment tools. Not every green building is and must be certified. Why is it worth doing then?

Certification is an independent confirmation of meeting the requirements of sustainable construction. According to the statistics of the Polish Green Building Council (PLGBC), there are five multi-criteria certification systems in Poland, and approx. 760 facilities have already been certified throughout the country. All the systems present in Poland have a single goal – to influence the design, construction, and use of buildings to achieve balance between environmental, economic, and social factors. In practice, two certification systems are used on a large scale: the English BREEAM and the American LEED; the French HQE and German DGNB are less common. The WELL Building Standard certification system has also appeared on the market, focusing on those building attributes that have the greatest impact on the health of their users. The assessment of buildings is carried out by dedicated certifying institutions.

The certification systems define the standard best practices in the area of sustainable building design, construction, and use. Each system includes several categories which describe in detail the standards that should be met by a certified building. These include, among others: internal environment quality, energy efficiency, availability of public transportation, location, materials, and resources, operation and implementation management, water and waste management, and project innovation. From the user's point of view, the most valuable categories are those that focus on user comfort (access to daylight and window view, ability to control lighting, heating and cooling, better ventilation) and transportation (access to public transportation, bicycle parking areas, or electric car chargers).

THE BREEAM CERTIFICATE

The BREEAM certificate is the most popular building certification system in Poland. It is a multi-criteria system for assessing the quality and impact of buildings on the environment. It is currently one of the standards in the real estate industry in Europe and in the world used by investors, developers, and tenants in 85 countries. Over 571 thousand certificates have been issued for over 2.3 million registered buildings.





THE LEED CERTIFICATE

The LEED certificate is the second most commonly used environmental certification system of buildings in Poland – it is internationally recognized and present in 167 countries. Developed by the U.S. Green Building Council (USGBC), LEED provides building owners and managers with tools to identify and implement practical and measurable solutions in the field of environmentally friendly building design, construction, use, and maintenance. At the moment there are over 100 thousand LEED-certified projects.

THE DGNB CERTIFICATE

The German DGNB certificate has recently appeared among other certification systems. It was developed by the German Green Building Council together with the Federal Ministry of Transport, Building, and Urban Development (BMVBS) for use as a planning and assessment tool for buildings. DGNB-certified buildings can be found in 30 countries.

THE HQE CERTIFICATE

The HQE – High Quality of Environment – certificate is another certification system found on the green construction market. It is a label (not a standard) confirming that the project owner's initiative to achieve specific targets for a sustainable building or area was successful. HQE applies to residential, commercial, public utility, and service buildings at all life cycle stages, as well as to other types of urban areas (districts, clusters, campuses).

THE WELL BUILDING STANDARD CERTIFICATE

The WELL Building Standard is the latest building certification system present on the Polish market, created by IWBI (International WELL Building Institute). It is the first system that focuses solely on the health and well-being of

Polish Green Building Council (PLGBC)

PLGBC is one of 70 green building councils operating worldwide, grouped under the World Green Building Council. For the last 11 years it has served as a platform bringing together companies, institutions, and experts focused on the idea of green building.

PLGBC conducts a series of training and thematic workshops, including trainings in LEED (conducted by LEED Faculty) and BREEAM (conducted by BRE trainers). The portfolio also includes trainings for manufacturers of building materials, finishing materials, and equipment, as well as other trainings related to sustainable construction and multi-criteria assessment systems for buildings (including the introduction to WELL Building Standard®).

In order to promote sustainable construction, PLGBC organizes annual events, such as the PLGBC Green Building Symposium, the PLGBC Earth Day, and the Green Building Tour workshops. It organizes the PLGBC Green Building Awards competition, which honors sustainable buildings and projects as well as product solutions for green building in Poland. PLGBC experts participate as speakers in numerous conferences, both domestic and foreign.

PLGBC has also developed the online Database of Certified Buildings in Poland, which is available on the Council's website. It is an innovation in the industry – a platform combining up-to-date information on certified facilities in all existing building assessment systems in the country, working as a search engine according to several criteria.

PLGBC issues numerous reports and publications. "Certified Green Buildings in Numbers" (Certyfikacja Zielonych Budynków w Liczbach) is issued every year based on market research.

building users. The system was based on the assumption that a building (where we spend over 90% of our time) has a significant impact on people – the physical environment in the building supports the health, productivity, and well-being of its users. This certificate is a confirmation for building owners and employees that the design of their space promotes health and well-being.

It carries an important message to individual groups: investors, users, and the market. It points to a package of benefits that can be achieved through this type of investment. These primarily include lower maintenance costs and setting new standards in a more responsible and environmentally friendly use of buildings.

– *Awareness of the idea of sustainable development is gaining importance. As a result, the essence of construction and operation of facilities in line with green building is growing. Green building in Poland is gaining momentum. Investors are aware of the economic benefits of such projects. On the other hand, a growing number of users point out that working in sustainable buildings and using them has a positive impact on health, comfort, and well-being. After all, it is all about conscious and wise use of resources, experience, and solutions – summarizes Alicja Kuczera, CEO of the Polish Green Building Council (PLGBC). ●*

5 smart city trends for 2020

Can they be popularised?



ARTUR POLLAK

President of the Board, APA Group

Technological progress is extremely fast, to the point where it's hard to keep up. Every year new projects emerge, aimed to revolutionise our life and change the way we use urban space. And what about us? We seek through the Internet and the industry media in search of ideas that, as with the touch of a magic wand, will get



www.apagroup.pl

rid of traffic jams, reduce smog, and facilitate urban transport. Unfortunately, we tend to forget that we did the exact same thing last year, and we focus on searching for new solutions instead of developing and implementing the current ones.

Why is that? Why are we so obsessed with reinventing the wheel? Why, even though we know perfectly well how a smart city should look like and function, we are yet to create one? We even have the necessary technology at our disposal!

The true barriers are the current legal regulations, economic costs, coordination of activities on a national scale, lack of time, and even ourselves; more specifically, our habits, fears, lack of consistency in activities, and insufficient knowledge. Instead of focusing on measures that would break through the boundaries and help us implement the new technology, we search for the ideal solutions – ones that would work here and now, ideally without our help.

The trends presented herein won't change our reality if we won't change our approach. As much as we believe in them, we do realise that without proper education, new mindset, and overall change of society's attitude, the trends will remain nothing more than ideas. This is exactly the current state of a smart city.

1. SCOOTERS AND ELECTRIC MOTOR SCOOTERS

Our cities are crowded and polluted. The solution to this may be electromobility. While there are still many limitations concerning electric cars – e.g. high purchase costs, lack of charging infrastructure – smaller electric vehicles, currently gaining popularity in American and

European cities, may really catch on. More specifically, we're talking about scooters and motor scooters rented on a minute-by-minute basis through an app. We got used to Uber and Lyft, now it's time for Bird, Lime, and JedenŚlad. You don't have to buy them, you don't need to pay for their parking – you don't even need a driving license to drive on! Those vehicles, based on share economy idea, are for now used mostly by couriers and food delivery services, but we may soon see more of them on our streets.

The only catch? Our society – are we ready to share property, use the vehicles as intended, and park them safely? Looking at reports from the West, where some scooters even ended up in the ocean, we're not so sure about that. As a measure against such acts, China has introduced a point-based Social Trust System, rewarding law-abiding citizens and penalising the not-so-much ones. Sounds like a "Black Mirror" episode, doesn't it? Do we really want to go there?

2. SMART MULTI-LEVEL CAR PARKS

The urban space has become filled with cars. They are everywhere, robbing pedestrians of their sidewalks and fighting for every last inch of parking space. It is estimated that in Katowice – one of the most traffic-jammed cities in Poland – there are more cars than inhabitants, and the number of parking spaces doesn't really change. Should we build more, simultaneously giving up even more space in favour of the machines? This is a dead-end road.

Fortunately, there is another, more future-oriented solution, that becomes a standard in the West – smart multi-level car parks, that effectively cumulate large number of cars on a limited area.

Seems like a good idea, but how do we finance it? Who is going to pay for it? What if something goes wrong and my car stays trapped inside such parking lot? What if I won't know how to use it? All of the above concerns are joined by complicated legal regulations, bureaucracy, reluctance towards change, and low parking fees. If you ever needed an answer to the question "why are there so few of these in Poland", you have more than enough now.

For now, maybe it's best to push this idea to the future, and just use another acre of a city park for our parking needs – after all, the name already fits...

3. ITS – INTELLIGENT TRANSPORT SYSTEMS

Another solution that's already available, implemented step by step every day. It will help us reduce the unnecessary car traffic and improve it in places where there's just too much of it. Its aim is to "speed up" the city, clear traffic jams, and help the inhabitants find their way in



the city. With the use of ITS, cities are able to improve safety and mobility, as well as reduce smog pollution – thus, we have both economic and environmental benefits.

What is the challenge, then? Merging the infrastructure in one coherent organism and standardisation of the necessary tools. The aim is for the end user to receive a useful information of make an easy payment with a few taps of their smartphone. It is then clear that it's not a challenge that may be overcome by a single company implementing such systems in cities. What we need is action on a civic, regional, or even national scale.

4. GREEN ROOFS

Allotment gardens are passé – they are substituted by green roofs, balconies, herbaria, and vivaria. It is no coincidence that people want to decorate the concrete jungle of a city with natural elements. We as humans need nature to function properly; not to mention, they effectively lower the temperature during hot summer days, filter smog, and even reduce the radiation emitted by electronic devices. It is then justified that there are more and more greenhouses and beehives on our roofs – we want to be closer to the nature, even if we have no direct contact with it.

In the age of GMO food, pesticides, and growing environmental awareness, this is a trend that must and will get more and more popular. In order to let it blossom, all we need to do is to destroy our cultural boundaries and invite the nature to our cities.

5. RENEWABLE ENERGY SOURCES

In order for the aforementioned trends to be implemented, and our economy to confidently step out of the era of smog and fossil fuels, we need to support and

develop renewable energy sources. Nikola Tesla himself once said that the amount of energy supplied to the Earth is more than sufficient, and all we need to do is to use and transfer it properly. We as APA believe wholeheartedly in this statement, and we wish for this trend to get stronger with every passing year. We cannot become the “green island” in the economic sense if we forget about the environmental aspects of this notion.

Our aim is to integrate the existing technologies and eliminate all boundaries connected with generation of energy from the Sun – this will not only result in a healthier human race, but will also be a pure joy for us. ●



Responsibility and trust



**PROF. ZBIGNIEW
KLEDYŃSKI, PH.D. ENG.**

President, Polish Chamber of Civil Engineers

The Polish Chamber of Civil Engineers (Polska Izba Inżynierów Budownictwa, PIIB) is a professional self-government composed of persons exercising independent technical functions in the construction industry, who are usually perceived by the public as designers, construction or works managers, and inspectors. The Chamber currently includes over 118

thousand engineers and technicians representing eight specialties in construction and technology. It is authorized to grant construction licenses in the mentioned specialties (limited or unlimited), recognize the licenses of foreigners, and check their competences, when they provide "cross-border" services. An important role of the self-government is to supervise how the profession is practiced, within the limits of the public interest and for its protection, which characterizes professions of public trust.

We are sometimes confused with economic chambers of construction or technical associations operating in the sector. We also should not be perceived as a labor market regulator, although we have some influence on the market by granting licenses. It is limited by law, precise qualification procedures, and candidate examinations. PIIB examinations are equivalent to state examinations, similarly to secondary school finals, and the Chamber acts as a certifying institution.

The statutory duty of a professional self-government, especially in the case of professions of public trust, is to ensure appropriate working conditions, in this case for independent technical functions in the construction industry. For this reason, we are focused on the condition of the construction industry and its environment. This interest starts as early as at the level of education in construction-related occupations, higher education courses at levels 6, 7, and 8 of the Integrated Qualifications System (IQS), and lifelong professional development. It is also focused on the places and methods used to train candidates for construction licenses as well as their examinations and performance – as PIIB members – of independent technical functions. All this, of course, takes place within the framework of legal regulations and established economic conditions.

For the above reasons, we cooperate with vocational education institutions, among others, by supporting the National Olympiad of Construction Skills and Knowledge

(Olimpiada Wiedzy i Umiejętności Budowlanych), universities, as well as professional and scientific associations. PIIB is an active member of the Sector Council for Competence in Construction and supports the implementation of the Sectoral Qualifications Framework in Construction (ZSKbud), perceiving it as one of the tools for the proper management of wages in the sector.

PIIB brings together people with independent technical functions. It is the top of the competence ladder, determining the shape of the construction industry. There is also the more numerous group with lower qualifications. We are interested in the quality of these groups of employees, training them in the national vocational education system and – even though we do it only to a limited extent – certifying the competences of individuals from abroad. The size and quality of human resources in the construction industry creates opportunities to implement ambitious plans to expand the national infrastructure and housing. In the process of building human resources for construction, one should also consider the future tasks of specialized construction, e.g. industrial or hydrotechnical.

The economic conditions of performing independent technical functions in the construction industry must take into account the fact that the authority to exercise them is strictly personalized and associated with personal responsibility, while the structure of business entities operating in the construction industry is very fragmented. There are approximately 400,000 business entities in the construction industry, but as much as 96% of them are microenterprises employing up to 9 people, less than 3.5% are small companies employing up to 49 people, and only about 150 entities have more than 250 employees. The business entities in the construction industry exhibit approximately 20 forms of ownership, but the vast majority of microenterprises are sole proprietorships.

It is obvious that such a significant fragmentation is associated with capital weakness of the vast majority of





construction companies and virtually zero resistance to the volatility of the construction market. Insufficient own funds, no credit guarantees, and lack of working capital cause payment gridlocks and bankruptcies – mainly on the part of subcontractors. All this results from the dominant business model in the Polish construction industry, a model heavily dependent on the structure of the business entities operating in the sector.

PIIB operates on this background to ensure the quality of design and execution, encountering various challenges along the way. These include the dominant role of the lowest price criterion in public procurement, the lack of standards in terms of necessary expenditures – cost drivers determining the quality of the function of independent designer (including author's supervision), construction and works manager, investor's inspector, etc. Leaving these issues solely to the forces at play on the market could remain a matter of political conviction, if it were not associated with the obligation of public authorities to ensure the security of citizens. Construction activity is inherently related to threats, both for those who carry it out (more than 100 people die in this sector every year) as well as the users of construction works and third parties. These threats concern not only human life and health, but also material goods and other areas, e.g. the environment. The costs of ensuring security should be intentionally and preventively included in the costs of construction activities, and only residual risks should be left in the insurance sphere.

Tracking legislative activity in the area of construction is another indispensable aspect of our activity. Representatives of PIIB participate in various types of advisory teams and provide opinions on draft legal acts. We try to make sure that the proposed changes have a specific justification, based on facts and the monitoring of previously introduced regulations. We are skeptical towards overly general goals, especially when it is difficult to assess the level of their implementation. We dream of a world in which legislators

act to prevent potential threats for the construction industry instead of just reacting to adverse phenomena. Certainly this approach results from our engineering mentality: you start building from the foundations, and the final effect is a result of a deliberate design, not improvisation. This result, in turn, serves as an experience base for future undertakings.

High quality of design and execution in the construction industry is not just about money, which should go to the implementers and support their investments in modern software, new equipment, and technologies. It is also about well-designed, consistent, and up-to-date technical norms: technical conditions, reference technical specifications, standards, instructions, guidelines, and guides. The participation of Polish representatives in international standardization committees (ISO, CEN) should be systemic, i.e. coordinated and – at least – co-financed by the state. The shape of the standards is determined only by the members of the committees who are well-prepared for this function. We should not, therefore, be surprised if the European standards translated into Polish (often not translated at all) are difficult for us to utilize. After all, the absent are always in the wrong.

PIIB is a member of two European organizations of civil engineers: ECCE (European Council of Civil Engineers) – and ECEC (European Council of Engineers Chambers). In both organizations, PIIB members performed or are currently performing prominent functions. However, these are not standardization organizations, and their role is to promote the industry and build a proper social perception of the profession of a civil engineer as a co-creator of civilization. 2018 was the European Year of Civil Engineers, and PIIB had its share in its celebrations.

No one should be surprised that every building needs solid foundations to last a long time. The Polish Chamber of Civil Engineers was established and operates to make sure that social trust in the people performing independent technical functions in the construction industry serves as a foundation for responsible construction. ●



KIM JESTEŚMY

BDO Technology jest częścią BDO jednej z największych, międzynarodowych firm audytorsko-doradczych. Specjalizujemy się w zakresie nowoczesnych technologii, bezpieczeństwa, ciągłości działania, a także wspieramy organizacje w usprawnianiu kluczowych procesów.

Zapewniamy szeroki zakres usług począwszy od analizy luk i ryzyk, audytu zerowego, GAP4DX – dla transformacji cyfrowej, poprzez stworzenie mapy procesów, procedur i polityki bezpieczeństwa, skończywszy na planie ciągłości działania i szkoleniach.

Tworzymy synergię na rzecz naszych Klientów. Po rozpoznaniu potrzeb dostarczamy najwyższej jakości, sprawdzone rozwiązania, których Klient naprawdę potrzebuje.

USŁUGI

Nasze usługi obejmują:

- Doradztwo w zakresie transformacji cyfrowej
- Rozwój i realizację strategii
- Transformację biznesową
- Bezpieczeństwo cybernetyczne
- Ciągłość działania i zarządzanie kryzysowe (BCP)
- Doradztwo związane z antykorupcją
- Ochronę danych osobowych RODO
- Analitykę rynku

Doradztwo BDO Technology obejmuje zestaw najważniejszych działań umożliwiających efektywne zarządzanie oraz transformację, np.:

- Analizę luk / kontrolę braku zgodności z procedurami oraz przepisami
- Planowanie ciągłości działania oraz odporności organizacji
- Analizę ryzyka
- Mapowanie i optymalizację procesów
- Procedury, politykę bezpieczeństwa i doradztwo
- Implementację norm ISO dotyczących ciągłości działania i zgodności

Prowadzimy szkolenia w tematyce:

- **Agile Project Management** z możliwością uzyskania Akredytowanego Certyfikatu
- Zarządzania Bezpieczeństwem Informacji
- Praktycznych Aspektów Zarządzania Ciągłością Działania
- Zarządzania Ryzykiem
- Przeciwdziałania Praniu Brudnych Pieniędzy i Antykorupcji
- Cyberbezpieczeństwa w Komunikacji i Przechowywaniu Danych

KONTAKT

BDO Technology Sp. z o. o. Sp. K.

Ul. Raclawicka 146, V piętro

02-117 Warszawa

biuro@bdotechnology.pl

www.bdotechnology.pl



PFIZER POLSKA INWESTUJE WE WSPÓŁPRACĘ ZE ŚRODOWISKIEM NAUKOWYM

BADANIA PRZEDKLINICZNE W POLSCE: PYTANIE „JAK”, A NIE „CZY”

Jak zainicjować proces badawczo-rozwojowy, aby jego wyniki przekształcić w produkty i technologie? Jak skutecznie komercjalizować wyniki badań? To częste pytania, z którymi mierzą się naukowcy. Odpowiedzi na nie dostarcza Akademia Efektywnych Badań Przedklinicznych PACTT – Pfizer – pionierski program Porozumienia Akademickich Centrów Transferu Technologii, oraz Pfizer Polska, uruchomiony z końcem listopada 2019 roku. W ramach Akademii, podczas cyklicznych zjazdów, 25 uczestników pod okiem polskich i zagranicznych ekspertów reprezentujących instytucje, środowisko naukowe oraz biznesowe, wzmocni swoje kompetencje w zakresie planowania, projektowania i realizacji badań przedklinicznych – tak aby w przyszłości ich efekty mogły służyć pacjentom, poprawiając jakość i długość ich życia.

Akademia Efektywnych Badań Przedklinicznych PACTT – Pfizer to interdyscyplinarny projekt edukacyjny, który ma na celu wsparcie rozwoju innowacyjności polskiej nauki. Projekt jest wspólną odpowiedzią Porozumienia Akademickich Centrów Transferu Technologii oraz Narodowego Instytutu Leków, Uniwersytetu Warszawskiego, Warszawskiego Uniwersytetu Medycznego i Pfizer Polska na potrzebę wsparcia i doskonalenia polskiej nauki w realizacji badań przedklinicznych.

Średnio tylko jedna na 8 tysięcy badanych cząsteczek daje szansę na stworzenie nowego leku. Jego wejście na rynek poprzedza zazwyczaj kilkanaście lat prac badawczo-rozwojowych. Wczesne etapy badań – badania przedkliniczne i pierwsza faza badań klinicz-



materiały: Pfizer Polska

nych – stanowią istotną część procesu rozwoju i wprowadzenia na rynek nowych technologii medycznych. Już tu potrzebna jest więc pomoc naukowcom, aby ich wieloletnie prace ujrzały światło dzienne.

– Jak wspierać naukowców w tym procesie? Przede wszystkim warto przesuwac środek ciężkości, tak by badania były planowane i prowadzone pod kątem wypracowania wartości użytecznych i przyszłej komercjalizacji. Przewidywanie, projektowanie badań przedklinicznych oraz aktualna wiedza dot. regulacji i międzynarodowych przepisów mają istotne znaczenie dla powodzenia tego procesu.

Ogromne zainteresowanie udziałem w Akademii Efektywnych Badań Przedklinicznych PACTT – Pfizer i ponad 140 zgłoszeń do projektu dowodzi, że doskonalenie i pogłębianie wiedzy w tym obszarze jest potrzebne, a chęć uczestników, by czerpać z doświadczenia ekspertów ogromna – wyjaśnia dr Robert Dwiliński, Prezes Fundacji PACTT, Dyrektor Uniwersyteckiego Ośrodka Transferu Technologii, Uniwersytetu Warszawskiego. Uruchamiając Akademię PACTT – Pfizer, stawiamy mały krok ku zwiększaniu potencjału polskiej nauki i przekuwaniu osiągnięć naukowych w realne technologie.

¹ Dane Związku Pracodawców Innowacyjnych Firm Farmaceutycznych INFARMA, <https://www.infarma.pl/innowacje/jak-powstaja-leki/>, dostęp online: 3/11/2019

Akademia PACTT – Pfizer dostarcza kompleksowej wiedzy nt. planowania, projektowania i realizacji badań przedklinicznych. Dzięki zaproszeniu do projektu polskich i zagranicznych wykładawców program umożliwia wzmocnienie i doskonalenie kompetencji pracowników naukowych uczelni i ośrodków naukowo-badawczych, a także centrów transferu technologii m.in. w zakresie najnowszych europejskich procedur i wymogów formalnych prowadzenia badań przedklinicznych. W rezultacie zwiększając szanse na nawiązywanie szerszej współpracy na polu naukowo-biznesowym.

– W ramach Akademii PACTT – Pfizer nie podejmujemy kolejnej dyskusji o szansach i możliwościach stojących przed polskim BioTechem, ale przechodzimy od debaty do działania. Wspólnie z partnerami Akademii zaprojektowaliśmy i uruchamiamy program wzmacniania i doskonalenia kompetencji naukowców w zakresie badań przedklinicznych po to, aby umożliwić im realny rozwój ich projektów. Wierzymy, że udział w Akademii PACTT – Pfizer umożliwi uczestnikom zdobycie praktycznej wiedzy, ale także pozwoli na networking, wymianę doświadczeń i zbudowanie sieci kontaktów, tak cennych w przekuwaniu pomysłów w konkretne rozwiązania – wyjaśnia dr Anna Kowalczyk, Dyrektor Narodowego Instytutu Leków.

Akademia ma również na celu wzmacnianie dialogu i wspólnego języka pomiędzy środowiskiem naukowym a biznesowym – poznania wzajemnych potrzeb i oczekiwań, których realizacja daje szansę na wzmacnianie pozycji Polski w dziedzinie biotechnologii.

– Bardzo duże zainteresowanie udziałem w Akademii Efektywnych Badań Przedklinicznych PACTT – Pfizer dla nas wyraźny sygnał, że warto wspierać te działania, które przekładają się na dalszy rozwój kompetencji naukowców i innowatorów. Wierzymy, że pozwolą one działać im tak, by w przyszłości efekty ich prac naukowych trafiły do pacjentów. Akademia to jedynie mały krok, który ma nas do tego celu przybliżyć – wyjaśnia dr Michał Kurzelewski, Dyrektor Medyczny Pfizer Polska.

Akademii zainaugurowała debata ekspercka poświęcona rozwiązaniom wspierającym naukowców w procesie powstawania i udostępniania innowacji w medycynie.

Akademia Efektywnych Badań Przedklinicznych PACTT – Pfizer realizowana jest pod patronatem honorowym: Ministerstwa Zdrowia oraz Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju. Patronat nad Akademią objęły: Agencja Badań Medycznych i Narodowy Instytut Leków. Partnerami inicjatywy są: Warszawski Uniwersytet Medyczny, Uniwersytet Warszawski oraz Pfizer Polska.

tekst: Pfizer Polska

Akademia Efektywnych Badań Przedklinicznych PACTT-Pfizer



materiały: Pfizer Polska

Akademia PACTT-Pfizer to interdyscyplinarny projekt edukacyjny Porozumienia Akademickich Centrów Transferu Technologii, który ma na celu wsparcie rozwoju innowacyjności polskiej nauki. To program wzmacniania i doskonalenia kompetencji naukowców w zakresie przewidywania, projektowania i późniejszej komercjalizacji badań naukowych.

Akademia to także przestrzeń do budowania relacji, wymiany doświadczeń i perspektyw, która pozwoli na rozwijanie sieci kontaktów polskich naukowców.

Impulsem do uruchomienia Akademii Efektywnych Badań Przedklinicznych PACTT-Pfizer była świadomość wyzwań związanych z odkrywaniem i upowszechnianiem nowych rozwiązań w medycynie, w tym potrzeba doskonalenia i stałego podnoszenia wiedzy nt. badań przedklinicznych i klinicznych.

Akademia to jedynie mały krok ku zwiększaniu potencjału polskiej nauki i przekuwaniu osiągnięć naukowych w realne technologie, które finalnie mogą służyć pacjentom, poprawiając jakość i długość ich życia.

Akademia Efektywnych Badań Przedklinicznych PACTT-Pfizer realizowana jest pod patronatem honorowym:

- Ministerstwa Zdrowia
- Ministerstwa Inwestycji i Rozwoju

Patronat nad Akademią objęły:

- Agencja Badań Medycznych
- Narodowy Instytut Leków

Partnerami inicjatywy są:

- Warszawski Uniwersytet Medyczny
- Uniwersytet Warszawski
- Pfizer Polska



materiały: Pfizer Polska

PFIZER POLAND INVESTS IN COOPERATION WITH THE SCIENTIFIC COMMUNITY

PRECLINICAL RESEARCH IN POLAND: THE QUESTION OF 'HOW' RATHER THAN 'IF'

How to initiate the research and development process so as to turn its results into products and technologies? How to effectively commercialise research results? These are the challenges frequently encountered by scientists. They are tackled by the PACTT-Pfizer Academy of Effective Preclinical Research – a pioneering program of the Polish Association of Centers for Technology Transfer and Pfizer Poland, launched in late November 2019. During cyclical sessions of the Academy, 25 participants supervised by Polish and foreign experts representing various institutions and the scientific and business community strengthen their competencies in terms of planning, design and implementation of



materials: Pfizer Polska

preclinical research, so as to utilise the effects in the future to the benefit of the patients, contributing to improved quality of life and increased life expectancy.

The PACTT-Pfizer Academy of Effective Preclinical Research is an interdisciplinary education project aimed at supporting the development of the innovativeness of Polish science. The project is a shared response of the Polish Association of Centers for Technology Transfer and the National Medicines Institute, the University of Warsaw, the Medical University of Warsaw and Pfizer Polska to the need of supporting and leading to advancements in Polish science in the area of preclinical research.

On average, only one in 8000 of the tested substances can give rise to a new medicine¹. Its marketing is usually preceded by over a dozen years of R&D work. Early phases – preclinical trials and the first clinical trial phase – are a crucial part of the development process and to introduce new medical technologies to the market. Already at these stages scientists need help in popularising the outcomes of many years of their work.

– *How to provide support to scientists in this process? First of all, it is worth shifting the emphasis, so that research would be planned and conducted with a view to achieving utilitarian values and future commercialisation. Planning and designing preclinical research and current knowledge on regulations and provisions of international law are essential for the success of the process. The wide interest in participation in the PACTT-Pfizer Academy of Effective Preclinical Research and over 140 submissions for the project show that there is demand for improving and deepening knowledge in this area, and the participants are very keen on learning from experts – explained dr Robert Dwiliński, President of the PACTT Foundation, Director of the University Technology Transfer Centre of the University of Warsaw. By launching the PACTT – Pfizer Academy, we are taking a small step towards increasing the potential of Polish science and turning scientific achievements into real-life technologies.*

The PACTT – Pfizer Academy provides comprehensive knowledge on, i.a., planning, designing and implementing preclinical trials. Thanks to inviting Polish and foreign lecturers to the project, the program provides an opportunity to strengthen and



materials: Pfizer Polska

¹ Data provided by INFARMA, the Employers' Union of Innovative Pharmaceutical Companies, <https://www.infarma.pl/innowacje/jak-powstaja-leki/>, accessed online on 3 November 2019

improve the competences of academic staff of universities, science and research centres and technology transfer centres, among others in terms of most recent EU procedures and formal requirements for running preclinical trials. This leads to greater chances of establishing more extensive cooperation in the field of science and business.

– *At the PACTT – Pfizer Academy we do not try to initiate another discussion on opportunities available to the Polish biotech sector, but instead we focus on action. Together with the Academy's partners, we have designed and are now launching a program of strengthening and improving the competencies of scientists in the field of preclinical trials in order to really enable them to develop their projects. We believe that the PACTT – Pfizer Academy's contribution will make it possible for the participants to gain practical knowledge and to engage in networking, exchange their experience and establish contacts, which is essential in turning ideas into concrete solutions* – explained dr Anna Kowalczyk, Director of the National Medicines Institute.

The Academy's goals also include strengthening dialogue and understanding between the scientific and business communities, which involves learning about each other's needs and expectations, whose fulfilment provides grounds for reinforcing Poland's position in the field of biotechnology.

– *The extensive interest in joining the PACTT-Pfizer Academy of Effective Preclinical Research is a very clear message for us that it's worth supporting the activities which contribute to the further development of competencies of scientists and innovators. We believe that they will be able to act and that the effects of their research will be available to patients. The Academy is only a small step to bring us closer to achieving this goal* – clarified dr Michał Kurzelewski, Director for Medical Affairs at Pfizer Polska.

The Academy started with an expert debate on solutions supporting scientists in the process of creating and sharing innovation in medicine.

The PACTT-Pfizer Academy of Effective Preclinical Research operates under the honorary patronage of the Ministry of Health and the Ministry of Investment and Economic Development. The patrons of the Academy are the Medical Research Agency and the National Medicines Institute. The partners of this initiative include the Medical University of Warsaw, the University of Warsaw and Pfizer Polska. ●

The PACTT-Pfizer Academy of Effective Preclinical Research



materials: Pfizer Polska

The PACTT-Pfizer Academy of Effective Preclinical Research is an interdisciplinary educational program of the Polish Association of Centers for Technology Transfer aimed at supporting the development and introducing innovations to Polish science. The program helps to improve the competencies of scientists in terms of

anticipation, design and subsequent commercialization of research.

The Academy is also a space for building relations, sharing experiences and perspectives which provides Polish scientists with excellent networking opportunities.

The awareness of the challenges involved in developing and disseminating new solutions in medicine, including the need to continuously improve knowledge about preclinical and clinical research has been the idea behind launching the PACTT-Pfizer Academy of Effective Preclinical Research.

The Academy is only a first step in the direction of improving the potential of Polish science in terms of turning scientific breakthroughs into real-life technologies which could help patients by improving their life quality and increasing their life expectancy.

The PACTT-Pfizer Academy of Effective Preclinical Research program is implemented under the honorary patronage of:

- Ministry of Health
- Ministry of Investment and Economic Development

The patrons of the Academy include:

- Medical Research Agency
- National Medicines Institute

The partners of this initiative include:

- Medical University of Warsaw
- University of Warsaw
- Pfizer Poland



materials: Pfizer Polska

WSPÓLNY JĘZYK POMOŻE NAM DBAĆ O ŚRODOWISKO



MARIO ZAMARRIPA

Dyrektor ds. Zrównoważonego Rozwoju w ERGO Hestii
ERGO Hestia's Chief Sustainability Officer

Tylko w Polsce kilkanaście milionów osób pracuje dla kogoś. Jak podaje GUS, w firmach zatrudnionych jest niemal 80% aktywnych pracowników. Ta liczba nie jest oczywiście jakaś zaskakująca. Ale możemy spojrzeć na nią trochę inaczej: to miliony odbiorców treści nadawanych przez pracodawców. A teraz wyobraźmy sobie, że każda firma uczy pracowników, jak być eko. Rysuje nam się bardzo ciekawy obraz, prawda?

Żyjemy w epoce szumu informacyjnego. W naszych głowach już nie mieszczą się wszystkie newsy, a kolejne nakazy i zakazy irytują. Dlatego, gdy rozmawiamy o środowisku, nie możemy trzymać bata w rękę. Tu najważniejsza jest podstawowa edukacja. Za przykład podam dwie sytuacje, a Państwo niech się zastanowią, która przyniesie większe korzyści:

1. wysyłamy maila o treści informującej, jak segregować śmieci;
2. organizujemy konkurs, podczas którego mogą przedstawić pomysły na kolejne proekologiczne rozwiązania w firmie, za co otrzymają wartościowe nagrody.

Pod tym względem z ekologią jest trochę jak ze sztuką czy sportem. Dziecko zmuszane do lekcji pianina może ten instrument znienawidzić na całe życie. Oczywiście takie działania będą nieźle wyglądały w raportach pod tytułem „wysłaliśmy tysiąc maili o dbaniu o środowisko, co oznacza, że działamy”. Ich skuteczność będzie jednak znikoma.

A dlaczego o ochronie środowiska nie rozmawiać w sposób przystępny? Argumentację do takich dyskusji łatwo jest zbudować – natura sama dostarcza obrazki, które przemawiają do wyobraźni. Jeśli firmy będą konsekwentne w edukowaniu pracowników, efekt kuli śnieżnej – nawet przy tak bezśnieżnej zimie – będzie nieunikniony. Świadomość będzie rosła. Dostrzegamy to w ERGO Hestii.

Pracownik to dobry adresat takiej komunikacji, ale oczywiście nie jedyny. Są jeszcze klienci, współpracownicy, partnerzy biznesowi, dostawcy, akcjonariusze, społeczeństwo lokalne oraz inni interesariusze. Również oni muszą wiedzieć, co firma

robi dla środowiska, w jaki sposób na nie wpływa i jak o nie dba (np. jak redukuje wpływ na środowisko). I celem nie są tu korzyści PR-owe. To tylko dodatek. Z szeroko zakrojoną edukacją możemy dotrzeć do naprawdę wielu ludzi, a to już da realny efekt. Na pewno wciąż niewystarczający. Ale realny.

SPEAKING THE SAME LANGUAGE FOR BETTER ENVIRONMENTAL PROTECTION

In Poland alone, a dozen million people have an employer. According to the Central Statistical Office, close to 80% of the

professionally active population work in companies. Those numbers come as no surprise. Taking a different perspective, they represent an audience of millions addressees of content distributed by employers. Imagine that every company instructs its people how to be environmentally friendly. That paints quite an interesting picture.

We live in an era of information noise. Unable to process all the news, we get frustrated with endless orders and prohibitions. When we speak about the environment, one mustn't wield a stick. Grassroots education is key. Look at two examples and consider which message is more effective:

1. send an email telling the recipients how to sort trash.
2. open a competition where participants suggest ideas for environmental solutions in the company and win attractive prizes.

In this sense, environmental protection is not unlike the arts or sports. A child forced to play the piano may end up hating the instrument for the rest of his or her life. It may sound good to report "distributing

a thousand environmental emails, which means that we are being proactive". However, such measures are hardly effective.

Why don't we talk about the environment in a friendly way? It is so easy to find compelling arguments: nature itself provides the most convincing pictures. If companies become committed to educating their people, awareness rising will snowball even during a snowless winter... We can see that happen at ERGO Hestia.

Employees are good recipients for such communications but not the only ones. Other addressees include clients, affiliates, business partners, suppliers, shareholders, local communities and other stakeholders. They also need to know what the company is doing for the environment, what its environmental impact can be, and how it takes care of the environment (for instance, by reducing the environmental footprint). The PR effect is just a sideline, not the objective. Broad educational efforts can reach a huge audience and produce a spillover effect. It may still be insufficient but it is real. ●

reklama

ERGO HESTIA®

Najwyższy standard ochrony

www.ergohestia.pl

CZY SPOŁECZNA ODPOWIEDZIALNOŚĆ MOŻE BYĆ DROGOWSKAZEM DLA BIZNESU?



RAFAŁ MIKOŁAJCZYK

Wicedyrektor ds. Komunikacji i CSR, Benefit Systems
Deputy Communications and CSR Director, Benefit Systems

Kilkanaście lat temu spółka Benefit Systems stworzyła innowacyjny model biznesowy, oparty na karcie sportowej MultiSport, dzięki której pracodawcy w Polsce, a od kilku lat również w Europie, mogą wspierać zdrowy i aktywny styl życia pracowników oraz ich rodzin. Flagowy produkt naszej firmy odpowiada na jeden z globalnych problemów społecznych, czyli bezruch, który według WHO jest czwartą przyczyną śmiertelności na świecie. Z programu MultiSport korzysta obecnie ponad milion osób w Polsce, a 78 proc. z nich przyznaje, że posiadanie karty motywuje ich do większej aktywności fizycznej (badanie MultiSport Index 2018). Program MultiSport jest dobrym przykładem tworzenia produktów i usług, które już na poziomie idei adresują ważne potrzeby społeczne.

STRATEGIA WZAJEMNYCH KORZYŚCI

W Benefit Systems ważna jest zespołowa praca, wspólne dbanie o środowisko naturalne, tworzenie odpowiednich warunków wszystkim interesariuszom do realizacji postanowień kodeksu etycznego, wspieranie klientów w tworzeniu zdrowych i przyjaznych miejsc pracy. Budujemy środowisko pracy otwarte na różnorodność i rozwój, w którym panują jasne zasady. Wsłuchujemy się w potrzeby pracowników, którzy chcą mieć aktywny udział w realizacji inicjatyw społecznych. To ich oddolne działania sprawiły, że w 2015 r. uruchomiliśmy program wolontariacko-filantropijny Dobry MultiUczynek, z którego środków od 2018 r. korzystają również użytkownicy kart MultiSport, wspierający społeczności lokalne.

ZDROWIE W CENTRUM UWAGI

Spółka aktywnie uczestniczy w działaniach promujących ruch oraz edukujących społeczeństwo w zakresie zdrowego trybu życia. W związku z tym od wielu lat bada aktywność fizyczną Polaków, a od kilku udostępnia badanie MultiSport Index, które dostarcza wiedzy na temat aktywności fizycznej i sportowej mieszkańców kraju. Zeszłoroczny raport MultiSport Index 2019 pokazuje, że 36 proc. Polaków nie korzysta z ruchu nawet raz w miesiącu, włączając w to spacer czy jazdę na rowerze. W grupie nieaktywnych Polaków aż 53 proc. stanowią osoby po 55. roku życia. Widząc jak duże znaczenie dla zdrowia ma aktywność fizyczna, spółka stworzyła programy, które zachęcają do ruchu najmniej aktywne grupy społeczne, czyli dzieci i seniorów. Dwa lata temu uruchomiona została pierwsza

w Polsce karta sportowa dla osób po 60. roku życia – MultiSport Senior. Wraz z Fundacją V4Sport stworzyliśmy program edukacyjny dla dzieci Aktywne Szkoły MultiSport (ASM), którego celem jest wypracowanie odpowiednich nawyków ruchowych dla prawidłowego rozwoju i zdrowia najmłodszych. W I edycji programu udział wzięło ponad 9 tys. dzieci wraz z rodzicami, nauczycielami i władzami samorządowymi Dolnego Śląska. W ramach pierwszej edycji ASM aż 86 proc. szkół poprawiło poziom sprawności fizycznej swoich uczniów, wprowadzając proste rozwiązania, takie jak aktywne lekcje czy przerwy. Rozwiązania te sprawiły, że uczniowie odzyskali 43 proc. sprawności fizycznej, którą dla porównania w latach 1999 – 2009 utracili ich rówieśnicy. Druga edycja programu odbywa się obecnie w województwie mazowieckim.

B CORPORATION

Działania i wartości Benefit Systems z zakresu zrównoważonego rozwoju sprawiły, że w 2018 r. została ona pierwszą spółką publiczną w regionie Europy Środkowo-Wschodniej, która uzyskała certyfikat B Corp. Dołączyliśmy do międzynarodowego ruchu biznesowego B Corporation, skupiającego przedsiębiorstwa i organizacje, które w model swojej działalności trwale wpisują cel społeczny i zasady CSR, realizując je w pięciu obszarach: ładu korporacyjnego, ochrony środowiska, wsparcia społeczności lokalnych, relacji z klientami i polityki zatrudnienia. B Corp to przede wszystkim platforma dialogu i wymiany doświadczeń między organizacjami. Certyfikowane firmy pełnią także rolę lokalnych ambasadorów społecznej odpowiedzialności. Do tej pory tytułem B Corp wyróżnionych zostało ponad 3200 przedsiębiorstw na całym świecie działających w 150 branżach.

CAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BE GUIDANCE TO BUSINESS?

Several years ago, Benefit Systems created an innovative business model based on the MultiSport sports card, thanks to which employers in Poland, and for a few years now also in Europe, can support a healthy and active lifestyle of employees and their families. Our company's flagship product responds to one of the global social problems, i.e. lack of activity, which WHO has considered

the fourth leading cause of death globally. Currently, the MultiSport Programme is used by over one million people in Poland, of which 78% admit that having the card motivates them to engage in physical activity more often (MultiSport Index 2018 Study). The MultiSport Programme is a good example of creating products and services that address important social needs at the level of ideas.

MUTUAL BENEFITS STRATEGY

At Benefit Systems we value teamwork, caring for the environment together, providing suitable conditions for all stakeholders to implement the provisions of the Code of Ethics and supporting our clients in creating healthy and friendly jobs. We build work environment governed by clear rules that is open to diversity and development. We listen to the needs of our employees who want to have an active part in the implementation of social activities. In 2015, inspired by employees' bottom-up efforts, we launched our volunteer and philanthropic programme, Dobry MultiUczynek. Since 2018 the programme funds have also been used by MultiSport card users who support local communities.

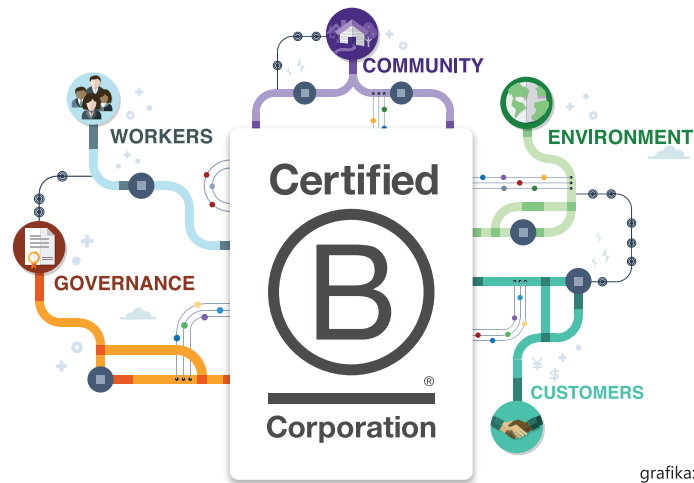
FOCUS ON HEALTH

The company keenly participates in actions promoting physical activity and those educating the public on healthy living. Therefore, for many years now it has been analysing physical activity of Poles, and for several years publishing the MultiSport Index Study, which provides knowledge about physical and sport activity of Poland's residents. Last year's MultiSport Index 2019 report shows that 36% of Poles do not engage in any activity even once a month, including walking or cycling. Among inactive Poles as many as 53% are those over 55 years of age. Realising how important physical activity is for health, the company has created programmes that encourage the least

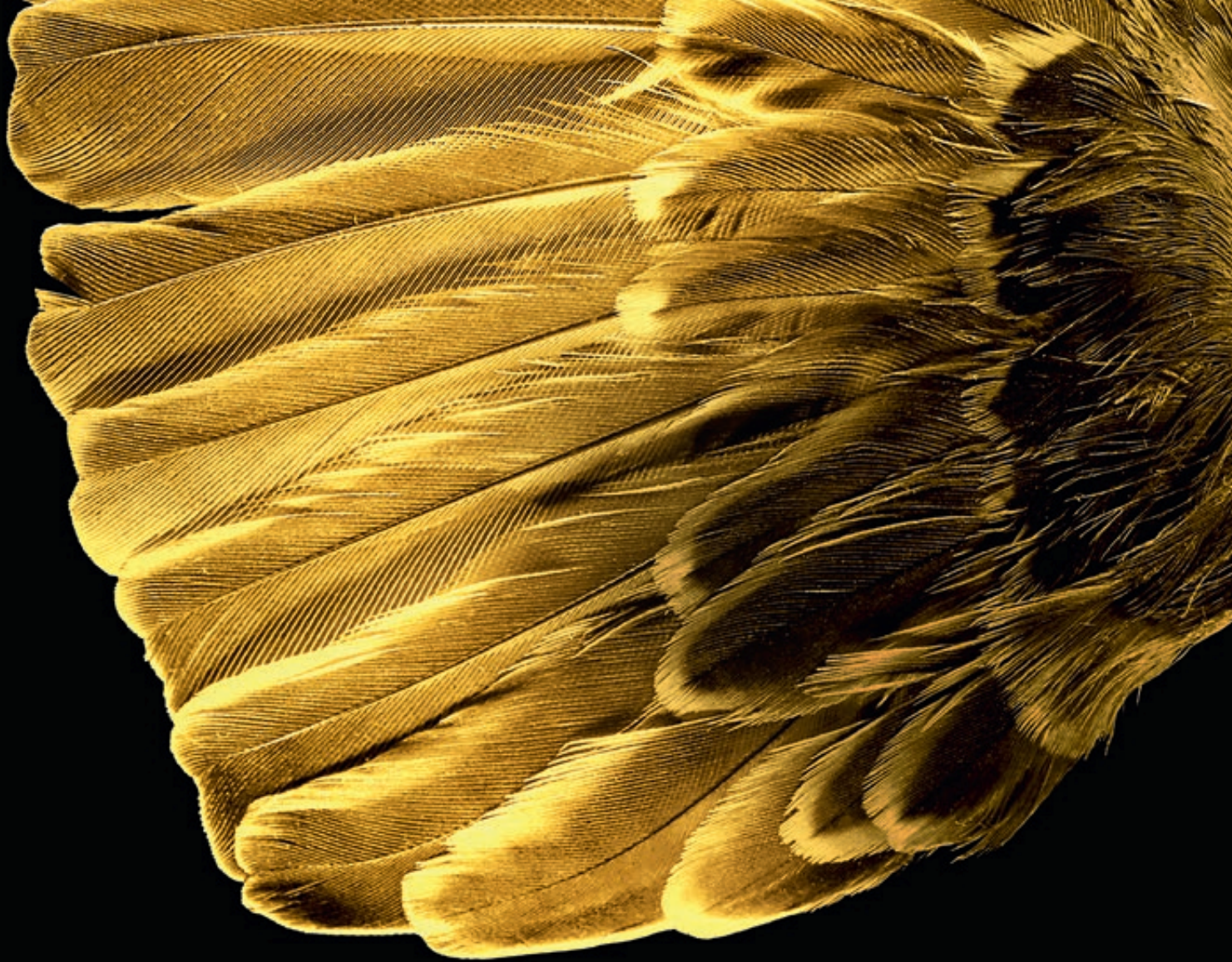
active social groups, i.e. children and seniors, to engage in physical activity. Two years ago, the first sports card for people over 60 years old – MultiSport Senior – was launched in Poland. Together with the V4Sport Foundation, Benefit Systems has created an educational programme for children, Active MultiSport Schools, which aims at shaping proper activity habits for the proper development and health of the youngest generation. Over 9,000 children, parents, teachers and local authorities from the Lower Silesian Voivodeship participated in the first edition of the programme. As part of this first edition of the Active MultiSport Schools programme, as many as 86% of schools have improved the level of their students' physical fitness by introducing such simple solutions as active lessons or breaks. These solutions resulted in students recovering 43% of physical fitness, which their peers lost between 1999 and 2009. The second edition of the programme is currently taking place in the Masovian Voivodeship.

B CORPORATION

Activities and values in the field of sustainable development made Benefit Systems become the first public company in Central and Eastern Europe to receive the B Corp certificate in 2018. We joined the international B Corporation movement which brings together enterprises and organisations that have social goals and CSR principles permanently inscribed into their business model, implementing them in five areas: corporate governance, environmental protection, support of local communities, customer relations and employment policy. B Corp is primarily a platform for dialogue and exchanging experiences between organisations. Certified companies also play the role of local ambassadors of social responsibility. So far there are over 3,200 companies operating in 150 industries around the world that have been awarded with the B Corp title. ●



grafika: Jerrod Modica



DLA TYCH, KTÓRZY MIERZĄ WYSOKO

Z Kontem Elitarnym dla najbardziej wymagających Klientów...

Z kartą World Elite Debit Mastercard® gwarantującą
bogaty pakiet usług dodatkowych...

Z indywidualnym doradztwem inwestycyjnym...

Z profesjonalną obsługą w prestiżowych lokalizacjach w całym kraju...

www.pb.aliorbank.pl



Private Banking

Zastosowane w niniejszym materiale pojęcia oznaczają zgodnie z wykazem usług reprezentatywnych: konto – rachunek płatniczy, karta – karta płatnicza debetowa.

KOMPANIA PIWOWARSKA

BROWARY NIESIONE WIATREM



GRZEGORZ ADAMSKI

Kierownik ds. Public Affairs i Zrównoważonego Rozwoju w Kompanii Piwowskiej
Public Affairs and Sustainable Development Manager at Kompania Piwowska

Kompania Piwowska jako firma odpowiedzialna społecznie podchodzi bardzo poważnie do kwestii ochrony środowiska naturalnego i edukacji w zakresie odpowiedzialnej konsumpcji alkoholu, dba o społeczności lokalne oraz swoich pracowników.

Kilka miesięcy temu firma podjęła przełomową dla swojej działalności oraz wpływu na środowisko naturalne decyzję o radykalnym zwiększeniu udziału energii ze źródeł odnawialnych (OZE) w produkcji piwa. Już w tym roku zapotrzebowanie browarów Kompanii Piwowskiej na energię elektryczną w 40% będzie pokrywane ze źródeł odnawialnych. Natomiast w 2021 będzie to całe 100%. Dzięki wieloletniemu kontraktowi z firmą innogy, która rozbuduje pod ten kontrakt farmę wiatrową Nowy Staw, Kompania Piwowska przyczyni się do zwiększenia dostępności zielonej energii w kraju. Przejście na energię z wiatru pozwoli Kompanii zmniejszyć w tym roku emisję CO₂ o 26%, a w 2021 r. o 66% (w porównaniu z rokiem 2019). To oznacza, że do atmosfery trafi 67 tys. ton dwutlenku węgla mniej niż obecnie. Firma w ten sposób wydatnie przyczyni się do minimalizowania śladu węglowego nie tylko jej zakładów, lecz również całej branży piwowskiej w Polsce, której jest liderem. Innym efektem długofalowych, prośrodowiskowych działań Kompanii Piwowskiej jest ograniczenie zużycia wody, która ma kluczowe znaczenie przy produkcji piwa. Do firmy należy najlepszy w branży wynik 2,64 hl wody na 1 hl piwa, co stawia Kompanię wśród liderów oszczędzania wody nie tylko w Polsce, ale i na świecie. Kompania Piwowska poddaje też niemal wszystkie wytworzone w jej browarach produkty uboczne i odpady procesowi recyklingu (99,65%),

a ponad połowę swojego piwa sprzedaje w opakowaniach zwrotnych, tj. szklanych butelkach i beczkach. Realizując swoją strategię zrównoważonego rozwoju firma kontrybuuje do 13. z 17-tu celów „Agendy 2030” Organizacji Narodów Zjednoczonych, jednocześnie przyczyniając się do realizacji wizji środowiskowej japońskiej Grupy Asahi, której jest częścią.

U podstaw naszej strategii zrównoważonego rozwoju leży przekonanie, że jeśli będziemy rozwijać się w sposób odpowiedzialny skorzysta na tym nie tylko środowisko i społeczeństwo, a też nasza firma. W Kompanii Piwowskiej idea zrównoważonego rozwoju określa sposób, w jaki prowadzimy cały biznes, np. jakie środowisko pracy stwarzamy zatrudnionym, jak zarządzamy procesami, gospodarujemy surowcami, czy współpracujemy z naszymi kontrahentami – podpisuje Grzegorz Adamski, kierownik ds. public affairs i zrównoważonego rozwoju w Kompanii Piwowskiej.

Kompania Piwowska skupia trzy browary o wieloletniej historii: Tyskie Browary Książęce, Browar Dojlidy w Białymstoku i Lech Browary Wielkopolski w Poznaniu, w których warzone są najchętniej wybierane przez Polaków piwa – Żubr, Tyskie, Lech, Redd's, kolekcja specjalności Książęcego, a także zyskujące ostatnio ogromną popularność piwa bezalkoholowe z rodziny Lecha. W ofercie Kompanii Piwowskiej znajdują się również cenione w Polsce piwa czeskie – Pilsner Urquell i Kozel oraz holenderski Grolsch.

KOMPANIA PIWOWARSKA WIND-POWERED BREWERIES

Being a socially responsible business, Kompania Piwowarska treats the issues of environmental protection and education in the responsible consumption of alcohol very seriously. It also focuses on local communities and its employees.

Several months ago, the company made a decision of a breakthrough significance for its business and its environmental footprint, and radically increased the proportion of electricity from renewable energy sources (RES) in its beer production. As early as this year, the electrical energy demand of Kompania Piwowarska breweries will be 40% covered from renewable sources, while in 2021 it will be as much as 100%. Thanks to a long-term contract signed with the innogy company, who will expand the Nowy Staw wind farm for these purposes, Kompania Piwowarska

will contribute to an increased availability of green power in this country. The transition to wind electricity will enable Kompania Piwowarska to reduce its CO₂ emission by 26% this year, and by 66% in 2021 (as compared to 2019). And that means that CO₂ emissions to the atmosphere will be 67,000

Kompania Piwowarska operates three breweries with a long history: Tyskie Browary Książęce, the Dojlidy Brewery in Białystok and Lech Browary Wielkopolski in Poznań, which brew Poles' most popular beers including Żubr, Tyskie, Lech, Redd's and the Książęce specialty collection, as well as the non-alcoholic beers in the Lech family, recently gaining immense popularity. The Kompania Piwowarska portfolio also has Czech beers, highly valued in Poland, such as Pilsner Urquell and Kozel, as well as the Dutch Grolsch.

tonnes lower than today. Thus the company will significantly contribute to the reduction of the carbon footprint of its own operations and of the whole brewing industry in Poland, of which it is a leader. Another result of the long-term environmentally friendly measures

taken by Kompania Piwowarska is the reduced consumption of water, so important in beer brewing. The company holds the industry's best result of 2.64 hl of water per 1 hl of beer, which positions Kompania Piwowarska among the leaders of water saving not only in Poland but also globally. Kompania Piwowarska recycles nearly all (99.65%) by-products and waste generated in its breweries, and sells more than half of its beer in returnable containers, such as glass bottles and KEGs. By pursuing its sustainable development strategy, our company contributes to 13 out of 17 goals on the UN "2030 Agenda", and adds to the achievement of the environmental vision of the Japanese Asahi Group, of which it is part.

"Our sustainable development strategy is founded on a conviction that if we develop responsibly, it will not only benefit the natural environment and society, but it will help our company too. The idea of sustainable development in Kompania Piwowarska defines how we run our business, for example, what kind of working environment we create for our employees, how we manage our processes, use our resources or collaborate with our partners," sums up Grzegorz Adamski, public affairs and sustainable development manager in Kompania Piwowarska. ●

reklama

OGRODOWA
office

📍 prime offices in the heart of Łódź

🚆 excellent public transportation

🏢 high quality office space

📦 over 28.000 sqm of total area

🛒 attractive retail and services outlets

🌱 BREEAM "Very Good" certificate

warimpex

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



Breaking down the silos!

Traditionally companies have many silos involved in designing, engineering and manufacturing their products. Each of these functions existed in different departments or divisions within a company, often called "silos." These different silos struggled to come up with a common vision of what they were trying to achieve. However, if all these stakeholders connect to a common platform, such as the **3DEXPERIENCE** platform from Dassault Systèmes, in real time, they are able to move much faster. Digital continuity is the thread that ties them together. Digitalization is driving a development and manufacturing transformation in the industry. Are you ready for the future of manufacturing?



The **3DEXPERIENCE**® Company

For more information: www.3DS.com

PROPTech

INWESTYCJA, KTÓRA PROCENTUJE



WALDEMAR WITCZAK

Dyrektor Regionalny SEGRO
SEGRO Regional Director

Do branży nieruchomości szturmem wdarła się rewolucja technologiczna, która w świadomości przedsiębiorców i deweloperów zaistniała pod nazwą PropTech, będącą zbitką wyrazów „property” oraz „technology”. Z dobrodziejstwa takich innowacyjnych rozwiązań coraz chętniej korzysta firma SEGRO – deweloper i zarządca powierzchni magazynowych. Dzięki zastosowaniu nowych technologii zarówno w trakcie projektowaniu budynków, jak i podczas ich eksploatacji, wynajmujący mogą mieć pewność, iż w magazynach SEGRO ich działalność będzie bardziej efektywna.

Wiodącym celem rozwiązań z obszaru PropTech jest optymalizacja wszelkich procesów związanych z zarządzaniem nieruchomością. Bez wątplenia przeobrażają one rynek i wytyczają nowe kierunki rozwoju. W branży magazynowej o PropTechu mówi się przede wszystkim w kontekście inteligentnych budynków m.in. w związku z usprawnianiem pracy, redukcją kosztów oraz ograniczonym wpływem na środowisko naturalne.

Implementacja innowacyjnych technologii przez dewelopera w powierzchniach magazynowych i produkcyjnych przynosi liczne korzyści. Przede wszystkim wiąże się z większą efektywnością – zarówno na etapie projektowania i budowy obiektu, jak i podczas

późniejszego zarządzania nim i eksploatacji. Z kolei klienci w wynajmie magazynów z wdrożonymi rozwiązaniami PropTech dostrzegą większą użyteczność, jak i znaczną optymalizację kosztów.

Jak pokazują wyniki raportu „PropTech na rynku magazynowym”, zrealizowanego przez SEGRO we współpracy z Eurobuild CEE, trzy czwarte polskich przedsiębiorców korzysta z tego typu rozwiązań, a blisko 90 proc. dostrzega bezpośrednie korzyści z ich zastosowania w swoich firmach. Do najważniejszych zaliczają oni korzyści ekonomiczne, związane z optymalizacją kosztów (60%) oraz ekologiczne (46%). Oznacza to, że działający w Polsce przedsiębiorcy coraz częściej zwracają uwagę nie tylko na kwestie finansowe, ale również na tematy związane z ochroną środowiska naturalnego. Ponadto, zdaniem blisko 90% ankietowanych takie innowacje wpisują się w strategię zrównoważonego rozwoju ich firmy.

W zakresie stosowanych rozwiązań PropTech, SEGRO jest jednym z liderów w branży nieruchomości magazynowych w Polsce. We wszystkich parkach logistycznych dewelopera standardem są takie rozwiązania, jak oświetlenie LED, kompleksowy system monitoringu mediów czy system automatycznego odczytywania tablic rejestracyjnych. Kolejnymi, nowoczesnymi rozwiązaniami, które SEGRO planuje wprowadzić w całej Polsce są m.in. monitoring ugięcia dachów oraz inteligentne ławki z panelami solarnymi.

PROPTech AN INVESTMENT THAT PAYS OFF

The real estate industry was stormed by the technological revolution that in the consciousness of entrepreneurs and developers came into being under the name of PropTech, which is a combination of the words "property" and "technology". The benefits of such innovative solutions are increasingly used by SEGRO – a developer, owner and manager of warehouse

and production space. Owing to the use of new technologies, both during the development of buildings and during their operation, customers can be sure that their operations will be more effective in SEGRO warehouses.

The leading goal of PropTech solutions is to optimize all processes related to property management. They are undoubtedly transforming the market and setting new directions of development. In the warehousing industry, PropTech is mainly spoken of in the context of intelligent buildings, e.g. in connection with work streamlining, cost reduction and reduced environmental impact.

The implementation of innovative technologies by the developer in warehouse and production areas brings numerous benefits. Above all, it is associated with greater efficiency, both at the stage of design and construction of the facility, as well as during its subsequent management and operation. On the other hand, customers will see greater usability and significant cost optimization in leasing warehouses with implemented PropTech solutions.

As shown by the results of the "PropTech in the Warehouse Market" report, carried out by SEGRO in cooperation with Eurobuild CEE, three quarters of Polish entrepreneurs use this type of solutions, and nearly 90% see direct benefits from their use in their companies. The most important are economic, alligned with cost optimization (60%) and environmental benefits (46%). This means that entrepreneurs operating in Poland are increasingly paying attention not only to financial issues, but also to issues related to environmental protection. Moreover, in the opinion of nearly 90% of the respondents, such innovations are part of their company's sustainable development strategy.

In terms of the applied PropTech solutions, SEGRO is one of the leaders in the warehouse real estate industry in Poland. In all the developer's logistic parks such solutions as LED lighting, comprehensive utility monitoring system or automatic license plate recognition system are a standard. Other modern solutions that SEGRO plans to introduce throughout Poland include roof monitoring and intelligent benches with solar panels. ●

1,5 MLN M² WYJĄTKOWYCH MOŻLIWOŚCI



nowoczesne powierzchnie
magazynowe



powierzchnie produkcyjne



najwyższa jakość
obsługi



partnerskie relacje
z Klientami

Już od stu lat SEGRO jest wiodącym właścicielem, zarządcą i deweloperem nowoczesnych powierzchni magazynowych oraz produkcyjnych w Europie. Najwyższa jakość usług i trwałe relacje z Klientami budują silną pozycję spółki na rynku. Dziś portfolio dewelopera w Europie Centralnej to ponad 1,5 mln m² powierzchni, która odpowiada na potrzeby setek firm, pozwalając im się stale rozwijać i zwiększać efektywność.

U podstaw każdego sukcesu leżą partnerskie relacje. Żeby je zbudować, potrzebna jest przestrzeń, która daje wyjątkowe możliwości. Taką przestrzeń tworzy SEGRO.

M1 – M2 – M3

ROZWÓJ SYSTEMU METRA W WARSZAWIE



DR INŻ. JERZY LEJK

Prezes Zarządu, Metro Warszawskie
President of the Board, Metro Warszawskie

Metro w Warszawie liczy obecnie 2 linie, na trasie których działa 31 podziemnych stacji, a nad kolejnymi 11 stacjami oraz nową Stacją Techniczno Postojową trwają prace.

Każdego dnia korzysta z nich około 700 tys. pasażerów. Metro w Warszawie uznawane jest nie tylko za nowoczesny system transportowy, ale przede wszystkim bezpieczny, czysty i funkcjonalny. W corocznym raporcie opinii pasażerów, około 90% badanych osób pozytywnie ocenia te wskaźniki.

M1 – DOSTĘPNOŚĆ

Większość stacji metra zlokalizowanych jest od siebie w odległości około 800-1000 metrów. W celu poprawy obsługi komunikacyjnej planowane jest zwiększenie liczby stacji i linii metra o dwie nowe lokalizacje: Plac Konstytucji oraz Muranów. Znajdują się one w ścisłym centrum miasta, gdzie odległość pomiędzy dwoma istniejącymi stacjami wynosi 1450 i 1534 metry.

M2 – ROZBUDOWA

Centralny odcinek drugiej linii metra oddany został do użytku w 2015 roku. Kontrakt na budowę odcinka 3 stacji na Targówku podpisany został w marcu 2016 roku i zakończony w maju 2019, a następnie po przeprowadzeniu procedur odbiorowych i uzyskaniu pozwolenia na użytkowanie, udostępniony pasażerom we wrześniu 2019 r. Drugi kontrakt rozpoczął się we wrześniu

2016 roku i dotyczył rozbudowy drugiej linii metra o 3 stacje na Woli. Na przełomie listopada i grudnia 2019 zakończyły się prace budowlane i rozpoczęła procedura odbiorowa. Na początku kwietnia planowane jest uruchomienie tego odcinka. Kolejne odcinki na Bródno (3 stacje) oraz na Bemowo (2 stacje) są w trakcie budowy, a ostatni odcinek 3 stacji wraz ze Stacją Techniczno Postojową Karolin, są obecnie projektowane (kontrakt w formule projektuj i buduj).

M3 – NOWE ZAMIERZENIA

Kolejnym krokiem w rozwój metra w Warszawie jest budowa 3 linii metra w kierunku największej dzielnicy miasta po prawej stronie Wisły, czyli Pragi Południe. Zamieszkuje ją już około 180 tys. mieszkańców. Dotarcie metra w ten rejon możliwe będzie poprzez wykorzystanie trzeciego peronu stacji M2 Stadion Narodowy. To tu mieszkańcy Pragi będą mogli w wygodny sposób przesiąść się z trzeciej na drugą linię metra. Wzdłuż nowej linii powstaną potencjalne węzły przesiadkowe: z linią średnicową, dworcem Wschodnim, Rondem Wiatraczna czy rejonem Goławia. W połowie grudnia 2019 podpisana została umowa na opracowanie Studium Technicznego dla tego zamierzenia. Po trzech miesiącach wykonawca ma zaprezentować wstępny raport, a po 12 miesiącach pełne opracowanie. Następnie przyjdzie czas na badania geologiczne, opracowanie studium wykonalności, oraz wykonanie projektów koncepcyjnych i budowlanych.

M1 – M2 – M3

THE DEVELOPMENT OF THE WARSAW METRO SYSTEM

The Warsaw metro currently has two lines, comprising 31 stations, with a further 11 stations and a new depot in progress.

Every day it is used by about 700,000 passengers. The Warsaw metro is considered not only a modern, but also – and more importantly than anything else – safe, clean, and functional, transport system. Indeed, in the annual passenger survey report, about 90 percent of respondents viewed the Warsaw metro as safe, clean, and functional.

M1 – ACCESSIBILITY

Most metro stations are located within about 800–1,000 metres of each other. There are plans to add two new stations on Line 1 – Plac Konstytucji and Muranów – to improve the metro service. These will be located in the very centre of the city, where the current distances to the two existing stations are 1,450 and 1,534 metres.

M2 – EXTENSION

The central section of Line 2 opened for service in 2015. Then, in March 2016, a contract was signed for the construction of three stations in Targówek. The construction was completed in May 2019. Following acceptance and permit-related procedures, the section opened for service in September 2019. The second contract started in September 2016, and involved the addition of three Line-2 stations in Wola. Construction ended at the beginning of December 2019, and was followed by acceptance procedures. This section is due to be opened in early April. Further sections, terminating in Bródno (three stations) and Bemowo (two stations), are under construction, and the last section of three stations, including the Karolin Depot, are currently in the design phase (under a design and build contract).

M3 – NEW PROJECTS

Another step in the development of the Warsaw metro involves the construction of three metro lines terminating in Praga Południe – Warsaw's largest district on the right bank of the Vistula. It has a population of about 180,000. Access to this area will be possible through Platform 3 of the M2 station Stadion Narodowy. From this location, Praga residents will be able to conveniently transfer from Line 3 to Line 2. There are plans to build interchanges along the new line, i.e. on the cross-city line – the Warszawa Wschodnia railway station, the Wiatraczna Roundabout, and in the vicinity of Goławia. A contract was signed in mid-December 2019 to provide a technical study for this project. The contractor has three months to provide a preliminary study, and 12 months to produce the complete document. The next step will involve geological surveys, a feasibility study, conceptual plans, and building plans and specifications. ●

PROFESJONALIZM, NOWOCZESNOŚĆ I RZETELNOŚĆ TO NASZA STRATEGIA DZIAŁANIA

Misją firmy MAR-BUD Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Budownictwo Spółka komandytowa jest realizowanie inwestycji budowlanych według najwyższych standardów jakości opartych na zasadach profesjonalnego działania, partnerstwa i rzetelności.

Pierwsza firma z grupy MAR-BUD tj. Firma Usługowo-Handlowa Mar-Bud Jan Soczewka powstała w 1997 roku. Standardowym zakresem działalności są prace budowlane a specjalizacją były i są do dnia dzisiejszego konstrukcje żelbetowe. Jedną z firm grupy jest MAR-BUD Sp. z o.o. Sp. k. Głównym przedmiotem jej działalności jest Generalne Wykonawstwo obiektów z zakresu budownictwa kubaturowego, inżynieryjnego, przemysłowego, ekologicznego, kolejowego i drogowego.

Wizja firmy oparta jest na fundamentach doświadczenia oraz nowoczesnego i innowacyjnego podejścia do procesów budowlanego. Potwierdzeniem tego jest zarówno nasze portfolio jak i rozwój firmy w sektorze inteligentnego i energooszczędnego budownictwa, produktów takich jak Akumulator Chłodu ICE-ON i systemów odzysku energii niskotemperaturowej z wód ściekowych oraz projektowanie i wykonawstwo obiektów w technologii BIM.

Początkowo MAR-BUD, działał jako podwykonawca dla dużych firm budowlanych i zaznaczył swoją obecność w kilku prestiżowych warszawskich inwestycjach takich jak: Rozbudowa Lotniska F. Chopina, Budowa CH Złote Tarasy, czy Stadionu Legii Warszawa. Od 2010 roku jako GW przeprowadził między innymi: Budowę La Proximite Budynku Wielorodzinnego przy ul. Nocznickiego, Modernizację w budynku C Biblioteki Narodowej przy al. Niepodległości, Przebudowę zabytkowego budynku biurowo-usługowego przy ul. Mazowieckiej, czy Centrum Praskiego Koneser przy ul. Żąbkowskiej.

Siła zespołu MAR-BUD to zespół konsekwentnie budowany na potrzeby przyjętej strategii rozwoju, liczący obecnie ponad 130 profesjonalistów. Wykwalifikowana kadra techniczno-inżynieryjna oraz doświadczeni pracownicy gwarantują satysfakcję z jakości i terminowości wykonania powierzonych nam robót.

OUR STRATEGY IS PROFESSIONALISM, LATEST TECHNOLOGIES AND RELIABILITY

The mission of MAR-BUD Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Budownictwo Spółka komandytowa is the implementation of construction projects to the highest quality standards based on the principles of professional operation, partnership and reliability.

The first company from the MAR-BUD group, i.e. Firma Usługowo-Handlowa Mar-Bud Jan Soczewka, was established in 1997. The standard scope of its business includes the construction work and reinforced concrete constructions have been and still are its specialisation to this day. One of the group companies is MAR-BUD Sp. z o.o. Sp. k. The core object of its business is the provision of the General Contractor services for structures in the building construction industry, engineering construction or industrial, ecological, railway and road construction.

The company's vision is built on the foundations of experience as well as modern and innovative approach to the construction process. This is confirmed by both our portfolio and the company's growth in the intelligent and energy-efficient construction sector, products such as the ICE-ON thermal energy storage and the system of recovery of



JAN SOCZEWKA

Prezes, MAR-BUD Budownictwo
President, MAR-BUD Budownictwo

low-temperature energy from waste water as well as designing and construction of building using the BIM technology.

Initially, MAR-BUD was a subcontractor of large construction companies and participated in several prestigious investment projects implemented in Warsaw, including: Extension of the Warsaw Chopin Airport, construction of Złote Tarasy Shopping Centre and the Football Stadium of Legia Warsaw. Following 2010, it has provided the General Contractor services for, among others, construction of La Proximite apartment building at ul. Nocznickiego, renovation in building C of the National Library of Poland at ul. Niepodległości, reconstruction of the historical office and commercial building at ul. Mazowiecka or of the Praga Koneser Centre at ul. Żąbkowska.

MAR-BUD is a team that has been built consistently for the purposes of the adopted development strategy and is currently composed of more than 130 professionals. The qualified technical and engineering staff as well as experienced employees guarantee satisfaction from the quality and timeliness of performance of any work commissioned to us. ●

WYZWANIA INFRASTRUKTURY TRANSPORTOWEJ W ŚWIETLE BUDOWY CPK



Infrastruktura transportowa od ponad dekady przechodzi w Polsce wyjątkową przemianę, a zgodnie z zapowiedziami w najbliższych latach czeka ją kolejna rewolucja. Realizacja ogromnego przedsięwzięcia, jakim jest budowa Centralnego Portu Komunikacyjnego (CPK) pod Warszawą, wiąże się z koniecznością rozbudowy całego systemu transportowego w kraju, szczególnie że już w pierwszym roku działalności nowe lotnisko ma obsługiwać ok. 30 mln pasażerów.

Zgodnie z zapowiedziami, CPK docelowo ma się stać sercem transportowym Polski – węzłem komunikacyjnym, łączącym transport drogowy, kolejowy oraz lotniczy. Olbrzymie potoki pasażerskie, które będą spotykać się w tym miejscu, wymagają zapewnienia sprawnej komunikacji ze wszystkimi dużymi aglomeracjami w kraju. O ile od lat postępująca budowa sieci nowych dróg ekspresowych i autostrad z roku na rok się zagęszcza, o tyle transport kolejowy wciąż wymaga wiele wysiłku by uzyskać efekt w miarę spójnej sieci. Działaniem zbliżającym nas do tego efektu jest projekt budowy tzw. 10 „szprych” kolejowych, w ramach których ma powstać 1,6 tys. km nowych linii

kolejowych. Nie bez znaczenia jest również fakt powrotu do koncepcji budowy Kolei Dużych Prędkości, która ma łączyć Warszawę z CPK i Łodzią, a także dalej Poznań oraz Wrocław.

Sprawny transport kolejowy jest niezbędny ale stanowi tylko jeden z elementów rozwiązania zapewniającego kompleksowe skomunikowanie nowego lotniska. Kolejnym wyzwaniem jest konieczność rozbudowy już istniejących drogowych ciągów komunikacyjnych, np. autostrady A2 na odcinku od Warszawy do Łodzi, a także budowa nowej obwodnicy metropolitalnej Warszawy. Dodatkowo, w ramach realizacji tego projektu, przewiduje się budowę drogi ekspresowej S10, łączącej docelowo Warszawę ze Szczecinem.

Jednakże realizacja tak wielkiego projektu infrastrukturalnego, którego wszystkie składowe mogą kosztować

”

CPK docelowo ma się stać sercem transportowym Polski – węzłem komunikacyjnym, łączącym transport drogowy, kolejowy oraz lotniczy

nawet 100 mld PLN, wiąże się z dużą liczbą ryzyk, które mogą znacząco wpłynąć na efektywność finansową i ekonomiczną projektu. Poza tymi związanymi z samym procesem budowlanym – wzrostem cen materiałów oraz kryzysem na rynku pracy w sektorze budowlanym, kluczowe jest zapewnienie stabilnego źródła finansowania. Oprócz (ograniczonych) środków z budżetu państwa oraz (kurczących się po Brexicie) funduszy UE, nie można zapominać również o możliwości zaangażowania środków prywatnych w ramach PPP.

CPK i inwestycje towarzyszące to ogromny dodatkowy wysiłek finansowy i organizacyjny, a przecież nadal pozostanie do zrealizowania wiele innych projektów drogowych, kolejowych, portowych czy dróg wodnych, które nie są powiązane z CPK. Jedno jest pewne – wyzwani w zakresie infrastruktury na kolejną dekadę nam nie zabraknie. Pewnie nawet nie tylko na jedną.

CHALLENGES FACED BY TRANSPORT INFRASTRUCTURE IN LIGHT OF CONSTRUCTION OF THE SOLIDARITY TRANSPORT HUB (STH)

For over a decade transport infrastructure in Poland has been undergoing an exceptional change, and it is expected to undergo another revolution in the next couple of years. The huge undertaking consisting in the construction of the Solidarity Transport Hub (STH) near Warsaw requires the development of the entire transportation system in Poland. Especially so if the new airport is intended to serve approximately 30 million passengers in the first year of its operations.

The STH is planned to become the heart of the Polish transportation system – a hub combining the road, rail and air transportation. The huge passenger streams that will meet in this place require establishing efficient connections with all large agglomerations in Poland. Although

”

The STH is planned to become the heart of the Polish transportation system – a hub combining the road, rail and air transportation

the number of new expressways and motorways has been growing from year to year, the railroad transport still requires a lot of effort to build efficient network. An undertaking that takes us closer to the network effect is the construction of 10 so-called railroad “spokes”, comprising 1.6 thousand kilometers of new railroads. Not without significance is also the return to the concept of construction of the High-speed Rail, which is to join Warsaw with the STH and Lodz, and then also Poznan and Wrocław.

An efficient rail transport is necessary, but it is only one part of solution to obtain a well-connected airport. Another challenge is the need to expand the existing system of roads, e.g. the Warsaw – Lodz section of the A2 motorway, as well as the construction of a new metropolitan beltway in Warsaw. Additionally, the construction of the S10 expressway joining Warsaw with Szczecin is planned to be carried out as part of this project.

However, the realization of such a large infrastructural project, which total capital expenditure may reach as much as PLN 100 billion, is subject to numerous risks which may significantly affect its financial and economic performance. In addition to the risks related to the construction process itself, rise in the prices of materials and crisis on the labor market in the construction industry, it is essential to assure stable sources of funding. Besides the (limited) funds from the state budget and the (shrinking after the Brexit) EU funds, the possibility of engaging private funds under the PPP scheme should not be forgotten.

The STH and accompanying investment projects together require a huge additional financial and organizational effort, because there will still be numerous other projects for construction of roads, railroads, ports or waterways, unrelated to the STH. We can, therefore, be sure that there will be enough challenges in the field of infrastructure for another decade. And probably not just one. ●



MACIEJ ZIOMEK

Associate Partner, Dział Doradztwa Transakcyjnego, EY
Associate Partner, Transaction Advisory Department, EY



KRZYSZTOF PRZYBYLSKI

Konsultant, Dział Doradztwa Transakcyjnego, EY
Consultant, Transaction Advisory Department, EY

200 MLN EURO NA ZRÓWNOWAŻONY TRANSPORT



PRZEMYSŁAW CIESZYŃSKI

Członek Zarządu Banku Gospodarstwa Krajowego
Member of the Board of Bank Gospodarstwa Krajowego

Bank Gospodarstwa Krajowego i Komisja Europejska podpisały umowę, której celem jest promocja rozwoju paliw alternatywnych oraz rozwój europejskiej sieci transportowej. Projekt o wartości 200 mln euro prowadzony jest w formule ogólnoeuropejskiego konkursu pt. „Łącząc Europę” – CEF Transport Blending Facility. BGK będzie pełnił rolę partnera wdrażającego projekt w Polsce, poszukującego potencjalnych projektów i wypłacającego środki.

Blending to tzw. mieszany produkt finansowy, który łączy w sobie kredyt i bezzwrotne wsparcie (grant). Pieniądze przyznawane przez Komisję Europejską z programu CEF Blending Facility mają zasilić inwestycje rozwijające innowacyjny i przyjazny środowisku transport. Wsparcie dotyczy projektów związanych z wykorzystaniem paliw alternatywnych (takich jak np. wodór, CNG, LNG, energia elektryczna) lub z rozbudową

i unowocześnieniem Europejskiego Systemu Zarządzania Ruchem Kolejowym (ERTMS). Pula konkursu na projekty w całej Unii Europejskiej to 198 mln euro.

Unia Europejska przy konkursie współpracuje z instytucjami finansowymi w poszczególnych krajach. BGK jest pierwszym narodowym bankiem rozwoju, z którym Komisja Europejska podpisała umowę na wdrażanie programu. Instytucją ponadnarodową, która obsługuje program we wszystkich unijnych krajach, także w Polsce, jest Europejski Bank Inwestycyjny.

– Zawarcie umowy z Komisją Europejską to wyróżnienie i wyraz zaufania instytucji UE do Banku Gospodarstwa Krajowego. Cieszymy się, że nasze doświadczenie i dobre wyniki we wdrażaniu środków europejskich zostały docenione. Lata doświadczeń sprawiły, że jesteśmy gotowi angażować się ekspercko i finansowo w programy bezpośrednio zarządzane przez Komisję Europejską – mówi Przemysław Cieszyński.

Warunkiem otrzymania grantu jest uzyskanie finansowania zwrotnego na realizację projektu. O dofinansowanie mogą ubiegać się zarówno podmioty prywatne, jak i instytucje publiczne.

200 MILLION EURO FOR SUSTAINABLE TRANSPORTATION

Bank Gospodarstwa Krajowego and the European Commission signed an agreement aimed at promoting the development of alternative fuels and the European transportation network. The project, worth 200 million euro, is carried out as a pan-European

competition entitled “Connecting Europe” – CEF Transport Blending Facility. BGK will act as a partner implementing the project in Poland, looking for potential projects and paying out funds.

A blending facility is a financial product that combines a loan with non-refundable support (grant). The money awarded by the European Commission from the CEF Blending Facility is intended to support investments developing innovative and environmentally friendly transportation. The support applies to projects related to the use of alternative fuels (such as hydrogen, CNG, LNG, electricity) or the development and modernization of the European Rail Traffic Management System (ERTMS). The funding available for all projects in the entire European Union is EUR 198 million.

In this competition the European Union cooperates with financial institutions in individual countries. BGK is the first national development bank to sign an agreement for the implementation of the program with the European Commission. The supranational institution that supports the program in all EU countries, including Poland, is the European Investment Bank.

– The conclusion of the agreement with the European Commission is a great distinction and expression of trust of EU institutions for Bank Gospodarstwa Krajowego. We are pleased that our experience and good results in implementing European funds have been recognized. Thanks to our long years of experience we are ready to engage substantively and financially in programs directly managed by the European Commission – says Przemysław Cieszyński.

The condition for receiving the grant is obtaining refundable financing for project implementation. Both private entities and public institutions can apply for the funding. ●

RÖHLIG

SUUS»
LOGISTICS

Każdy transport to wyjątkowe zadanie



Rocznie obsługujemy ponad 2 miliony zleceń z całego świata. Każdy transport to wyjątkowe zadanie, którego realizacja oznacza zadowolenie i satysfakcję wielu osób. Mamy w tym doświadczenie, bo od blisko 30 lat dostarczamy efektywne rozwiązania w zakresie zarządzania logistyką i globalnymi łańcuchami dostaw. Doradzamy w wyborze optymalnego sposobu transportu w oparciu o fracht drogowy, kolejowy, morski i lotniczy. Zatrudniamy ponad 1400 osób w 24 oddziałach w Polsce i na świecie, aby towary naszych klientów docierały w każde miejsce.

Poznaj nas na www.suus.com

W DELEGACJĘ CZĘŚCIEJ, ALE I TANIEJ DZIĘKI KOLOROWYM KARTOM PKP INTERCITY

materiał prasowy:
PKP Intercity

Cztery na dziesięć firm z sektora MŚP wysyła swoich pracowników w delegację. Co trzecie małe i średnie przedsiębiorstwo robi to co najmniej raz w tygodniu. Firmy szukają więc okazji do optymalizacji kosztów podróży służbowych pracowników. Jednym ze sposobów jest zakup Kolorowych Kart PKP Intercity.

Jak wynika z badania Diners Club Polska¹, zauważalna jest rosnąca częstotliwość wysyłania pracowników w delegacje służbowe, zwłaszcza w średnich przedsiębiorstwach. Podróże służbowe odbywa ponad 2/3 pracowników firm liczących do 250 osób. W przypadku delegacji krajowych, pracownicy często wybierają podróż pociągiem. Badania PKP Intercity pokazują, że podróż w celach służbowych i biznesowych deklaruje 28% pasażerów na najpopularniejszych trasach.

WYGODNIEJ I TANIEJ – Z KOLOROWĄ KARTĄ

Oferta Kolorowych Kart jest przeznaczona dla osób często podróżujących pociągami. Mogą z niej skorzystać zarówno osoby prywatne, jak i przedsiębiorstwa, wybierając kartę imienną – przypisaną wybranemu pracownikowi – lub na okaziciela, co pozwala na obniżenie kosztów delegacji niezależnie od tego, kto ma udać się na spotkanie z klientem czy biznesowe negocjacje do innego miasta.

NIEOGRANICZONA LICZBA PRZEJAZDÓW

Firmy i osoby prywatne mogą wybierać z szerokiego wachlarza Kart – Złotej rocznej, Srebrnej półrocznej, Niebieskiej kwartalnej i Zielonej miesięcznej – co pozwala na dopasowanie oferty do indywidualnych potrzeb i wygodne dotarcie do celu również w obrębie wybranej aglomeracji. Karty obowiązują w 1. lub 2. klasie pociągów

i upoważniają do nieograniczonej liczby przejazdów krajowych pociągami PKP Intercity, ale także Przewozów Regionalnych, PKP Szybkiej Kolei Miejskiej w Trójmieście, Warszawskiej Kolei Dojazdowej czy Kolei Dolnośląskich. W przypadku podróży pociągiem Express InterCity Premium (Pendolino) należy jedynie pamiętać o konieczności posiadania bezpłatnej rezerwacji miejsca.

ZAMÓW SWOJĄ KARTĘ

By dokonać zakupu Kolorowych Kart PKP Intercity wystarczy odwiedzić stronę przewoźnika www.intercity.pl.

MORE FREQUENT, BUT ALSO CHEAPER BUSINESS TRIPS THANKS TO THE PKP INTERCITY COLOUR CARDS

Four out of ten companies in the SME sector send their employees on business trips. Every third small and medium-sized enterprise does this at least once a week. Therefore, companies are looking for opportunities to optimise the costs of their employees' travels on official business. One way to do this is by purchasing PKP Intercity Colour Cards.

According to the Diners Club Polska study, the increasing frequency of delegating employees on business trips is noticeable, especially among medium-sized enterprises. Over two-thirds of the employees of companies hiring

up to 250 people go on business travels. In the case of domestic business trips, employees often choose to travel by train. PKP Intercity research shows that 28% of passengers on most popular routes declare travelling for business purposes.

COLOUR CARD MAKES IT MORE CONVENIENT AND CHEAPER

The Colour Card offer is intended for frequent train travellers. It can be used by both private individuals and companies – by choosing a name card – assigned to the selected employee, or bearer card – which allows reducing the cost of business trips, because it can be used regardless of who is going for a meeting with the client or for business negotiations to another city.

UNLIMITED NUMBER OF RIDES

Companies and private individuals can choose from a wide offer of Cards: Golden – annual, Silver – semi-annual, Blue – quarterly, and Green – monthly, which allows tailoring the offer to one's individual needs, and conveniently reach the destination within a selected agglomeration. The cards are valid for 1st or 2nd class trains and allow an unlimited number of domestic rides on PKP Intercity trains, but also these conducted by Przewozy Regionalne, PKP Szybka Kolej Miejska w Trójmieście, Warszawska Kolej Dojazdowa or Koleje Dolnośląskie. When travelling by an Express InterCity Premium train (Pendolino), one only needs to remember to obtain a free-of-charge seat reservation.

ORDER YOUR CARD

To purchase PKP Intercity Colour Cards, just visit the carrier's website at www.intercity.pl. ●

¹ <http://inwestycje.pl/biznes/Diners-Club-41-polskich-MSP-wysyla-swoich-pracownikow-w-delegacje;353022;0.html>



Często podróżujesz po Polsce?

Wybierz PKP Intercity!

POZNAJ OFERTĘ KOLOROWYCH KART INTERCITY NA NIELIMITOWANE PODRÓŻE

- skorzystaj z karty rocznej, półrocznej, kwartalnej lub miesięcznej w wersji imiennej lub na okaziciela
- podróżuj po kraju wszystkimi pociągami PKP Intercity bez dodatkowych opłat*
- zyskaj w cenie karty przejazdu pociągami wielu przewoźników regionalnych

PKP INTERCITY. TYSIĄCE POWODÓW DO PODRÓŻOWANIA.

* Nie dotyczy przejazdów w Strefie Wygody, wagonach sypialnych i z miejscami do leżenia. Szczegóły i regulamin oferty na intercity.pl/kk



reklama



Siedziba Mar-Bud



CH Złote Tarasy



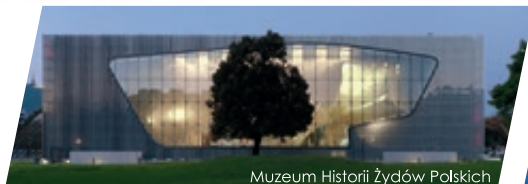
Muzeum Wojska Polskiego



Centrum Praskie Koneser Muzeum Polskiej Wódki



Dworzec Kolejowy Nowa Łódź Fabryczna



Muzeum Historii Żydów Polskich



Port Lotniczy im. F. Chopina w Warszawie



Mar-Bud sp. z o.o. Budownictwo sp. k.

03-262 Warszawa, ul. Pawła Włodkowica 2C
tel. +48 22 431 67 01, fax +48 22 431 67 33
biuro@mar-bud.pl, www.mar-bud.pl

BUDOWA NA CZAS

Roboty Żelbetowe
również beton architektoniczny

Remonty i modernizacje obiektów
w tym zabytkowych

Innowacje w budownictwie
Projekty w technologii BIM

Handel materiałami budowlanymi

CYFROWA TRANSFORMACJA: ŻEBY SIĘ ZMIENIAĆ, TRZEBA WIEDZIEĆ JAK

W czasach technologicznej rewolucji globalna gospodarka wymaga znacznie szerszego niż dotychczas spojrzenia na otoczenie, w jakim działa firma. Trendy, które je kształtują, zadecydują o przyszłym sukcesie lub porażce przedsiębiorstwa – jak je dostrzec i wykorzystać?



IRYNA SZWABOWSKA

Sales Manager, Dell Technologies



KAMIL ETEL

Business Development Automotive,
Dell Technologies

Funkcjonowanie organizacji na rynku i jej sukces zależy w dużej mierze od tego, jak szybko adaptuje się do zmieniającej się dynamicznie sytuacji rynkowej. Firma nie jest bytem wirtualnym, rozwijającym się w sterylnych warunkach rynkowego modelu, tylko organizmem składającym się z ludzi, działającym w realnym otoczeniu. To, że funkcjonowanie przedsiębiorstwa jest zależne od lokalnej infrastruktury czy poziomu szkolnictwa jest oczywiste. Podobnie jak konieczność wypracowania sposobów ochrony przed skutkami wydarzeń w rodzaju powodzi lub huraganów. Jednak dopiero dostrzeżenie, jak ogromny wpływ na organizację ma styl życia jej pracowników, globalne mody czy wydarzenia, pozwala zrozumieć, że sukces biznesowy wymaga śledzenia nie tylko trendów lokalnych, ale też światowych – chociaż nie zawsze są one oczywiste.

JAK PRZEWIDZIEĆ PRZYSZŁOŚĆ?

Z myślą o próbie zidentyfikowania i opisanie trendów, które już dziś kształtują przyszłe środowisko firmy, powstał projekt Future Thinkers. Podczas warsztatów zorganizowanych przez Dell Technologies we współpracy z Digital Excellence, CIONET, SAP oraz Infuture.Institute uczestnicy projektu dyskutowali na temat bieżących zmian i możliwych scenariuszy przyszłości.

– Jako lider nowych technologii i partner wielu firm przechodzących proces cyfrowej transformacji, doskonale zdajemy sobie sprawę ze skali zarówno wyzwań, jak i możliwości, jakie niosą ze sobą nadchodzące zmiany. Projekt Future Thinkers to wyraz wiary w możliwość wykorzystania kolektywnego doświadczenia naszych partnerów w formule *coopetition*, czyli *competitive cooperation* – konkurencji opartej o wspólne myślenie oraz rozmowę o przyszłości. Jesteśmy przekonani, że w ten sposób możliwe będzie skuteczne analizowanie trendów i opracowywanie planów optymalnego ich wykorzystania – podkreśla Kamil Eteł.

Łatwo wpaść w pułapkę myślenia o dokonujących się zmianach – określanych często zbiorczym terminem cyfrowej transformacji – jak o czymś, co dotyczy tylko tych podmiotów, które należą do branży nowych technologii. Tymczasem cyfrowa transformacja to proces, przed którym nie ucieknie żadna firma, ponieważ rozprzestrzenia się on w całym środowisku każdej organizacji. Jakie trendy trzeba więc wziąć pod uwagę, planując strategię na najbliższe lata?

CYFROWI NOMADZI W ŚWIECIE CYBERZAGROŻEN

Pierwszym z istotnych trendów przyszłości jest bezpieczeństwo cybernetyczne. Świadomość cyberpodatności, z której płynie impuls do analizy zagrożeń występujących w firmie i zadbania o odpowiednie zabezpieczenie danych, wcale nie jest oczywista i powszechna. Wydawać by się mogło, że problem dotyczy przede wszystkim firm, dla których infrastruktura IT jest niezbędna do prawidłowego prowadzenia podstawowej działalności. To wrażenie jest słuszne, jednak dalsze wnioski mogą być zaskakujące: do tej grupy należą dziś niemal wszystkie przedsiębiorstwa! W związku z tym myślenie o zapewnieniu *business continuity* nie może dziś ograniczać się do przygotowania organizacji na skutki klęsk żywiołowych czy katastrofalnych awarii infrastruktury. Konieczne jest uwzględnienie zagrożeń cybernetycznych o bardzo różnorodnym charakterze, a także ich konsekwencji. Może to być zewnętrzny atak mający na celu zdobycie lub zniszczenie danych, zablokowanie czy utrudnienie komunikacji pomiędzy oddziałami firmy, uniemożliwienie prowadzenia sprzedaży i obsługi klientów albo zatrzymanie produkcji. Firma może też stać się przypadkową ofiarą rozprzestrzeniającego się w Internecie złośliwego oprogramowania, albo uciepieć w wyniku ataku wymierzonego w jednego z jej partnerów czy kooperantów. Zbudowanie systemu informatycznego całkowicie odpornego na działania cyberprzestępców oraz awarie infrastruktury jest niemożliwe. Chociaż wysiłki organizacji zawsze koncentrują się na minimalizacji ryzyka, konieczne jest także przygotowanie planów *business continuation* przewidujących takie sytuacje i zawierających procedury, które pozwolą podtrzymać funkcjonowanie firmy i jak najszybciej przywrócić ją do stanu pełnej operacyjności.

Kolejny trend jest nieco mniej spektakularny od często pojawiającej się w mediach kwestii cyberzagrożeń, ma jednak potencjał do głębokiego przekształcenia środowiska

biznesowego firm. Mowa o cyfrowym nomadymie. Według raportu Future Thinkers szacuje się, że w 2035 roku na rynku pracy będzie ponad miliard cyfrowych nomadów, czyli osób, które dzięki nowoczesnym technologiom nie są już przywiązane do biurka, ani nawet biura. Mogą one świadczyć pracę z każdego miejsca na świecie, do którego dociera Internet. Cyfrowy nomadyzm otwiera ogromne możliwości rekrutacji wartościowych pracowników – bez ograniczeń, jakie niosła ze sobą lokalizacja kwatery głównej czy placówek firmy. Pozwala na optymalizację kosztów oraz daje szansę sprostania wyzwaniom globalizacji. Jednocześnie, stanowi jednak kolosalne zagrożenie dla integralności systemów informatycznych przedsiębiorstwa, a także wielkie wyzwanie dla personelu IT, którego zadania dotyczą w tej sytuacji urządzeń końcowych rozproszonych na przestrzeni setek kilometrów, niemożliwych do bezpośredniego serwisowania i zarządzania.

DOBRCZE PRZEPROWADZONA TRANSFORMACJA

Warto przyjrzeć się konkretnemu przykładowi tego, jak w praktyce może wyglądać

wdrożenie rozwiązania przygotowującego firmę na przyszłe wyzwania z uwzględnieniem trendów zidentyfikowanych w projekcie Future Thinkers. Może za niego posłużyć firma, która zdecydowanie nie kojarzy się z cyfrową rewolucją – jeden z najważniejszych w Europie producentów stolarki otworowej. Założona w 1998 roku firma Eko-Okna S.A. doskonale radzi sobie na rynku okien i drzwi, powstających, tak jak wskazuje jej nazwa, z ekologicznego drewna. W ciągu nieco ponad 20 lat działalności zwiększyła zatrudnienie do ponad 7000 pracowników i dziś każdego dnia wysyła do klientów tysiące okien i elementów montażowych. Czego jednak nie widać na pierwszy rzut oka, Eko-Okna S.A. wykorzystują w codziennych operacjach 150 serwerów obsługujących ponad 50 systemów informatycznych. To doskonały przykład na to, że współcześnie każda firma jest de facto firmą technologiczną, w której serwerownia jest równie istotna jak hala produkcyjna czy magazyn.

W Eko-Okna S.A. funkcjonuje 2500 urządzeń klienckich wykorzystywanych przez niemal 1800 pracowników. Zgodnie z przewidywaniami wynikającymi z trendów programu Future Thinkers, stanowiło

to bardzo poważne wyzwanie dla efektywności funkcjonowania firmy. Poszukując sposobu na wyjście poza ograniczenia dotychczasowej infrastruktury IT i zapewnienie bezpieczeństwa cybernetycznego, *business continuity* oraz zwiększenie elastyczności, Eko-Okna S.A. zdecydowały się na wprowadzenie platformy Virtual Desktop Infrastructure, dostarczonej przez Dell Technologies. Wirtualizacja środowiska pracy na urządzeniach końcowych pozwoliła w pełni wykorzystać możliwości, jakie daje między innymi cyfrowy nomadyzm, zapewniając jednocześnie wysoki poziom bezpieczeństwa i wygody zarządzania przy znaczącym zmniejszeniu niezbędnych nakładów pracy ze strony zespołu IT. Z punktu widzenia *business continuity* zastosowanie VDI okazało się rozwiązaniem optymalnym, dzięki któremu możliwe stało się odtworzenie całego środowiska w sposób znacznie szybszy i wymagający mniejszych zasobów, niż miałyby to miejsce w przypadku użycia rozwiązań wykorzystujących kopie zapasowe.

Dzisiejsze środowisko biznesowe przechodzi – wraz z całym światem – gwałtowne zmiany, których konsekwencje i szybkość często zaskakują. Zapewnienie firmie konkurencyjności dziś i w przyszłości wymaga od jej kadry zarządzającej świadomości trendów i reagowania na ich przewidywane skutki, zanim jeszcze się pojawią. Czy będzie to cyfrowy nomadyzm, cyberbezpieczeństwo, wykorzystywanie chmury czy zmiany w strukturze demograficznej społeczeństw albo wykorzystanie elementów sztucznej inteligencji – nieświadomość lub zignorowanie dziejących się zmian może mieć poważne skutki dla sukcesu biznesowego, a może nawet istnienia każdej firmy.

DIGITAL TRANSFORMATION: IF YOU WANT TO CHANGE, YOU NEED TO KNOW HOW

In times of technological revolution, the global economy requires management to have a much broader perspective of the environment in which the company operates. Trends that shape this environment will de-

termine whether the enterprise will be successful or not in the future. How can we recognize and utilize such trends?

The way an organization functions on the market and its success largely depends on how quickly it can adapt to the dynamically changing market situation. Companies are not virtual entities developing in the sterile conditions of the market model, but organisms consisting of people operating in a real environment. The fact that the functioning of an enterprise depends on the local infrastructure or level of education is obvious – just like the need to develop ways to protect against the effects of events such as floods or hurricanes. However, it is only by noticing how large an impact employees' lifestyles, global trends and events have on the organization that decision makers are able to understand that business success requires monitoring not only local trends, but also global ones – despite them not always being obvious.

HOW TO PREDICT THE FUTURE?

The Future Thinkers project was created to identify and describe trends that are shaping the company's future environment today. During workshops organized by Dell Technologies in cooperation with Digital Excellence, CIONET, SAP and Infuture. Institute, project participants discussed current changes and possible future scenarios.

“As leaders in new technologies and partners of many companies undergoing the process of digital transformation, we are well aware of the scale of both the challenges and the opportunities brought by the upcoming changes. The Future Thinkers project is an expression of faith in the possibility of using the collective experience of our partners in the cooperation formula, i.e. competitive operation – competition based on joint thinking and discussing the future. We are convinced that this is how it will be possible to effectively analyze trends and develop plans for their optimal use,” said Kamil Eteł.

It is easy to fall into the trap of thinking of changes – often referred to by the collective term of digital transformation – as something that only applies to those entities that belong to the new tech industry. Meanwhile, digital transformation is an unavoidable process for every company, because it spreads throughout the entire environment of every organization. So

what trends do you need to consider when planning strategies for the coming years?

DIGITAL NOMADS IN THE WORLD OF CYBER THREATS

Cybersecurity is the first major trend of the future. Awareness of cyber-vulnerability, from which the impulse is



to analyze threats occurring in a company and ensure adequate data security, is far from obvious and universal. It would appear that mainly companies for whom IT infrastructure is necessary for the proper functioning of their core business are concerned about this issue. This is correct, but further conclusions may be surprising: today almost all enterprises belong to this group! Therefore, thinking about ensuring *business continuity* cannot be limited to preparing the organization for the effects of natural disasters or catastrophic infrastructure failures. It is necessary to take into account cyber threats of a diverse nature and their consequences. These

include external attacks aimed at acquiring or destroying data, blocking or hindering communication between company branches, preventing sales and customer services or stopping production altogether. A company may also become an accidental victim of malware spreading on the Internet or suffer due to an attack aimed at one of its partners or cooperators. Developing an IT system that is completely resistant to attacks of cybercriminals and infrastructure failures is impossible. Although the

valuable employees — without the limitations imposed by the location of company headquarters or its facilities. It allows companies to optimize costs and gives them the opportunity to meet the challenges of globalization. At the same time, it poses a colossal threat to the integrity of enterprise IT systems, as well as a great challenge to IT staff whose tasks in this situation relate to terminal devices dispersed over hundreds of kilometers, making it impossible to be directly serviced and managed.



organization's efforts are always focused on minimizing risk, it is also necessary to prepare *business continuation* plans that anticipate such situations and contain procedures that will allow the company to maintain its core functions in the meantime and restore full operations as fast as possible.

There is another trend that is slightly less spectacular than cyber threats often discussed in the media but also has the potential to deeply transform the business environment of companies — digital nomadism. According to the Future Thinkers report, in 2035 there will be over a billion digital nomads out there, i.e. people who, thanks to modern technologies, are no longer tied to a desk or even an office. They can provide services from anywhere in the world, so long as they have a good Internet connection. Digital nomadism opens up huge opportunities for recruiting

WELL-CONDUCTED TRANSFORMATION

It is worth taking a closer look at a specific example of how implementing a solution that prepares the company for future challenges looks in practice, including trends identified in the Future Thinkers project. For this example, let's use a company that is definitely not associated with the digital revolution — one of the most important wood joinery manufacturers in Europe. Established in 1998, Eko-Okna S.A. is doing great on the windows and doors market, which, as the name implies, are created from ecological wood. In just over 20 years of operations, it has increased its staff to over 7,000 individuals and today sends thousands of windows and assembly components to customers every day. It might not be obvious at first glance, but Eko-Okna S.A. uses 150 servers in their daily operations that support over 50 IT systems. This is a great example that nowadays every company is in fact a technology company, where the server room is just as important as the production hall or warehouse.

At Eko-Okna S.A., 2,500 client devices are used by almost 1,800 employees. In accordance with the expectations resulting from Future Thinkers program trends, this was a very serious challenge for the efficiency of company's operation. Looking for a way to go beyond the limitations of existing IT infrastructure and to ensure cybersecurity, *business continuity* and increase flexibility, Eko-Okna S.A. decided to introduce the Virtual Desktop Infrastructure (VDI) platform provided by Dell Technologies. The virtualization of the working environment on terminal equipment allowed the company to take full advantage of the opportunities offered by, among others, digital nomadism, while simultaneously ensuring high a security level and management convenience and significantly reducing the amount of work required by the IT team. From the perspective of business continuity, the use of VDI turned out to be the optimal solution, thanks to which it was possible to restore the entire environment in a way that is much faster and less demanding of resources than when using solutions that utilize backup copies.

Today's business environment, like the world at large, is undergoing rapid changes, and their consequences and speed are often surprising. Ensuring a company's competitiveness both today and in the future requires management to be aware of trends and to respond to their anticipated effects before they even appear. Whether it be digital nomadism, cybersecurity, cloud technologies, demographic changes or artificial intelligence, being unaware of or ignoring ongoing changes can have serious consequences for business success and maybe even the future existence of any company. ●



ROLNICTWO A ŚRODOWISKO NATURALNE

W czasach, gdy co chwilę docierają do nas alarmujące wiadomości nt. zmian klimatycznych, a liczba ludności stale rośnie, ważne jest, aby rolnictwo nie tylko dostarczało odpowiednią ilość bezpiecznej i przystępnej cenowo żywności, ale by jednocześnie dbało o naszą planetę i chroniło jej kurczące się zasoby naturalne. Czy tak ambitny cel możliwy jest do osiągnięcia? Tak, jednak aby go osiągnąć, konieczna jest współpraca między biznesem i wszystkimi zainteresowanymi stronami: producentami rolnymi, władzami i organizacjami pozarządowymi, aby wspólnie opracowywać odpowiednie rozwiązania oraz promować dobre praktyki rolnicze.

Firma Syngenta od wielu lat angażuje się w działania na rzecz poprawy bioróżnorodności, ratowania ziemi uprawnej i zwiększenia wydajności upraw. W 2014 r. ogłosiliśmy tzw. The Good Growth Plan, czyli plan na rzecz zrównoważonego rozwoju, opracowany w oparciu o wyniki przeprowadzonego rok wcześniej globalnego badania. Na podstawie opinii 7500 osób z 13 krajów sformułowaliśmy 6 zobowiązań i obiecaliśmy je zrealizować do 2020 roku. Dziś z dumą możemy powiedzieć, że na kilka miesięcy przed wyznaczonym terminem udało nam się spełnić już 4 z 6 złożonych obietnic.

Jedną z nich jest promowanie racjonalnego i bezpiecznego stosowania środków ochrony roślin. W tym celu stworzyliśmy program edukacyjny dla rolników o nazwie „Rolnictwo Odpowiedzialne”. Podstawowe zasady zebraliśmy w praktycznych broszurach; przygotowaliśmy także serwis internetowy www.rolnictwoodpowiedzialne.pl, który zawiera wiele cennych porad i przykłady dobrych praktyk rolniczych. Uświadamiamy, że stosowanie się do bardzo prostych, czasem nawet oczywistych zaleceń, pozwala używać środków ochrony roślin w sposób efektywny, a jednocześnie bezpieczny dla środowiska. Co ważne, prawidłowe używanie preparatów jest również całkowicie bezpieczne dla rolnika. Do klientów docieramy poprzez konferencje tematyczne i imprezy polowe, gdzie pokazujemy dobre praktyki. Prowadzimy także gospodarstwo pokazowe Interra, gdzie prezentujemy, jak zarządzać farmą w sposób wydajny i zrównoważony. Wspólnie z ekspertami z instytutów naukowych pokazujemy metody testowane



MAREK ŁUCZAK

Prezes Zarządu Syngenta Polska
President of the Board at Syngenta Polska

przez rolników w różnych krajach. Wszystkie te działania pomagają naszym klientom uzyskać wysokiej jakości plony, przy jednoczesnej ochronie środowiska i zdrowia ludzkiego.

Nie zapominamy też o owadach pożytecznych. Od wielu lat prowadzimy projekt Operation Pollinator – Akcja na rzecz Owadów Zapyłających, rozdając rolnikom, pszczelarzom i wszystkim zainteresowanym nasiona roślin atrakcyjnych dla zapyłaczy. W ten sposób uświadamiamy, że każdy może przyczynić się do poprawy bioróżnorodności i stworzyć środowisko przyjazne owadom pożytecznym. Wystarczy wysiać nasiona na nieużytkach rolnych, w przydomowych ogródkach lub w skrzynce na balkonie. Cieszy nas, że podobne działania podejmują kolejne firmy, nie tylko z branży rolnej, a wysiewanie „kwietnych łąk” stało się bardzo modne w ośrodkach miejskich.

Zbliżając się do końca 1. edycji The Good Growth Plan, w 2018 r. ponownie przeprowadziliśmy ponad 150 sesji konsultacyjnych z interesariuszami z całego świata. Wysłuchanie wielu różnych opinii pomogło nam lepiej zrozumieć rolę, jaką możemy odegrać w walce o redukcję wpływu rolnictwa na klimat i zapewnienie bezpieczeństwa żywnościowego. W następstwie konsultacji sformułowaliśmy kolejne zobowiązania, aby sprostać rosnącym wyzwaniom stojącym przed rolnikami i oczekiwaniom konsumentów. Postanowiliśmy skoncentrować się na 3 obszarach: po pierwsze, na opracowywaniu nowych rozwiązań w oparciu o potrzeby nie tylko rolników, ale także społeczeństwa i przyrody. Po drugie, na dążeniu do obniżania pozostałości środków ochrony roślin w uprawach i środowisku. Po trzecie, postanowiliśmy zwiększyć inwestycje w zakresie zrównoważonego rozwoju – 2 miliardy USD przez najbliższe 5 lat. Dodatkowo zobowiązaliśmy się do 2030 r. zredukować ślad węglowy swoich działań operacyjnych o 50%, wspierając postanowienia Porozumienia Paryskiego w sprawie klimatu. Postępy w realizacji naszych celów będą przedmiotem niezależnego audytu.

Nie można zapomnieć, że ważnym narzędziem w walce o dobro środowiska naturalnego są także obowiązujące w UE od 1 stycznia 2014 r. przepisy dot. integrowanej ochrony roślin (IOR). IOR wykorzystuje wszystkie dostępne technologie i metody, aby zarządzać uprawą w sposób bezpieczny i efektywny, ograniczając stosowanie środków ochrony roślin do niezbędnego minimum i w ten sposób redukując ich wpływ na przyrodę. Zarówno firma Syngenta, jak i cały przemysł, od wielu lat aktywnie promuje zasady integrowanej ochrony roślin, oferując doradztwo oraz szeroki zakres technologii i produktów, które wpisują się w jej strategię.

Wierzmy, że dzięki wspólnym działaniom z zaangażowanymi partnerami możemy pomóc powstrzymać zmianę klimatu, wesprzeć rolników w ich pracy i zapewnić bezpieczeństwo żywnościowe na świecie. A rolnictwo konwencjonalne i dbałość o środowisko mogą iść ze sobą w parze.

AGRICULTURE AND THE ENVIRONMENT

In the times of alarming news about climate change and growing population, it is important that agriculture does not only provide safe and affordable food, but also takes care of the planet and protects its natural resources. Is this ambitious goal achievable? Certainly yes, but to achieve it, cooperation is needed between business and all stakeholders: farmers, authorities and NGOs, in order to develop the right solutions and to promote good agricultural practices.

Syngenta has been committed to enhancing biodiversity, saving farmland and making crops more efficient for many years now. In 2014, we announced The Good Growth Plan – our plan for sustainable development, based on the results of a global research study carried out a year earlier. Based on the opinions of 7,500 people in 13 countries, we formulated 6 commitments and promised to implement them by 2020. Today, we are proud to say that a few months before the deadline, we have already managed to deliver on 4 of the 6 promises made.

One of them is promoting safe and rational use of plant protection products. To this end, we have created an educational program for farmers called "Responsible Agriculture". We have prepared practical brochures with basic principles of safe use and created a website www.rolnictwoodpowiedzialne.pl, which contains a lot of valuable advice and examples of good agricultural practices. We make farmers aware that following very simple, even obvious recommendations, allows to use plant protection products in an effective and environmentally friendly way. More importantly, the correct use of plant protection products makes them completely safe for the operator. We reach our customers through conferences and field events, where we present good practices. We also run a demonstration farm, Interra, where we present how to manage a farm in an efficient and sustainable way. Together with

experts from scientific institutes we show methods tested by farmers in other countries. All these activities help our customers to achieve high quality yields while protecting the environment and human health.

We do not forget about pollinating insects. For many years we have been distributing seeds of plants attractive to pollinators to farmers, beekeepers and all those interested, as part of our Operation Pollinator project. We make people aware that everyone can contribute to improving biodiversity and creating pollinator-friendly environment. All you need to do is sow the seeds on unused farmland, in our gardens or balconies. We are happy to see that other companies, not only from the agricultural sector, are taking similar actions, and that "flower meadows" have become very trendy.

In 2018, as we started to approach the end of the first iteration of The Good Growth Plan, we undertook another round of consultations with stakeholders from around the world. It helped us better understand the role we can play in reducing the impact of agriculture on climate change, ensuring food security and meeting consumers' changing expectations. Following the consultations, we formulated further commitments. We decided to focus on 3 areas: society and nature guided innovation, striving for the lowest residues in crops and the environment and investing in sustainable solutions – 2 billion USD over the next 5 years. In addition, we have committed to reducing the carbon intensity of our operations by 50% by 2030, supporting the goals of the Paris Agreement on climate. Progress against these targets will be reported annually and independently audited.

It is worth mentioning that an important tool in protecting the environment in EU is Integrated Pest Management (IPM) policy, compulsory since January 2014. IPM makes the best use of all available technologies and methods to manage weed, pest and disease problems effectively and safely, reducing the use of plant protection products to the minimum and thus minimizing their impact on the environment. Syngenta and the industry support and abide by the definition of IPM, offering growers a comprehensive portfolio of chemical and biological crop protection tools, as well as seeds. Our services include agronomic advice, grower programs, digital agriculture and stewardship, all in line with IPM strategy.

We believe that by working together with committed partners, we can help stop climate change, support farmers in their work and ensure global food security. And that conventional agriculture and protecting the environment can go hand in hand. ●

JAKIE WYZWANIA STOJĄ PRZED ROLNICTWEM W OBLICZU ZMIAN KLIMATYCZNYCH?



PIOTR MACIAK

NIKT JUŻ NIE DYSKUTUJE Z FAKTEM, ŻE JESTEŚMY ŚWIADKAMI ZMIAN KLIMATYCZNYCH. JAK TO WPŁYWA NA DZIAŁALNOŚĆ PRODUCENTA NAWOZÓW?

Rzeczywiście, zmiany klimatyczne i związane z nimi ekstremalne zjawiska pogodowe mają ogromny wpływ na rolnictwo. Odczuwamy to już bardzo dotkliwie w Polsce – jesteśmy krajem, gdzie zasoby wody gwałtownie kurczą się na skutek brak opadów i rekordowo wysokich temperatur. Pod względem naturalnych zasobów wodnych zajmujemy przedostatnie miejsce w Europie, stąd obawiam się, że coraz częściej będziemy słyszeć określenie „susza hydrologiczna”. Chciałbym jednak podkreślić, że rolnictwo nie jest tylko ofiarą zmian klimatycznych, niestety ma także udział w ich powstawaniu, chociażby poprzez emisję gazów cieplarnianych związaną z gospodarką rolną, zbyt intensywną eksploatację gleb czy niewłaściwe ich nawożenie, które skutkuje między innymi przenikaniem do systemów wodnych azotanów i fosforanów. Morze Bałtyckie umiera na skutek eutrofizacji!

Dlatego uważam, że obecnie rola producenta nawozów polega na dostarczaniu na rynek innowacyjnych nawozów naturalnych, które nie tylko wpłyną na poprawę przyswajania składników pokarmowych przez rośliny, ale będą przeciwdziałać niekontrolowanemu uwalnianiu szkodliwych substancji do gleby, wody i atmosfery. Przykładem takiego innowacyjnego produktu może być granulowane wapno nawozowe AtriGran Humic, którego jedną z zalet jest to, że pomaga utrzymać optymalną pojemność wodną gleby, co daje roślinom szansę na przetrwanie w okresach suszy.

PRZYPUSZCZAM, ŻE TO DOPIERO POCZĄTEK?

Oczywiście, za innowacyjnym produktem powinny podążać rozwiązania aplikacyjne dostosowane

Jaka jest rola producentów nawozów w redukcji negatywnego wpływu rolnictwa na środowisko?

ROZMAWIAMY Z PIOTREM MAGIAKIEM, PREZESEM ZARZĄDU NORDKALK

wane do rzeczywistych potrzeb, jakie występują na konkretnym areale. Mowa o tzw. rolnictwie precyzyjnym, którego celem jest rozpoznanie różnic we właściwościach gleby i zdolności plonowania na poszczególnych częściach pola. Nieprzecenioną rolę odgrywają w tym procesie dystrybutorzy – im lepiej znają cechy produktów oraz możliwości ich zastosowań w agrotechnice, tym trafniej mogą dobrać typ nawozu oraz dawki pod poszczególne uprawy. Efektem synergii pomiędzy producentem, dystrybutorem i rolnikiem jest zrównoważone rolnictwo, oferujące zdrowe produkty, jednocześnie odtwarzając potencjał produkcyjny zagospodarowanego pod uprawy środowiska przy optymalnych nakładach finansowych. Przewiduję także, że rolnictwo będzie zmierzać w stronę „circular economy” i rozwinie obszar przekształcania odpadów w bezpieczne składniki odżywcze dla upraw w tzw. obiegu zamkniętym.

WHAT ARE THE CHALLENGES THAT AGRICULTURE FACES AS A RESULT OF CLIMATE CHANGE?

What is the role of fertilizer manufacturers in reducing the negative environmental impact of agriculture?

WE TALK TO PIOTR MACIAK, PRESIDENT OF THE BOARD OF NORDKALK

NO ONE IS ARGUING WITH THE FACT THAT WE ARE ALREADY WITNESSING GLOBAL CLIMATE CHANGE. HOW DOES THIS AFFECT THE ACTIVITY OF THE FERTILIZER MANUFACTURER?

Indeed, climate change and related extreme weather events have a huge impact on agriculture. We are already feeling this very acutely in Poland – we are a country where water resources are shrinking rapidly due to lack of rainfall and record high temperatures. In terms of natural water resources, we occupy the penultimate place in Europe, so I am afraid we

will hear the term “hydrological drought” more and more often. However, I would like to stress that agriculture is not only the victim of climate change, but unfortunately it also contributes to it, for example through the emission of greenhouse gases associated with farming, excessively intensive exploitation of soils or inappropriate fertilization, which results, among other things, in nitrate and phosphate infiltration into water systems. The Baltic Sea is dying of eutrophication!

Therefore, I believe that the role of the fertilizer manufacturer is nowadays to provide the market with innovative natural fertilizers that will not only improve the absorption of nutrients by plants, but will counteract the uncontrolled release of harmful substances into the soil, water and atmosphere. An example of such an innovative product is the granulated lime fertilizer AtriGran Humic, one of the advantages of which is that it helps to maintain the optimum water capacity of the soil, which gives plants the chance to survive dry periods.

I SUPPOSE THIS IS JUST THE BEGINNING?

Of course, the innovative product should be followed by application solutions tailored to the real needs of a particular area. We are talking about the so-called precision farming, the aim of which is to recognize the differences in soil properties and yielding capacity in different parts of the field. Distributors play an invaluable role in this process – the better they know the characteristics of products and the possibilities of their application in agrotechnology, the more accurate they can choose the type of fertilizer and the doses for individual crops. The effect of synergy between the manufacturer, distributor and the farmer is sustainable agriculture, offering healthy products, while at the same time recreating the production potential of the environment managed for cultivation with optimal financial outlays. I also anticipate that agriculture will move towards “circular economy” and develop the area of converting waste into safe nutrients for crops in the so-called “closed loop”. ●


W TROSCE O ZRÓWNOWAŻONE ROLNICTWO


 Nordkalk


www.nordkalk.pl


reklama


MOGILSKA office

 modern office space in Krakow

 excellent public transportation

 over 12.000 sqm of total area

 large glazing and perfect lighting

 terraces accessible from the offices



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



EKOBIURO

MODA CZY ŚWIADOMY WYBÓR?

OLGA WOŹNIAK

HR Manager, Cigno Consulting

Temat ekologii i ochrony środowiska od wielu lat pojawia się w debatach politycznych i społecznych na całym świecie. Dawno temu wydosłał się z potężnych gmachów organizacji międzynarodowych, reprezentacyjnych budynków rządowych i tajemnych siedzib NGO-sów. Pojęcie „bycia eko” szturmem wdarło się do naszej codzienności. Potrzebę włączenia się w proekologiczny nurt zauważa także coraz więcej przedsiębiorstw. Nie mówimy tutaj o dużych korp-

racjach, gdzie uzbrojone w okazałe budżety armie marketingowców sprawnie wychwyciły ten trend i ubrały w atrakcyjną dla oka i ucha otoczkę. Słowo „eko” przestało być już tylko wabikiem mającym poprawić wizerunek i zwiększyć rozpoznawalność marki. Eco stało się jednym z istotnych elementów funkcjonowania wielu firm i ich pracowników. Większe możliwości mają oczywiście chociażby zakłady produkcyjne inwestujące np. w gospodarkę obiegu zamkniętego, wprowadzające energooszczęd-

ne technologie czy korzystające z odnawialnych źródeł energii, ale jak to wygląda z perspektywy biura i „kolorowych kołnierzyków”?

Początkowo ekologia była właściwie tylko niewiele znaczącym hasłem. Pomysły pracodawców ograniczały się głównie do zmniejszenia ilości drukowanych stron lub inwestycji w energooszczędne źródła światła, co kojarzyło się przede wszystkim z „cięciem kosztów”, a nie z proekologicznym nastawieniem. Brakowało przykładów dobrych praktyk, chęci i odpowiedniej wiedzy. Sytuacja stopniowo uległa jednak zmianie i firmy przyjmują inną optykę podejścia do ekologii. Wbrew powszechnym opiniom to właśnie w biurach można wprowadzić wiele innowacyjnych i niskobudżetowych rozwiązań, mających edukować i wpływać na poprawę stanu środowiska.

Jest to możliwe już nawet w małych przedsiębiorstwach. Ich pracownicy często organizują zbiórki recyklingowych materiałów takich jak plastik, puszki, makulatura czy baterie, oddają tonery do regeneracji lub zwracają uwagę na potrzebę wymiany zużytego już sprzętu. Zdarza się, że zespół podejmuje inicjatywę oddolnie i bierze aktywny udział w akcjach charytatywnych, takich jak sprzątanie z okazji „Dnia Ziemi”, czy przekazuje nawet niewielkie dotacje na rzecz fundacji ekologicznych.

Dużą kreatywnością wykazali się pracownicy jednej z firm doradczych z branży HR. Zamiast kupować prezenty urodzinowe swoim współpracownikom, zdecydowali się na dokonywanie niewielkich wpłat i tzw. „wirtualne adopcje” zagrożonych wyginieciem gatunków, reprezentowanych przez WWF Polska – o czym głośno informowali w mediach społecznościowych i do czego zachęcali też innych.

Ciekawym przykładem jest firma Wosh Wosh, zajmująca się czyszczeniem obuwia, która w listopadzie ubiegłego roku po raz kolejny zorganizowała akcję zgodną z zasadami filozofii „zero waste”, polegającą na zbiorce zużytego obuwia i nadawaniu im drugiego życia. Pozyskane w ten sposób buty trafiły do osób potrzebujących, głównie bezdomnych.

Dwa ostatnie przypadki pokazują, że ekologia nie wymaga dużych nakładów finansowych. Czasami wystarczy nietypowy pomysł i jego konsekwentna realizacja.

Inaczej sytuacja wygląda w dużych firmach, mają one bowiem zdecydowanie większe możliwości i grupę docelową, do której adresują swoje działania.

Coraz więcej przedsiębiorstw dba o środowisko już na etapie projektowania biura, wykorzystując do jego aranżacji energooszczędne technologie, naturalne materiały i rośliny, które według wielu badań sprzyjają efektywności i lepszemu samopoczuciu. Firmy dbają także o to, aby kontrahenci z jakimi współpracują, dostarczali do firmy produkty przyjazne dla środowiska, w tym materiały biurowe i środki czystości, nadzorują ilość wykorzystanego tuszu i papieru, tym bardziej że sama zmiana czcionki i marginesów jest w stanie znacznie zmniejszyć ich zużycie.

Ciekawym pomysłem jest również rozwieszanie w biurze naklejek lub wlepek przypominających

o wyłączeniu światła, ograniczeniu zużycia butelek PET i niemarnowaniu wody. Taką taktykę zastosował już kilka lat temu w swoich biurach między innymi DHL czy Kompania Piwowarska w ramach prowadzonej akcji „Zgrani z naturą”, która za pomocą dających do myślenia pytań i podpowiedzi, np. „Kto czyta Twoje gazety?” „Jeden nakład popularnej gazety to około 1000 drzew. Dziel się gazetami”, zwracała uwagę na potrzebę ograniczenia ilości wytwarzanych odpadów i konieczność segregacji śmieci.

Firmy coraz częściej przesyłają pracownikom regularne mailingi i newslettery wewnętrzne zawierające wskazówki dotyczące tego jak dbać o przyrodę nie tylko w pracy, ale także na co dzień. Stosowne informacje, związane z tematyką ekologii, umieszczają też w wydawnictwach firmowych. Niektóre przedsiębiorstwa wykorzystują do tych celów komunikatory wewnętrzne czy tablice informacyjne. Inne z kolei tworzą własne portale, reportaże lub spoty prezentowane w firmowej TV. W przypadku nowych osób, dołączających do zespołu, informacje o proekologicznym nastawieniu i panującej w niej zasadach przekazywane są na samym początku, jeszcze w trakcie procesu onboardingu.

W działania sprzyjające ochronie środowiska często włączani są wszyscy pracownicy, w tym Zarząd oraz wysokiej rangi managerowie, ponieważ to oni dają przykład i pełnią rolę autorytetów i innowatorów w organizacjach, co działa na pracowników niezwykle mobilizująco.

Zdrowie i ekologia są również świetnym motywem przewodnim integrującym zespół w trakcie eventów i wyjazdów firmowych. W ramach takich działań pracownicy włączają się w różnorodne akcje charytatywne np. sadzenie drzewek czy wsparcie budowy ekologicznych domów dla rodzin zagrożonych ubóstwem i wykluczeniem społecznym. Ciekawym pomysłem są wymiany oraz kiermasze odzieży i innych akcesoriów, czyli tzw. SWAP. Jest to świetna inicjatywa zwłaszcza dla rodziców posiadających małe dzieci, którzy poza tym że przyczyniają się do ochrony środowiska, mogą też dużo zaoszczędzić.

W myśl zasady „w zdrowym ciele zdrowy duch” managerowie wielu organizacji postanowili przywrócić się również temu jak odżywiają się ich pracownicy. Z pomieszczeń socjalnych zaczynają znikać słodkie i niezdrowe przekąski, a w ich miejsce pojawiają się warzywa i owoce. Firmy zachęcają także do jedzenia śniadań i regularnych posiłków. Te z większym budżetem organizują „dni zdrowia”, gdzie pracownicy mogą wziąć udział w specjalnych warsztatach i konsultacjach prowadzonych przez dietetyków, lekarzy i fizjoterapeutów. Często też mobilizują do aktywnych form spędzania czasu i udziału w wydarzeniach sportowych, korzystania ze środków komunikacji miejskiej i rowerów, oferując chociażby zwrot wydatków poniesionych na kartę miejską i promując pozytywne przykłady w swoich mediach społecznościowych i wewnętrznych.

Kierując się takimi założeniami firma Carrefour w ramach programu „Superbohaterowie” wyla-

”

Należy pamiętać, że nic nie dzieje się samodzielnie. Kluczowym elementem idei przyświecającej ekobiurom są pracownicy i zdobycie ich zaangażowania. Dlatego zawsze „ekodziałania” muszą być ściśle skorelowane z edukacją i sprawnie funkcjonującą komunikacją wewnętrzną.

nia spośród swoich pracowników osoby promujące ochronę środowiska i zdrowy styl życia, a następnie organizuje dla nich szkolenia rozwojowe, których celem będzie stworzenie zespołu liderów wspierających realizację polityki CSR.

Od 2008 roku Coca Cola stale angażuje się w wolontariat pracowniczy. Stworzyła inicjatywę „Wolontariusz po radosnej stronie życia” wspierającą zarówno małe jak i duże wydarzenia społeczne, w tym wywodzący się ze Szwecji plogging czyli biegi połączone ze zbiórką śmieci.

Czasami firmy zapraszają do współpracy także rodziny pracowników, organizując pikniki naukowe, warsztaty lub konkursy plastyczne dla dzieci o tematyce ekologicznej. Przykładem takich działań jest projekt „Babylab” realizowany przez firmę Bayer, gdzie między tematami popularnonaukowymi pojawiają się zagadnienia związane z ochroną środowiska.

Wraz ze wzrostem „ecoświadomości”, pojawiają się na rynku również kandydaci, którzy jeszcze na etapie rozmów rekrutacyjnych pytają czy zarówno misja jak i wizja firmy wpisują się w zasady zrównoważonego rozwoju i jak to przekłada się na konkretne działania CSR. Dla wielu z nich zapewnienie udziału w takich aktywnościach jest istotne przy podejmowaniu decyzji o wyborze nowej pracy. Jak pokazują badania, angażowanie pracowników w takie działania zwiększa ich lojalność i produktywność oraz znacznie obniża rotację. Bywa, że kandydaci rezygnują z dalszego udziału w rekrutacji, ponieważ firma nie przykładą uwagi do ekologii i nie uczestniczy w projektach związanych z odpowiedzialnym biznesem. Bardzo często dotyczy to firm testujących swoje produkty na zwierzętach, ingerujących mocno w naturalny ekosystem lub współpracujących z podmiotami podejmującymi nieetyczne, z punktu widzenia ekologii, działania.

Należy pamiętać, że nic nie dzieje się samodzielnie. Kluczowym elementem idei przyświecającej ekobiurom są pracownicy i zdobycie ich zaangażo-

wania. Dlatego zawsze „ekodziałania” muszą być ściśle skorelowane z edukacją i sprawnie funkcjonującą komunikacją wewnętrzną. W tym celu zatrudniają specjalistów zajmujących się CSR (Społeczna Odpowiedzialność Biznesu) lub powierzają odpowiednie zadania działom marketingu, komunikacji i HR. Ważne, aby założenia inicjatyw proekologicznych wdrażane były regularnie i najlepiej metodą „małych kroków”.

Wszystko wskazuje na to, że moda na „eko” na stałe zagości w świadomości polskich przedsiębiorstw i stanie się jednym z najważniejszych elementów ich kultury organizacyjnej. Takie podejście wynika nie tylko z konieczności podyktowanej postępującymi zmianami klimatycznymi, ale także z coraz większej wiedzy i potrzeby kształtowania otaczającego nas świata. Dodatkowo angażowanie pracowników w projekty związane z ekologią sprzyja przede wszystkim budowaniu trwałych relacji, ułatwia współpracę i poprawia atmosferę co w oczywisty sposób przekłada się na atrakcyjność danej firmy, która jest tak ważna w dobie dużej rywalizacji o wartościowych i zmotywowanych pracowników.

ECO-OFFICE FASHION OR CONSCIOUS CHOICE?

The topic of ecology and environmental protection has been appearing in political and social debates around the world for many years. Long ago it got out of the towering skyscrapers of international organizations, representative government buildings, and secret offices of NGOs. The concept of being “eco-friendly” stormed our everyday life. The need



to join the pro-environmental trend is also noticed by more and more enterprises. We are not talking about large corporations, where armies of marketing specialists armed with considerable budgets quickly noticed this trend and dressed it up to be more pleasant to our eyes and ears. The word “eco” was no longer just a lure to improve image and increase brand recognition. Eco has become an important element in the functioning of many companies and their employees. Of course production plants investing, for example, in circular economy, introducing energy-saving technologies, or using renewable energy sources have more opportunities, but what does it look like from the perspective of an office and “colorful collars”?

Initially ecology was just an empty slogan. Employers' ideas were mainly limited to reducing the number of printed pages or investing in energy-saving light sources, which was associated primarily with “cost cutting”, not with environmentally friendly attitudes. There were no examples of good practices, willingness, and relevant knowledge. However, the situation gradually changed and companies started adopting a different approach to ecology. Contrary to popular belief, numerous innovative and low-budget solutions, aimed at educating and improving the condition of the environment, can be implemented in offices.

This is possible even in small enterprises. Their employees often organize collections of recycling materials such as plastic, cans, waste paper, or batteries, return toner cartridges for refills, or request the replacement of worn equipment. Sometimes teams undertake grassroots initiatives and actively participate in charity actions, such as cleaning on the “Earth Day”, or even make small donations to ecological foundations.

The employees of one HR consulting company showed exceptional creativity. Instead of buying birthday presents for their colleagues, they decided to make small deposits and the so-called “virtual adoptions” of endangered species represented by WWF Polska – which they extensively presented in social media and encouraged others to join as well.

Another interesting example is the Wosh Wosh shoe cleaning company, which organized last November another action based on the philosophy of “zero waste”, focusing on the collection of used footwear and giving it a second life. The shoes obtained in this way were given to those in need, mainly the homeless.

The last two cases show that ecology does not require large expenses. Sometimes an unusual idea and its persistent implementation are enough.

The situation is different in large companies, as they have much greater opportunities and target groups to which they can address their activities.

More and more companies are taking care of the environment already at the design stage of their office, using energy-saving technologies, natural materials, and plants for interior design, which, according to numerous studies, improve efficiency and

well-being. These companies also make sure that the contractors they work with supply the company with environmentally-friendly products, including office and cleaning supplies. They also supervise the amount of ink and paper used, especially since changing fonts and margins alone can significantly reduce their consumption.

It is also an interesting idea to place stickers reminding employees to turn off the lights, reduce the consumption of PET bottles, and conserve water. A few years ago these tactics were used in the offices of, among others, DHL or Kompania Piwowarska, as part of the campaign “Harmonized with nature”, which used thought-provoking questions and hints, e.g. “Who reads your newspapers?” “One circulation of a popular newspaper is about 1000 trees. Share your newspapers”, to point out the need to reduce the amount of waste generated and segregate garbage.

Companies increasingly often send their employees regular e-mails and internal newsletters containing tips on how to care for nature – not only at work, but also on a daily basis. They also publish relevant information related to ecology. Some companies use internal communicators or information boards for this purpose. Others, in turn, create their own portals, reports, or spots presented on company TV. In the case of new people joining the team, information about the pro-environmental attitude and all applicable rules are provided at the very beginning, during the onboarding process.

All employees, including the Management Board and high-level managers, are often involved in pro-environmental actions, because they set an example and act as authorities and innovators in organizations, which is extremely motivating to employees.

Health and ecology are also a great leitmotif integrating the team during events and company trips. As part of such activities employees become involved in various charity campaigns, e.g. planting trees or supporting the construction of green homes for families at risk of poverty and social exclusion. Another interesting idea are exchanges and fairs with clothing and other accessories, the so-called SWAP. This is a great initiative, especially for parents with small children, who, besides contributing to environmental protection, can also save a lot of money.

According to the principle “healthy body, healthy mind”, managers of many organizations decided to also pay attention to how their employees eat. Sweet and unhealthy snacks begin to disappear from social rooms, and their place is taken by vegetables and fruit. Companies also encourage employees to eat regular meals and not skip breakfast. Those with larger budgets organize “health days”, where employees can take part in special workshops and consultations conducted by dietitians, doctors, and physiotherapists. They also frequently promote active forms of spending time and participation in sports events, using public transportation

”

Remember that nothing happens by itself. Employees and their involvement are key elements of the idea behind eco-offices. That is why “eco-actions” must always be closely correlated with education and well-functioning internal communication



and bicycles, e.g. by offering reimbursement of expenses incurred on a city card, and present positive examples in their social and internal media.

Guided by these principles, as part of its “Superheroes” program, Carrefour selects employees promoting environmental protection and healthy lifestyle and sends them to development trainings aimed at creating a team of leaders supporting the implementation of CSR policy.

Coca Cola has been constantly involved in employee volunteering since 2008. It created the initiative “Volunteer on the bright side of life” supporting both small and large social events, including the Swedish plogging, i.e. running combined with garbage collection.

Sometimes companies also invite employees' families to cooperate by organizing science picnics, workshops, or art competitions for children on environmental topics. An example of such activities is the “Babylab” project implemented by Bayer, where environmental protection issues appear among popular science topics.

Along with the increase of “ecoconsciousness”, there are also candidates on the market who ask as early as at the stage of recruitment interviews whether both the mission and vision of the company fit into the principles of sustainable development and how they translate into specific CSR actions. For many of them participation in such activities is important when making decisions about choosing a new job. Research shows that engaging employees in such activities increases their loyalty and productivity as well as significantly

reduces turnover. Sometimes candidates resign from further participation in recruitment because the company does not pay attention to ecology and does not participate in projects related to responsible business. This very often applies to companies testing their products on animals, strongly interfering with natural ecosystems, or cooperating with entities undertaking actions unethical from the ecological point of view.

Remember that nothing happens by itself. Employees and their involvement are key elements of the idea behind eco-offices. That is why “eco-actions” must always be closely correlated with education and well-functioning internal communication. For this purpose companies employ specialists in the area of CSR (Corporate Social Responsibility) or assign appropriate tasks to marketing, communication, and HR departments. It is important that the assumptions of pro-environmental initiatives are implemented regularly and preferably in “small steps”.

It seems that the fashion for “eco-friendliness” will permanently enter the minds of Polish enterprises and become one of the most important elements of their organizational culture. This approach results not only from the necessity dictated by progressive climate change, but also from the growing knowledge and need to shape the world around us. In addition, engaging employees in projects related to ecology fosters the creation of lasting relationships, facilitates cooperation, and improves atmosphere, which directly translates into the attractiveness of a given company, which is very important in the era of high competition for valuable and motivated employees. ●

Korzystne ubezpieczenia dla rolnika i przedsiębiorcy rolnego

Uprawy

- Ubezpieczenie upraw z dopłatą budżetu państwa

Pakiet Auto+

- Autocasco pojazdów
- OC

Dodatkowa ochrona dla rolnika i jego rodziny

Ubezpieczenia:

- Następstw Nieszczęśliwych Wypadków
- Ochrony Prawnej
- Zdrowotne

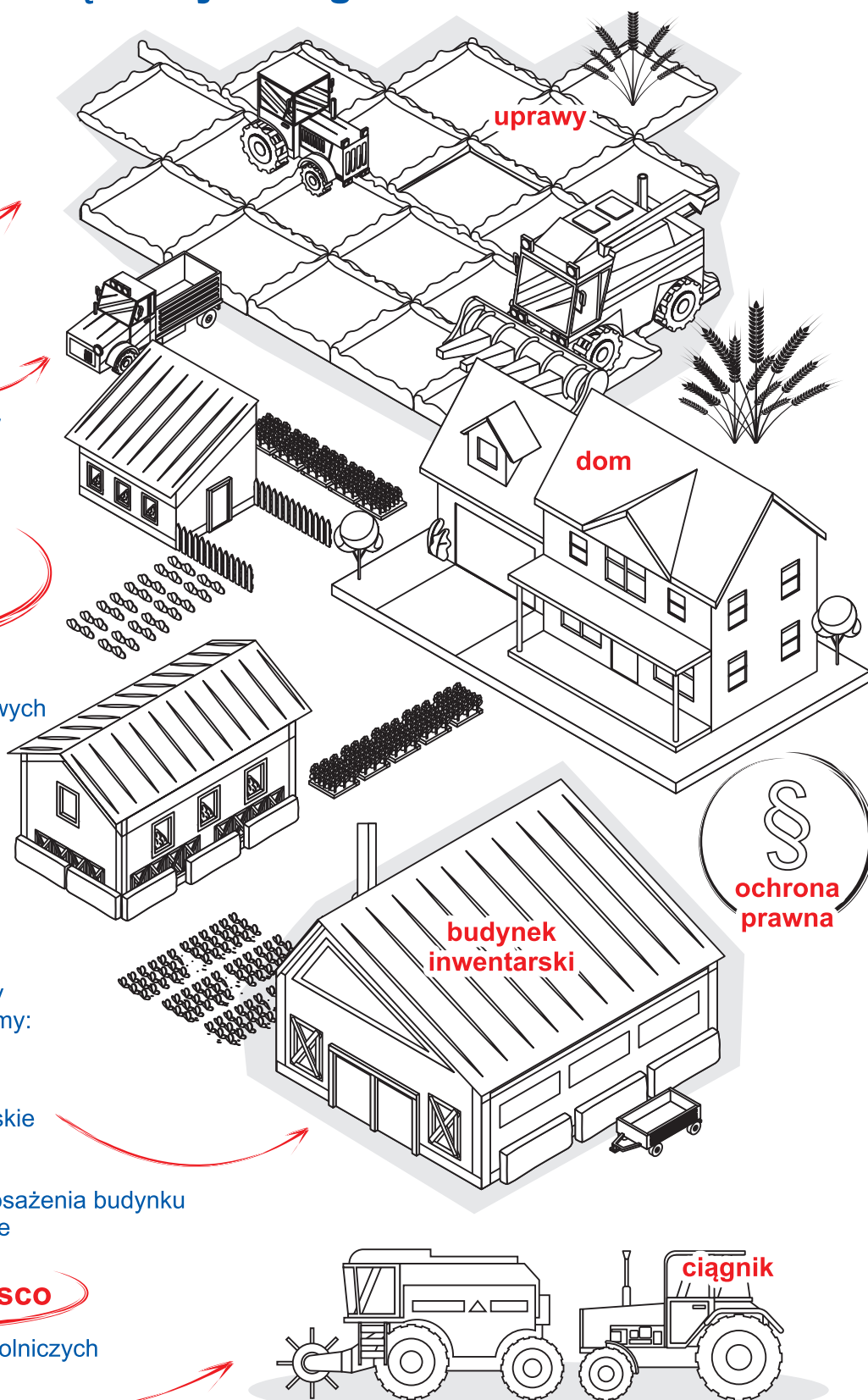
Agro Pakiet

Zakres obowiązkowy i dobrowolny, chronimy:

- Budynki
- Sprzęt rolniczy
- Zwierzęta gospodarskie
- Ziemiopłody
- Materiały i zapasy
- Stałe elementy wyposażenia budynku
- Ruchomości domowe

Pakiet Agrocasco

- Agrocasco maszyn rolniczych
- OC



SPRAWDŹ NAS!

www.interrisk.pl

Wyłączenia i ograniczenia odpowiedzialności zawarte są w ogólnych warunkach ubezpieczenia Pakiet Agrocasco zatwierdzonych uchwałą nr 02/23/01/2018 Zarządu Ubezpieczyciela z dnia 23 stycznia 2018 roku, ubezpieczenia Pakiet Auto+ zatwierdzonych uchwałą nr 04/25/06/2019 Zarządu Ubezpieczyciela z dnia 25 czerwca 2019 roku, ubezpieczenia Uprawy Rolnicze zatwierdzonych uchwałą nr 01/13/11/2019 Zarządu Ubezpieczyciela z dnia 13 listopada 2019 roku, ubezpieczenia Agro Pakiet zatwierdzonych uchwałą nr 02/23/01/2018 Zarządu Ubezpieczyciela z dnia 23 stycznia 2018 roku dostępnych na stronie interrisk.pl.

InterRisk Towarzystwo Ubezpieczeń S.A. Vienna Insurance Group z siedzibą w Warszawie przy ul. Stanisława Noakowskiego 22, wpisane do rejestru przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m.st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego pod nr KRS 0000054136, NIP 526-00-38-806, o kapitale zakładowym w kwocie 137.640.100,00 PLN (opłacony w całości).

Proponycja ma charakter wyłącznie informacyjny i nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 kodeksu cywilnego.

DOSTĘP DO GOTÓWKI 24/7 JAK WODA W KRANIE

Choć płatności bezgotówkowe są zdecydowanie na fali wznoszącej, to próżno mówić o zmierzchu gotówki. Wg. danych NBP, klienci w Polsce wciąż wybierają ją w niemal połowie przypadków, chociaż dotyczy to przede wszystkim mniejszych kwot transakcji. Jednocześnie przyzwyczailiśmy się już, że dostęp do fizycznych pieniędzy mamy wszędzie i o każdej porze. O to, aby było nam — konsumentom — coraz wygodniej dbają dostawcy tacy, jak lider rynku — Diebold Nixdorf, który od niedawna udostępnia serię urządzeń DN Series. Rozwiązanie to spełnia zarówno oczekiwania konsumentów, jak i odpowiada na potrzeby sektora bankowego.

Polacy wciąż w ok. 40% przypadków transakcji zakupowych sięgają po gotówkę. Zwłaszcza, jeżeli dotyczą one kwoty poniżej 40 PLN. Na przestrzeni ostatnich kilkunastu lat przyzwyczailiśmy się bowiem do tego, że niemal w każdej części miasta znajdziemy bankomat. Coraz częściej korzystamy też z wpłat w urządzeniach samoobsługowych. Powszechność i naturalność takich rozwiązań nie oznacza, że w sferze technologicznej nastąpiła tu stagnacja. Maszyny starszego typu są sukcesywnie zastępowane przez nowe.

LEPSZE DOŚWIADCZENIE DLA KLIENTA, OPTIMALIZACJA DLA BANKU

Czym różnią się nowsze modele urządzeń samoobsługowych od tych starszych? Wprowa-

dzona w połowie 2019 r. Seria DN jest świetnym przykładem wykorzystania dotychczasowych doświadczeń w połączeniu z najnowszymi, autorskimi rozwiązaniami technologicznymi. Z punktu widzenia użytkownika, w oczy rzuca się ciekawszy design. Maszyny są mniejsze, bardziej kompaktowe, ale wyposażone w znacznie większe ekrany niż dotychczas. Dotykowe ekrany umieszczone są pionowo i nawiązują do wyglądu smartfonów. Są bardziej intuicyjne w obsłudze. Funkcjonalnie pozwalają bankowi na standaryzację wyglądu prezentowanych treści np. na zaprezentowanie takiego samego układu ekranu bankomatu, co w aplikacji mobilnej banku na smartfonie — dodatkowo ułatwiając użytkownikom nawigację.

Ponadto Seria DN wyposażona jest w specjalny system ACDE (All Connected Data Engine) zapobiegający wystąpieniu awarii, a tym samym zapewniający większą dostępność urządzeń dla klientów. Zbiera dane z sensorów umieszczonych w kluczowych komponentach urządzenia, a następnie analizuje je w celu zdefiniowania potencjalnego źródła problemu.

Jednocześnie takie urządzenie jest w stanie zrealizować jednorazowo transakcję wpłaty lub wypłaty aż do 300 banknotów.

Z punktu widzenia banków, nowa generacja maszyn, dzięki mniejszemu modułowi zamkniętego obiegu wpłacanej i wypłacanej gotówki z jednocześnie większą pojemnością kaset, jest prostsza do wkomponowania w nawet niewielką przestrzeń. Dziś dostępne są modele typu 'lobby', czyli wolnostojące oraz modele typu 'TTW', czyli te montowane przez ścianę. Oprogramowanie i większe ekrany umożliwiają prezentację spersonalizowanych, bardziej rozbudowanych treści dla klienta.

Ponadto, większa pojemność kasetki na banknoty zmniejsza częstotliwość jej wymiany redukując tym samym koszty obsługi oraz ułatwia realizację zarządzenia NBP, dotyczącego przeliczania, sortowania, pakowania i oznaczania opakowań banknotów i monet.

— Seria DN podnosi wydajność kanału samoobsługowego, w pełni realizuje obietnicę naszej technologii i służy jako kolejny element kreujący przyszłość, w której klienci banków mogą doświadczyć tego, co nazywamy 'cyfrową bliskością'. Jest to pozytywne doświadczenie



TOMASZ ROKITA

Członek Zarządu, Diebold Nixdorf
Member of the Board, Diebold Nixdorf

konsumenta podczas realizacji potrzeby zakupowej on-line i off-line. Dobry design, wysoka dostępność i niezawodność tych urządzeń pomagają sprostać potrzebom konsumentów, którzy oczekują dostępności gotówki w trybie 24/7 — mówi Tomasz Rokita, Członek Zarządu Diebold Nixdorf.

Potwierdzeniem świetnego wczucia się w oczekiwania klienta detalicznego jest prestiżowa nagroda Red Dot: Product Design 2019 przyznana za model ATM 200 z DN Series™. Wyróżnił się on, spośród 5 500 zgłoszonych produktów, ze względu na wyjątkowy design i komfort użytkownika.

Urządzenia nowej generacji sukcesywnie zastępują te starsze, oferujące wyłącznie funkcję bankomatu lub wpłatomatu, a także świetnie sprawdzają się w coraz popularniejszych bezobsługowych strefach 24-godzinnych w placówkach bankowych.

24/7 ACCESS TO CASH LIKE WATER FROM A TAP

Although non-cash payments are definitely on the rise, it is premature to talk about the demise of cash. According to NBP data, customers



in Poland still choose cash payments forty per cent of the time, although mainly for smaller transaction values. At the same time, we are used to the fact that we have access to physical money everywhere and at any time. And it is becoming increasingly convenient for us – the consumer – thanks to providers such as cash dispenser market leader Diebold Nixdorf, who has recently released its new DN Series machines. This solution meets both consumer expectations and the needs of the banking sector.

Poles still reach for cash when it comes to amounts below 40 PLN. Over the last dozen or so years we have become used to the fact that ATMs are almost in every part of a city. We are also more and more often using self-service devices for deposits. The ubiquity of such solutions does not mean that technology in this sector has been standing still. Older machines are gradually being replaced by new ones.

BETTER CUSTOMER EXPERIENCE AND OPTIMIZATION FOR BANKS

What is the difference between the new self-service models and previous ATMs? Introduced in mid-2019, the DN Series is a great example of how to use previous experience in combination with the latest proprietary technology. From the user's point of view, a more interesting design is noticeable. The machines

are smaller, more compact, but equipped with much larger screens than before. The touch screens are placed vertically and in appearance resemble smartphones. They are more intuitive to use. They allow the bank to standardize the appearance of the presented content, e.g. to present the same layout of an ATM screen as in the bank's mobile application on a smartphone, making navigation easier for users.

Moreover, the DN Series is equipped with a special ACDE system (All Connected Data Engine) which reduces failure rates and thus ensures greater availability of devices for customers. It collects data from sensors located in key components of the device and then analyses them in order to define the potential source of the problem.

At the same time, such a device is able to make a single deposit or withdrawal transaction of up to 300 banknotes.

From a bank's point of view, the new generation of machines, thanks to a smaller closed-loop module for cash deposits and withdrawals with a larger cassette capacity, can be installed in smaller spaces. Today, there are 'lobby' type models, i.e. free-standing and 'TTW' type models, i.e. wall-mounted. The software and larger screens enable the presentation of personalized, and more extensive content for the customer.

Moreover, the larger capacity of the banknote case reduces the frequency of

replenishment, thus reducing handling costs and facilitating the implementation of the National Bank of Poland's order concerning the conversion, sorting, packing and marking of banknote and coin packaging.

— The DN series enhances the efficiency of the self-service channel, fully realizes the promise of our technology and serves as another element that creates a future in which customers can experience what we call 'digital proximity'. This is a positive experience for the consumer when it comes to meeting their online and offline shopping needs. The excellent design, wide availability and reliability of these devices help to meet the needs of consumers who expect cash availability 24/7," says Tomasz Rokita, Board Member Diebold Nixdorf.

The prestigious Red Dot: Product Design 2019 award for the ATM 200 model from DN Series™ is a confirmation that Diebold has a great feeling for the retail customer's expectations. DN distinguished itself from 5 500 submitted products due to its exceptional design and ease of use.

The new generation of closed-loop recycling devices successively replaces the older ones, offering ATM and deposit functionality, and also performs well in the increasingly popular 24-hour unattended zones in bank outlets. ●

reklama



Przewozy pasażerskie na najwyższym poziomie

BEZPIECZNIE

PUNKTUALNIE

SPRAWNIE



METRO WARSZAWSKIE Sp. z o.o.

Eurovia to międzynarodowy lider w zakresie budownictwa drogowego i kolejowego, produkcji kruszyw oraz recyklingu materiałów budowlanych, reprezentujący Grupę VINCI w 15 krajach na świecie.

Poprzez realizację lokalnych projektów wspieramy rozwój oraz wzrost konkurencyjności ekonomicznej regionów. Jesteśmy zawsze blisko naszych klientów i użytkowników naszych realizacji – od projektu, poprzez wykonanie oraz późniejsze utrzymanie infrastruktury drogowej.

W naszej pracy łączymy przemysł, technologię i kompetencje specjalistów, aby dostarczać naszym klientom optymalnych korzyści.



BUDOWNICTWO
– infrastruktura drogowa
i kolejowa



WYTWÓRNIE
– mieszanki mineralno-asfaltowe
najwyższej jakości



KRUSZYWA
– bogata oferta,
wiele zastosowań



UTRZYMANIE
– serwis infrastruktury
drogowej



Eurovia Polska SA
Bielany Wrocławskie,
ul. Szwedzka 5
55-040 Kobierzyce
www.eurovia.pl

Kazar odświeża swój wizerunek, prezentując między innymi odmieniony logotyp i nowy monogram.

kazar

Kazar to polska marka z segmentu **premium**, która powstała w 1990 roku. Od samego początku konsekwentnie buduje swoją pozycję, proponując klientom **obuwie, torby** oraz **akcesoria** skórzane, zaprojektowane z pasją, zgodnie ze światowymi trendami. Na tle konkurencji **wyróżnia się dbałością w doborze materiałów, najwyższą jakością wykonania** oraz starannie przemyślaną ofertą. Sukces brandu za-

gwarantowały topowe standardy w zakresie obsługi klienta, spójna strategia marki i komunikacji wraz z głęboko zakorzenionymi w świadomości odbiorców elementami branding.

Po niemal trzydziestu latach, Kazar odmienia swój wizerunek. **Metamorfoza marki** wynika ze zmieniających się realiów świata designu, nowych trendów w komunikacji oraz chęci stworzenia harmonijnej oferty,

w której **oryginalne wzornictwo produktów** idzie w parze z **nowoczesną identyfikacją wizualną**. Marka nie rezygnuje jednak ze swojego dziedzictwa i dotychczasowej identyfikacji, opartej na literze K, która pojawiała się na podeszwie obuwia, czy zapięciach torebek. Przeciwnie - **nowy monogram stanowi połączenie dwóch, splecionych ze sobą symboli K**, jest alegorią **bliskości** oraz **przywiązania**.



CZAS NA INWESTYCJE HUMANITARNE



MARIANNA CHLEBOWSKA

Caritas Polska



MARCIN KAWKO

Caritas Polska

BIZNES A POMAGANIE PONAD GRANICAMI

W ostatnich latach temat społecznej odpowiedzialności biznesu na dobre zagościł na salonach. Często CSR jest wykorzystywany do zastąpienia dwóch pojęć, które opacznie rozumieją niektórzy przedstawiciele nauki, polityki i biznesu: „etyki” oraz „moralności”. Jednak dbanie o swoich pracowników, klientów i środowisko powinno być naturalne, a promowanie takich działań nie może zakrawać na idealizm.

Współcześnie CSR jest pojęciem o malejącym znaczeniu. Społeczna odpowiedzialność firm powinna polegać na systematycznej refleksji etycznej przed dokonywaniem wyborów biznesowych. Bycie etycznym jest zdolnością do mentalnego wyjścia z ciasnej pozycji czystego egoizmu – zdolnością do budowania trwałych przedsięwzięć, które działają będą dla dobra wspólnego wszystkich tworzących je ludzi, a nawet szerzej, dla dobra ludzi w innych częściach świata. Odpowiedzialność społeczna powinna więc dotyczyć całokształtu działalności biznesu, a nie tylko być grą wizerunkową, w którą zaangażowany jest najmniej liczny dział firmy.

Jak prowadzić biznes i mądrze nieść pomoc? Jedną z opcji jest zaangażowanie firmy w budowanie odpowiedzialnej i zrównoważonej przedsiębiorczości. Caritas Polska zachęca do wspierania drobnych przedsiębiorców w strefach przedłużającego się konfliktu. Takie działanie umożliwi im odbudowanie swojej działalności lub kontynuację pracy i można je uznać za „inwestycje humanitarne”, niezwykle potrzebny rodzaj pomocy, mający długofalowe efekty. Choć zwrot z takiej „inwestycji” nie jest bezpośredni, w krótkiej perspektywie zmienia życie poszkodowanych w wyniku wojny i ich najbliższych, zaś w dłuższej perspektywie pozwala tworzyć świat lepszy – dla wszystkich.

POMOC POTRZEBNA OD ZARAZ

W Syrii od dziewięciu lat toczy się wojna domowa, w wyniku której wiele małych i średnich przedsiębiorstw zostało zniszczonych. Alarmujące raporty organizacji międzynarodowych mówią o stopie bezrobocia na poziomie 55% (wzrost z 15% przed wybuchem wojny). Trudności w zdobyciu pracy w zniszczonym przez krwawy konflikt kraju to kluczowy czynnik skłaniający młodych ludzi do emigracji, drugi najważniejszy po bezpośrednim zagrożeniu życia. Przedsiębiorcy, którzy przed wojną zaciągnęli kredyt na swoją działalność, do dzisiaj muszą spłacać raty w banku, chociaż ich marzenia dawno legły w gruzach. Dużą przeszkodą w powrocie do normalności życia codziennego dla Syryjczyków, którzy chcą własnymi siłami odbudowywać zrujnowaną ojczyznę, są międzyna-

”

Ekonomia i etyka są ze sobą połączone niczym awers i rewers monety: ekonomia to reszka, bo w liczbach rzeczy ujmuje, etyka to orzeł nadający liczbowemu ujęciu znaczenie, bez czego byłaby to nie moneta, lecz żeton.

– **prof. Wojciech Gasparski**



Takla – salon z perukami w Aleppo, dofinansowany przez Caritas Polska
Takla – a wig shop in Aleppo, co-financed by Caritas Polska

rodowe sankcje, będące elementem skomplikowanej gry geopolitycznej. Nadzieja wielu tkwi w pomocy zagranicznej.

Caritas Polska od trzech lat prowadzi projekty pomocowe bezpośrednio na terenach północnej Syrii. Wychodząc z założenia, że najmądrzej udzielana pomoc prowadzi do usamodzielniania się beneficjentów, Caritas postawiła na aktywne wsparcie rozwoju przedsiębiorczości, będącej kluczem do dalszej poprawy sytuacji materialnej Syryjczyków i odbudowy gospodarki. W tym celu uruchomiony został projekt „Inwestor od serca”, poprzez który polskie firmy mogą wesprzeć finansowo rodzinne przedsiębiorstwo na terenie Aleppo.

O skuteczności tej formy wsparcia świadczą mogą historie ludzi, którzy skorzystali z pomocy z Polski. Dotychczasowe doświadczenie pokazuje, że pierwszy rok działalności sukcesem kończy około 90% założonych przedsiębiorstw, a trudną rzeczywistość wojenną ich rodzin powoli zastępuje stabilność. Nie ulega wątpliwości, że zarówno z ekonomicznego, jak i psychologicznego punktu widzenia, bezpośrednie wsparcie kreatywnych i chętnych do działania osób: mechaników, kucharzy, elektryków i innych, jest najlepszą możliwą formą niesienia pomocy.

NOWA NADZIEJA DLA POSZKODOWANYCH W WOJNIE

Jedną z trzystu osób, które dzięki darczyńcom z Polski stanęły na nogi, jest mechanik George. Mężczyzna przez trzydzieści lat prowadził

warsztat samochodowy w dzielnicy industrialnej w Aleppo. W 2012 roku, w ciągu kilku tygodni, spokojna dotąd okolica stała się miejscem wzmożonych walk między siłami rządowymi a zbrojną opozycją. Prowadzenie warsztatu, a nawet dojazd do niego, stały się niemożliwe. Dom George'a od jego warsztatu na dobre ogrodziła linia frontu.

– Kiedy podjąłem decyzję o zawieszeniu działalności, myślałem, że to chwilowe. Ot, kilka dni, może kilka tygodni. Codziennie sobie powtarzałem: jutro tam wrócę... Ale jutro nigdy nie przychodziło – mówi George.

Przez dłuższy czas pozostawał bezrobotny, czekał na rozwój sytuacji. Kiedy stracił nadzieję, zatrudnił się w warsztacie samochodowym w pobliżu domu.

W ostatnich latach sytuacja w Aleppo się ustabilizowała, choć nadal słychać wybuchy lub ostrzał. Pokonawszy strach, George pojechał zobaczyć swój dawny warsztat. Dzielnica była nie do poznania. Większość budynków w ruinie, brak bieżącej wody, brak elektryczności, sprzęty rozkradzione, okna wybite. Skala zniszczeń przekroczyła jego najśmielsze wyobrażenia.

Marzeniem mężczyzny stało się ponowne otwarcie swego przedsiębiorstwa. Uporządkował lokal, a dzięki pomocy finansowej od Caritas, George zakupił nowy metalowy stół, narzędzia i części samochodowe. Choć praca w Aleppo nie jest łatwa, przerwy w dostawie prądu spowalniają tempo, a wielu klientów jest niewypłacalnych, George z optymizmem patrzy w przyszłość.

Podobnych przedsiębiorców w Syrii są tysiące. Dzięki środkom finansowym od polskich darczyńców, w Aleppo otwarto m.in. nowe zakłady krawieckie, sklepy spożywcze, małe restauracje uliczne i warsztaty rzemieślnicze, a na ulice wyjechały kolejne taksówki. Lokalna artystka otworzyła domowe atelier, a fotograf zakupił profesjonalny aparat, którym utrwała radosne chwile na weselach. Wśród beneficjentów są osoby, których przedsięwzięcia prosperują na tyle dobrze, że decydują o zatrudnieniu kolejnych osób. Powstaje efekt domina.

Inwestycje humanitarne szybko procentują.

TIME FOR HUMANITARIAN INVESTMENTS

BUSINESS AND HELP BEYOND THE BORDERS

In recent years, corporate social responsibility has become an increasingly popular topic. CSR is very often used only to substitute two ideas that some scientists, politicians and business people misunderstand: “ethics” and “morality”. Care for employees, customers and environment should be natural though and their promotion should not be perceived as an act of idealism.

CSR is losing its original meaning nowadays. Only a true systematic ethical reflection on each business choice should be described as a social responsibility of companies. ‘Being ethical’ means being able to go beyond pure selfishness, to build long-lasting projects that would be designed for achieving a common good – both for their builders and all the people around the world.

”

Economics and ethics are interconnected like front and reverse side of a Polish coin: economics is a front side, because it expresses itself in numbers, ethics is the eagle that gives meaning to these numbers; without this meaning it would only be a token – not a coin.
– prof. Wojciech Gasparski

Social responsibility should concern then all the business activities – surely it should not be a simple PR game played by a few specialized employees of the company.

How to run a business and help others wisely? One of the options is to involve your company in building a responsible and sustainable entrepreneurship. Caritas Poland encourages support for microentrepreneurs in the areas of a prolonged conflict. Such a subsidy lets them rebuild their ventures or continue their activities. It might be considered as “humanitarian investments” – ones that are most needed and have long-term positive effects. Return on such “investment” does not take a direct financial form. Nevertheless, it changes numerous lives of war victims and their relatives and – in the long run – makes creation of a better world for all the people possible.

HELP NEEDED IMMEDIATELY

A civil war in Syria has been going on for nine years. As a result, many small and medium-sized enterprises have been destroyed. Alarming reports from international organizations say that the unemployment rate reached 55% (compared to 15% before the outbreak of war). Difficulties in getting a job in a country, devastated by a bloody conflict, is a key factor prompting young people to emigrate, the second most important cause after the immediate threat to life. Entrepreneurs, who took a business loan before the war, have to repay the debt to this day, although their dreams have long been ruined. Syrians, who want to rebuild their ruined homeland with their own hands, face international sanctions, a big obstacle in returning to normal everyday life. The sanctions are a part of a complicated

geopolitical game. Many put hope in the foreign aid.

Caritas Poland has been helping directly in northern Syria over the last three years. Assuming that the wisest type of aid leads to the beneficiaries becoming independent, Caritas has focused on active support for entrepreneurship development, which is the key to further improving the material situation of Syrians and rebuilding the economy. Caritas Poland has initiated the project “Inwestor od serca”, which enables Polish companies to financially support one of the family enterprises in Aleppo.

The effectiveness of this type of support can be measured by the testimonies of people who benefited from help coming from Poland. Experience to date show that the first year is successfully completed by about 90% of established enterprises, and the difficult war reality is slowly being replaced by stability. There is no doubt that from both the economic and psychological points of view, direct support of creative and willing people: mechanics, chefs, electricians and others, is the best possible form of support.

A NEW HOPE FOR WAR VICTIMS

One of the three hundred people who found their footing thanks to Polish donors is George, a mechanic. For thirty years, until 2012, the man has been managing a car workshop in the industrial district of Aleppo. Then, within few weeks, the peaceful area became a place of intense fights between government forces and armed opposition. Not only running a workshop, but even getting close to it became impossible. George's house was separated from his workshop by the front line for good.

– *When I decided to suspend my business, I thought it was temporary. Just a few days, maybe a few weeks. I kept telling myself everyday: I'll be back tomorrow... But tomorrow never came* – George says.

He remained unemployed for a long time, waiting for the situation to develop. When he eventually lost hope, he found a job in a car workshop near his house.

In recent years the situation in Aleppo stabilized, although one might still hear explosions and shootings. Having overcome his fear, George went to see his former workshop. The district was unrecognizable: most of the buildings in ruins, no running water, no electricity, stolen equipment, busted windows. The scale of destruction exceeded his wildest imaginations.

George dreamt to reopen his company. He cleaned up the premises and – with the financial help from Caritas – he bought a new metal table, tools and car parts. Although work at Aleppo is not easy, power outages slow everything down and many customers are insolvent, George looks to the future with optimism.

There are thousands of similar entrepreneurs in Syria. Thanks to Caritas Poland's funds, many small companies reopened in Aleppo, among others: tailor shops, grocery stores, small street restaurants, craft workshops, more taxis on to the streets. A local artist opened an atelier at home, and a photographer bought a professional camera to capture joyful moments at Syrian weddings. Some of the businesses are prospering so well that the entrepreneurs decided to employ more people. A domino effect has started.

Humanitarian investments earn interest quickly. ●

reklama



Dołącz do akcji
„Inwestor od serca”
i wesprzyj drobnych
przedsiębiorców
w Syrii

www.bliskischod.caritas.pl/inwestor-od-serca



NowyStyl



Sit as you like,
and **Xilium** will
follow you

- revolutionary X-MOVE function which allows dynamic movement to the sides
- three backrest versions
- wide seat
- considerable tilt angle
- advanced synchronous mechanisms
- four-dimensional armrest adjustment
- headrest with precision adjustment



Design by
Martin Ballendat

www.NowyStyl.pl

PODSUMOWANIE WYDARZEŃ EXECUTIVE CLUB W 2019 ROKU

W odpowiedzi na zmieniający się biznes i gospodarkę, a co najważniejsze – oczekiwania naszych odbiorców, nieustannie rozwijają się także nasze inicjatywy. Jedną z nich są spotkania klubowe, czyli kameralne wydarzenia, skupiające się na wybranych, specjalistycznych zagadnieniach gospodarczo-biznesowych odbywające się w hotelu Bristol. W minionym roku należały do nich:

- Agrobiznes 4.0
- Infrastruktura Sieci XXI wieku
- Firma ponad granicami. Jak odnieść sukces na międzynarodowych rynkach?
- Digital People. Trendy i technologie, które zmieniają biznes.

Kolejną inicjatywą są konferencje, czyli duże wydarzenia, poruszające tematy związane z gospodarką, przemysłem, zarządzaniem i odpowiedzialnością w biznesie. Nierzadko goszczą na nich eksperci z zagranicy, prezentujący zupełnie nową perspektywę aktualnych wyzwań stojących przed biznesem. W minionym roku zorganizowaliśmy sześć konferencji:

- Infrastruktura Polska i Budownictwo
- European Executive Forum
- Premium Real Estate Summit
- Investment & Finance Forum
- Top Industry Summit
- Sustainable Economy Summit

W międzyczasie odbyły się dwa spotkania integracyjne: New Year's Welcome Party oraz Executive Summer Party, czyli nieformalne spotkania integracyjne, które miały na celu zacieśnianie relacji, nawiązywanie nowych kontaktów oraz zagwarantowanie chwili relaksu w codziennym pędzie. Na kolejnych stronach znajdą Państwo obszernie fotorelacje z naszych wydarzeń, a poniżej kilka liczb z ubiegłego roku, którymi chcielibyśmy się pochwalić.

SUMMARY OF 2019 IN EXECUTIVE CLUB

In response to changing business and economy, and most importantly – the expectations of our customers, our initiatives are constantly developing. One of them are club meetings – exclusive events, focusing on selected specialized economic and business issues taking place at the Bristol Hotel. Last year they included:

- Agribusiness 4.0
- Network Infrastructure of the 21st Century
- Company across borders. How to succeed on international markets?
- Digital People. Trends and technologies that change business

Our next initiative are conferences – large events, concerning topics related to the economy, industry, management and responsibility in business. They are often hosted by experts from abroad, presenting a completely new perspective on the current challenges facing business. Last year we organized six conferences:

- Polish Infrastructure & Construction
- European Executive Forum
- Premium Real Estate Summit
- Investment & Finance Forum
- Top Industry Summit
- Sustainable Economy Summit

Meantime, two integration meetings took place: New Year's Welcome Party and Executive Summer Party. These were informal integration meetings, which were aimed at strengthening relationships, establishing new contacts and guaranteeing a moment of relax in everyday rush. On the following pages you will find extensive photo report of our events and below are a few numbers from last year that we would like to show off. ●

ROK 2019 W EXECUTIVE CLUB W LICZBACH

EXECUTIVE CLUB'S 2019 IN NUMBERS



12 WYDARZEŃ
12 EVENTS



PONAD 2000 GOŚCI
OVER 2,000 GUESTS



PRAWIE 200 PRELEGENTÓW
ALMOST 200 SPEAKERS



50H MERYTORYCZNYCH DYSKUSJI
50 HOURS OF SUBSTANTIVE DISCUSSIONS



New Year's Welcome Party



Infrastruktura Polska i Budownictwo



Agrobiznes 4.0



European Executive Forum



Infrastruktura Sieci XXI wieku





Premium Real Estate Summit



Investment & Finance Forum



Executive Summer Party



Firma ponad granicami



Digital People





Top Industry Summit



Sustainable Economy Summit



ZRÓWNOWAŻONY I ODPOWIEDZIALNY BIZNES W PRAKTYCE

Piątą edycją konferencji Sustainable Economy Summit zamknęliśmy bardzo intensywny rok w wykonaniu Executive Club. Wydarzenie odbyło się 27 listopada w Sheraton Grand Warsaw. Podczas trzech paneli dyskusyjnych i pięciu wystąpień omówiliśmy najważniejsze kwestie dotyczące zrównoważonego i odpowiedzialnego rozwoju. Zwieńczeniem dnia była wieczorna gala „Sustainable Economy Awards”, w trakcie której uhonorowaliśmy przedsiębiorstwa i osoby, które szczególnie wyróżniły się na polu odpowiedzialnego biznesu.

Wydarzenie zainaugurował Kamil Wyszowski – Przedstawiciel i Prezes Rady Global Compact Network Poland, który wskazał, jakie działania może podjąć ludzkość, by ograniczyć postępujące konsekwencje wynikające ze zmian klimatycznych, spowodowanych przez działalność człowieka. Jednym z rozwiązań jest rezygnacja z dotychczasowych, wysokoemisyjnych metod pozyskiwania energii i zastąpienie ich źródłami odnawialnymi, a także radykalne zmniejszenie śladu węglowego dzięki korzystaniu z niskoemisyjnych środków transportu. Mówca zwrócił uwagę na to, że jeśli ludzkość nie podejmie odpowiednich działań to będzie musiała zmagać się z coraz bardziej ekstremalnymi zjawiskami pogodowymi i globalnym wzrostem temperatur. W wyniku tego nastąpi kryzys wodny i to właśnie woda według analityków stanie się zarzewiem przyszłych konfliktów. Aby oddalić te wizje, ważne jest natychmiastowe podjęcie stanowczych i konkretnych kroków na rzecz zrównoważonego prowadzenia biznesu i odpowiedzialnego korzystania z surowców naturalnych.

Plenarna dyskusja pierwszego panelu dotyczyła gospodarki obiegu zamkniętego, czyli najprościej mówiąc – racjonalnego wykorzystywania zasobów i przeciwstawiania się marnotrawstwu. Jednym z zagadnień, do którego odnieśli się wszyscy paneliści były działania, jakie firmy podejmują, na rzecz redukcji zużycia surowców naturalnych. Kluczowym działaniem jest przetwarzanie odpadów oraz ich ponowne użycie. Łukasz Ludwisiak, Kierownik ds. zrównoważonego rozwoju, Lafarge w Polsce zwrócił uwagę na to, że branża produkcji materiałów budowlanych jest bardzo chłonna, jeżeli chodzi o zużycie surowców. Polska może natomiast pochwalić się jednym z najnowocześniejszych zakładów przemysłu cementowego, w których wykorzystywana energia cieplna w ponad 60% zastępowana jest paliwami alternatywnymi, co skutkuje



znaczącym ograniczeniem zużycia złóż. Paneliści wspólnie podkreślali, że budowanie strategii firmy wokół gospodarki obiegu zamkniętego przynosi korzyści zarówno dla środowiska, jak i dla samej konkurencyjności firmy.

Przed zakończeniem pierwszej części konferencji, uczestnicy mieli okazję posłuchać wystąpienia Iryny Szwabowskiej – Sales Manager, Dell Technologies. Czy organizacje o silnej pozycji rynkowej mogą zmieniać świat na lepsze? – to pytanie stanowiło główną oś prezentacji. Upcykling plastiku, ponowne użycie elektroniki z recyklingu, lepsze wykorzystywanie energii, angażowanie pracowników w działania ekologiczne – to tylko część działań, jakie podejmuje firma Dell. Ta wypowiedź dowodzi, że gigantyczne korporacje nie stoją obojętnie wobec problemów, z jakimi boryka się środowisko naturalne.

Po krótkiej przerwie nadszedł czas na drugie Case Study pod tytułem: „Aktywnie odpowiedzialni – certyfikat B Corp w Benefit Systems”, a zaprezentował je Rafał Mikołajczyk – Wicedyrektor ds. Komunikacji i CSR, Benefit Systems. Mówca wyjaśnił, że przy wystawianiu certyfikatu B Corp brany jest pod uwagę ład prawny w firmie, relacje z klientami, wpływ na środowisko naturalne i działalność na

rzecz lokalnych społeczności. Mówi się o nim, że nie jest on przyznawany firmom, które są najlepsze na świecie, ale które są najlepsze dla świata. Firmy te w ramach działalności biznesowej starają się rozwiązywać problemy społeczne. Idea ta pochodzi z USA i Kanady, a w Europie pod względem ilości firm z tym certyfikatem wyróżniają się kraje Beneluksu oraz Włochy i Francja. Przykładami firm, które uzyskały certyfikat B Corp są m.in. producenci kosmetyków pochodzenia roślinnego czy telefonów z elementów powstałych z recyklingu, w których można wymieniać moduły i dostosowywać produkt do swoich potrzeb.

Po tym wystąpieniu płynnie przeszliśmy do drugiego panelu dyskusyjnego pt. „Eko-miasto przyszłości”. Eksperci rozpoczęli dyskusję od swoich wizji miast przyszłości. Wymienili w nich m.in.: zeroemisyjne budynki, spalarnie śmieci o zerowym wpływie na środowisko (jak np. nowo otwarta spalarnia w Kopenhadze ze stokiem narciarskim na dachu), smart city a w nim automatyka oświetlenia w przestrzeni miejskiej dostosowana do aktualnych potrzeb, elektromobilność oraz efektywne zagospodarowywanie odpadów produkowanych przez mieszkańców miast. Kolejnym tematem rozmowy był smog. Paneliści zgodzili się, że problem jest powszechny i bardzo poważny. Jest jednak szansa, że uda nam się ograniczyć emisję szkodliwych związków chemicznych. Rośnie liczba inwestycji w Warszawie z betonu redukującego tlenki azotu z powietrza. Stawia się na dogodną lokalizację biurowców, dzięki której pracownicy ograniczą używanie samochodów na rzecz dojeżdżania komunikacją miejską. Duży potencjał według ekspertów ma również monitoring mediów w chmurze – np. oświetlanie ulic, wtedy kiedy jest taka potrzeba. Rozwijanie sieci ciepłowniczej również ogranicza smog. Jako bardzo ciekawe rozwiązanie poprawiające oszczędność energii wskazano rozwój technologii fotowoltaicznej na bazie perowskitów. Minerale te wykorzystują światło rozproszone bardziej efektywnie, gdyż nie muszą być zlokalizowane tylko na dachach w postaci paneli. Można nimi

pokryć dowolną powierzchnię. Bardzo istotne jest również niwelowanie strat energetycznych budynków, aby poprawiać ich bilans energetyczny. Zużyta energia odzyskiwana jest ze ścieków oraz wentylacji, a jako odpad produkowany jest chłód, który następnie wykorzystywany jest w klimatyzacji. Wszystkie te rozwiązania już teraz implementowane są w Warszawie.

„Czy oprócz kija i marchewki istnieją inne metody, żeby zmotywować ludzi do właściwych zachowań?” to temat kolejnego wystąpienia, które wygłosił Dr Maciej Kraus – Partner, Movens Capital. Jak to się dzieje, że wiemy co jest dla nas dobre, a mimo to nie zawsze nam to wychodzi? Przykładem takiego działania jest silna korelacja pomiędzy liczbą służbowych miejsc parkingowych a liczbą osób dojeżdżających do pracy transportem publicznym. Jak zatem wszelkie nieracjonalności wykorzystać dla naszego dobra? Przede wszystkim trzeba zacząć od minimalizowania ryzyka podejmowania błędnych decyzji na podstawie posiadanej wiedzy. Za przykład może tu posłużyć obserwacja surowości wyroków sędziów podczas rozpraw odbywających się przed lunchem. Jest ona nieporównywalnie wyższa niż wyroków, które zapadły po lunchu. Generalnie wiemy, co jest dla nas dobre i właściwe, ale z jakiegoś powodu tego nie robimy i dlatego tak bardzo istotne jest, aby te słabości umieć wykorzystać w dobry sposób. Jako odpowiedź jak to osiągnąć może posłużyć tzw. Kontrakt Odyseusza, czyli celowe osłabianie siebie w dobrym celu – zrezygnujmy więc ze wspomnianego na początku służbowego miejsca parkingowego.

Po lunchu mieliśmy przyjemność wysłuchać piątego wystąpienia. „Seniorzy – czyli my w przyszłości. Jak zorganizować zrównoważone życie, gdy ma się 70, 80, 90...lat?”, którego autorem był Paweł Żuk – Prezes Zarządu, Centrum Medyczno-Diagnostyczne. Z jego wypowiedzi dowiedzieliśmy się, że najbliższych latach nastąpi bardzo duże przyspieszenie starzenia się społeczeństwa, ponieważ starzeje się pokolenie powojennego boomu urodzeniowego.

PATRONAT HONOROWY			PARTNER STRATEGICZNY		
PARTNERZY GŁÓWNI			PARTNERZY		
PARTNERZY			PARTNERZY SPOLECZNI		
PARTNERZY SPOLECZNI					
PARTNERZY GALI		PARTNER MERYTORYCZNY		GŁÓWNY PATRON MEDIALNY	

Do 2060 roku Polska będzie jednym z najstarszych społeczeństw w Europie. Już teraz należy zastanowić się nad wyzwaniem, jakie wówczas przed nami staną. 25% seniorów żyje samotnie, mało z nich jest aktywnych społecznie, wielu z nich cierpi na brak wartościowych kontaktów ze światem zewnętrznym, naturalne więzi rodzinne rozrywają się poprzez nadmiar pracy. Seniorzy są wykluczeni cyfrowo, narażeni na wykorzystanie i wielochorobowość. Ilość depresji wzrasta (jest to najszybciej rozwijająca się grupa zaburzeń psychicznych). Seniorzy spożywają ogromne ilości leków i suplementów (polipragmazja) co często prowadzi do zwiększenia problemów z niepożądanym działaniem powstałym z interakcji dwóch lub więcej leków. Mówca przedstawił kilka rozwiązań tych problemów. Najważniejszym z nich rozwój podstawowej opieki zdrowotnej. Ważne jest też, aby długoterminowa opieka nad seniorami odbywała się w domu, gdyż jest to ich naturalne środowisko. Osobom starszym niezbędny będzie także fizjoterapeuta, psycholog i tzw. zarządzanie własną chorobą wobec narastającej wielochorobowości. Nieocenione są zajęcia aktywizujące, ale najważniejszą rzeczą jest wsparcie rodziny.

Trzeci i ostatni panel dyskusyjny dotyczył innowacji w chemii i farmacji dla zrównoważonego rozwoju. Jak powiedział na wstępie Michał Kurzelewski, Dyrektor ds. medycznych, Pfizer Polska: „rolą branży farmaceutycznej jest branie na siebie ryzyka, wdrażanie innowacyjnych rozwiązań i udostępnianie ich dla pacjentów”. Tego typu działania rewolucjonizują branżę i zmieniają paradygmat myślenia. Nie chodzi już tylko o maksymalizację zysku z produktu, ale również o jego odpowiedzialność względem środowiska. Przykładem aktywnego działania na rzecz odpowiedzialności biznesu jest rozwój recyklingu chemicznego oraz zakładów termicznego przekształcania odpadów. Zrównoważony rozwój w tej materii nie obędzie się bez aktywnej polityki państwa, a ponieważ akceptacja społeczna dla innowacji według badań jest wysoka, jest to dobry czas na tego typu odważne działania. W tym kontekście niezbędna jest współpraca biznesu z ośrodkami naukowymi oraz przemysłem. Dla przykładu niemiecki przemysł farmaceutyczny wygenerował liczbę wdrożonych innowacji na rzecz poprawy jakości powietrza porównywalną do kwot inwestowanych w zbrojenia.

The event was inaugurated by Kamil Wyszkowski – Representative and Chairman of the Board of the Global Compact Network Poland, who pointed out what actions can be taken by humanity to limit the progressive consequences resulting from climate change caused by human activity. One of the solutions is to give up existing, high-emission methods of obtaining energy and replace them with renewable sources, as well as to radically reduce the carbon footprint due to the use of low-emission transport. The speaker pointed out that if humanity does not take appropriate action, it will have to deal with increasingly extreme weather phenomena and global temperature rise. As a result, there will be a water crisis and it is water, according to analysts, that will fuel future conflicts. To dismiss these visions, it is important to take brave and strict steps immediately for sustainable business and responsible use of natural resources.

Plenary discussion of the first panel concerned the circular economy, in other words – rational use of resources and opposing waste. One of the issues all panelists referred to was the actions companies take to reduce the consumption of natural resources. The key activity is waste treatment and reuse. Łukasz Ludwisiak, Sustainable Development Manager, Lafarge in Poland pointed out that the building materials industry is very absorbent when it comes to the consumption of raw materials. Poland, on the other hand, boasts one of the most modern cement industry plants in which the heat energy used is replaced by alternative fuels in over 60%, which results in a significant reduction in the use of deposits.



SUSTAINABLE AND RESPONSIBLE BUSINESS IN PRACTICE

The fifth edition of the Sustainable Economy Summit conference closed a very intense year performed by the Executive Club. The event took place on November 27 at Sheraton Grand Warsaw. During three discussion panels and five speeches we discussed the most important issues related to sustainable and responsible development. The culmination of the day was the evening gala of "Sustainable Economy Awards", during which we honored enterprises and people who particularly distinguished themselves in the field of responsible business.





The panelists emphasized that building the company's strategy around the circular economy brings benefits for both the environment and competitiveness of the company.

Before the end of the first part of the conference, participants had the opportunity to listen to the speech of Iryna Szwabowska – Sales Manager, Dell Technologies. Can organizations with a strong market position change the world for the better? – this question was the main axis of the presentation. Plastic upcycling, reuse of electronics from recycling, better use of energy, engaging employees in ecological activities – these are only some of the activities undertaken by Dell. This statement proves that gigantic corporations are not indifferent to the problems that the natural environment is facing.

After a short break, it was time for the second Case Study entitled "Actively responsible – B Corp certificate in Benefit Systems", and was presented by Rafał Mikołajczyk – Deputy Director for Communication and CSR, Benefit Systems. The speaker explained that when issuing the B corp certificate, company legal order, customer relations, environmental impact and activities for local communities are taken into account. It is said that it is not awarded to companies that are the best in the world, but which are the best for the world. As part of their business operations, these companies try to solve social problems. This idea comes from the USA and Canada, and in Europe in terms of the number of companies with this certificate, the Benelux countries as well as Italy and France stand out. Examples of companies that have obtained the B Corp certificate are, among others producers of cosmetics of plant origin or telephones with recycled elements in which modules can be exchanged so the product is adapted to personal needs.

After this speech, we smoothly moved to the second discussion panel entitled "Eco-city of the future". Experts began the discussion with their visions of cities of the future. They listed, among others, zero-emission buildings, waste incineration plants with zero environmental impact (such as the newly opened incinerator in Copenhagen with a ski slope on the roof), smart city with lighting automation in the urban space adapted to current needs, electromobility and effective management of waste produced by urban residents. The next topic of conversation was smog. Panelists agreed

that the problem is widespread and very serious. There is a chance, however, that we will be able to reduce the emission of harmful chemical compounds. The number of investments in Warsaw from concrete that reduces nitrogen oxides from the air is growing. It focuses on the convenient location of office buildings, thanks to which employees will limit the use of cars for commuting by public transport. According to experts, media monitoring in the cloud also has great potential – e.g. street lighting when it is needed. Developing a heating network also reduces smog. The development of photovoltaic technology based on perovskites was indicated as a very interesting solution improving energy saving. These minerals use diffused light more efficiently because they do not have to be located only on roofs in the form of panels. They can cover any surface. It is also very important to level the energy losses of buildings to improve their energy balance. The energy consumed is recovered from wastewater and ventilation, and cold is produced as waste, which is then used in air conditioning. All these solutions are already being implemented in Warsaw.

"Are there other methods besides carrot and stick to motivate people to behave properly?" Is the topic of another speech by Dr. Maciej Kraus – Partner, Movens Capital. How does it happen that we know what is good for us and yet it does not always work out? An example of this is the strong correlation between the number of service parking spaces and the number of people commuting to work by public transport. So how can we use all irrationality for our good? First of all, you need to start by minimizing the risk of making wrong decisions based on your knowledge. An example would be the observation of the severity of judges' judgments at hearings before lunch. It is incomparably higher than sentences passed after lunch. Generally, we know what is good and right for us, but for some reason we do not do it and that is why it is so important to be able to use these weaknesses in a good way. As a hint how to achieve this can serve the so-called Odysseus's contract, i.e. deliberately weakening yourself for a good purpose – let's give up the parking spot mentioned at the beginning.

After lunch, we had the pleasure to listen to the fifth speech today. "Seniors – us in the future. How to organize

a balanced life when you are 70, 80, 90..... years old?" The author was Paweł Żuk – President of the Board, Medical and Diagnostic Center. From his statements we learned that in the coming years we would see a significant acceleration in the aging of the population, as the generation of the post-war birth boom is aging. By 2060, Poland will be one of the oldest societies in Europe. We should already think about the challenges that we will face then. 25% of seniors live alone, few of them are socially active, many of them suffer from a lack of valuable contacts with the outside world, natural family ties are broken through excess work. Seniors are digitally excluded, exposed to abuse and multiple diseases. The amount of depression increases (this is the fastest growing group of mental disorders). Seniors consume huge amounts of drugs and supplements (polypragmasia), which often leads to increased problems with the adverse effects resulting from the interaction of two or more drugs. The speaker presented several solutions to these problems. The most important of them is the development of primary health care. It is also important that long-term care for seniors takes place at home, as this is their natural environment. Elderly people will also need a physiotherapist, psychologist and so-called

managing your own illness in the face of increasing multiple diseases. Activities are invaluable, but the most important thing is family support.

The third and final discussion panel concerned innovation in chemistry and pharmacy for sustainable development. As Michał Kurzelewski, Medical Director, Pfizer Polska said at the beginning: "the role of the pharmaceutical industry is to take risks, implement innovative solutions and make them available to patients". These types of activities are revolutionizing the industry and changing the thinking paradigm. It is not just about maximizing profit from the product, but also about its responsibility towards the environment. An example of active action for corporate responsibility is the development of chemical recycling and thermal waste treatment plants. Sustainable development in this matter will not be without active state policy, and because social acceptance for innovation according to research is high, it is a good time for such bold actions. In this context, business cooperation with research centers and industry is necessary. For example, the German pharmaceutical industry has generated a number of implemented innovations to improve air quality comparable to the amounts invested in army! ●



GALA SUSTAINABLE ECONOMY AWARDS

Po zakończeniu części merytorycznej przyszedł czas na wieczorną galę. Jej punktem kulminacyjnym było rozdanie statuetek Sustainable Economy Awards dla najlepszych przedsiębiorstw, wybitnych menedżerów i liderów biznesu, którzy wdrażają najwyższe standardy odpowiedzialnego biznesu. Rozdanych zostało 12 nagród w 9 kategoriach. Przyznano również jedną nagrodę specjalną.

After the substantive part was over, it was time for the evening gala. Her highlight was the Sustainable Economy Awards ceremony for the best companies, outstanding managers and business leaders who implement the highest standards of responsible business. 12 prizes were awarded in 9 categories. One special award was also given. ●





LAUREACI „SUSTAINABLE ECONOMY AWARDS”

1. **LIDER ZRÓWNOWAŻONEGO BUDOWNICTWA**
Segro Poland
2. **LIDER ZRÓWNOWAŻONEJ PRODUKCJI**
Fabryki Mebli Forte SA
3. **LIDER EKOLOGII W ENERGETYCE**
TAURON Polska Energia SA
Grupa GPEC – wyróżnienie
4. **LIDER TECHNOLOGII DLA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU**
Michelin
DekoEko – wyróżnienie
5. **LIDER ETYKI W BIZNESIE**
Zakłady Farmaceutyczne Polpharma SA
6. **LIDER ZRÓWNOWAŻONEGO FINANSOWANIA**
BNP Paribas Bank Polska SA
7. **LIDER DORADZTWA DLA ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU**
Deloitte Polska
8. **LIDER ZAANGAŻOWANIA PRACOWNICZEGO**
Lafarge Polska
9. **WIZJONER ODPOWIEDZIALNEGO BIZNESU**
Olga Malinkiewicz, Saule Technologies
Robert Jacek Moritz, Alta SA – wyróżnienie

NAGRODA SPECJALNA

Małgorzata Adamkiewicz, Adamed Pharma SA

WINNERS OF “SUSTAINABLE ECONOMY AWARDS”

1. **SUSTAINABLE CONSTRUCTION LEADER**
Segro Poland
2. **SUSTAINABLE PRODUCTION LEADER**
Fabryki Mebli Forte SA
3. **ECOLOGY LEADER IN ENERGY**
TAURON Polska Energia SA
Grupa GPEC – distinction
4. **TECHNOLOGY LEADER FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT**
Michelin
DekoEko – distinction
5. **ETHICS LEADER IN BUSINESS**
Zakłady Farmaceutyczne Polpharma SA
6. **SUSTAINABLE FINANCING LEADER**
BNP Paribas Bank Polska SA
7. **CONSULTING LEADER FOR SUSTAINABLE DEVELOPMENT**
Deloitte Polska
8. **EMPLOYEE INVOLVEMENT LEADER**
Lafarge Polska
9. **VISIONARY FOR RESPONSIBLE BUSINESS**
Olga Malinkiewicz, Saule Technologies
Robert Jacek Moritz, Alta SA – distinction

SPECIAL AWARD

Małgorzata Adamkiewicz, Adamed Pharma SA

NOWOROCZNA INTEGRACJA W STYLU EXECUTIVE CLUB

9 stycznia wraz z zaproszonymi klubowiczami i osobami towarzyszącymi świętowaliśmy nowy rok podczas „New Year’s Welcome Party”. O pyszne jedzenie i orzeźwiające napoje zadbała restauracja Strefa.

Wydarzenie miało charakter nieformalny, a jego ideą była integracja i wspólne celebrowanie 2020 roku.

Spotkanie otworzyły życzenia od Prezes Executive Club Beaty Radomskiej, Przewodniczącego Rady Klubu prof. Michała Kleibera oraz Wiceprzewodniczącego Rady Klubu prof. Piotra Płoszajskiego.

Goście mieli również okazję wysłuchać krótkich wystąpień i prezentacji w wykonaniu Pana Roberta Siewierskiego – General Manager East Europe, HMD Global oraz Pani Beaty Rosiak – Dyrektor Ubezpieczeń Zdrowotnych, TU Inter Polska.

Wieczorem odbyła się także loteria wizytówkowa, w której do wygrania były atrakcyjne nagrody przekazane przez naszych Partnerów, m.in. telefony marki Nokia, voucher na usługę Audytu Wybranego Procesu Komunikacji od KODA Bots, upominki od marki Nespresso oraz karty lunchowe od Edenred.

NEW YEAR’S INTEGRATION WITH EXECUTIVE CLUB

On January 9, together with invited club members and accompanying persons, we celebrated the new year during the “New Year’s Welcome Party”. Strefa restaurant took care of delicious food and refreshing drinks. The event was informal and its idea was to integrate and celebrate 2020 together.

The meeting was opened by wishes from the President of the Executive Club of Beata Radomska, Chairman of the Club Council prof. Michał Kleiber and Vice President of the Club Council prof. Piotr Płoszajski.

The guests also had the opportunity to listen to short speeches and presentations by Mr. Robert Siewierski –

General Manager of East Europe, HMD Global and Mrs. Beata Rosiak – Health Insurance Director, TU Inter Polska.

In the evening there was also a business card lottery, in which attractive prizes submitted by our partners could be won, including Nokia phones, voucher for the Audit of the Selected Communication Process service from KODA Bots, gifts from the Nespresso brand and lunch cards from Edenred. ●

PARTNERZY / PARTNERS

Towarzystwo Ubezpieczeń Inter Polska,
KODA Bots, Lyreco Polska, Nokia









THE BEST HR PARTNER

CIGNO CONSULTING

Od lat z sukcesem wspieramy czołowe organizacje w docieraniu do najlepszych kandydatów do pracy. Sprawnie łączymy wartościowych pracowników z wartościowymi pracodawcami. Zaufało nam wielu przedsiębiorców, dla których odkrywamy nowe talenty a także wspieramy realizację innych strategicznych projektów z zakresu HR.

WSPIERAMY KLIENTÓW W DZIAŁANIACH TAKICH JAK:

- rekrutacja i selekcja
- direct i executive search
- assessment center i development center
- badanie satysfakcji i ocena pracowników
- outplacement

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



+48 22 409 25 31



REKRUTACJA@CIGNO.PL

reklama



Zwiększamy komfort podróży

Wygodne i ekologiczne autobusy, szybka kolej, kilometry nowych dróg i autostrad. Ze wsparciem BGK realizowane są inwestycje we wszystkich regionach naszego kraju, komfort podróżowania Polaków poprawia się z dnia na dzień, a czas dojazdu znacznie skraca.



SAVE THE DATE

Nadchodzące wydarzenia Executive Club w 2020 roku

*Upcoming Executive Club events
in 2020*

3 marca
3 March

Infrastruktura Polska i Budownictwo
Polish Infrastructure & Construction
The Westin Warsaw

18 marca
18 March

Agrobiznes 4.0
Agribusiness 4.0
Hotel Bristol, Warszawa

28 kwietnia
28 April

Executive Forum
Sheraton Grand Warsaw

23 czerwca
23 June

Real Estate Investment Summit
Radisson Collection Hotel, Warszawa



WARSAW
BUSINESS JOURNAL
GROUP

Where the world goes for **POLISH BUSINESS NEWS**



Poland A.M.
Executive News Daily

WARSAW
BUSINESS JOURNAL

BOOK OF LISTS

Publisher: Morten Lindholm mlindholm@valkea.com +48 783 065 722

MUTUAL SERVICES PROGRAM

FOR EXECUTIVE CLUB MEMBERS



Enjoy attractive discounts offered by other
Club Members

—

Present own products and services
on preferential terms

—

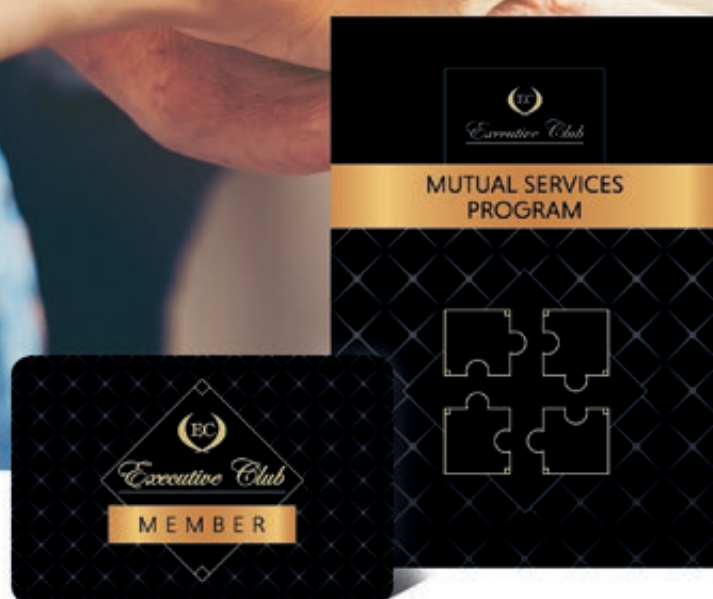
Gain the opportunity to reach new business clients

—

Stand out among companies associated with the Club

—

Receive a personalized Member Card of our Club,
providing discounts in our Program



INFORMATION ABOUT MUTUAL SERVICES PROGRAM

www.executive-club.com.pl/en/msp



Executive Club

2020 REAL ESTATE INVESTMENT SUMMIT

New Wave Development

4th
Edition

June 23, 2020
Radisson Collection Hotel, Warsaw

WITH PATRONAGE OF



More information about partnership and participation at:
www.executive-club.com.pl and telephone: (+48) 530 306 046