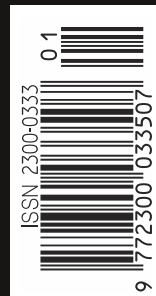


Magazyn ludzi biznesu

przedsiębiorcy@eu

1/2026

Cena 9.90 zł (w tym 8% VAT)



NR INDEKSU 40540X

Ambasadorki DOBREGO STYLU



Agnieszka **Jędrzejewska**



Paulina **Podcaba**



Sylwia **Piåtkowska**



Ilona **Kaczyńska**



Kamila **Stachera-Szpyt**



Kamila **Wrzodak-Frydrych**



Dołącz do Klubu Integracji Europejskiej

Klub Integracji Europejskiej to elitarne stowarzyszenie ludzi biznesu, którym zarządza Europejskie Forum Przedsiębiorczości. Klub został powołany już przeszło 20 lat temu z inicjatywy przedsiębiorców działających na terenie Mazowsza. W tym czasie zyskiwał na popularności i rozszerzał zakres działania, dzięki czemu obecnie obejmuje obszar całej Polski.

Co wyróżnia Klub Integracji Europejskiej spośród innych klubów biznesu?

Nasze kontakty biznesowe budujemy w pierwszej kolejności na organicznych i trwałych relacjach towarzyskich, a nie na agresywnym networkingu dominującym w działalności większości klubów biznesu.

Nasi członkowie bardzo cenią sobie fakt, że mogą w mniej zobowiązującej formule dzielić się doświadczeniem, wymieniać poglądy oraz zawierać nowe kontakty biznesowe, często oparte na przyjaźni. Temu celowi podporządkowana jest formuła klubowych spotkań, wśród nich: kolacje i lunchy biznesowe, szkolenia, kojarzenia ofert gospodarczych, a także imprezy okolicznościowe, w tym bale czy prestiżowe gale.

Czego oczekujemy od potencjalnych kandydatów na członków Klubu Integracji Europejskiej?

Zależy nam, aby każdy nowy członek stał się wartościową częścią naszej społeczności. Przedsiębiorcy zrzeszeni w klubie mają już ugruntowaną pozycję na rynku, cieszą się dobrą opinią wśród klientów i kontrahentów oraz udzielają się społecznie. Rozpatrujemy kandydatury firm działających od co najmniej trzech lat, zarekomendowanych przez Firmę członkowską.

Jak promujemy biznesy?

Europejskie Forum Przedsiębiorczości jest wydawcą magazynu „przedsiębiorcy@eu” dystrybuowanego w ogólnopolskiej sieci sprzedaży Empik, Relay i InMedio. Na jego łamach członkowie klubu mogą zaprezentować swoje biznesy. Magazyn oraz klub są partnerami wielu ogólnopolskich wydarzeń gospodarczych, Teraz Polska, czy innych, na które członkowie klubu są zapraszani. Forum jest także obecne w Social Mediach, gdzie promuje oferty członków wobec szerszego grona odbiorców. Prężnie działa również zamknięta grupa członkowska Klubu na Facebooku, będąca kolejnym miejscem, w którym nawiązują się relacje przyjacielskie i biznesowe.

Klub to też prestiż dla jego członków!

Europejskie Forum jako wydawnictwo i administrator klubu prowadzi liczne konkursy. I tak w ramach Projektu „Twarze Biznesu Polskiej Gospodarki” przyznaje tytuły Lidera Przedsiębiorczości, Filarów Polskiego Biznesu oraz EuroSukces. Forum nagradza również wyjątkowe osobowości ze świata filmu i sceny statuetkami Złota Iguana, Gracie i Ambasador Dobrego Stylu. Przedsiębiorcy z długoletnim stażem w klubie otrzymują statuetkę Bizona Biznesu za współpracę i pomoc w pracach programowych klubu.

Dołącz teraz!

Jeżeli dążysz do poszerzania swoich kontaktów biznesowych oraz budowania trwałych, przyjaznych relacji opartych na szacunku i zaufaniu, to doskonale odnajdziesz się w Klubie Integracji Europejskiej.



Drodzy Czytelnicy,

nieustannie zadziwia mnie, jak wielowymiarowy potrafi być współczesny biznes. To ważne, bo dzisiejszy rynek nie wybacza stagnacji; wymaga od nas elastyczności, odwagi w dywersyfikacji działań oraz ciągłego poszerzania horyzontów. Ten numer magazynu „przedsiębiorcy@eu” jest hołdem dla tych, którzy nie tylko doskonale rozumieją te reguły gry, ale swoją codzienną postawą i wartościami wyznaczają zupełnie nowe standardy w polskiej gospodarce.

Na dobry początek zapraszam Was do zapoznania się z relacją z XVII Wielkiej Gali Dobrego Stylu, która w tym roku odbyła się w niezwykle eleganckich wnętrzach Warsaw Presidential Hotel. To wyjątkowe święto kultury, sztuki i biznesu pozwoliło nam ponownie uhonorować wybitne osobowości. Z dumą przedstawiamy tegoroczne laureatki tytułu Ambasadorki Dobrego Stylu 2026 – silne, pełne pasji kobiety sukcesu, które łączą profesjonalizm z nienaganną klasą.

Na dział „W biznesie” składają się inspirujące portrety przedsiębiorców, którzy udowadniają, że sukces buduje się nie tylko na unikalnych kompetencjach, ale też na stabilnych relacjach. Poznać biznesy budowane przez rodziny i przyjaciół, a także silne przedsiębiorczynie i przedsiębiorców uchylających rąbką tajemnicy, jak pasję, konsekwencję i nieszablonowe myślenie przekuć w dobrze prosperujący biznes.

Sekcje „W paragrafie” oraz „Z szuflady eksperta” to rzetelne kompendium wiedzy dla każdego przedsiębiorcy. Analizujemy kluczowe zmiany prawne, w tym nowelizację ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa (wdrażającą dyrektywę NIS 2) oraz przyglądamy się instytucji fundacji rodzinnej jako nowoczesnemu i bezpiecznemu fundamentowi sukcesji w firmach rodzinnych. Eksperti podpowiadają także, jak zarządzać ryzykiem finansowym wynikającym z konfliktów pracowniczych, jak skutecznie likwidować dług szkoleniowy w sektorze MŚP czy jak budować odporność psychiczną lidera pod stałą presją rynku.

Pamiętajmy jednak, że odpowiedzialny lider to człowiek, który potrafi zadbać o własny dobrostan. W działach poświęconych zdrowiu, urodzie i modzie przyglądamy się nowoczesnym technologiom pomagającym zadbać o urodę, a eksperci podpowiadają, jak dzięki profilaktyce wystrzec się groźnych chorób. Zajrzemy też do inspirującego świata mody – w tym numerze skupiając się przede wszystkim na dodatkach, które są ukoronowaniem każdej przemysłanej stylizacji.

W dziale „Kultura na widelcu” jak co roku zajrzemy też na jedno z najciekawszych wydarzeń towarzyszących sezonowi, czyli na Zawody Wędkarskie Aktorów im. Mariana Łącza oraz za kuliszy programu „Debiutantki”, a także poznamy niezwykle osobowości, które pasję życia odnalazły w kreatywności i sztuce. Z kolei w ostatnim, ale niezwykle ważnym dziale „Z potrzeby serca” prezentujemy wyjątkowe kobiety, które poświęciły się pomaganiu i na co dzień zmieniają świat na lepsze.

Dobry styl w biznesie to coś znacznie więcej niż idealnie skrojony garnitur czy nienaganne portfolio. To postawa, w której profesjonalizm idzie w parze z empatią, a sukces staje się narzędziem do czynienia dobra i budowania trwałych więzi. Mam ogromną przyjemność obserwować, że to właśnie te wartości jednoczą społeczność skupioną wokół Klubu Integracji Europejskiej. Życzę Państwu inspirującej lektury, która przyniesie nie tylko solidną dawkę biznesowej wiedzy, ale także nową energię do realizacji najbardziej ambitnych wizji.

Barbara Jończy

Redaktor naczelna magazynu „przedsiębiorcy@eu”
Prezes Europejskiego Forum Przedsiębiorczości

6 AMBASADORKI DOBREGO STYLU

Wieczór elegancji, sukcesu i inspirujących osobowości	6
Kamila Wrzodak-Frydrych: Dobry styl to życie w zgodzie ze sobą	10
Agnieszka Jędrzejewska: Klasyczna elegancja zawsze jest na miejscu	12
Ilona Kaczyńska: Dyskrecja i zaufanie	14
Sylvia Piątkowska: Przede wszystkim klasa	16
Paulina Podcaba: Po pierwsze autentyczność	18
Kamila Stachera-Szpyt: Dobry styl to harmonia	20

22 W BIZNESIE

Unicraft Solutions. Od budowy tarasów po bezpieczeństwo energetyczne	22
Nieruchomości to więcej niż metry kwadratowe – to decyzje, które zmieniają życie	24
Lider to nie stanowisko, to świadomość	26
Ruch zamiast ekranu – jak Sensory Gym zmienia dzieciństwo na lepsze	28
Architektura wolności. Jak wygrać z globalną niepewnością gospodarczą?	30
Alpin-Jar – specjaliści pracy na wysokościach	31
Biznes w otoczeniu natury i emocji	32
Dywersyfikacja budowana na doświadczeniu	34
Więcej niż sport	36
Prawda nie ma granic. I zawsze ma swoją cenę	38
Inwestowanie w doświadczenia	40
Mazury przez dwanaście miesięcy. Dlaczego przyszłość regionu nie kończy się wraz z wakacjami?	42
Piwniczka na wina na wyciągnięcie ręki...	44

46 W PARAGRAFIE

Dobry prawnik pomaga podejmować decyzje	46
Ustawa o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa zmienia reguły gry	48
Mobbing i konflikty w firmie – dlaczego dziś to jedno z największych ryzyk finansowych przedsiębiorcy?	50
Sukcesja w firmie rodzinnej	52

54 Z SZUFLADY EKSPERTA

Psychika przedsiębiorcy pod presją.	
Dlaczego sama siła woli już nie wystarcza?	54
Strategia pod presją. Jak podejmować decyzje, gdy stawka jest najwyższa	56
Jak dbać o cyberbezpieczeństwo w firmie?	58
Rozwój pracowników zależy od stylu zarządzania, a nie wydarzeń. Jak w Mentorica likwidujemy dług szkoleniowy polskich MSP	60
Najwyższy standard bezpieczeństwa w życiu i finansach	62
Architektura Odporności: Jak przetrwać niepowodzenie projektu i nie przynieść stresu do domu	64

66 ZDROWIE I URODA

Wiosenny update systemu. Dlaczego jako liderki musimy dbać o naszą wewnętrzną logistykę?	66
Nowa jakość życia po redukcji masy ciała.	
Jak skutecznie pozbyć się nadmiaru skóry?	68
Fryzjerstwo to więcej niż stylizacja	70
Estetyka przyszłości	72
Przede wszystkim profilaktyka	74
Lepsze spojrzenie na świat	76
Alergie w ziewne	78

90 MODA

Okulary, które mówią więcej	80
Każda biżuteria opowiada czyjaś historię	82
Energia tworzenia	84

96 KULTURA NA WIDELCU

Tańcz walca tańcz	86
Skrzydła dla młodych kobiet.	
Od programu „Debiutantki” do konkursu „Młoda Polka”	88
Florian „Ogień i Woda” to coś więcej niż restauracja	90
Relacja z XXIX Zawodów Wędkarskich Aktorów im. Mariana Łąca	92

104 Z POTRZEBY SERCA

Nadzieja po wypadku	94
Dziecko potrzebuje ludzi, którzy zobaczą w nim coś więcej niż chorobę	96

Redakcja:
Europejskie Forum Przedsiębiorczości Sp z o.o.
ul. Trębacka 4 lok 223 A
00-074 Warszawa
tel. 501 243 876
e-mail: redakcja@przedsiebiorcy.eu,
www.przedsiebiorcy.eu

Redaktor naczelna:
Barbara Jończyk

Zastępca redaktora naczelnego:
Krzysztof Jończyk

Sekretarz redakcji:
Rafał Korzeniowski

Zespół redakcyjny:
Barbara Jończyk, Izabela Włodarczyk,
Izabella Jarska, Małgorzata Puczyłowska,
Rafał Korzeniowski, Krzysztof Jończyk,

Elżbieta Tomaszewska, Natalia Kamińska.

Reklama:
redakcja@przedsiebiorcy.eu
tel. 501 243 876

Wydawca:
Europejskie Forum Przedsiębiorczości Sp. z o.o.
ul. Trębacka 4 lok 223 A,
00-074 Warszawa

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

WYTWÓRNA WÓD GAZOWANYCH



Mr. DARK

Mr. DARK[®]
white
color

Mr. DARK[®]
black
color



17. Wielka GALA DOBREGO STYLU

Wieczór elegancji, sukcesu i inspirujących osobowości

Blisko 240 gości – przedsiębiorców, menedżerów, artystów i dziennikarzy oraz znanych osobistości życia publicznego – uczestniczyło w organizowanej przez Klub Integracji Europejskiej XVII Wielkiej Gali Dobrego Stylu. To prestiżowe wydarzenie od lat łączy świat przedsiębiorczości, kultury i sztuki, promując ludzi sukcesu, dobry styl oraz najwyższe standardy życia społecznego i zawodowego.

Fot. Jerzy Polański (6)



Laureaci „Złotej Iguany” oraz statuetki „Gracja”.

Ambasadorki Dobrego Stylu 2026

Szczególnym uznaniem uhonorowano kobiety sukcesu, które swoją działalnością zawodową oraz postawą promują wartości związane z kulturą biznesu, elegancją i profesjonalizmem.

Tytuł Ambasadorki Dobrego Stylu 2026 otrzymały:

Kamila Stachera-Szpyt – twórczyni marki Kamelia Make Up Artist, mistrzyni wizażu i stylistka, która od lat pomaga kobietom odkrywać ich piękno i budować pewność siebie.

Kamila Wrzodak-Frydrych – założycielka Hamak SPA Chill&Beauty, propagatorka holistycznego podejścia do zdrowia, urody i harmonii życia.



Laureatki nagrody „Ambasador Dobrego Stylu 2026”.

Rafał KORZENIEWSKI

Tegoroczna Gala odbyła się w niezwykle eleganckich wnętrzach Warsaw Presidential Hotel. Uroczystego otwarcia wieczoru dokonali organizatorzy wydarzenia – prezes Klubu Integracji Europejskiej Barbara Jończyk oraz prezes Krzysztof Jończyk. W swoim wystąpieniu podkreślili, że Gala od siedemnastu lat pozostaje miejscem spotkań ludzi inspirujących, ambitnych i odnoszących sukcesy, którzy swoją działalnością wpływają na rozwój biznesu, kultury oraz życia społecznego.

Wieczór poprowadziła legendarna Laura Łącz, będąca także przewodniczącą Kapituły przyznającej nagrody i wyróżnienia oraz głównym partnerem Gali od pierwszej edycji. Towarzyszył jej znakomity aktor Mateusz Lisiecki-Waligórski, który z wielką klasą i elegancją współprowadził to wydarzenie.

Sylvia Piątkowska – ekspertka prawa unijnego i funduszy europejskich, od ponad dwóch dekad wspierająca rozwój przedsiębiorstw projektów biznesowych.

Paulina Podcaba – mistrzyni fryzjerstwa, która swoją pasję zamieniła w sztukę kreowania kobiecego piękna i elegancji.

Ilona Kaczyńska – ceniona detektyw prowadząca sprawy w kraju i za granicą, wyróżniająca się skutecznością, dyskrecją i profesjonalizmem.

Agnieszka Jędrzejewska – dyrektor generalna jednego z największych hoteli w Warszawie, od ponad trzydziestu lat związana z branżą hotelarską, budująca sukces poprzez najwyższe standardy obsługi i zarządzania.

Firma Godna Polecenia

Jednym z najważniejszych punktów programu Gali było wręczenie statuetek „Firma Godna Polecenia” przyznawanych przedsiębiorcom, którzy zostali przyjęci do grona członków Klubu Integracji Europejskiej. Wszystkie wyróżnienia i statuetki wręczyli laureatom Barbara Jończyk i Krzysztof Jończyk.

W gronie wyróżnionych znaleźli się:

Andrzej Wyrzykowski

– Przedsiębiorstwo Farmaceutyczne LEK-AM Sp. z o.o.

Urszula Kolańska

– Twórczyni Nowego JA

Jarosław Bartniczak

– Interguard Sp. z o.o.

Barbara Kuśmierczyk – Hotel Splendor

Ewa Suchora-Natkaniec

– Verum Design

Piotr Modrzejewski

– Kancelaria Modrzejewski i Wspólnicy

Sylvia Michałek-Łuczak i Michał Łuczak

– Ventoni Sp. z o.o.

Małgorzata Nizińska-Zatchij

– M. Ceramic BY ME

Dorota Wasemüller

– Centrum Zdrowych Pleców

Jasmin Soltani – Arabian Sahlhare

Mariola Ratajczyk – ReKonArt



Laureaci statuetki „Firma Godna Polecenia”, Członkowie Klubu Integracji Europejskiej.



Pokaz mody z udziałem marki Nina Basco oraz Firmy Amadeuss.

Styl, moda i kultura

Tradycją Gali Dobrego Stylu, będącej wydarzeniem celebrującym piękno – zarówno wewnętrzne, jak i zewnętrzne – jest bogaty program kulturalny i charytatywny. Eleganckim i wzruszającym akcentem był tradycyjny występ Debiutantek Fundacji Królowej Marii Kazimierzy pod kierunkiem Agnieszki Michalczyk. Młode damy wraz z partnerami z Teatru Tańca Uniwersytetu Warszawskiego „Warszawianka” otworzyły galę uroczystym walcem, zachwycając publiczność elegancją i wdziękiem.

Artystyczną oprawę wydarzenia wzbogaciły dwa pokazy mody marki Nina Basco należącej do projektantki Olgi Świe-

chowicz. Kreacjom towarzyszyła ekskluzywna biżuteria firmy Amadeuss Elżbiety Wojciechowskiej. W roli modelek wystąpiły znane aktorki, a same pokazy spotkały się z entuzjastycznym przyjęciem publiczności. Nad tą częścią programu czuwała niezastąpiona dziennikarka Małgorzata Puczyłowska.

Niezwykłym zwieńczeniem części artystycznej był koncert Anny Marii Adamiak – wybitnej śpiewaczki, wokalistki i propagatorki polskiej kultury muzycznej, która zachwyciła gości swoim kunsztem i sceniczną charyzmą.

Jak co roku gala miała również wymiar charytatywny. Podczas wydarzenia prowadzono akcję wsparcia Fundacji

„Kochaj Życie” Małgorzaty Nowotnik, na rzecz której przygotowano specjalną zbiórkę połączoną z loterią dobroczynną.

Po części oficjalnej Debiutantki ze swoimi partnerami zaprosili wszystkich gości do poloneza, co było sygnałem, że bal pora zacząć!

XVII Wielka Gala Dobrego Stylu po raz kolejny potwierdziła swoją wyjątkową pozycję na mapie najważniejszych wydarzeń integrujących środowisko przedsiębiorców, ludzi kultury i mediów. Był to wieczór pełen inspirujących spotkań, wzruszeń, elegancji oraz sukcesów ludzi, którzy swoją pracą i postawą udowadniają, że dobry styl to nie tylko sposób ubierania się, ale przede wszystkim styl życia. ■



Krzysztof „Diablo” Włodarczyk z Organizatorami Gali: Barbarą i Krzysztofem Jończykami.



Laura Łącz

Gracje 2026

Ogromne emocje wzbudziło wręczenie statuetek „Gracja”, przyznawanych wybitnym kobietom świata kultury, mediów i estrady.

Tegorocznymi laureatkami zostały:

Mariola Bojarska-Ferenc – dziennikarka, propagatorka zdrowego stylu życia i pionierka fitnessu w Polsce. Nagrodę otrzymała za wieloletnie inspirowanie Polek do dbania o zdrowie, aktywność fizyczną oraz harmonijne łączenie piękna z dobrym samopoczuciem.

Halina Mlynkova – wokalistka, autorka tekstów i osobowość sceniczna, która od lat zachwyca publiczność wyjątkową wrażliwością artystyczną oraz konsekwentnie rozwija własną drogę twórczą, łącząc muzykę współczesną z inspiracjami folkowymi.

Złote Iguaany 2026 dla wybitnych osobowości

Kulminacyjnym punktem wieczoru było wręczenie prestiżowych statuetek „Złota Iguaana”, przyznawanych wybitnym osobowościom świata kultury, mediów i sportu za osiągnięcia zawodowe oraz wkład w rozwój swoich dziedzin.

Laureatami zostali:

Monika Olejnik – za wybitne osiągnięcia dziennikarskie, niezależność, profesjonalizm i stworzenie standardów współczesnego dziennikarstwa politycznego.

Małgorzata Walewska – za światowej klasy osiągnięcia artystyczne oraz promocję polskiej kultury na największych scenach operowych świata.

Małgorzata Potocka – za wieloletni wkład w rozwój polskiego filmu, teatru i działalności artystycznej.

Aleksandra Konieczna – za wybitne kreacje aktorskie i znaczący wkład w rozwój współczesnego polskiego kina i teatru.

Marzena Rogalska – za działalność medialną, literacką oraz inspirowanie kobiet do odwagi, rozwoju i realizacji marzeń.

Krzysztof „Diablo” Włodarczyk – za wybitne sukcesy sportowe, zdobycie tytułów mistrza świata i promowanie wartości sportowej rywalizacji.

Zbigniew Zamachowski – za imponujący dorobek aktorski oraz niezapomniane role filmowe, teatralne i muzyczne.

Krzysztof Skórzyński – za rzetelność dziennikarską, profesjonalizm i budowanie zaufania widzów poprzez wysokie standardy pracy medialnej.

partnerzy gali



Dobry styl to życie w zgodzie ze sobą

ROZMAWIA BARBARA JOŃCZYK

Kamila Wrzodak-Frydrych

Wizjonerka i założycielka konceptu Hamak SPA Chill&Beauty

Czym jest według Ciebie dobry styl?

To określony sposób życia, dbania o siebie, podejścia do kobiecości i męskości, który wykracza poza modę. W tradycyjnym rozumieniu styl oznacza estetykę, ale ja chciałabym określić go znacznie szerzej. To przede wszystkim sposób, w jaki człowiek traktuje siebie, dba o ciało i emocje, tworzy wokół siebie przestrzeń i żyje na co dzień. Dobry styl polega więc na świadomym życiu i dbaniu o własny dobrostan.

Kogo uważasz za ikonę dobrego stylu?

To dla mnie nietławe pytanie. Nie ma jednej takiej osoby. Chciałabym powiedzieć, że JA. Ba, chciałabym móc powiedzieć to z takim przekonaniem, jakie noszę w sobie, z poczuciem, że nikt tego nie oceni, ale chyba jako społeczeństwo nie jesteśmy na tyle dojrzały emocjonalnie, żeby nie oceniać po ego. Niemniej uważam, że każdy z nas powinien być dla siebie autorytetem. Jesteśmy swoimi najlepszymi uczniami i nauczycielami, bo tylko my jesteśmy odpowiedzialni za swoje życie i to siebie będziemy z niego rozliczać. Tak myślę, chociaż wiem, że nie każdy będzie chciał to zrozumieć.

Jak opisałabyś siebie w kilku zdaniach?

Kamila to super człowiek! A tak całkiem poważnie: kocham ludzi, kocham swoje życie. Zawsze miałam w sobie bardzo dużo miłości dla innych, a od jakiegoś czasu mam jej równie dużo dla samej siebie. Lubię to, kim jestem i jaka jestem. Dziś nie ma we mnie nic, co chciałabym zmienić, bo to, co wyłapuję, zmieniam na bieżąco. W życiu zawodowym i prywatnym codziennie spełniam marzenia swoje i swoich podopiecznych, a moją misją jest niesienie pomocy innym. Kocham muzykę i taniec, obcowanie z naturą oraz podróże. Z każdego urlopu wracam z głową pełną pomysłów i kreatywnych działań, ponieważ wiem, jak ważne jest zachowanie równowagi i zdrowia psychicznego, a przewietrzenie głowy zawsze działa.

Jak opisałabyś swój osobisty styl?

To przede wszystkim bycie sobą i życie w zgodzie ze sobą. Nie umiem kłamać i nie udaję kogoś, kim nie jestem. Mój styl to uśmiech, radość i celebrowanie każdej chwili. Każdego dnia łączę rolę mamy, żony, przyjaciółki, liderki, mentorki, właścicielki biznesu i kosmetyczki. Każda z tych ról jest inna, ale to, co je łączy, to JA – szczerza i prawdziwa. To jest mój styl

i moja moc, którą doceniają ludzie wokół mnie. A bardziej modowo? Lubię dobrą jakość, zarówno w biznesowym, jak i casualowym stroju na spacer do lasu. To, czym się otaczamy, czy się szanujemy i czym otulamy nasze ciało, ma wpływ na naszą energię i samopoczucie.

Jak wyglądała twoja ścieżka zawodowa?

Jestem założycielką i właścicielką salonu kosmetycznego Hamak SPA Chill&Beauty. Miłość do ludzi, pasja do kosmetyki, zamiłowanie do psychologii, twórczość i kreatywność, niepomawiana ciekawość życia – to wszystko sprawia, że nie potrafię i nie chcę zajmować się tylko jedną dziedziną. Chęć niesienia pomocy innym realizuję nie tylko w gabinecie. Współtworzę również program well-beingowy dla pracowników korporacyjnych, jestem mentorką jednej z dużych fundacji wspierających polską gospodarkę, piszę książkę i tworzę program, dzięki któremu praca setek kosmetyczek stanie się dużo łatwiejsza.

Czy w twojej profesji dobry styl odgrywa ważną rolę? Na co zwracasz szczególną uwagę, przygotowując się do biznesowego spotkania?

Nie ma dla mnie znaczenia, czy to spotkanie biznesowe, czy w gabinecie z klientem, czy z przyjaciółmi lub z moimi dziećmi. Na każdą okazję przygotowuję się tak samo. To znaczy, że szanuję czas innych ludzi, a moja uważność na drugiego człowieka jest na bardzo wysokim poziomie. Słucham i zapamiętuję, dzięki czemu jestem jak najcenniejsza stara księga przechowująca tajemnice i doświadczenie. Co mi to daje? Niesamowite możliwości łączenia ludzi i faktów, dzięki czemu połączyłam już ze sobą wiele osób, które na tym skorzystały. Szacunek to element dobrego stylu, dlatego każde spotkanie jest dla mnie tak samo ważne i do każdego podchodzę z uśmiechem i dobrym nastawieniem.

Co uważasz za swoje największe osiągnięcie, zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym?

Świadomość siebie. To z niej zrodzona jest cała reszta. Jako mała dziewczynka zawsze chciałam pomagać innym. Już w szkole podstawowej wspierałam koleżanki, pokazując im mnogość rozwiązań

i przyjemność patrzenia na świat przez różowe okulary. Miałam wizję przestrzeni, w której będę mogła rozwiązywać różne problemy i dziś to założenie spełnia Hamak SPA Chill&Beauty. To miejsce, w którym dzieje się tak wiele dobrego, gdzie po przekroczeniu progu zaczynasz odpoczywać, a kiedy wychodzisz, masz wrażenie przeniesienia się w inną, spokojniejszą i piękniejszą rzeczywistość. To przestrzeń, która powstała z miłości do ludzi i pasji do kosmetyki oraz holistycznego podejścia do życia. Można tu znaleźć nie tylko zabiegi kosmetyczne, urządzenia hitech, strefę SPA czy podstawowe zabiegi z zakresu pielęgnacji dłoni, stóp czy oprawy oka. Codziennie łączymy tu edukację w nurcie Longevity z wsparciem psychologicznym i mentalnym, tworząc wspierającą się społeczność kobiet i mężczyzn.

Mam też fantastyczną, wspierającą się rodzinę. Wychowuję dzieci w edukacji domowej, czyli tak, jak chciałam i to się nam sprawdza. Tworzę wieloletnie relacje, a ludzie wiedzą, że mogą na mnie liczyć. Sama dla siebie jestem ważna i stale się rozwijam, zarówno zawodowo, jak i mentalnie. Mam wrażenie, że moim największym bogactwem jest ciągła chęć uczenia się i doświadczenia nowego. To bogactwo życia. To mój sukces.

Czego nie tolerujesz w zachowaniu innych ludzi?

Brzydzę się kłamstwem. Nie znoszę powierzchownego oceniania. Nie lubię ludzi, którzy myślą, że są nieomylni. Szczęśliwie doszłam już do takiego etapu, że świadomie wybieram ludzi, którymi się otaczam i nie marnuję czasu na relacje tylko dlatego, że wypada.

Jakie masz plany na najbliższy czas – zarówno te związane z pracą zawodową, jak i osobiste?

Jestem coraz bliżej spełnienia wszystkich wcześniej przyjętych założeń i postanowień. Mam nadzieję, że jeszcze w tym roku pojawi się moja pierwsza książka, ruszymy ze wspomnianym już wcześniej przeze mnie programem well-beingowym oraz odbędzie się premiera mojego programu dla branży beauty. Gdy jedno projekty są finalizowane, kolejne zaczynają już raczkować, zatem mam wrażenie, że to się nigdy nie skończy! ■



Klasyczna elegancja zawsze jest na miejscu

ROZMAWIA BARBARA JOŃCZYK

Czym jest według ciebie dobry styl?

Uważam, że dobry styl to przede wszystkim klasyczna elegancja. Klasa w ubiorze wpływa na wrażenie, jakie wywieramy, szczególnie przy pierwszym kontakcie z drugą osobą. Według mnie kluczowe znaczenie ma estetyka, a także subtelność w doborze biżuterii i makijażu. Konsekwentnie i świadomie kreowany wizerunek ma ogromną moc – może podkreślać profesjonalizm, wzmacniać pewność siebie, a nawet sprzyjać wzbudzaniu zaufania w relacjach z innymi.

Kogo uważasz za ikonę dobrego stylu?

Inspiruje mnie Ralph Lauren, uznawany za ikonę klasycznej elegancji, ale i sportowej mody. Lubię styl, w jakim projektuje, bo można w jego kolekcjach znaleźć coś na każdą okazję – zarówno na spotkania biznesowe, jak i te mniej formalne – zawsze utrzymując się w pewnej konwencji. Podstawę jego filozofii stanowi przekonanie, że ubranie powinno podkreślać osobowość, a nie ją dominować, z czym się w pełni zgadzam.

Jak opisałabyś swój osobisty styl?

Lubię klasykę, wybieram głównie ciemne garnitury, a w pracy zawsze noszę marynarkę. Taki ubiór pozwala mi wyglądać profesjonalnie i jednocześnie naturalnie. Ważne jest dla mnie również to, aby dobrze się czuć nawet w oficjalnym stroju, ponieważ komfort daje większą pewność siebie. W wolnym czasie wybieram bardziej swobodne stylizacje. Poza pracą najczęściej wybieram jeansy i sneakersy.

Jak wyglądała twoja ścieżka zawodowa?

Moja pasja do hotelarstwa narodziła się bardzo wcześnie. Dzieciństwo spędziłam w Stanach Zjednoczonych. Zwiedzając ten kraj wzdłuż i wszerz, zawsze zatrzymywaliśmy się z rodziną w hotelach. Już wtedy marzyłam o pracy w turystyce lub hotelarstwie. W 1989 roku rozpoczęłam naukę w liceum w samym centrum Warszawy, gdzie parę ulic dalej otwierał się hotel Marriott. Ponieważ miałam, i cały czas mam, sentyment do wszystkiego, co jest „amerykańskie”, powiedziałam sobie wtedy, że będę tam pracować. Parę lat później zostałam zatrudniona właśnie w tym hotelu, co było speł-

Agnieszka Jędrzejewska

Hotelarz z 30-letnim doświadczeniem,
Dyrektor Generalny Hotelu Presidential w Warszawie

nieniem moich marzeń. Moje doświadczenie zawodowe, zdobywane w różnych działach, począwszy od recepcji, przez dział sprzedaży i dział IT, po księgowość – pozwoliło mi zyskać bardzo szerokie spojrzenie na branżę oraz cenne, wszechstronne doświadczenie.

Czy w twojej profesji dobry styl odgrywa ważną rolę? Na co zwracasz szczególną uwagę, przygotowując się do biznesowego spotkania?

W pracy hotelarza wycucie stylu ma ogromne znaczenie, ponieważ reprezentujemy obiekt pięciogwiazdkowy. Goście często oceniają jakość danego miejsca po pierwszych sekundach kontaktu z pracownikami. Ubiór zespołu powinien być spójny z wizerunkiem hotelu – zawsze schludny i zgodny ze standardami panującymi w branży. Osobiście, gdy przygotowuję się do spotkania, wybieram garnitur, ponieważ najlepiej oddaje charakter zarówno mojego miejsca pracy, jak i zajmowanego stanowiska.

Co uważasz za swoje największe osiągnięcie, zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym?

Moim największym zawodowym osiągnięciem było z pewnością objęcie sta-

nowiska Dyrektora Generalnego w jednym z największych hoteli w Warszawie. Jest to również piękne zwieńczenie mojej kariery hotelarskiej. Tajemnicą sukcesu każdego menadżera jest profesjonalny zespół, działający z pasją i zaangażowaniem – dokładnie taki mam przyjemność współtworzyć i reprezentować. Nie ma dla nas rzeczy niemożliwych, a nasza praca pozwala nam osiągać ambitne cele. W życiu prywatnym, pomimo intensywnej pracy zawodowej, udało mi się zbudować bliską relację opartą na zaufaniu i przyjaźni z moją dorosłą już córką.

Jakie masz plany na najbliższy czas – zarówno te związane z pracą zawodową, jak i osobiste?

Hotel jest żywym organizmem, więc pracujemy w bardzo dynamicznym środowisku. Nigdy nie da się do końca przewidzieć, jak będzie wyglądał nasz dzień albo kiedy się skończy. Aktualnie długoterminowym priorytetem zarówno dla mnie, jak i całego mojego zespołu, jest dalsze umacnianie marki Presidential na rynku. Osobiste plany w naszej branży są mocno uzależnione od tego, jakie wydarzenia odbywają się w Hotelu, ale po tylu latach można to spokojnie pogodzić. ■

Pięciogwiazdkowy Warsaw Presidential Hotel położony w samym sercu Warszawy oferuje luksusowe pokoje i apartamenty oraz szeroki wybór udogodnień dla gości biznesowych i turystycznych. Doskonała lokalizacja sprawia, że najważniejsze atrakcje miasta znajdują się na wyciągnięcie ręki. Od ponad 35 lat mamy zaszczyt gościć prezydentów, artystów oraz gości z całego świata. Najwyższy standard obsługi i wyjątkowa atmosfera sprawiły, że zaufały nam tysiące odwiedzających. Nasz hotel oferuje 521 pokoi i apartamentów, z których każdy zapewnia imponujący widok na panoramę Warszawy. Goście mogą odkrywać autorską kuchnię w nowoczesnej restauracji Floor No.2, odpocząć w eleganckim Lobby Barze lub podziwiać panoramę miasta z 40. piętra w Panorama Sky Bar – jednym z najbardziej rozpoznawalnych cocktail barów w Warszawie. Na terenie hotelu znajduje się również ekskluzywny klub OMNI Fitness – nowoczesna przestrzeń treningowa i wellness stworzona z myślą o osobach ceniących aktywny styl życia. Goście mogą zadbać o formę, zrelaksować się w strefie basenu i saun oraz skorzystać z oferty zabiegów SPA, zapewniających chwilę odprężenia po intensywnym dniu. Warsaw Presidential Hotel dysponuje także rozbudowanym zapleczem konferencyjno-eventowym, w tym jedną z największych sal balowych w Warszawie, mogącą pomieścić do 600 osób. Dopełnieniem oferty są ekskluzywne usługi cateringowe realizowane poza hotelem, przygotowywane z dbałością o każdy detal i dopasowane do charakteru wydarzenia.



Dyskrecja i zaufanie

ROZMAWIA BARBARA JONCZYK

Ilona Kaczyńska

Prywatny Detektyw

Czym jest według ciebie dobry styl?

To coś znacznie więcej niż odpowiednio dobrany strój czy znajomość obowiązujących trendów. To sposób bycia, umiejętność zachowania klasy w każdej sytuacji oraz szacunek okazany sobie i innym. W mojej ocenie dobry styl przejawia się przede wszystkim w autentyczności, kulturze osobistej, dyskrecji i odpowiedzialności za własne słowa. To także zdolność zachowania równowagi pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym oraz umiejętność podejmowania decyzji zgodnych z własnymi wartościami.

Kogo uważasz za ikonę dobrego stylu?

Nie wskazałabym jednej konkretnej osoby. Inspirują mnie ludzie, którzy niezależnie od okoliczności pozostają wierni sobie, zachowują godność i potrafią działać zgodnie z własnymi zasadami. Styl to dla mnie nie tylko wygląd, ale przede wszystkim charakter. Największe uznanie budzą we mnie osoby, które potrafią być profesjonalne, empatyczne i konsekwentne, nie tracąc przy tym swojej indywidualności.

Jak mogłabyś opisać siebie w kilku zdaniach?

Jestem osobą niezwykle konsekwentną, spostrzegawczą i zdeterminowaną. W swojej pracy każdego dnia spotykam się z ludzkimi historiami, które wymagają nie tylko analitycznego myślenia, ale również dużej wrażliwości. Cenię uczciwość, lojalność i odpowiedzialność. Prywatnie lubię spokój, rozwój osobisty oraz chwile pozwalające złapać dystans do codziennego tempa życia. Wierzę, że największą siłą człowieka jest umiejętność zachowania równowagi między rozumem a emocjami.

Jak opisałabyś swój osobisty styl?

Mój styl jest odzwierciedleniem mojej osobowości. Stawiam na elegancję, prostotę i ponadczasowość. Nie potrzebuję przesadnych ozdóbników, aby czuć się pewnie. Zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym kieruję się zasadą, że mniej znaczy więcej. Lubię wysoką jakość, dbałość o detale i rozwiązania, które pozostają aktualne niezależnie od zmieniających się trendów. Najważniejsze jednak jest dla mnie to, aby czuć się dobrze ze sobą.

Jak wyglądała twoja ścieżka zawodowa?

Moja droga zawodowa była konsekwencją naturalnej ciekawości świata i ludzi. Od zawsze interesowały mnie mechanizmy ludzkich zachowań oraz poszukiwanie prawdy. Z czasem te zainteresowania przerodziły się w zawód prywatnego detektywa. To praca wymagająca ogromnej odpowiedzialności, dyskrecji, cierpliwości i nieustannego rozwoju. Każda sprawa jest inna i uczy czegoś nowego. Dzięki temu nieustannie poszerzam swoją wiedzę oraz doświadczenie.

Czy w twojej profesji dobry styl odgrywa ważną rolę? Na co zwracasz szczególną uwagę, przygotowując się do biznesowego spotkania?

W moim zawodzie dobry styl ma ogromne znaczenie, choć często jest rozumiany inaczej niż wyłącznie przez pryzmat wyglądu. Kluczowe są profesjonalizm, punktualność, dyskrecja i umiejętność budowania zaufania. Przygotowując się do spotkania, zawsze dbam o merytoryczne przygotowanie, kulturę komunikacji oraz szacunek dla drugiej osoby. Odpowiedni strój jest ważny, ale równie ważne są spokój, opanowanie i umiejętność słuchania.

Co uważasz za swoje największe osiągnięcie, zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym?

To z pewnością zaufanie, którym obdarzają mnie ludzie. W pracy detektywa klienci powierzają mi często bardzo osobiste i trudne sprawy, dlatego świadomość, że mogę im pomóc, a oni mi po prostu ufają, jest niezwykle cenna. Prywatnie moim największym sukcesem jest zachowanie równowagi pomiędzy wymagającą pracą a życiem osobistym oraz otaczanie się ludźmi, z którymi łączą mnie szczerze i wartościowe relacje.

Czego nie tolerujesz w zachowaniu innych ludzi?

Nie akceptuję świadomego oszukiwania, manipulacji oraz braku szacunku wobec drugiego człowieka. W swojej pracy wielokrotnie widzę, jak wiele problemów wynika z nieszczerości i nieuczciwości. Cenię ludzi, którzy potrafią brać odpowiedzialność za swoje decyzje i postępować zgodnie z deklarowanymi wartościami.

Jakie masz plany na najbliższy czas – zarówno te związane z pracą zawodową, jak i osobiste?

Przed wszystkim chcę nadal rozwijać swoją działalność zawodową, poszerzać kompetencje i realizować kolejne ambitne projekty. Zależy mi również na edukowaniu społeczeństwa w zakresie bezpieczeństwa, świadomego podejmowania decyzji oraz ochrony własnych interesów. Prywatnie planuję znaleźć więcej czasu na podróże, rozwój osobisty i realizację pasji, które pozwalają zachować równowagę i spojrzeć na świat z nowej perspektywy. Wierzę, że najlepsze projekty i najważniejsze cele rodzą się właśnie wtedy, gdy potrafimy połączyć zawodową skuteczność z wewnętrznym spokojem. ■



Przede wszystkim klasa

ROZMAWIA BARBARA JONCZYK

Sylwia Piątkowska

Ekspertka w dziedzinie funduszy unijnych z 20-letnim doświadczeniem, bizneswoman, właścicielka Kancelarii Prawno-Unijnej Sp. z o.o.

Czym jest według Ciebie dobry styl?

To połączenie klasycznej elegancji z zasadami *savoir-vivre'u*. Opiera się na szacunku, klasie i umiarze. Tworzy ponadczasowy wizerunek, w którym strój jest dostosowany do okazji, a zachowanie cechuje się *kindersztuba* i *bon ton*. Wymaga harmonijnego połączenia estetyki z etykietą. Stawiam na ponadczasowe kroje, wysoką jakość materiałów i stonowaną kolorystykę, dzięki którym moda nie przysłania osobowości. Styl to nie tylko ubiór, ale przede wszystkim sposób bycia – takt, ogłada oraz poszanowanie rozmówcy. Równie ważne są klasa i umiar: unikanie krzykliwości oraz subtelność w doborze dodatków i makijażu, co tworzy wizerunek pełen klasy. Moje wartości to kultura osobista i szacunek.

Kogo uważasz za ikonę dobrego stylu?

Niezmiennie od wielu lat ikoną dobrego stylu jest dla mnie pani Jolanta Kwaśniewska. Jej sprawczość, aktywność oraz konsekwencja w byciu osobą publiczną zaangażowaną w pomaganie stanowią dla mnie ogromną inspirację. Nienaganna stylizacja dopasowana do spotkania, staranność w mowie i piśmie – zawsze na wysokim poziomie, z klasą, umiarem, szacunkiem do siebie i swoich zadań. To osoba, która zazwyczaj lubi ludzi, darzy każdego szacunkiem, co widać na każdym kroku. Styl pani Kwaśniewskiej, jej doświadość, respekt, który budzi i dystans, który jest jej przywilejem, są dla mnie wyznacznikiem dobrego wychowania. Oczywiście mam własne zdanie i styl, ale często ta wspaniała postać stanowi dla mnie delikatną, acz znaczącą podpowiedź w wielu aspektach.

Jak opisałabyś swój osobisty styl?

Zachowawczy i umiarkowany. Może to się wydać dziwne, bo uważam się za osobę w pełni kobiecą i zmysłową, ale ciche podszepty stanowczo blokują mnie przed gwiazdorzaniem i brokatem. Nie twierdzę, że nie lubię świecidełek. Cenię jednak umiar i potrzebuję wewnętrznej

zgody, by czuć się dobrze z samą sobą. By mieć pewność, że to, co noszę na sobie, jest w zgodzie z tym, co mam w środku, że nikogo nie onieśmielam lub nie wprowadzam w zakłopotanie. Lubię klasykę, spokój i jakość, która zawsze miała dla mnie ogromne znaczenie. W końcu jako zodiakalny Byk jestem dzieckiem Wenus, a to planeta jakości, piękna i obfitości! A bardziej poważnie – wszystko, co robię, co noszę czy co piszę, jest zwyczajnie moje. Nie podkradam niczego, nie naśladuję, nie papuguję. Wiele razy udowodniłam sama sobie, że mogę być z siebie dumna i mam wiele powodów, by siebie lubić. To bardzo ważne.

Jak wyglądała twoja ścieżka zawodowa?

Chyba od zawsze jestem ściśle związana z Unią Europejską, a fundusze unijne towarzyszą mi od ponad 16 lat. Przygotowujemy dokumentację konkursową, by dać naszym klientom szansę na dodatkowy zastrzyk finansowy w planowanych działaniach inwestycyjnych. Kilka lat temu uruchomiłam nową usługę prawną związaną z rozliczeniem dotacji, w ramach której sięgamy po orzecznictwo prawne. To szansa dla mojej kancelarii na poszerzenie doświadczenia i jednocześnie na wywalczenie klientom pomyślnych rozwiązań. Stawiam na ciągłą edukację i rozwój osobisty.

Czy w twojej profesji dobry styl odgrywa ważną rolę? Na co zwracasz szczególną uwagę, przygotowując się do biznesowego spotkania?

Moja branża wymaga wielu spotkań biznesowych. Wizerunek, opanowanie i obycie są bardzo ważne. Styl to dobre wychowanie, niezależnie od tego, z kim mamy do czynienia. To umiejętność ugoszczenia klienta, nawet jeśli jest to zwyczajne spotkanie. To zasady i maniery, umiejętność zachowania się w sytuacjach niekomfortowych, a takie również się zdarzają w kontaktach biznesowych. Ważne, by wiedzieć, że zgoda buduje, a niezgoda zawsze rujnuje.

Co uważasz za swoje największe osiągnięcie, zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym?

Dbanie na każdym kroku o relacje i dialog, który ma znaczenie w dalszych kontaktach. Dziś ludzie łatwo rezygnują z siebie, czują się urażeni, nie chcą rozmawiać czy naprawiać relacji. Z perspektywy czasu dostrzegam, że ludzie darzą mnie respektem i szacunkiem, co bardzo doceniam. Rozwój i monetyzacja mojego biznesu to są fakty i jestem z tego dumna, lecz pamiętajmy, że sukces to konsekwencja naszych działań, pracy i zaangażowania.

Liczy się fakt, że nie jestem w tym wszystkim sama. Wspiera mnie zespół, a motywuje współpraca z klientem. A jeśli coś nie wychodzi, a niestety w projektach unijnych czasem się tak zdarza – trzeba umieć porozmawiać, wyciągać wniosek, walczyć do końca. Przy takiej strategii ważna jest akceptacja i współpraca.

Jakie masz plany na najbliższy czas – zarówno te związane z pracą zawodową, jak i osobiste?

Plany osobiste zawsze będą moją publiczną tajemnicą. Kocham moich bliskich, uwielbiam moje domy i wyjazdy do posiadłości na Pomorzu, gdzie odpoczywamy. Mam sporo zwierząt, kwiatów... I rzeczywiście, w najbliższym czasie mam cudowny plan na siebie. Najważniejsze, że kocham i sama jestem bezgranicznie kochana. A to jest najistotniejszy aspekt dla kobiety!

Zawodowo czeka mnie w tym roku petarda. Wszystko wymaga czasu, cierpliwości, zdania europejskich egzaminów, ale bardzo na to czekam! Ja i mój zespół idziemy do przodu. I niech tak zostanie. Jest stabilnie i bezpiecznie. Mamy sporo zadań do wykonania każdego dnia. Prowadzę dwa biura i nadzoruję dwa zespoły. To liczna, ale bardzo sprawna i zdyscyplinowana grupa. Dużo łatwiej się pracuje, gdy zespół traktuje pracę poważnie. ■



Po pierwsze autentyczność

ROZMAWIA BARBARA JONCZYK

Czym jest według Ciebie dobry styl?

To harmonia między tym, kim jesteś, a tym, jak się prezentujesz – od czubka głowy aż po detale, które dopełniają całość. To umiejętność słuchania siebie i podkreślania indywidualności w każdej sytuacji. Dla mnie dobry styl zaczyna się od włosów – bo to właśnie one nadają charakter każdej stylizacji i mówią o tobie więcej, niż cokolwiek innego.

Kogo uważasz za ikonę dobrego stylu?

To ktoś, kto ma odwagę trzymać się z dala od mód i przez lata wypracował własny, rozpoznawalny język – nie dlatego, że nie zna trendów, ale świadomie wybiera coś trwalszego. Fascynują mnie ludzie, którzy mają swoje charakterystyki: jak idealnie dobrana biżuteria, konkretny krój czy niezmiennie zadbane fryzury – i trzymają się ich niezależnie od tego, co aktualnie dyktują projektanci. Moda przemija, styl zostaje. Po co padać ofiarą trendów, skoro można kierować się własnym gustem i wybierać ubrania oraz fryzury, które przetrwają próbę czasu? Prawdziwy styl to coś, co się wypracowuje przez lata samoświadomości – i właśnie to podziwiam najbardziej.

Jak opisałabyś siebie w kilku zdaniach?

Jestem świadomą siebie profesjonalistką, która twardo stąpa po ziemi – ale robi to z uśmiechem i wielką dynamiką. Moja energia i autentyczność to moje narzędzia pracy, bo w relacjach z ludźmi działają jak magnes – wzbudzają zaufanie, zanim jeszcze powiem pierwsze słowo. Wiem, czego chcę i dokąd zmierzam. Wierzę, że pasja połączona z konsekwencją to przepis na życie, z którego można być naprawdę dumna.

Jak opisałabyś swój osobisty styl?

Elegancja w wersji *smart casual* łącząca wysokiej jakości materiały z luźnym, wygodnym krojem. Działam na zasadzie 70 proc. wygody i 30 proc. szyku: nie rezygnuję ze swobody na rzecz wizerunku, ale też nie pozwalam sobie na niedbałość. Taki zestaw zapewnia profesjonalny wygląd bez efektu „wystrojonej” – i sprawdza się zarówno w codziennej pracy, jak i na mniej formalnych spotkaniach. Nieodłącznym elementem są oczywiście włosy – jako stylistka doskonale wiem, że to fryzura często decyduje o całości stylizacji. Dobrze dobrana i zadbane to fundament wizerunku. Moja filozofia jest prosta: ubiór powinien być przemyślany

Paulina Podcaba

Stylistka fryzur, ekspertka przedłużania i zagęszczania włosów, specjalistka od artystycznych upięć, bizneswoman, właścicielka Studia Projektowania Fryzur

i spójny, fryzura nienaganna, a całość powinna mówić: „ta kobieta wie, kim jest”.

Jak wyglądała twoja ścieżka zawodowa?

Jestem stylistką fryzur specjalizującą się w przedłużaniu włosów oraz stylizacjach ślubnych. Łączę precyzję techniczną z wyrazem estetyki – każda fryzura to dla mnie pewien rodzaj metamorfozy. Przedłużanie włosów to narzędzie, które wydobywa z kobiet pewność siebie. Stosuję metody bezpieczne dla naturalnych włosów, co buduje zaufanie i lojalność klientów. Ślubne stylizacje to z kolei praca wymagająca wyjątkowej odpowiedzialności. Moje upięcia tworzę tak, by były lekkie, wygodne i trwałe. Panna młoda powinna myśleć o tym, co ważne, a nie czy fryzura przetrwa do tańców. Praca z kobietami w tak wyjątkowych momentach daje mi ogromną satysfakcję.

Czy w twojej profesji dobry styl odgrywa ważną rolę? Na co zwracasz szczególną uwagę, przygotowując się do biznesowego spotkania?

To narzędzie pracy i pierwsza wizytówka. Klientki oceniają mnie wzrokiem, zanim jeszcze otworzę portfolio. Mój wizerunek pokazuje, że mam oko do detali i poczucie estetyki. Trudno zaufać stylistce, która nie przykładła do swojego wyglądu żadnej wagi. Przygotowując się do spotkania, stawiam na profesjonalizm bez zbędnego nadęcia. Unikam bałaganu i niedbałości, które sugerowałyby podobne podejście do pracy. Jednocześnie wierzę, że dobry styl powinien sprawiać wrażenie naturalnego, a nie wyreżyserowanego. Dobieram ubrania estetyczne, schludne, ale zapewniające swobodę ruchów, odpowiednie do wielogodzinnej pracy stojącej. Fryzura zawsze dopięta, dłonie zadbane, całość spójna. Chcę, żeby każda klientka, patrząc na mnie, czuła, że ta kobieta wie, co robi.

Co uważasz za swoje największe osiągnięcie, zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym?

Największym osiągnięciem jest dla mnie miejsce, w jakim jestem teraz i droga, którą przeszłam. Jestem świadoma wartości tego, co zbudowałam. Każdy krok, każda klientka, każda fryzura budowały

mnie jako profesjonalistkę. Ciągły rozwój to dla mnie tryb działania. Mam przed sobą konkretne cele, do których dążę z determinacją, i to napędza mnie każdego dnia – świadomość, że najlepsza wersja siebie jest wciąż przede mną. Prywatnie jestem skromna – nie lubię przesadnie mówić o swoich sukcesach. Ale myślę, że największym z nich jest spójność. Ta sama Paulina, którą znacie z pracy, istnieje też poza salonem. Mam wokół siebie ludzi, na których mogę polegać i z którymi jestem autentyczna. To ważniejsze niż niejedna nagroda.

Czego nie tolerujesz w zachowaniu innych ludzi?

Kłamstwa i fałszu. Hipokryzja, samolubstwo, toksyczna energia w relacji – to rzeczy, które potrafią zatruć każde środowisko. Osoby, które życzą innym źle, najczęściej kierują się własnymi kompleksami, zawiścią lub frustracją, którą próbują zrekompensować umniejszaniem sukcesów innych. Myślę, że człowiek naprawdę spełniony jest zajęty budowaniem własnego życia. Jeśli chodzi o wizerunek, nie oczekuję od nikogo perfekcji ani konkretnego stylu. Rozumiem różne gusta, budżety i priorytety. Jednego tylko naprawdę nie mogę przeboleć: braku świadomości własnego ciała. Nie chodzi o wagę ani rozmiar, tylko o ubieranie się w sposób, który podkreśla atuty, a nie walczy z naturą. Schludność i dopasowanie to minimum dostępne każdemu, niezależnie od rozmiaru czy zasobności portfela. To kwestia szacunku do siebie.

Jakie masz plany na najbliższy czas – zarówno te związane z pracą zawodową, jak i osobiste?

Nieustanny rozwój, i to w kilku kierunkach. Chcę pogłębiać kompetencje techniczne, śledzić branżę i pracować z taką samą pasją, z jaką zaczęłam. Mam wyznaczone konkretne cele i dążę do nich z determinacją. Praca z kobietami w wyjątkowych momentach życia to coś, czemu chcę się poświęcać coraz bardziej świadomie – bo jestem przekonana, że metamorfozę wizerunku można rozumieć o wiele głębiej. Dobra fryzura może zmienić to, jak kobieta patrzy na siebie. ■



Dobry styl to harmonia

ROZMAWIA BARBARA JOŃCZYK

Czym jest według ciebie dobry styl?

To dla mnie harmonia w tym, jak wyglądamy, jak myślimy i jak się zachowujemy. To elegancja w ubiorze połączona z autentycznością, kulturą osobistą i szacunkiem do innych. Prawdziwy styl zaczyna się od naszych wartości i postawy wobec świata. Dlatego dla mnie dobry styl to połączenie piękna, charakteru i świadomego myślenia – to sposób bycia, który inspiruje innych.

Kogo uważasz za ikonę dobrego stylu?

Moją ikoną jest kobieta w typie Victorii Beckham – elegancka, zdecydowana, kontrolująca wizerunek, z perfekcyjnie dobranym błyskiem.

Jak opisałybyś siebie w kilku zdaniach?

Kamila to kobieta konkretna, zdecydowana i świadoma swojej wartości, która konsekwentnie realizuje wyznaczone cele. Łączy w sobie wycucie estetyki i zamiłowanie do detalu z silnym, biznesowym podejściem do działania. To osoba, która stawia na jakość, autentyczność i klasę – zarówno w pracy, jak i w życiu prywatnym.

Jak opisałybyś swój osobisty styl?

Mój styl to połączenie klasycznej elegancji z wyrazistym akcentem glamour. Stawiam na mocne, ponadczasowe elementy, takie jak dobrze skrojone marynarki i szpilki, które podkreślają pewność siebie i zdecydowanie. Bazuję na kontrastowych kolorach – czerni, bieli i czerwieni – które nadają stylizacjom charakteru i wyrazistości. Jednocześnie lubię przełamywać klasykę błyskiem, na przykład cekinami, traktując je jako świadomy, mocny akcent. W moim stylu ważna jest spójność stylizacji z osobowością – jest konkretny, zadaniowy i dynamiczny. Nie ma w nim miejsca na przypadek, liczy się efekt, jakość i jasny przekaz.

Jak wyglądała twoja ścieżka zawodowa?

Zawodowo realizuję się w dwóch, pozornie odmiennych, lecz równie wymagających obszarach. Pierwszy z nich związany jest z branżą beauty – specjalizuję się w profesjonalnym makijażu i stylizacji fryzur na różne okazje. Tworzę wizerunki na śluby, wydarzenia okolicznościowe, pokazy mody oraz sesje, dbając o każdy detal i indywidualne potrzeby klientek. Moja praca opiera się na precyzji, estetyce oraz umiejętności wydobycia naturalnego piękna i charakteru. Drugim filarem mojej działalności jest branża transportowa. Prowadzę firmę zajmującą się drogowym przewozem kruszyw samochodami ciężarowymi, gdzie kluczowe znaczenie

Kamila Stachera-Szpyt

Kobieta biznesu, stylistka, wizażystka, edukatorka, właścicielka marki Kamelia Makeup Artist

mają organizacja, odpowiedzialność oraz sprawne zarządzanie logistyką. To przestrzeń, w której liczy się konkret, terminowość i skuteczność działania. Połączenie tych dwóch światów odzwierciedla moją osobowość – łączę kreatywność i wycucie estetyki z pragmatyzmem oraz zdecydowaniem w działaniu.

Czy w twojej profesji dobry styl odgrywa ważną rolę? Na co zwracasz szczególną uwagę, przygotowując się do biznesowego spotkania?

W mojej branży dobry styl jest istotny, ponieważ jest nie tylko formą wyrazu, ale również elementem komunikacji i budowania wizerunku. W branży beauty estetyka stanowi fundament – to, jak wyglądam i jak się prezentuję, jest naturalnym potwierdzeniem jakości mojej pracy. Z kolei w sektorze transportowym profesjonalny i spójny wizerunek wzmacnia wiarygodność oraz zaufanie w relacjach biznesowych.

Przygotowując się do spotkania biznesowego, zwracam szczególną uwagę na harmonię pomiędzy elegancją a charakterem. Stawiam na klasyczne, dobrze skrojone formy, które podkreślają profesjonalizm i zdecydowanie, jednocześnie unikając przesady. Kluczowe są dla mnie detale – jakość materiałów, dopracowane dodatki oraz nienaganna estetyka. Istotny jest również komfort, który pozwala mi zachować swobodę i pewność siebie w każdej sytuacji. Mój styl jest przemyślany i spójny z tym, kim jestem – konkretny, wyrazisty i konsekwentny.

Co uważasz za swoje największe osiągnięcie, zarówno w życiu zawodowym, jak i prywatnym?

Konsekwentne budowanie dwóch niezależnych, prężnie działających obszarów zawodowych, które – mimo swojej różnorodności – opierają się na tych samych wartościach: jakości, odpowiedzialności i determinacji. Z jednej strony rozwijam działalność w branży beauty, tworząc wizerunki na wyjątkowe okazje i współpracując przy wymagających projektach, z drugiej – prowadzę firmę transportową, gdzie liczy się precyzja, organizacja i skuteczność działania. To połączenie pokazuje, że można z powodzeniem łączyć kreatywność z biznesowym podejściem i twardym za-

rządaniem. W życiu prywatnym największym osiągnięciem jest dla mnie umiejętność zachowania równowagi oraz siły w realizowaniu własnych celów bez rezygnacji z tego, co naprawdę ważne. To świadomość swojej drogi, niezależność i odwaga w podejmowaniu decyzji, które pozwalają mi rozwijać się zarówno jako przedsiębiorca, jak i jako człowiek.

Czego nie tolerujesz w zachowaniu innych ludzi?

Nie toleruję przede wszystkim braku autentyczności oraz szacunku – zarówno wobec innych, jak i wobec samego siebie. Niezależnie od branży czy sytuacji, kluczowe są dla mnie szczerość, odpowiedzialność i kultura osobista. W relacjach zawodowych i prywatnych nie ma miejsca na chaos, niedotrzymywanie słowa czy lekceważące podejście do drugiego człowieka. Jeśli chodzi o wizerunek, zwracam uwagę nie tyle na sam styl, ile na jego spójność i adekwatność do sytuacji. Brak dbałości o detale, niedopasowanie czy niedbałość odbieram jako brak profesjonalizmu i świadomości wizerunkowej. Cenię ludzi konkretnych, świadomych i konsekwentnych w działaniu – takich, którzy wiedzą, czego chcą i potrafią to realizować z klasą.

Jakie masz plany na najbliższy czas – zarówno te związane z pracą zawodową, jak i osobiste?

Moje najbliższe plany zawodowe koncentrują się na dalszym świadomym rozwoju obu obszarów działalności. W branży beauty chcę poszerzać zakres współpracy przy wymagających projektach, takich jak pokazy mody czy sesje wizerunkowe, jednocześnie rozwijając ofertę usług i podnosząc ich standard. Z kolei w sektorze transportowym planuję dalszą optymalizację procesów oraz rozwój floty, co pozwoli na jeszcze większą efektywność i umocnienie pozycji na rynku.

W sferze osobistej stawiam na równowagę i konsekwentny rozwój. Ważne jest dla mnie znajdowanie czasu na regenerację, inspirację oraz pielęgnowanie relacji, które stanowią fundament mojej codzienności. To właśnie harmonia pomiędzy życiem zawodowym a prywatnym daje mi siłę do realizacji kolejnych ambitnych celów. ■



Unicraft Solutions.

Od budowy tarasów po bezpieczeństwo energetyczne

Unicraft Solutions to firma, która powstała nie tylko z doświadczenia, ale przede wszystkim z połączenia dwóch różnych światów – handlu i budownictwa. Agnieszka i Robert Grudek stworzyli biznes oparty na praktycznej wiedzy, ale też wartościach, które wykraczają poza klasyczne podejście do przedsiębiorczości. O rozwoju, dywersyfikacji i odpowiedzialności społecznej rozmawiamy z założycielami firmy.

ROZMAWIA KRZYSZTOF JOŃCZYK

Jak wyglądało połączenie dwóch różnych obszarów kompetencji w jeden biznes?

Agnieszka Grudek: Pomysł na stworzenie Unicraft Solutions narodził się z połączenia naszych uzupełniających się doświadczeń – handlowego i budowlanego. Z jednej strony stoi moja wiedza i praktyka w zakresie sprzedaży, negocjacji i zarządzania projektami, z drugiej – wieloletnie doświadczenie Roberta w branży budowlanej, szczególnie w technologii tarasów i balkonów wentylowanych. Dzięki temu każdy projekt jest dopracowany zarówno pod względem technicznym, jak i organizacyjnym.

Czy od początku mieliście wizję tak szeroko zakrojonej działalności?

Robert Grudek: Rozwój naszej firmy następował całkowicie naturalnie. Nie mieliśmy od razu planu na tak szeroką skalę – wszystko wynikało z potrzeb rynku, doświadczenia i pojawiających się możliwości. Każdy kolejny projekt był odpowiedzią na realne zapotrzebowanie klientów lub wynikał z inspiracji płynącej z codziennej pracy. Z czasem okazało się, że potrafimy skutecznie łączyć różne branże i tworzyć spójny model biznesowy, w którym każdy element uzupełnia pozostałe. Dzięki temu Unicraft Solutions rozwija się w sposób zrównoważony, bez pośpiechu, ale z konsekwencją i świadomością kierunku, w jakim zmierzamy.

Jakie były największe wyzwania dla małżeństwa wspólnie działającego w biznesie?

A.G.: Bycie małżeństwem w biznesie w naszym przypadku nigdy nie stanowiło problemu. Wręcz przeciwnie – to nasza siła. Każde z nas ma swoje zadania i obszary odpowiedzialności, ale chętnie sobie pomagamy i wspieramy się w podejmowaniu decyzji.

Budownictwo to konkurencyjna branża. Dlaczego zdecydowaliście się na specjalizację w tarasach i balkonach?



Agnieszka i Robert Grudek

A.G.: Naszą firmę wyróżnia przede wszystkim ogromna wiedza i doświadczenie Roberta, który od lat specjalizuje się w budownictwie, a szczególnie w technologii tarasów i balkonów wentylowanych. Robert nieustannie poszerza swoją wiedzę, śledzi nowe technologie i wdraża innowacyjne rozwiązania, dzięki czemu nasze realizacje są trwałe, estetyczne i dopasowane do indywidualnych potrzeb klientów.

Decyzja o specjalizacji w tarasach i balkonach wynikała z jego pasji i wieloletniego doświadczenia w tej dziedzinie. To obszar, w którym można połączyć funkcjonalność z designem, a jednocześnie zapewnić użytkownikom komfort i bezpieczeństwo na lata. Dzięki zaangażowaniu Roberta i jego dbałości o każdy detal, nasze projekty wyróżniają się jakością wykonania i solidnością, co przekłada się na zaufanie klientów i rosnącą liczbę realizacji.

Czym jest technologia wentylowana i dlaczego rekomendujecie ją klientom?

R.G.: Technologia wentylowana to nowoczesny system montażu tarasów i balkonów, w którym płyty układane są na specjalnych podkładkach dystansowych, bez użycia tradycyjnych zapraw klejowych. Między płytami a podłożem powstaje przestrzeń wentylacyjna, która umożliwia

swobodny odpływ wody, cyrkulację powietrza i ochronę warstwy hydroizolacyjnej przed uszkodzeniem. Dzięki temu konstrukcja jest trwalsza, odporna na zmiany temperatury i wilgotność, a także łatwiejsza w konserwacji.

Rekomendujemy tę technologię, ponieważ łączy estetykę z funkcjonalnością i długowiecznością.

A skąd pomysł na stworzenie sklepu internetowego?

A.G.: Pomysł na stworzenie sklepu „Magiczny Kufer” zrodził się z mojej inicjatywy, jako naturalne rozwinięcie wieloletniego doświadczenia w sprzedaży i obsłudze klienta. Projekt jest obecnie w fazie przygotowania, ponieważ zależy nam, by od samego początku był dopracowany w każdym szczególe.

Idea „Magicznego Kuferka” jest stworzeniem miejsca, w którym można znaleźć starannie wyselekcjonowane produkty – zarówno użytkowe, jak i dekoracyjne, często pochodzące od polskich twórców i małych manufaktur. Naszym głównym klientem są osoby ceniące oryginalność, jakość i autentyczność, które szukają produktów z duszą, a nie masowej produkcji. To właśnie ta idea przyświeca całemu projektowi i stanowi jego fundament.

E-commerce to bardziej uzupełnienie działalności czy osobny filar biznesu?

R.G.: E-commerce traktujemy jako uzupełnienie, ale z wyraźnie określoną koncepcją rozwoju. „Magiczny Kuferek” jest projektem, który wciąż powstaje – do pracujemy jego strukturę, ofertę i zaplecze techniczne, by w przyszłości mógł funkcjonować jako samodzielny segment biznesu. Obecnie stanowi on rozszerzenie naszej działalności, pozwalające realizować kreatywne pomysły, promować wartościowe produkty i budować społeczność wokół idei jakości, uczciwości i pasji do pięknych rzeczy.

Pracujecie nad projektami związanymi z żywnością i kosmetykami – możecie zdradzić więcej?

A.G.: Na razie niewiele, ponieważ te projekty są w fazie rozwoju i stanowią naszą tajemnicę handlową. Mogę jedynie powiedzieć, że będą oparte na naturalnych i zdrowych składnikach. Chcemy tworzyć produkty, które będą nie tylko skuteczne, ale też bezpieczne i przyjazne środowisku. Zależy nam na autentyczności i jakości – to wartości, które przyświecają wszystkim naszym działaniom.

Jak dbacie o spójność tak różnych obszarów działalności?

A.G.: Spójność naszych działań wynika przede wszystkim z dobrej organizacji, wzajemnego zaufania i wspólnego podejścia do pracy. Każde z nas ma jasno określone zadania – Robert koncentruje się na kwestiach technicznych i budowlanych, a ja zajmuję się stroną handlową, marketingową i rozwojową. Dzięki temu nie wchodzimy sobie w kompetencje, ale zawsze wspieramy się w podejmowaniu decyzji.

R.G.: Kluczem do zachowania równowagi jest komunikacja i wspólne planowanie. Wszystkie nasze inicjatywy – od budownictwa przez energetykę po e-commerce – łączy wspólna filozofia działania oparta na jakości, uczciwości i odpowiedzialności. To właśnie te wartości sprawiają, że mimo różnorodności projektów, całość tworzy harmonijną i dobrze funkcjonującą strukturę.

Skąd pomysł na projekt „No Blackout” i czy realnie grozi nam problem braku energii?

A.G.: Z obserwacji rosnącego zapotrzebowania na niezależne źródła energii. W ostatnich latach coraz częściej mówi się o ryzyku przerw w dostawach prądu – zarówno z powodu przeciążenia sieci, jak i cyberataków czy ekstremalnych zjawisk

pogodowych. Chcieliśmy stworzyć markę, która nie tylko dostarcza sprzęt, ale też edukuje i uświadamia, jak ważne jest przygotowanie na każdą sytuację.

R.G.: Czy grozi nam blackout? Ryzyko zawsze istnieje – wystarczy awaria sieci przesyłowej, atak hakerski lub przeciążenie systemu w szczycie sezonu grzewczego. Dlatego warto działać z wyprzedzeniem. Przygotowanie to nie tylko zakup agregatu, ale też świadomość, jak zarządzać energią, zabezpieczyć sprzęty i reagować w sytuacjach kryzysowych. „No Blackout” powstało właśnie po to, by dawać ludziom poczucie bezpieczeństwa i niezależności.

Dlaczego agregaty prądowłórcze są dziś najpewniejszym rozwiązaniem? Czy to oferta dla klientów indywidualnych, czy raczej biznesowych?

R.G.: Agregaty prądowłórcze to obecnie najpewniejsze i najbardziej uniwersalne źródło awaryjnego zasilania. Działają niezależnie od sieci energetycznej, uruchamiają się natychmiast po zaniku napięcia i mogą zasilać zarówno dom, jak i firmę czy gospodarstwo rolne. W przeciwieństwie do innych rozwiązań, nie wymagają skomplikowanej infrastruktury – wystarczy odpowiedni model dopasowany do potrzeb użytkownika.

A.G.: Nasza oferta skierowana jest zarówno do klientów indywidualnych, jak i biznesowych. Wspólnym mianownikiem jest jedno – niezależność energetyczna i spokój, że nawet w przypadku awarii sieci wszystko będzie działać tak, jak powinno.

Dlaczego zdecydowaliście się wspierać przedsiębiorców w restrukturyzacji i odciążeniu?

A.G.: Decyzja o zaangażowaniu się we wsparcie przedsiębiorców w tych kwestiach wynika z obserwacji realnych problemów, z jakimi boryka się wielu właścicieli firm i gospodarstw rolnych. Jako pośrednicy współpracujący z kancelarią Habza, pomagamy przedsiębiorcom i rolnikom znaleźć skuteczne rozwiązania dla ich trudnej sytuacji finansowej. Naszą rolą jest połączenie klientów z odpowiednimi specjalistami, którzy potrafią przeprowadzić proces restrukturyzacji lub odciążenia w sposób profesjonalny i bezpieczny.

R.G.: Zauważamy, że wiele firm popada w problemy nie z własnej winy, lecz z powodu czynników zewnętrznych – zmian rynkowych, opóźnień w płatno-

ściach, nieuczciwych kontrahentów czy rosnących kosztów prowadzenia działalności.

A.G.: Wierzymy, że każda firma zasługuje na drugą szansę, a dobrze przeprowadzona restrukturyzacja może stać się początkiem nowego, stabilnego etapu rozwoju. Pomagacie zwierzętom, wspieracie też młodych artystów. Czy biznes powinien dziś mieć misję społeczną?

A.G.: Pomoc zwierzętom to dla nas coś naturalnego i bardzo osobistego. Od lat wspieramy fundację Amicus Canis zarówno finansowo, jak i poprzez adopcję – w naszym domu mieszkają cztery uratowane zwierzęta, które stały się częścią rodziny. Wierzymy, że każdy, kto może, powinien pomagać tym, którzy sami nie potrafią o siebie zawalczyć. Współpraca z fundacją daje ogromną satysfakcję i poczucie, że realnie zmieniamy świat na lepszy, choćby w małej skali.

Równolegle angażujemy się w pomoc młodym i nieśmiałym artystom, wspierając ich w promocji twórczości i poszukiwaniu sponsorów. Wielu utalentowanych ludzi nie ma odwagi lub środków, by pokazać swoje prace światu, dlatego staramy się tworzyć dla nich przestrzeń do rozwoju i zaistnienia.

R.G.: Uważamy, że współczesny biznes powinien mieć misję społeczną. Odpowiedzialność za otoczenie, w którym się działa, to kwestia nie tylko wizerunku, ale przede wszystkim wartości. Dla nas sukces to nie tylko wyniki finansowe, lecz także to, ile dobra można przy okazji zrobić dla innych.

Jak widzicie rozwój Unicraft Solutions w najbliższych kilku latach?

A.G.: Planujemy przede wszystkim dalsze umacnianie pozycji Unicraft Solutions na polskim rynku. Naszym priorytetem jest dopracowanie obecnych projektów i rozwój tych, które już przynoszą realne efekty. Największy potencjał wzrostu widzimy w branży budowlanej – szczególnie w realizacjach tarasów i balkonów w technologii wentylowanej, gdzie doświadczenie Roberta i jakość naszych usług stanowią solidną przewagę konkurencyjną. Równolegle rozwijamy markę No Blackout, ponieważ rosnące zapotrzebowanie na niezależne źródła energii sprawia, że ten segment ma bardzo duże perspektywy.

R.G.: Projekt „Magiczny Kuferek” również traktujemy jako ważny kierunek rozwoju, choć jego wdrożenie wymaga czasu i dopracowania szczegółów. Wierzymy, że po uruchomieniu stanie się ciekawym uzupełnieniem naszej działalności, łącząc biznes z pasją i wartościami. Działamy konsekwentnie, stawiając na jakość, zaufanie i długofalowe relacje z klientami, co stanowi fundament naszego rozwoju na kolejne lata. ■

Unicraft Solutions

pokazuje, że nowoczesny biznes nie musi ograniczać się do jednej branży. Może być jednocześnie stabilny, elastyczny i odpowiedzialny społecznie. A przede wszystkim – budowany na relacjach, doświadczeniu i odwadze do realizowania nawet najbardziej ambitnych pomysłów.

Nieruchomości to więcej niż metry kwadratowe – to decyzje, które zmieniają życie

Rynek nieruchomości w Warszawie nie zwalnia tempa, a klienci oczekują dziś nie tylko ofert, ale i kompleksowego wsparcia – od analizy prawnej przez finansowanie po dochodzenie roszczeń. Anna Bednarek, założycielka Ann Place, opowiada o nowoczesnym podejściu do obsługi klienta, specjalizacji w nieruchomościach deweloperskich oraz o tym, jak łączy rynek nieruchomości z usługami odszkodowawczymi i prawnymi.

ROZMAWIA RAFAŁ KORZENIEWSKI

Co sprawiło, że założyła pani Ann Place?

Impulsem było zaobserwowanie w codziennej pracy z klientami, jak bardzo brakuje im realnego wsparcia – nie tylko w znalezieniu nieruchomości, ale w zrozumieniu całego procesu. Od początku wiedziałam, że chcę stworzyć coś więcej niż biuro nieruchomości. Ann Place powstało jako miejsce, które łączy rynek nieruchomości z opieką prawną, finansową i doradczą. Nieruchomości to nie tylko metry kwadratowe. To decyzje, które często definiują kolejne lata życia. Dziś działamy kompleksowo – wspierając klientów indywidualnych, deweloperów i firmy – od pierwszej rozmowy aż po finalizację i kolejne kroki po transakcji.

Rynek nieruchomości w Warszawie jest bardzo konkurencyjny – jak się na nim wyróżnić?

Wyróżnia nas przede wszystkim sposób pracy. Nie sprzedajemy ofert – realizujemy plany naszych klientów. Każdą współpracę zaczynamy od zrozumienia celu: czy ktoś chce bezpiecznie sprzedać nieruchomość, dobrze zainwestować, czy znaleźć miejsce do życia. Klient nie przychodzi do mnie po mieszkanie. Przychodzi po decyzję, która ma być spokojna i bezpieczna. Naszą przewagą jest także połączenie rynku nieruchomości z usługami prawnymi i odszkodowawczymi. Klient trafia do jednego miejsca, gdzie może rozwiązać kilka kluczowych kwestii jednocześnie – oszczędzając czas i pieniądze oraz unikając stresu.



Podkreśla pani kompleksowość obsługi klienta – jak w praktyce wygląda wsparcie na każdym etapie transakcji?

Zaczynamy od rozmowy – to fundament. Klient opowiada nam o swoich planach, a my przekładamy je na konkretną strategię działania. Następnie przejmujemy cały proces. Przygotowujemy nieruchomości do sprzedaży (organizujemy home staging i profesjonalne zdjęcia), wykonujemy rzetelną wycenę opartą na analizie rynku, kompletujemy i weryfikujemy dokumentację, prowadzimy działania marketingowe, negocjujemy warunki i wreszcie przeprowadzamy przez proces notarialny. To dotyczy zarówno sprzedaży mieszkań, domów czy działek, jak i nieruchomości komercyjnych.

Weryfikacja prawna nieruchomości to kluczowy element bezpieczeństwa. Na co narażeni są dziś klienci?

Najczęściej spotykamy się z nieuregulowanym stanem prawnym, obciążeniami w księgach wieczystych, służebnościami czy brakami w dokumentacji. W przypadku działek kluczowe są zapisy planistyczne i dostęp do mediów, a przy mieszkaniach – zgodność dokumentów i historia nieruchomości. Najdroższy błąd w nieruchomościach to ten, którego nie widać na pierwszy rzut oka. Dlatego każdą nieruchomość dokładnie weryfikujemy – współpracując z notariuszami i specjalistami.

Specjalizują się państwo w nieruchomościach deweloperskich z możliwością finansowania w tzw. EKO kredycie – na czym polega ta przewaga?

EKO kredyt hipoteczny to odpowiedź na zmieniający się rynek – łączy korzyści finansowe z nowoczesnym podejściem do budownictwa. Klienci zyskują nie tylko atrakcyjniejsze warunki kredytowe, ale też niższe koszty utrzymania nieruchomości w przyszłości. Łącząc ofertę deweloperską z dostępem do takich produktów kredytowych, jesteśmy w stanie zaproponować rozwiązania dopasowane do współczesnych oczekiwań – zarówno ekonomicznych, jak i ekologicznych.

Coraz częściej mówi się o świadomym inwestowaniu w nieruchomości. Jak zmienił się profil klienta w ostatnich latach?

Klienci stali się bardziej świadomi i analityczni. Zadają więcej pytań – o koszty, otoczenie, przyszłość inwestycji. Zresztą słusznie. Zakup nieruchomości to decyzja, która wymaga odpowiedzi w wielu kluczowych kwestiach – od kosztów utrzymania, przez plany rozwoju okolicy, aż po stan prawny. To wymaga od nas jeszcze większej precyzji, wiedzy i umiejętności doradczych. Musimy również brać pod uwagę zdanie naszych klientów oraz ich indywidualne potrzeby, takie jak cicha

okolica, dobra komunikacja czy bliskość szkół. Dlatego w naszej firmie przykładamy szczególną wagę do słuchania klienta. A to jedna z najbardziej pożądaných kompetencji w dzisiejszych czasach. Mawiamy, że świadomy klient to nie trudny klient – to najlepszy partner do dobrej transakcji.

W ofercie mają państwo również wsparcie w zakresie służebności przesyłu. Kiedy właściciel nieruchomości powinien szczególnie zainteresować się tym tematem?

Przede wszystkim wtedy, gdy na działce lub w jej pobliżu znajdują się urządzenia przesyłowe – linie energetyczne, gazociągi czy instalacje infrastrukturalne. Wielu właścicieli nie zdaje sobie sprawy, że mogą mieć prawo do wynagrodzenia, odszkodowania lub wypłaty z tytułu utraty wartości. To obszar, który często jest pomijany, a może realnie wpłynąć na wartość nieruchomości i sytuację właściciela. Przez wiele lat pracowałam w jednej z największych spółek infrastrukturalnych i przesyłowych w tym kraju, Gaz-System SA. Pamiętam, jak wchodziła w życie ustawa z 2008 roku o służebności przesyłu. Wiem doskonale, że do dziś prywatni właściciele gruntów nie znają swoich praw. Dlatego cieszę się, że wspólnie z Grupą Votum SA i ze znanymi kancelariami mogę udzielać realnej pomocy prawnej w dochodzeniu tych praw. A ponieważ w najbliższych latach sytuacja prawna wielu nieruchomości z infrastrukturą przesyłową będzie się zmieniała na mniej korzystną, niż jest obecnie, zachęcam do kontaktu ze mną. Tego tematu nie można odkładać, aż się sam rozwiąże. Jeśli coś przebiega przez naszą działkę – warto sprawdzić, czy nie należy nam się rekompensata. Zapraszam już dziś.

Pomagają państwo klientom w uzyskaniu odszkodowań, m.in. za szkody górnicze czy hałas. Czy to rosnący segment rynku usług?

Zdecydowanie tak. Coraz więcej osób chce świadomie dochodzić swoich praw. Oczywiście szkody górnicze to głównie obszar Śląska i Lubelszczyzny, ale swego czasu skończyłam Akademię Górniczo-Hutniczą w Krakowie, więc temat jest mi bliski.

Wspólnie z grupą Votum SA pomagamy m.in. w sprawach szkód górniczych, odszkodowań za hałas z drogi czy myjni, a także w przypadkach roszczeń związanych z infrastrukturą przesyłową (elektryczną, gazową, wodociągową czy ropociągową) na terenie nieruchomości. Udzielamy realnej pomocy prawnej. Analizujemy sytuację, prowadzimy korespondencję, zbieramy dokumentację od spółek państwowych, prowadzimy postępowania na drodze administracyjnej

i sądowej, oferujemy bezkosztową wycenę rzeczoznawców i prowadzenie negocjacji. Jest to żmudna praca, ale przynosi wiele satysfakcji. Zadowoleni klienci otrzymują już dziś za swoje nieruchomości dużą rekompensatę finansową. Nieruchomość ma dawać komfort życia – jeśli go odbiera, warto o to zaważyć.

Współpracują państwo z kancelariami i Grupą Votum SA. Jak taka synergia wpływa na jakość obsługi klientów?

Dzięki współpracy z wyspecjalizowanymi kancelariami oraz Grupą Votum SA możemy zapewnić klientom kompleksową i profesjonalną pomoc – także w bardziej złożonych sprawach. Przykładowo: ostatnio pomagam klientom z orzeczeniem o niepełnosprawności w zakresie uzyskiwania świadczeń wspierających od ZUS. Jest to bardzo wdzięczny temat, ponieważ pomagamy tym najbardziej potrzebującym. Zakres usług pośrednictwa w Ann Place jest szeroki. Podchodzimy do każdego tematu z empatią. Dla nas na pierwszym miejscu zawsze jest człowiek, a nieruchomość ma tylko spełniać jego określone potrzeby. To właśnie buduje przewagę i poczucie bezpieczeństwa.

Wsparcie dla tzw. frankowiczów oraz osób posiadających kredyty w euro i dolarach to dziś ważny temat. Jakie są najczęstsze błędy popełniane przez kredytobiorców?

Przede wszystkim brak działania i nieweryfikowanie umowy. Dotyczy to nie tylko kredytów frankowych, ale również umów w euro czy dolarach, gdzie również mogą występować klauzule abuzywne. To temat powszechny na rynku, a nas wyróżnia duża skuteczność w dochodzeniu praw klientów. Pamiętajmy: najdroższa decyzja to ta, której nie podejmujemy. Warto sprawdzić u nas bezpłatnie swoją sytuację. Nawet jeśli kredyt jest już spłacony – często możliwości są większe, niż się wydaje. Zapraszam.

Jakie są pani prognozy dla rynku nieruchomości i usług powiązanych w najbliższych latach?

Widzę rosnące znaczenie kompleksowości usług, doradztwa inwestycyjnego oraz integracji różnych obszarów – nieruchomości, prawa i finansów. Dla Ann Place to naturalny kierunek rozwoju. Chcemy dalej budować markę, która kojarzy się z bezpieczeństwem, profesjonalizmem i realnym wsparciem. Rynek będzie coraz bardziej wymagający – ale też bardziej świadomy. Pragniemy być dla klientów partnerem nie tylko w zakupie czy sprzedaży, ale i w podejmowaniu dobrych decyzji w ważnych momentach życia. Przyszłość rynku nieruchomości należy do tych, którzy potrafią patrzeć szerszej. ■

Lider to nie stanowisko, to świadomość

Ponad 30 lat doświadczenia w sprzedaży, zarządzaniu i pracy z ludźmi. Trenerka, wykładowczyni, mentorka i nagradzana mówczyni. Członkini Stowarzyszenia Profesjonalnych Mówczyń i Mówców, współtwórczyni masterclass wystąpień publicznych i komunikacji dla kobiet w biznesie „Scena jest kobietą”, prelegentka w kraju i za granicą. Urszula Kolasińska opowiada o tym, dlaczego przywództwo zaczyna się od siebie, jak zmienia się rola lidera i co dziś naprawdę decyduje o sukcesie w biznesie.

ROZMAWIA IZABELA WŁODARCZYK

Co ukształtowało panią jako liderkę?

Współcześnie dużo mówi się o ważnych momentach, zarówno tych z życia zawodowego, jak i osobistego. O tym, jak ukształtowały nas jako ludzi. U mnie takich momentów było wiele i każdy z nich miał wpływ na to, w jakim miejscu rozwoju zawodowego i osobistego się znajduję. Są oczywiście duże zdarzenia – takie, które mogą zmieniać bieg życia, wpływać na to, co znaliśmy czy tworzyliśmy dotychczas, ale są też te mniejsze, jak małe kropeczki – razem tworzą dużą kulę, która również wpływa na miejsce, w jakim się znajdujemy. Mogę powiedzieć, że moje życie zawodowe najbardziej ukształtowały decyzje podejmowane w stosunku do siebie samej – w tym okoliczności ich podjęcia i ich oddziaływanie na osoby ze mną współpracujące.

Jak na przestrzeni lat zmieniło się podejście do zarządzania zespołami sprzedaży?

W Polsce w okresie transformacji biznes łączywie wchłaniał wszelkie rozwiązania związane z zarządzaniem. Próbował, wybierał, dopasowywał. Jako młodzi ludzie zaczytywaliśmy się w książkach z Zachodu obfitujących w koncepcje zarządzania, prowadzenia biznesu czy kształtowania ekonomii w biznesie. Tak samo było z podejściem do zespołów sprzedaży. Jeszcze na początku lat dwutysięcznych głośno mówiło się o zarządzaniu dyrektywnym czy układzie folwarcznym w organizacjach. Sprzedaż w tym czasie uczyła się najpierw twardych kompetencji i ich swobodnego użycia w kontaktach z klientami, by następnie przejść do większego docenienia koncepcji miękkich, które zostały wplecione w proces sprzedaży. Obecnie, bez względu na to, czy jest rynek pracownika, czy pracodawcy, HR i wszelkie kompetencje przyszłości w sprzedaży (i nie tylko) osadzone są w gamie kompetencji miękkich, bo zdecydowanie łatwiej jest



ogarnąć i zrozumieć świat VUCA czy AI, kiedy zespoły mają kompetencje miękkie przy przechodzeniu przez jakiegokolwiek procesy transformacyjne.

Jak dziś definiuje pani skuteczne przywództwo?

Dziękuję za to pytanie, ponieważ nie ma na nie jednoznacznej i pełnej odpo-

wiedzi. Dla mnie skuteczne przywództwo ma wiele wspólnego z interpretacją samego słowa „skuteczny”, czyli widzący skutek, umiejący go przewidzieć, widzący skutki odzwierciedlone w faktach, ponoszący odpowiedzialność za skutki swoich działań, decyzji, ich braku czy opieszałości. Nie ma dobrego zrozumienia skuteczności bez rozwijania własnej świadomości, ponieważ wypadkową działania skutecznego w świadomości jest jakość. I w tym miejscu można byłoby zakończyć, ponieważ dla każdego menedżera poziom tej jakości będzie inny, bo różnimy się jako ludzie. Najważniejsze, by w szacunku i pokorze działać, podejmować decyzje, a uczyć się samemu, rozwijać i wspierać innych. Współcześnie popularne w organizacjach jest przywództwo zrównoważone, które skupia się na widzeniu długofalowym, budowaniu trwałych wartości oraz stabilnym rozwoju.

Jakie są najczęstsze błędy popełniane przez menedżerów?

Błędy, cóż... „kto jest bez winy, niech pierwszy rzuci kamieniem”. Nazywam błąd doświadczaniem. Brzmi pozytywnie i pozwala przekuć płynące z niego wnioski na przyszłe działania. Menedżerowie pozwalają sobie często bazować na tym, co znają, a nie rozwijając się i nie ucząc nowych zagadnień, powielają schematy, mimo że otoczenie się zmienia. Często dostosowując swoje zespoły i decyzje do danej sytuacji, używają starych, znanych rozwiązań, nie szukając nowych możliwości. Bardzo szkodliwe jest też zaniechanie konsultacji z zespołem i sprawdzania rozwiązań wśród pracowników najniższego szczebla, czyli tam, gdzie mają być one realizowane. Nikt przecież nie lubi być sprowadzany tylko do roli wykonawcy. Każdy chce uczestniczyć w „dziele stworzenia” i mieć wpływ na funkcjonowanie firmy, a o tym często menedżerowie zapominają i dziwią się, że pracownicy nie identyfikują się z wdrożoną zmianą czy w ogóle całą marką. Takich przykładów są dziesiątki. To materiał na książkę...

Co odróżnia lidera od menedżera w codziennej praktyce biznesowej?

Wyobraźmy sobie, że pytamy osoby budujące wiejską świetlicę, co robią. Jedna powie, że stawia ścianę, druga, że tworzy miejsce spotkań, w którym ludzie będą mogli realizować wspólne pasje. Tworzenie jasnej wizji tego, gdzie zmierzamy, inspirowanie samych siebie oraz każdego członka zespołu, utrzymanie motywacji – oto najkrótsza definicja lidera. Menedżer to osoba z formalnie nadaną władzą, dbająca o przestrzeganie procesu i procedur oraz realizację zadań. Niekoniecznie musi mieć charyzmę. Dobra wiadomość jest taka, że można być skutecznym menedżerem i liderem w jednej osobie. Tylko trzeba się tego uczyć.

Z jakimi wyzwaniem najczęściej zgłaszają się dziś do pani liderzy w procesach coachingowych?

Organizacje w procesach podnoszenia kompetencji swojej kadry menedżerskiej często szukają wsparcia w spotkaniach coachingowych czy coachingowo-mentor-skich. Menedżerowie chętnie korzystają z takiej możliwości. Są też osoby, które podczas samorozwoju czują, że utknęły w miejscu i szukają odpowiedzi na wiele pytań. Najczęściej liderzy przychodzą do mnie, by rozwijać konkretne kompetencje, jak dawanie skutecznego feedbacku, radzenie sobie z emocjami czy skuteczne komunikowanie się ze współpracownikami. Często jest to związane ze stawianiem zadań czy pracą z celami osadzonymi w czasie (w tym ustalaniem priorytetów). **Jak budować autentyczność i siłę przekazu w komunikacji biznesowej i wystąpieniach publicznych?**

Przede wszystkim zapisać się na nasze warsztaty masterclass „Scena jest kobietą” – dla kobiet i dla mężczyzn. A tak od początku... Każde wystąpienie jest publiczne, czy to poranna rozmowa z zespołem, czy spotkanie z klientem, czy prelekcja, podczas której patrzy na nas kilkaset osób. Rozmawialiśmy o tym ostatnio z Magdą Huczek-Makowską (z projektu „Scena jest kobietą”) w podcaście u Marka Wojdy. Siłą przekazu jest wypadkową wiedzy, umiejętności, akceptacji siebie, czasami szczypty talentu i przygotowania. Do każdego wystąpienia trzeba się przygotować. Wynika to z szacunku do siebie i do słuchaczy oraz jakości tego, co robimy. Kluczowe jest też zadanie sobie pytania, po co mówimy i z czym chcemy zostawić słuchaczy. Liderzy w 95 proc. nie zastanawiają się nad tym. Idą na spotkania z marszu, czytają z kartki, przegadują slajdy, myślą się, bo ktoś napisał im przemówienie. Skutek? Brak wiarygodności i autentyczności. Słuchacz wcześniej czy później wyczuwa brak spójności czy przygotowania. Można gadać, ale mówić trzeba się nauczyć.

Czy kobiety nadal napotykały w biznesie jakiegoś bariery? Jak możemy je przełamywać?

Nadal jest nas mało. Za mało. Badania (Raport CSR z 2023 roku) wskazują, że tylko 34 proc. osób prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą stanowiły kobiety. Zajmujemy 28 proc. stanowisk prezesek w największych firmach. Uważam, że przełamywanie stereotypów o słabszej płci działa coraz lepiej. Kobiety 50+ zaczynają być postrzegane jako ekspertki z doświadczeniem. Od każdej z nas zależy, jak będziemy traktowały same siebie i inne kobiety, jakie będziemy budowały wspólnoty. W naszych mikroświatach biznesowych i osobistych warto dbać

o uwzględnianie kobiet w zatrudnianiu, wspierać je w rozwoju i edukacji czy ułatwiać podejmowanie trudnych decyzji. Przynależność daje siłę i wsparcie. Świadome życie to najlepsze świadectwo dla kobiet będących w naszym otoczeniu, pochwyciwszy od córek, a skończywszy na paniach spotykanych w sklepie czy na wczasach. Pokazując pozytywny stosunek do siebie i innych kobiet, wyznaczamy standardy jakości w relacjach zawodowych i osobistych również mężczyznom.

Jakie kompetencje będą kluczowe dla liderów w najbliższych latach?

To jedno z bardziej nośnych zagadnień dotyczących zarządzania oraz przyszłości nauki i biznesu. Kiedy pod koniec lutego tego roku byłam prelegentką na konferencji „Transformacja kompetencji miękkich menedżerów jako kluczowy element skutecznego zarządzania zmianą w erze AI”, podczas wystąpień wymieniano bardzo różne kompetencje. Te powtarzające się najczęściej to łączenie kompetencji miękkich i twardych, jak krytyczne myślenie czy inteligencja emocjonalna i empatia, współpraca i zrównoważone przywództwo czy aktywne uczenie się, obsługa i rozumienie nowych technologii czy kreatywność. Nie da się określić jednej czy dwóch, bo to tak, jakby z samochodu, którego zadaniem jest jechać, wybrać silnik i skrzynię biegów, po czym wykazać głębokie zdziwienie, że auto nie jedzie.

Jak dziś definiuje pani sukces?

Dekady temu sukces kojarzyłam bardziej z materią, w subiektywnym dla każdego człowieka ujęciu – z tym, co widać i z tym, co posiadam. Z biegiem lat to pojęcie dynamicznie we mnie ewoluuje. Dziś sukces jest dla mnie procesem, drogą, przy której znajdują się przystanki zrealizowanych zamierzeń i celów. Sukces to również porażki i wnioski, jakie z nich wyciągam. To stały rozwój i wewnętrzna satysfakcja, sposób, w jaki reaguję na to, co się dzieje, na własne i cudze emocje. Moje życie jest samo w sobie sukcesem, tak jak życie każdego z nas.

Jakie ma pani jeszcze zawodowe marzenia lub cele?

Mając na uwadze, że marzenia porażają nastrój poprzez produkcję endorfin oraz to, że napędzają do działania, a nie są marą, urojeniem czy złudzeniem sennym (idąc za etymologią słowa z czasów prastłowiańskich), stawiam sobie za cel tworzenie wspólnot wspierających głównie kobiety, dzielenie się wiedzą i doświadczeniem podczas warsztatów czy spotkań, by najważniejsze dla mnie wartości, jak wolność, poczucie piękna, jakość decyzji, relacji, spotkań, wykonanej pracy, przygotowanego posiłku, ubrania, które noszę, były świadectwem dzielenia się dobrem z innymi ludźmi. ■

Ruch zamiast ekranu – jak Sensory Gym zmienia dzieciństwo na lepsze

O nowoczesnym podejściu do kompleksowego rozwoju dzieci i budowaniu biznesu wyrastającego z doświadczenia opowiada Katarzyna Mikulska, która wraz z Joanną Górniak założyła Sensory Gym.

ROZMAWIA BARBARA JONCZYK



Sensory Gym to projekt oparty nie tylko na biznesie, ale też na relacji i wspólnych wartościach. Jak narodził się pomysł na stworzenie tego miejsca?

Z Asią (Joanną Górniak – przyp. red.) znamy się od ponad 20 lat – od szkolnej ławki. Dorastałyśmy razem i od zawsze marzyłyśmy, żeby kiedyś stworzyć coś wspólnego. Długo zastanawiałyśmy się, jaki kierunek obrać, aż w końcu natural-

nie połączyłyśmy nasze najmocniejsze strony. Asia ma duże doświadczenie biznesowe, a ja – jako mama trójki energicznych chłopców – bardzo praktyczne spojrzenie na potrzeby dzieci.

To właśnie obserwacja moich synów była dla nas ogromną inspiracją. Widziałam, ile mają energii i jak bardzo potrzebują przestrzeni, żeby ją bezpiecznie i mądrze spożytkować. Chciałyśmy stworzyć

miejsce, które nie tylko „zajmie” dzieci, ale realnie wesprze ich rozwój. Tak powstało Sensory Gym – przestrzeń, w której dzieci mogą się wyszaleć, a jednocześnie rozwijać ciało i układ nerwowy.

Naszym wyróżnikiem od początku było wprowadzenie elementów integracji sensorycznej do zajęć ogólnorozwojowych. Wiele dzieci nie potrzebuje indywidualnej terapii – tylko regularnego, dobrze zaprojektowanego ruchu z odpowiednią dawką bodźców. I właśnie to im dajemy.

Wasza przyjaźń trwa ponad 20 lat – czy to pomogło, czy raczej stanowiło wyzwanie w budowaniu wspólnego przedsięwzięcia?

Zdecydowanie pomogło. Często śmiejemy się, że jesteśmy siostrami z innych matek. Znamy się na tyle dobrze, że czasem wystarczy jedno spojrzenie, żebyśmy od razu wiedziały, o czym ta druga myśli. To ogromnie ułatwia podejmowanie decyzji.

Mamy też jasno podzielone role i pełne zaufanie do siebie nawzajem. Nie musimy się kontrolować – wiemy, że każda z nas wykonuje swoją część pracy najlepiej, jak potrafi. To daje ogromny komfort i pozwala skupić się na rozwoju firmy, a nie na wewnętrznych napięciach.

Jako mama trójki energicznych chłopców masz bezpośrednie doświadczenie w obserwowaniu potrzeb dzieci. Jak to wpłynęło na koncepcję Sensory Gym?

Macierzyństwo było fundamentem całego pomysłu. Na co dzień widzę, jak dzieci funkcjonują, co je motywuje, co wycisza, a co przebudzcawuje. Dzięki temu od początku wiedziałam, że kluczem jest połączenie ruchu z odpowiednią stymulacją sensoryczną.

Zależało mi, żeby stworzyć miejsce, które będzie jednocześnie atrakcyjne dla dzieci i wartościowe dla ich rozwoju. Takie, do którego będą chciały wracać nie dlatego, że „muszą”, tylko dlatego, że to dla nich czysta frajda.

Współczesne dzieci coraz więcej czasu spędzają w świecie cyfrowym. Jak przekonujecie je, że ruch i aktywność mogą być równie atrakcyjne?

Rzeczywiście, ekrany bardzo silnie konkurują dziś o uwagę dzieci. I nie oszukujmy się – każdy rodzic czasem z nich korzysta, my również. Sedno tkwi jednak w równowadze. Co ciekawe, dzieci wcale nie trzeba specjalnie przekonywać do ruchu. One naturalnie go potrzebują. Wystarczy stworzyć im odpowiednie warunki. U nas nie myślamy o „ćwiczeniach” czy „zdrowiu” – myślamy o zabawie. Fikołki, podciąganie, tory przeszkód, ścieżki sensoryczne – to dla nich przystępna forma aktywności.

Dodatkowo angażujemy je w tworzenie zajęć, np. wspólnie budują tory przeszkód, a na koniec razem z instruktorami sprzątają salę. To uczy je odpowiedzialności i współpracy. Rodzice z kolei mogą obserwować zajęcia i widzieć, jak duży wpływ mają one na rozwój dziecka. To sytuacja typu *win-win* – dzieci się bawią i jednocześnie rozwijają.

Co wyróżnia Sensory Gym na tle innych placówek dla dzieci?

Naszym największym wyróżnikiem jest połączenie zajęć ogólnorozwojowych z elementami integracji sensorycznej. Na rynku rzadko spotyka się tak kompleksową ofertę w formie zajęć grupowych. Dzięki temu odpowiadamy na realne potrzeby dzieci – nie tylko wzmacniamy ich ciało, ale też wspieramy ich układ nerwowy. Co ważne, robimy to w przystępnej formie i cenie, bez konieczności kierowania każdego dziecka na indywidualną terapię.

Duży nacisk kładziecie na rozwój sensoryczny. Dlaczego jest on tak ważny w pierwszych latach życia dziecka?

Rozwój sensoryczny to fundament prawidłowego funkcjonowania dziecka. To właśnie dzięki niemu dzieci uczą się reagować na bodźce, budują koordynację, równowagę, świadomość ciała i przestrzeni. Jeśli ten obszar jest zaniedbany, mogą pojawić się trudności w koncentracji, nauce czy relacjach społecznych. Dlatego tak ważne jest, aby już od najmłodszych lat dostarczać dzieciom odpowiednich doświadczeń – różnorodnych, ale dobrze dobranych.

Jak wygląda typowy dzień w Sensory Gym? Co najbardziej zaskakuje nowych uczestników?

Zajęcia zaczynamy od rozgrzewki, ale bardzo szybko przechodzimy do aktywnej zabawy. Ważnym elementem jest to, że dzieci ćwiczą boso – dzięki temu mogą w pełni doświadczać ścieżek sensorycznych. Nasi podopieczni reagują bardzo spontanicznie – śmieją się, piszczą, komentują swoje odczucia. Dla wielu z nich to zupełnie nowe doświadczenie.



Dużym hitem są tory przeszkód oraz zajęcia przy muzyce – szczególnie te, podczas których dzieci same wybierają playlistę. **Wasza oferta skierowana jest do dzieci w różnym wieku. Jak dostosowujecie program do tak zróżnicowanych potrzeb?**

Pracujemy w trzech grupach wiekowych: 2–3 lata, 4–6 lat i 7–9 lat. W przypadku każdej z nich zajęcia mają nieco inny charakter. Najmłodsze dzieci ćwiczą razem z rodzicami – to bardzo ważne dla ich poczucia bezpieczeństwa. W tej grupie stawiamy najmocniej na sensorykę. Starsze dzieci mają więcej wyzwań ruchowych i bardziej intensywne zajęcia.

Jakie zmiany najczęściej zauważają rodzice u dzieci biorących udział w waszych zajęciach?

Rodzice bardzo często mówią o poprawie postawy i ogólnej sprawności fizycznej. Ale równie ważne są zmiany społeczne i emocjonalne – dzieci stają się bardziej otwarte, pewniejsze siebie, chętniej nawiązują relacje. Zauważalna jest też większa samodyscyplina, lepsza koncentracja i umiejętność współpracy w grupie. To efekty, które wykraczają daleko poza samą aktywność fizyczną.

Jakie były największe wyzwania na początku tej drogi?

Największym wyzwaniem było pogodzenie wielu ról jednocześnie – od organizacyjnych po operacyjne. Dużym tematem było też znalezienie odpowiedniej kadry. Praca z dziećmi wymaga nie tylko kompetencji, ale też ogromnej empatii i energii. Kolejnym wyzwaniem było stworzenie odpowiedniej przestrzeni i wyposażenie jej w certyfikowany sprzęt – zależało nam na bezpieczeństwie i jakości. No i oczywiście budowanie rozpoznawalności – to proces, który cały czas trwa.

Jakie macie plany na rozwój Sensory Gym?

Zdecydowanie myślimy o rozwoju – zarówno poprzez nowe lokalizacje, jak i potencjalnie model franczyzowy. Wierzymy, że nasza koncepcja ma duży potencjał i odpowiada na realne potrzeby rynku. Na ten moment skupiamy się jednak na dalszym rozwijaniu naszego pierwszego miejsca i budowaniu silnej marki lokalnej. Chcemy, żeby Sensory Gym kojarzyło się z jakością, bezpieczeństwem i realnym wsparciem rozwoju dzieci. ■

Architektura wolności. Jak wygrać z globalną niepewnością gospodarczą?

Obecny rynek pracy stoi w obliczu transformacji, jakiej nie widzieliśmy od czasów pierwszej rewolucji przemysłowej. Rosnąca niepewność, galopująca automatyzacja oraz gwałtowny rozwój sztucznej inteligencji (AI) sprawiają, że tradycyjne poczucie stabilności zawodowej nieodwracalnie odchodzi do lamusa.



JAROSŁAW CHROBOCIŃSKI

Eksperti rynkowi i analitycy przewidują z dużą dozą pewności, że do 2030 roku zniknie od 30 proc. do nawet 47 proc. obecnych etatów. To nie są jedynie pesymistyczne prognozy, lecz realne zagrożenie wynikające z optymalizacji kosztów przez globalne korporacje, które coraz częściej zastępują kapitał ludzki algorytmami. W połączeniu z nieustannie rosnącymi kosztami życia, utrudnieniami w prowadzeniu tradycyjnego biznesu oraz wszechobecną presją powodującą stres i choroby cywilizacyjne, współczesny człowiek znajduje się w sytuacji permanentnego poczucia braku kontroli nad własną przyszłością.

W tej nowej rzeczywistości ekonomicznej posiadanie tylko jednego źródła dochodu jest dziś uznawane za największe ryzyko finansowe. Uzależnienie całego bytu od jednej decyzji przełożonego lub kondycji jednego sektora gospodarki to strategia, która może prowadzić do życiowej katastrofy. Kluczem do przetrwania i rozwoju w nadchodzącej dekadzie staje się budowanie inteligentnego modelu

biznesu przyszłości. Taki model powinien zapewniać nie tylko dodatkowe środki, ale przede wszystkim wolność finansową, geograficzną i emocjonalną, pozwalając na odzyskanie kontroli i satysfakcji życiowej.

Odpowiedzią na te wyzwania jest dochód pasywny oparty na mechanizmie dźwigni. Zamiast polegać w stu procentach na własnym, ograniczonym czasie i wysiłku, inteligentne systemy pozwalają zarabiać jeden procent z wysiłku stu osób, co jest znacznie bardziej stabilne niż sto procent z pracy własnej. To model, który od lat z sukcesem stosują największe gracze rynkowi. Przykładowo, VISA zarabia miliardy dolarów, nie posiadając ani jednego banku, Spotify dominuje rynek muzyczny bez własnej muzyki, a Bolt zarządza globalnym transportem, nie posiadając ani jednego samochodu. Jest to fundamentalne przejście od posiadania zasobów do zarządzania systemem dystrybucji i rekomendacji.

Jednym z najbardziej stabilnych i sprawdzonych rozwiązań na tym polu jest projekt RIWAY, który oferuje partnerom gotową franczyzę osobistą. Firma RIWAY International o 18-letniej historii bezwzględnej doskonałości stanowi solidny fundament dla osób chcących budować biznes w skali globalnej. Jej historia zaczęła się w 2008 roku w Singapurze, w wynajętym biurze o powierzchni 100 m². Dziś to globalny gigant z nowoczesną infrastrukturą w Singapurze i 14 innych krajach azjatyckich oraz dynamicznie rozwijającą się obecnością w Polsce i Europie. RIWAY to partner wiarygodny, będący całkowitą własnością założyciela, dr. Lim Boon Honga, co eliminuje naciski zewnętrznych akcjonariuszy i zapewnia niezmienną zasad współpracy oraz cen od samego początku istnienia firmy.

Sercem tego modelu biznesowego jest produkt unikalny w skali światowej – PURTIER. To zaawansowany preparat premium, obecnie dystrybuowany w siódmej edycji, będący efektem blisko dwóch dekad badań naukowych i ciągłego do-

skonalenia. PURTIER nie jest zwykłym suplementem; to kompletny, 6-miesięczny program wspierający regenerację na poziomie komórkowym. Zamiast atakować pojedynczy problem, pomaga w odbudowie tkanek i regulacji kluczowych parametrów organizmu.

Model współpracy z RIWAY różni się diametralnie od tradycyjnej franczyzy. Podczas gdy standardowy franczyzobiorca musi liczyć się z wysokimi opłatami wstępnymi, kosztami najmu, ZUS-em i pensjami pracowników, partner RIWAY otrzymuje gotowy system pracy, CRM, logistykę i mentoring bez żadnych kosztów stałych. Prowizja wynika z realnego obrotu partnera i jego organizacji bez ograniczeń na głębokość. Co kluczowe, jest to model długoterminowy i dziedziczny, co pozwala budować prawdziwe bezpieczeństwo dla przyszłych pokoleń.

Skalowanie tego biznesu wspiera profesjonalny system eventowo-szkoleniowy. Wydarzenia takie jak seminaria Leaders Training Seminar czy imponujące Gale i Noce Uznania gromadzą dziesiątki tysięcy osób (np. 80 000 osób w Malezji w 2022 roku), budując prestiż i kulturę sukcesu. To tam partnerzy uczą się *midsetu* od top liderów i nawiązują kontakty z biznesową elitą.

W obliczu nadchodzącej fali zmian na rynku pracy, pytanie nie brzmi już, „czy warto posiadać alternatywę”, ale: „jak szybko można ją zbudować”. Projekt RIWAY z preparatem PURTIER stanowi obecnie najlepszą odpowiedź na potrzebę bezinwestycyjnego, stabilnego i długoterminowego źródła dochodu, zapewniając mapę drogową do pełnej niezależności. To projekt przeznaczony dla liderów gotowych na naukę i współpracę, którzy chcą odzyskać kontrolę nad swoim zdrowiem i życiem finansowym. ■

Jarosław Chrobociński

sms: 606 761 488

email: jarek@chrobocinski.pl

Alpin-Jar

– specjaliści pracy na wysokościach

Alpin-Jar Jarosław Poptawski to firma specjalizująca się w profesjonalnych pracach wysokościowych i usługach alpinistycznych, działająca na rynku od 2007 roku. Dzięki wieloletniemu doświadczeniu, wykwalifikowanemu zespołowi oraz nowoczesnemu zapleczu technicznemu przedsiębiorstwo realizuje nawet najbardziej wymagające zlecenia na terenie całej Polski.

Firma oferuje szeroki zakres usług związanych z pracami na wysokościach, w tym montaż i demontaż konstrukcji, konserwację oraz malowanie elewacji i dachów, montaż systemów zabezpieczeń przed ptakami, instalację reklam wielkogabarytowych, a także specjalistyczne czyszczenie powierzchni metodami laserowymi, parowymi czy suchym lodem. W ofercie znajdują się również usługi arborystyczne, takie jak wycinka i pielęgnacja drzew metodami alpinistycznymi. Alpin-Jar stawia na bezpieczeństwo, terminowość oraz indywidualne podejście do każdego klienta. Firma korzysta z certyfikowanego sprzętu i przestrzega najwyższych standardów bezpieczeństwa pracy. Potwierdzeniem jakości świadczonych usług są liczne realizacje oraz współpraca z renomowanymi firmami i instytucjami.

Na ofertę przedsiębiorstwa składa się wachlarz usług wykonywanych metodami alpinistycznymi oraz przy użyciu profesjonalnych podnośników kosзовych i nożycowych. Dzięki zaawansowanej i nowoczesnej technologii Alpin-Jar realizuje prace montażowe, konserwacyjne i serwisowe nawet w trudno dostępnych miejscach, bez konieczności budowy kosztownych rusztowań. Są to m.in. montaż konstrukcji stalowych, reklam wielkogabarytowych, konserwacja elewacji i dachów czy specjalistyczne prace techniczne na dużych wysokościach.



Jarosław Poptawski

Jednym z wyróżników firmy jest stosowanie nowoczesnych technologii czyszczenia i renowacji powierzchni. Alpin-Jar wykorzystuje m.in. technologię laserową do precyzyjnego usuwania korozji, farb i zabrudzeń bez uszkodzania materiału,

a także czyszczenie indukcyjne, parowe, hydro-piaskowanie oraz metodę suchego lodu. Rozwiązania te pozwalają na skuteczne i ekologiczne czyszczenie konstrukcji przemysłowych, elewacji, maszyn oraz obiektów zabytkowych.

Firma dysponuje również flotą profesjonalnych podnośników o różnych parametrach roboczych, co umożliwia sprawną realizację prac zarówno na zewnątrz budynków, jak i wewnątrz hal przemysłowych czy magazynów. Podnośniki teleskopowe, nożycowe i łamane pozwalają na bezpieczne wykonywanie prac serwisowych, montażowych oraz konserwacyjnych na wysokościach.

Priorytetem Alpin-Jar jest bezpieczeństwo, terminowość oraz wysoka jakość realizacji usług. Firma korzysta wyłącznie z certyfikowanego sprzętu, a zespół tworzą doświadczeni specjaliści posiadający odpowiednie uprawnienia do pracy na wysokościach. Wieloletnie doświadczenie i indywidualne podejście do każdego projektu sprawiają, że Alpin-Jar skutecznie realizuje nawet najbardziej wymagające zadania techniczne i przemysłowe.

Więcej informacji: www.alpinjar.pl



Biznes w otoczeniu natury i emocji



ROZMAWIA IZABELA WŁODARCZYK

Zaledwie kilkanaście kilometrów od centrum Warszawy, w otulinie Kampinoskiego Parku Narodowego powstało miejsce, które łączy biznes, wypoczynek i wyjątkowe doświadczenia. W Hotelu Splendor w Starych Babicach natura spotyka się z nowoczesną infrastrukturą konferencyjną, a wydarzenia firmowe i rodzinne nabierają zupełnie nowego wymiaru. O wizji tego miejsca, roli emocji w biznesie hotelarskim i wyzwaniach współczesnej branży MICE rozmawiamy z Barbarą Kuśmierczyk, Prezes Hotelu Splendor.

Hotel Splendor wyróżnia się lokalizacją – blisko Warszawy, a jednocześnie w otoczeniu Kampinosu. Jak narodziła się idea takiego miejsca?

Zawsze wierzyłam, że człowiek potrzebuje zacisza, w którym może odechnąć – dosłownie i w przenośni. Kiedy analizowałam rynek hotelarski w okolicach Warszawy, zauważyłam dwie skrajności: albo miasto i jego zgiełk, albo odległe destynacje wymagające długiej podróży. Postanowiliśmy znaleźć złoty środek. Bliskość Kampinosu daje możliwość szybkiego kontaktu z naturą – ciszą, zielenią i czystym powietrzem – choć sam hotel pozostaje świetnie skomunikowany z miastem. To nie był przypadek, lecz świadoma decyzja o stworzeniu miejsca, które pozwala złapać równowagę pomiędzy odpoczynkiem a wygodnym dostępem do stolicy.

Czym dla pani jest dziś nowoczesna gościnność?

To przede wszystkim uważność na gościa i jego potrzeby. Dziś nie chodzi już o standard czy liczbę gwiazdek, ale o to, jakie emocje i wspomnienia gość zabiera po pobycie. Każdy przyjeżdża z innym celem – jedni pracują, inni świętują ważne chwile, jeszcze inni szukają odpoczynku. Rolą hotelu jest stworzenie przestrzeni, w której każdy z nich poczuje się komfortowo. Umiejętność dopasowania się do tych różnych oczekiwań, połączona z autentyczną życzliwością i zaangażowaniem zespołu, definiuje nowoczesną gościnność.

Co dziś najbardziej decyduje o wyborze miejsca na konferencję lub event firmowy?

Firmy przede wszystkim szukają miejsca, na którym mogą polegać. Zależy im na partnerze, który zadba o każdy szczegół

i przejmie odpowiedzialność za sprawny przebieg wydarzenia – od logistyki, przez zaplecze techniczne, aż po jakość cateringu i poziom obsługi. Liczy się profesjonalizm, ale też elastyczność i szybkie reagowanie na potrzeby w trakcie wydarzenia.

Znaczenie ma też to, gdzie wydarzenie się odbywa. Dobrze dobrana przestrzeń realnie wpływa na przebieg spotkania – pomaga się skupić, sprzyja wymianie pomysłów i buduje lepszą atmosferę. Odejście od miejskiego otoczenia pozwala uczestnikom choć na chwilę spojrzeć na wiele spraw z nowej perspektywy. Dlatego stawiamy na kompleksowe podejście: nowoczesne i funkcjonalne sale, sprawdzone zaplecze techniczne oraz kuchnię opartą na świeżych produktach wysokiej jakości. To połączenie sprawia, że klienci mogą skupić się na swoim wydarzeniu, mając pewność, że reszta jest w dobrych rękach.

Hotel Splendor jest również miejscem przyjęć weselnych. Jak zarządza się przestrzenią, w której emocje gości są tak intensywne i osobiste?

Wesele to wyjątkowy dzień – pełen emocji, wzruszeń i bardzo osobistych chwil. Dlatego najważniejsze jest dla nas, aby para młoda i ich bliscy mogli przeżyć go w pełnym spokoju i poczuciu bezpieczeństwa. Nasza rola polega na tym, żeby wszystko przebiegało płynnie i naturalnie, bez zbędnego stresu po stronie gości. Dbamy o każdy detal organizacyjny, tak aby para młoda mogła skupić się wyłącznie na sobie i swoich bliskich. Jesteśmy blisko, kiedy jesteśmy potrzebni, i jednocześnie potrafimy pozostać w tle, kiedy to goście i para młoda są w centrum uwagi. Bardzo ważna jest dla nas komunikacja i wyczu-



cie sytuacji – często wystarczy jedno spojrzenie czy gest, żeby odpowiednio zareagować. To właśnie ta uważność i elastyczność sprawiają, że możemy realnie odciążyć parę młodą i ich rodziny w tym intensywnym, ale pięknym dniu. To wymaga dużej empatii, doświadczenia i delikatności, ale właśnie na tym budujemy doświadczenie wesel.

Restauracja Kryształowa łączy kuchnię polską i włoską. Jaką rolę w całym doświadczeniu hotelu odgrywa gastronomia?

Gastronomia jest prawdziwym sercem hotelu. To ona buduje pierwsze wrażenie i to, co zapamiętują goście. Dobrze przygotowany posiłek potrafi sprawić przyjemność i dać poczucie, że ktoś naprawdę zadbał o detale. W naszej kuchni wszystko zaczyna się od podstaw: od świeżych produktów dobranych do sezonu i prostych składników. Nie korzystamy z gotowych rozwiązań ani sztucznych dodatków – stawiamy na jakość wynikającą z codziennej pracy kuchni i doświadczenia zespołu. Współpraca z lokalnymi dostawcami pozwala nam utrzymać świeżość i autentyczny smak potraw. Połączenie kuchni polskiej i włoskiej wynika z ich charakteru – bliskie im są proste, wyraziste smaki i dania oparte na tradycyjnych recepturach. Dzięki temu możemy serwować potrawy, które są gościom dobrze znane i jednocześnie wnoszą odrobinę nowego smaku i inspiracji. Jeśli gość wychodzi od nas zadowolony, to dla nas znak, że gastronomia spełniła swoją rolę.

Jak buduje pani zespół, który potrafi obsłużyć zarówno biznesowe konferencje, jak i wyjątkowe uroczystości rodzinne?

Za każdym miejscem stoją ludzie. Budowanie zespołu traktuję jak jeden z najważniejszych elementów naszej pracy. Zawsze powtarzam, że można się nauczyć procedur, ale podejścia do drugiego człowieka już nie. Szukam osób, które mają naturalną życzliwość i potrafią czerpać satysfakcję z kontaktu z gościem – reszta to kwestia szkolenia, czasu i nabycia doświadczenia. Zależy mi, żeby zespół działał spójnie i wzajemnie się wspierał. Wtedy gość od razu to czuje – niezależnie czy bierze udział w dużej konferencji, czy w kameralnym przyjęciu rodzinnym. Różni je charakter, ale nie zmienia się to, co najważniejsze: uważność, zaangażowanie i szacunek dla gościa. To właśnie na tych wartościach opieramy naszą codzienną pracę.

Jakie są dziś największe wyzwania w branży hotelarskiej i eventowej w Polsce?

Przede wszystkim to rosnące koszty prowadzenia działalności – od energii przez produkty po wynagrodzenia. To sprawia, że zarządzanie biznesem wymaga coraz większej precyzji i uważności.



Drugim istotnym wyzwaniem jest rynek pracy. W hotelarstwie i gastronomii szczególnie cenni są doświadczeni pracownicy z wyczuciem gościa i naturalną łatwością w kontakcie z ludźmi. Dlatego rekrutacja oraz budowanie stabilnych, zaangażowanych zespołów staje się jednym z kluczowych obszarów w naszej branży. Trzecim elementem są rosnące oczekiwania gości. Klienci są coraz bardziej świadomi, wiedzą czego chcą i potrafią to jasno komunikować. To bardzo dobra zmiana, ale jednocześnie stawia przed nami coraz wyższą poprzeczkę – szczególnie w obszarze wydarzeń i obsługi konferencji. To wszystko sprawia, że branża jest wymagająca, ale jednocześnie niezwykle dynamiczna i satysfakcjonująca.

Otoczenie Kampinosu to ogromny atut. Czy natura może być realną przewagą konkurencyjną w biznesie hotelarskim?

Absolutnie tak – i uważam, że będzie z czasem jeszcze bardziej się umacniać. Coraz więcej osób szuka dziś przestrzeni, która pozwala na chwilę oderwać się od codzienności, ekranów i miejskiego zgiełku. Kontakt z naturą staje się czymś naprawdę wyjątkowym – formą luksusu, który daje spokój i równowagę. Bliskość Kampinoskiego Parku Narodowego jest dla nas bardzo ważnym atutem, bo pozwala gościom znaleźć się w zupełnie innym otoczeniu – wystarczy krótki dojazd, aby przenieść się w przestrzeń zieleni i ciszy. To realna wartość, którą możemy pokazać przy organizacji konferencji, wesel czy pobytów wypoczynkowych. Takie otoczenie naturalnie wzbogaca doświadczenie gości i sprawia, że pobyt nabiera innego charakteru.

W jakim kierunku będzie rozwijał się Hotel Splendor w najbliższych latach?

Chcemy jeszcze lepiej odpowiadać na potrzeby współczesnych gości. W najbliższych latach planujemy dalej wzmocniać obszar wellness, rozwijać gastronomię w oparciu o lokalne i sezonowe produkty oraz konsekwentnie budować silną ofertę dla segmentu eventowego. Naszym celem jest być realną alternatywą dla klasycznych przestrzeni konferencyjnych w mieście – miejscem, które oferuje nie tylko zaplecze techniczne, ale też spokojniejsze warunki sprzyjające pracy i spotkaniom. Bliskość przyrody to wartość, którą chcemy dalej rozwijać, tworząc doświadczenia łączące pracę, odpoczynek i zmianę otoczenia.

Gdyby miała pani opisać Hotel Splendor jednym zdaniem – nie jako obiekt, ale jako ideę – co by to było?

Hotel Splendor to miejsce, w którym natura, dobry smak i ludzka życzliwość składają się na wyjątkowe doświadczenie, które zostaje w pamięci na długo po wyjeździe. ■

Dywersyfikacja budowana na doświadczeniu

Biuro rachunkowe, technologie dla firm, e-commerce i... miłość do Włoch. Czy tak skrajna dywersyfikacja to przepis na stabilny biznes w niepewnych czasach? Sylwia Michalek-Łuczak i Michał Łuczak, twórcy marki Ventoni, opowiadają o tym, jak budować wielobranżową firmę w oparciu o realne kompetencje, partnerskie zaufanie i ucieczkę od sezonowych trendów.

ROZMAWIA BARBARA JONCZYK

Jak dziś definiują państwo Ventoni – jako biuro rachunkowe czy raczej grupę usługową?

Michał Łuczak: Dzisiaj postrzegamy Ventoni zdecydowanie szerzej. To marka, którą wspólnie rozwijamy wokół różnych obszarów biznesu, ale z jednym wspólnym mianownikiem – profesjonalnym podejściem, doświadczeniem i wysoką jakością obsługi. Za Ventoni stoimy my – Michał i Sylwia – partnerzy w biznesie i w życiu. Myślę, że właśnie ta perspektywa mocno wpływa na sposób budowania całej marki. Każde z nas wnosi do niej swoją specjalizację i wieloletnie doświadczenie. Sylwia od ponad 25 lat działa w księgowości i finansach jako główna księgowa oraz dyrektor finansowy, a ja od lat jestem związany z branżą wody, filtracji i urządzeń dla firm. Dziś pod marką Ventoni rozwijamy zarówno obszar związany z księgowością i wsparciem biznesowym, jak i segment urządzeń dla firm, kawy, e-commerce oraz włoskich delikatesów online – *sognoitaliano.pl*, co jest związane z naszą wspólną pasją do Włoch i włoskiej jakości.

Od początku zależało nam jednak na tym, żeby każdy z tych projektów był oparty na realnej wiedzy, praktyce i autentycznym zaangażowaniu, a nie był wyłącznie kolejnym biznesem. Dzięki temu Ventoni stało się dziś czymś więcej niż jedną firmą. To rozwijający się brand łączący różne kompetencje i doświadczenia.

Czy strategia dywersyfikacji towarzyszyła państwu od początku?

M.Ł.: Chcieliśmy rozwijać biznes w oparciu o nasze własne kompetencje i doświadczenie, a nie dlatego, że akurat pojawił się trend czy okazja. Każdy kolejny segment rozwijał się wokół obszarów, które naprawdę dobrze znamy i w których mogliśmy dać klientom realną wartość. Oczywiście po drodze pojawiały się też nowe pomysły i możliwości, ale zawsze



bardzo świadomie podchodziliśmy do kierunku rozwoju Ventoni.

Jak udaje się łączyć tak różne tematy?

Sylwia Michalek-Łuczak: Te segmenty łączy doświadczenie, kompetencje i ludzie, z którymi pracujemy na co dzień. Każde z nas budowało wiedzę latami i właśnie na tym powstały nasze marki. Nie stworzyliśmy firmy „od wszystkiego”. Wręcz przeciwnie – każdy z tych obszarów zbudowaliśmy na realnym doświadczeniu. Jednocześnie bardzo dużo uczymy się od siebie nawzajem i dzięki temu rozwijamy biznes.

Kluczowe jest też to, że patrzymy przede wszystkim przez pryzmat klienta i jego codziennych potrzeb, a nie samej

branży. Bardzo często współpraca zaczyna się od księgowości i wsparcia biznesowego, a później naturalnie pojawiają się kolejne obszary – wyposażenie biur w wodę czy ekspresy do kawy. Segment związany z wodą i urządzeniami prężnie działa również niezależnie, głównie dzięki wieloletniemu doświadczeniu Michała, jakości obsługi oraz poleceniom klientów. Z kolei *sognoitaliano.pl* to połączenie biznesu z naszą prywatną pasją. Oboje kochamy Włochy, ich kulturę, jakość i podejście do życia. Finalnie wszystkie te marki łączy jedno podejście: jakość, długofalowe relacje i budowanie biznesu w oparciu o wiedzę, doświadczenie i zaufanie.

Czy dywersyfikacja zwiększa bezpieczeństwo firmy w niestabilnych czasach?

S.M.-Ł.: Z perspektywy finansowej i biznesowej zdecydowanie tak, szczególnie w dzisiejszych czasach, kiedy rynek bardzo szybko się zmienia. Prowadząc przez lata księgowość i finanse różnych firm widziałam, jak ryzykowne potrafi być opieranie całego biznesu na jednym źródle przychodu. Dywersyfikacja daje większą elastyczność i pozwala spokojniej reagować na zmiany rynkowe, sezonowość czy wahania w poszczególnych sektorach. Oczywiście pod warunkiem, że te obszary są rozwijane rozsądnie i mają wspólne fundamenty.

Państwa strategia sprzedaży jest bardziej relacyjna czy marketingowa?

M.Ł.: Zdecydowanie bliżej nam do sprzedaży relacyjnej niż typowo „marketingowej”, chociaż oczywiście dzisiaj marketing i obecność online są bardzo ważne. Korzystamy z różnych rozwiązań reklamowych (głównie internetowych), ale traktujemy je raczej jako wsparcie i sposób na budowanie rozpoznawalności marki niż fundament całego biznesu. U nas większość rzeczy nadal buduje się przede wszystkim na zaufaniu, poleceniach i długofalowych relacjach. Nie działamy w modelu agresywnej sprzedaży czy szybkiego pozyskiwania klientów. Wolimy rozwijać biznes stabilnie, tak żeby klient rzeczywiście czuł, że ma po drugiej stronie ludzi, którzy rozumieją jego firmę i potrafią realnie pomóc.

Dużą rolę odgrywa też to, że działamy w kilku różnych obszarach. Dzięki temu mamy kontakt z przedsiębiorcami na wielu poziomach i te relacje rozwijają się z czasem bardzo naturalnie. Klienci wracają do nas, polecają nas dalej i zaczynają współpracę w kolejnych obszarach. Myślę, że właśnie dlatego marketing działa u nas najlepiej wtedy, kiedy jest oparty na autentyczności i realnym doświadczeniu, a nie wyłącznie na samej reklamie.

Co było największym wyzwaniem w budowaniu tak różnorodnego biznesu?

S.M.-Ł.: Myślę, że największym wyzwaniem było przede wszystkim równoczesne rozwijanie kilku różnych obszarów w taki sposób, żeby każdy z nich utrzymywał wysoki standard. Przy wielu projektach bardzo łatwo jest stracić kontrolę nad detalami albo wejść w model ciągłego gaszenia pożarów. Dużym wyzwaniem było też nauczanie się przełączania między zupełnie różnymi światami. Ogromnie pomogło nam to, że każde z nas odpowiada za obszary, w których ma najmocniejsze kompetencje. Dzięki temu mogliśmy rozwijać firmę bardziej świadomie, a jednocześnie cały czas uczyć się od siebie nawzajem i patrzeć szerzej na prowadzenie biznesu.

Czy któraś z branż okazała się trudniejsza niż państwo zakładali?

M.Ł.: Myślę, że większych zaskoczeń raczej nie było, ponieważ od początku wchodziliśmy w obszary, które dobrze znaliśmy. Dzięki temu dużo łatwiej było nam realnie ocenić zarówno potencjał, jak i wyzwania z nimi związane. Jeśli coś okazało się bardziej wymagające, to przede wszystkim kwestie zarządcze związane z rozwojem firmy i powiększającym się zespołem. Dzisiaj rynek pracy bardzo się zmienia i coraz większym wyzwaniem staje się budowanie stabilnych zespołów, utrzymanie jakości pracy czy znalezienie osób, które naprawdę utożsamiają się z firmą.

A czy pojawiły się błędy, z których wyciągnęli państwo wnioski?

S.M.-Ł.: Myślę, że jednym z większych błędów były czasem pozorne oszczędności – szczególnie w obszarach systemowych, organizacyjnych czy technologicznych. Z perspektywy czasu widzimy, że w biznesie bardzo często tańsze rozwiązanie finalnie okazuje się droższe, jeśli później trzeba poświęcać czas na poprawki, ręczne działania albo rozwiązywanie problemów. Nauczyliśmy się też, jak ważne jest budowanie procesów i delegowanie części obowiązków odpowiednio wcześniej. Na początku wiele rzeczy chcieliśmy kontrolować sami, co przy rozwijającym się biznesie po prostu na dłuższą metę nie jest możliwe. Dużą lekcją było również to, żeby nie podejmować decyzji pod presją chwili czy intensywnego wzrostu. Dzisiaj zdecydowanie patrzymy długofalowo – zarówno przy inwestycjach czy wyborze współpracowników, jak i kierunkach rozwoju całej firmy.

Jaką radę daliby państwo przedsiębiorcom myślącym o dywersyfikacji?

M.Ł.: Uważam, że nie warto wchodzić w nowe obszary tylko dlatego, że coś jest chwilowo modne. Dywersyfikacja ma sens wtedy, kiedy wynika z realnych kompetencji, doświadczenia i wartości, które faktycznie możecie dać klientom. Ważne jest też, żeby rozwijać kolejne segmenty stopniowo, a nie próbować wszystkiego jednocześnie bez odpowiedniego zaplecza. I chyba najważniejsze – warto budować biznes w zgodzie ze sobą. Wiele osób marzy dziś o większej niezależności i pracy na własnych zasadach, ale wymaga to konsekwencji, cierpliwości i dużego zaangażowania. Jeśli jednak biznes opiera się na mocnych stronach i autentyczności, dywersyfikacja może stać się dużą wartością i naturalnym kierunkiem rozwoju.

Czy planują państwo kolejne kierunki?

S.M.-Ł.: Tak, zdecydowanie mamy jeszcze wiele pomysłów, które chciałabym rozwijać. Dzisiaj dużo bardziej zależy mi

na świadomym rozwoju niż na tworzeniu kolejnych projektów tylko po to, żeby szybko rosnąć. Na pewno bardzo ważnym kierunkiem będzie dla mnie rozwój edukacji biznesowej, marki osobistej i nowoczesnych form wsparcia przedsiębiorców. Równolegle chcemy dalej rozwijać obszary związane z rozwiązaniami dla firm, bo widzimy ogromny potencjał w łączeniu różnych kompetencji i tworzeniu usług, które realnie ułatwiają przedsiębiorcom codzienne funkcjonowanie.

Gdzie widzą państwo Ventoni za pięć lat?

S.M.-Ł.: Myślę, że Ventoni będzie jeszcze bardziej rozpoznawalną i świadomie zbudowaną marką, która łączy kilka mocnych obszarów biznesowych, ale nadal działa w oparciu o relacje, doświadczenie i bardzo wysoką jakość obsługi. Chciałabym dalej rozwijać obszar związany z księgowością i wsparciem przedsiębiorców, ale bardziej w kierunku nowoczesnego partnera biznesowego niż klasycznego biura rachunkowego. Przez ponad 25 lat pracy jako główna księgowa i dyrektor finansowy widziałam, że przedsiębiorcy często potrzebują nie tylko księgowości, ale przede wszystkim kogoś, kto pomoże im lepiej zrozumieć finanse firmy i podejmować świadome decyzje biznesowe. Bardzo ważny będzie dla nas również rozwój technologii, automatyzacji i nowoczesnych rozwiązań dla klientów, bo widzę, jak szybko zmienia się cały rynek i jak bardzo przedsiębiorcy potrzebują dziś prostych, sprawnych i bezpiecznych procesów.

Równolegle chcemy dalej rozwijać segment związany z wodą, kawą i rozwiązaniami dla firm, bo to obszar, w którym Michał ma ogromne doświadczenie. To biznes oparty przede wszystkim na jakości obsługi, długofalowych relacjach i realnym wsparciu klientów, a nie tylko samej sprzedaży urządzeń. Dzisiaj ten segment rozwija się zarówno dzięki rekomendacjom i powracającym klientom, jak i działaniom marketingowym oraz reklamowym w internecie, które pozwalają nam rozwijać markę na większą skalę.

Duży potencjał widzę też w rozwoju mojej marki osobistej (@księguj_z_michalek i edukacji biznesowej online. Social media pokazały mi, jak wielu przedsiębiorców chce dziś rozumieć podatki, finanse czy zmiany w przepisach podane w prosty i praktyczny sposób. Dlatego chciałabym rozwijać nie tylko same treści edukacyjne, ale też konsultacje, produkty cyfrowe i nowoczesne formy wsparcia dla przedsiębiorców.

Myślę, że niezależnie od tempa rozwoju Ventoni najważniejsze pozostanie to, żeby była to marka budowana na wiedzy, autentyczności i zaufaniu. ■

Więcej niż sport

Tenis w Polsce przeżywa swój renesans, przyciągając coraz więcej osób w każdym wieku. W centrum tej rosnącej pasji stoi człowiek, który nie tylko inwestuje w infrastrukturę, ale przede wszystkim buduje społeczność wokół tego sportu. Jakub Wojciechowski – przedsiębiorca, wizjoner i pasjonat – opowiada o swojej drodze, planach na przyszłość oraz o tym, dlaczego „u niego tenis smakuje lepiej”.

ROZMAWIA KRZYSZTOF JOŃCZYK

Niedawno skończyłeś 30 lat – czy traktujesz ten moment jako symboliczne rozpoczęcie nowego etapu?

Fakt, pojawiła się „trójka” z przodu, ale uważam, że każdy okres w życiu może być wspaniały, jeśli nauczymy się doceniać świat i możliwości, które dostajemy w różnych momentach naszej wędrówki po Ziemi.

Tenis przyciąga dziś ludzi w każdym wieku. Jak zmieniło się podejście Polaków do tego sportu na przestrzeni ostatnich lat?

Mamy tu wiele paradoksów. Po pierwsze: spadły ceny, a dostępność hal i obiektów sportowych w Polsce stała się imponująca. Tenis nie jest już elitarnym sportem dla nielicznych, ale dyscypliną dostępną szerszemu gronu zainteresowanych. Niestety, jednocześnie młodzież nie chce się ruszać tak jak kiedyś. Siłownie przeżywają renesans, ale sporty takie jak tenis, choć oczywiście mają swoich fanów, to dla wielu ludzi są czymś, co ogląda się głównie w telewizji. Uwielbiają mecze, ale nigdy nie trzymali rakiety.

Ja jednak jestem pełen wiary, że jesteśmy teraz w okresie zmian i powoli świat wraca do normy. Docenianie natury, ruchu fizycznego i wagi relacji na żywo wróci na salony.

Otwocka Akademia Tenisa to nowy, ale już bardzo kompleksowy projekt. Jak wyglądał proces jego tworzenia od pomysłu do realizacji?

Szalenie, jak wszystko w moim życiu. Nie lubię stagnacji. Miałem wtedy udział w innym klubie w Otwocku, bo tenis zawsze był moim oczkiem w głowie. Niestety, wizja współników była zupełnie inna, a moje małe pomysły, które zmieniłyby wiele, nie były uwzględniane. Tak jest zresztą do dziś, jak to się mówi: „na zachodzie bez zmian”, dzięki czemu wiem, że to była dobra decyzja.

Sama budowa była trudna i obarczona ryzykiem, bo działka – choć piękna



i warta bagażnika pieniędzy – była obwarowana szeregiem procedur i pozwoleń. Załatwienie tego wszystkiego w urzędach zajęło miesiące, a to i tak w trybie przyspieszonym...

Nadzorujesz inwestycję osobiście i dbasz o każdy szczegół. Co było dla ciebie najważniejsze przy tworzeniu tego miejsca?

Zgadza się, jestem w klubie praktycznie codziennie, jeśli tylko jestem w kraju. Uważam, że obecność na miejscu jest bardzo ważna, bo, jak ktoś kiedyś po-

wiedział, żaden pracownik nie zastąpi oddanego szefa, żaden szef nie zastąpi kompetentnego zespołu pracowników. To musi iść w parze. Ja pilnuję finansów, pracowników i strategicznych obszarów działalności Akademii, a sprawy związane z utrzymaniem jakości treningów oraz szkoleniami zostawiam ekspertom. Czasem, patrząc na to wszystko z boku, myślę, że jakoś się udało.

Sporo też podróżuję oraz pomieszkuję w różnych miejscach, poznając lokalną



kulturę tam, gdzie przyciąga ona moją uwagę. Kosztem prowadzenia własnego biznesu jest to, że urlop w moim wypadku nigdy nie jest stuprocentowy, bo każdy wie, że prezes zawsze śpi z jednym okiem otwartym i telefonem przy poduszce.

Akademia oferuje zarówno korty letnie, jak i całoroczne dzięki nowoczesnej hali. Jak ważna jest dla Ciebie infrastruktura w kontekście rozwoju sportu?

Mamy osiem kortów, ale tylko trzy hale, co daje nam możliwość pracy przez cały rok – i tylko dzięki temu istniejemy. Korty zewnętrzne w naszym klimacie to nonsens. Jakbym budował klub raz jeszcze, postawiłbym może jeden kort zewnętrzny, i to bardziej dlatego, że sam lubię grać pod chmurką. Niestety, korty wewnętrzne to utopia, która pod względem finansowym wiąże się z ciągłymi problemami.

Organizujecie turnieje weekendowe, ligi kobiet i mężczyzn oraz inne wydarzenia. Które z nich najbardziej integrują waszą społeczność?

Od zawsze wiedziałem, że nic tak nie poprawia nastroju, jak turnieje ligowe oraz pikniki na kortach. Oczywiście weekendy należą do rodzin, bo to właśnie jest idealny moment, aby spędzić czas z najbliższymi na sportowo. Organizujemy wszystko, na co pozwala nam infrastruktura, łącznie z urodzinami dla dzieciaków, szkoleniami dla firm i dużymi eventami, na które pozyskujemy dotacje, bo chcemy robić coś dla mieszkańców, ale nie ich kosztem.

Wasze motto brzmi: „podróż tysiąca mil zaczyna się od pierwszego kroku”. Jak ta idea przekłada się na rozwój akademii i twoje podejście do biznesu?

Oznacza to, że tenis otwiera wrota do innego świata. Prowadząc klub tego typu, mamy na co dzień kontakt z najbardziej zamożną grupą Polaków. Pomimo że cena lekcji tenisa jest dziś bardziej przystępna, to nadal jest to jeden z najdroższych sportów – może poza golfem i polo. Jeśli jesteś w środku tej społeczności, twoja podróż może zacząć się na nowo – i być jeszcze wspanialsza niż poprzednia.

Oprócz sportu stawiacie też na atmosferę – zapewniacie miejsce do odpoczynku, muzykę, napoje. Czy to właśnie ten klimat sprawia, że – jak mówicie – tenis smakuje lepiej?

Nie jesteśmy typowym klubem, który ogranicza się tylko do rzeczy związanych ze sportem, stawiając na owoce i długi sen. Lubimy integrację, zimnego szampana i często przedłużamy godziny zamknięcia klubu... A nasi klienci uwielbiają nasze afterparty, kiedy rakiety idą na zasłużony odpoczynek. Właśnie wtedy tenis smakuje najlepiej...

Jesteś członkiem Klubu Integracji Europejskiej. Jak takie środowisko twoim zdaniem wpływa na rozwój działalności i budowanie relacji?

Majestatycznie! Nie robię w życiu nic, co nie przyczynia się do łączenia przyjemności z możliwością zarabiania pieniędzy. Jeśli w KIE nie byłoby atmosfery i dobrych relacji, to same pieniądze wynikające z kontaktów nie skusiłyby mnie, żebym już trzeci rok z rzędu był jego członkiem, a wręcz Brązowym Bizonem Biznesu.

Prywatnie cenisz dobre wino, whisky i cygara – czy to dla Ciebie forma relaksu, czy element stylu życia?

Styl życia to dobre określenie. Nie robię nic na pokaz, co dla wielu jest nie-

zrozumiałe. Cygara palę od dawna, mimo że nie mam jeszcze tak wielu lat. Jeśli chodzi o alkohol, to miałem w przeszłości biznes dystrybucji win i mocnych alkoholi, co przyczyniło się do poznania tego świata. Ludzie, festiwale, szkolenia, wyjazdy do winnic i destylarni – to wszystko sprawiło, że pokochałem ten świat. Dziś mój czas wolny to właśnie chwila z cygarem i dobrym koniakiem lub winem do wytwornej kolacji w gronie najbliższych. Zdecydowanie wolę 40 ml trunku dobrej jakości niż pół litra czegoś, co spowoduje tylko ból głowy.

Jakie masz plany na przyszłość – zarówno swoją, jak i akademii? Czy myślisz o dalszej ekspansji?

To dla mnie ciężki temat, bo wiem, że najlepsze rzeczy przychodzą, kiedy się ich nie chce, a największe pieniądze zarabia się wtedy, kiedy się ich nie potrzebuje – tak mawiał mój Tata, który mocno mi pomógł i pokierował mnie w życiu w czasach, kiedy jeszcze nie byłem taki doświadczony. Rodzina to fundament, który przez wiele osób nie jest doceniany. Dzięki Wam, Joanno i Mirosławie, za dużo dobrych chwil i pomysłów! ■

Jakub Wojciechowski

30-letni przedsiębiorca, który swoją pasję do sportu przekuł w konkretny projekt biznesowy. Twórca i opiekun Otwockiej Akademii Tenisa, miejsca, które dynamicznie się rozwija i przyciąga zarówno początkujących, jak i zaawansowanych graczy. Prywatnie miłośnik dobrego wina, whisky i cygar, a także aktywny uczestnik życia towarzyskiego i biznesowego, między innymi jako członek Klubu Integracji Europejskiej.

Prawda nie ma granic. I zawsze ma swoją cenę

Działa tam, gdzie kończą się deklaracje, a zaczynają fakty. Ilona Kaczyńska – prywatna detektyw pracująca dla klientów indywidualnych i świata biznesu – opowiada o pracy, w której kluczowe są nie tylko informacje, ale też emocje, odpowiedzialność i umiejętność stawiania granic. To rozmowa o zaufaniu, ryzyku i decyzjach, które często zmieniają wszystko.

ROZMAWIA BARBARA JONCZYK

Co skłoniło panią do wyboru tak wymagającej i nietypowej ścieżki zawodowej?

To nie była jedna decyzja, a raczej naturalna konsekwencja tego, kim jestem. Zawsze interesowało mnie to, co ukryte – nie w sensie sensacji, ale mechanizmów. Dlaczego ludzie podejmują określone decyzje, co nimi kieruje, co próbują ukryć i dlaczego. W pewnym momencie zrozumiałam, że potrafię łączyć fakty, analizować zachowania i wyciągać wnioski w sposób, który ma realną wartość dla innych. I tak zaczęła się droga, która z czasem stała się zawodem.

Czy bycie kobietą w tym zawodzie jest bardziej atutem, czy może wyzwaniem?

Jednym i drugim. Z jednej strony wciąż funkcjonują stereotypy – detektyw to mężczyzna, często w określonym, fil-

była ważna lekcja pokory wobec rzeczywistości.

Wspomina pani, że wiele spraw wymaga delikatności. Co to oznacza w praktyce?

Delikatność to umiejętność pracy z człowiekiem, nie tylko ze sprawą. Klienci bardzo często trafiają do mnie w momentach granicznych – kiedy podejrzania zaczynają przeradzać się w coś realnego, kiedy emocje są już bardzo silne. W takich sytuacjach nie wystarczy być skutecznym operacyjnie. Trzeba wiedzieć, jak rozmawiać, kiedy zadać pytanie, a kiedy milczeć. Czasem jedno zdanie może wszystko otworzyć, a inne wszystko zamknąć.

Czy emocje klientów są w tej pracy wyzwaniem?

Emocje potrafią zaburzyć ocenę sytuacji, wpłynąć na decyzje, a czasem nawet na interpretację faktów. Moją rolą jest

Tak, i uważam, że to bardzo ważna część tej pracy. Jeśli widzę, że intencją klienta nie jest poznanie prawdy, tylko jej wykorzystanie w nieetyczny sposób – odmawiam. Są granice, których nie przekraczam. To one mnie definiują nie tylko jako profesjonalistę, ale też jako człowieka.

Prowadzi pani sprawy również poza Polską. Jak wygląda praca w środowisku międzynarodowym?

To zupełnie inna dynamika. Każdy kraj ma swoje przepisy, swoją kulturę działania, inne podejście do informacji. Trzeba być bardzo elastycznym i mieć dobrze zbudowaną sieć kontaktów. W takich sprawach ogromne znaczenie ma zaufanie – zarówno do ludzi, z którymi się współpracuje, jak i do własnych decyzji. Bo często działa się w warunkach, które są mniej przewidywalne niż w kraju.

Z jakimi problemami najczęściej zgłaszają się przedsiębiorcy?

Zwykle są to kwestie związane z weryfikacją partnerów, nieuczciwą konkurencją, wyciekami informacji. Biznes coraz częściej uświadamia sobie, że brak wiedzy jest realnym ryzykiem. Jedną niezwerifikowaną decyzją może mieć bardzo poważne konsekwencje finansowe i wizerunkowe. Dlatego rośnie rola wywiadu gospodarczego.

Jak bardzo rzeczywistość odbiega od filmowego wizerunku detektywa?

Bardzo. Ta praca w większości przypadków nie jest spektakularna. To analiza, cierpliwość, obserwacja i praca z informacją. Oczywiście zdarzają się sytuacje dynamiczne czy trudniejsze, ale to nie one stanowią codzienność. Najważniejsza jest konsekwencja i umiejętność łączenia faktów.

Czego nauczyła panią ta praca o ludziach i o prawdzie?

Że każdy ma swoją historię i swoje powody. I że prawda bardzo rzadko jest wygodna. Ale zawsze jest potrzebna. Nawet jeśli zmienia wszystko.

Czym jest dla pani prawda?

Konsekwencja.

Delikatność to umiejętność pracy z człowiekiem, nie tylko ze sprawą.

mowym wydaniu. To powoduje, że bywam niedoceniana. Z drugiej strony właśnie to daje mi przewagę. Ludzie są mniej czujni, bardziej otwarci, czasem nawet bardziej szczerzy. Kluczowe jest to, żeby umieć tę sytuację wykorzystać, ale też nie dać się w niej zamknąć. Bo na końcu liczy się skuteczność, nie wizerunek.

Czy pamięta pani sprawę, która szczególnie wpłynęła na sposób, w jaki dziś pani pracuje?

To była jedna z pierwszych bardziej złożonych spraw. Pokazała mi, że prawda rzadko jest jednoznaczna. Każda ze stron miała swoją narrację, swoje racje i swoje emocje. Wtedy zrozumiałam, że moja rola nie polega na ocenianiu, tylko na dotarciu do faktów i przedstawieniu ich w możliwie najczystszej formie. To

zachowanie dystansu i jednocześnie zrozumienie tych emocji. To balans, który wymaga doświadczenia. Bo z jednej strony pracuję na danych i faktach, a z drugiej – z ludźmi, którzy często przeżywają bardzo trudne momenty.

Jak wygląda przekazywanie klientowi prawdy, która może zmienić jego życie?

To jeden z najtrudniejszych momentów w całym procesie. Znaleźnię informacji to jedno, ale ich przekazanie – to zupełnie inny poziom odpowiedzialności. Staram się robić to w sposób możliwie spokojny, rzeczowy, bez zbędnych interpretacji. Prawda sama w sobie jest wystarczająco mocna. Nie trzeba jej wzmacniać emocjami.

Czy zdarza się pani odmówić przyjęcia zlecenia?



Inwestowanie w doświadczenia

Od inwestowania w nieruchomości do projektowania wyjątkowych podróży, Agnieszka Mikos konsekwentnie rozwija swoje biznesowe pasje. Znana jako „Polka Inwestuje”, dziś stawia na nowy projekt, w którym liczą się nie tylko kierunki i hotele, ale przede wszystkim emocje, doświadczenia i autentyczność. Rozmawiamy o podróżach szytych na miarę, zmieniających się trendach w turystyce i o tym, dlaczego coraz więcej osób szuka czegoś więcej niż wakacji z katalogu.

ROZMAWIA IZABELA WŁODARCZYK

Większość osób zna cię pod marką „Polka Inwestuje”. Kojarzysz się przede wszystkim z nieruchomościami zagranicznymi, inwestowaniem i edukacją w tym zakresie. Ale ostatnio coraz częściej słyszy się o zupełnie nowym kierunku...

To prawda. Większość osób zna mnie właśnie z rynku nieruchomości, szczególnie zagranicznych, bo tym zajmuję się od wielu lat. Inwestuję, współpracuję z klientami, analizuję rynki, wyszukuję ciekawe projekty i pomagam ludziom podejmować decyzje inwestycyjne. Natomiast mało kto wie, że od dawna łączyło się to u mnie również z podróżami.

Przy okazji spraw związanych z nieruchomościami organizowałam wyjazdy inwestorskie. Jeśli ktoś chciał zobaczyć projekt na miejscu, poznać okolicę, sprawdzić klimat danego kraju czy po prostu poczuć, jak wygląda życie w tym miejscu, lecieliśmy razem. I nagle okazywało się, że oprócz samej inwestycji ogromne znaczenie ma całe doświadczenie związane z wyjazdem. Z drugiej strony podróże od zawsze były moją wielką pasją. Bardzo często sama organizuję wyjazdy – dla siebie, rodziny czy znajomych. Czasem bliżej, czasem bardzo daleko. Uwielbiam wyszukiwać nietypowe miejsca, klimatyczne hotele, lokalne doświadczenia, planować trasy i tworzyć wyjazdy, które nie są kopiami gotowych ofert katalogowych. I w pewnym momencie pomyślałam sobie: skoro od lat robię to z niekłamaną przyjemnością, a ludzie pytają mnie o rekomendacje i proszą o pomoc w organizacji, skoro sama uwielbiam tworzyć takie koncepty podróżnicze, to dlaczego nie połączyć tych dwóch światów i nie zrobić z tego kolejnego projektu biznesowego? **Czyli można powiedzieć, że to był naturalny krok?**

Dokładnie tak. To nie był pomysł wymyślony z dnia na dzień, a coś, co dojrzało we mnie od dawna. Po prostu wcześniej robiłam to bardziej prywatnie



albo przy okazji. Dzisiaj postanowiłam nadać temu formę i stworzyć własne butikowe biuro podróży. Mogę już powiedzieć, że wszystkie formalności są załatwione. Mam gwarancję, działam legalnie i oficjalnie startuję z organizacją wyjazdów. **To nie mają być typowe wycieczki *all inclusive*?**

Nie, zdecydowanie nie. Nigdy nie byłam fanką masowej turystyki i myślę, że właśnie dlatego chcę tworzyć coś bardziej autorskiego i butikowego. Interesują mnie wyjazdy szyte na miarę. Takie, które są dopasowane do konkretnej osoby, jej stylu życia, zainteresowań, oczekiwań czy nawet energii. Dla jednych idealnym wyjazdem będzie luksusowy hotel i spokój, dla innych odkrywanie lokalnych miejsc, kuchni i kultury, a jeszcze inni będą chcieli połączyć podróż z rozwojem, networkingiem czy poznawaniem ciekawych ludzi.

Chciałabym organizować wyjazdy bardziej jakościowe niż ilościowe. Nie interesują mnie wydarzenia dla setek anonimowych osób. Wolę mniejsze grupy, bardziej świadome podróżowanie, ciekawy koncept i atmosferę. Czasem będą to wyjazdy przygotowane indywidualnie pod klienta, a czasem moje autorskie pomysły dla osób, które chcą przeżyć coś nietypowego. Takie wyjazdy z klimatem.

Co masz na myśli, mówiąc „wyjazdy z klimatem”?

Myślę, że dzisiaj ludzie coraz częściej szukają emocji i doświadczeń, a nie tylko

zmęczonych pośpiechem, tłumami, wytwarzalnością i gotowymi schematami. Ludzie chcą czegoś bardziej osobistego. I właśnie dlatego wierzę w butikowe podejście. W to, że można stworzyć wyjazd, który będzie naprawdę dopasowany do człowieka. Taki, po którym ktoś wróci i powie: „to było dokładnie to, czego potrzebowałam”.

Czy to oznacza, że rezygnujesz z nieruchomości?

Nie, absolutnie nie. Nieruchomości nadal są bardzo ważną częścią mojego życia i działalności. Sama cały czas inwestuję, kupuję, sprzedaję, wynajmuję i doradzam osobom, które chcą działać podobnie. Tak naprawdę ten nowy kierunek jest naturalnym rozwinięciem tego, co robiłam od dawna, tylko wcześniej nie było to ubrane w osobną markę i formalną działalność turystyczną.

Te dwa światy bardzo mocno się przenikają. Kiedy ktoś jedzie obejrzeć nieruchomość za granicą, to często chce też poznać miejsce, zobaczyć okolicę, poczuć klimat życia w danym kraju. I wtedy pojawia się cały aspekt podróżniczy – organizacja pobytu i transportu, zwiedzanie ciekawych miejsc czy zapewnienie lokalnych doświadczeń.

Ja po prostu postanowiłam rozwinąć również tę część działalności, bo widzę, że sprawia mi to ogromną przyjemność, a ludzie coraz częściej szukają właśnie takich autentycznych doświadczeń.

Interesują mnie wyjazdy szyte na miarę. Takie, które są dopasowane do konkretnej osoby, jej stylu życia, zainteresowań, oczekiwań czy nawet energii.

hotelu i biletu lotniczego. Chcą poczuć miejsce. Chcą wrócić z podróży z historią, wspomnieniem, inspiracją. Sama bardzo lubię odkrywać miejsca mniej oczywiste. Nawet jeśli jadę do popularnego kraju, to zawsze szukam czegoś bardziej lokalnego, autentycznego, wyjątkowego. Uwielbiam miejsca z charakterem, butikowe hotele, piękne widoki, dobrą atmosferę i dobrze zaplanowane doświadczenia. I właśnie takie podróże chciałabym tworzyć dla innych ludzi. Niekoniecznie najtańsze i niekoniecznie masowe, ale przemyślane, dopracowane i dające coś więcej niż tylko kilka zdjęć na Instagrama. **Czyli bardziej sprzedajesz doświadczenie niż samą podróż?**

Myślę, że tak. Dzisiaj podróżowanie bardzo się zmienia. Coraz więcej osób jest

Masz już pomysł na pierwsze wyjazdy?

Tak, mam już kilka kierunków, które są mi szczególnie bliskie. Na pewno będą pojawiały się miejsca związane z moimi własnymi doświadczeniami podróżniczymi i inwestycyjnymi, bo uważam, że najlepiej tworzy się rzeczy autentyczne. Będą to zarówno wyjazdy bardziej relaksacyjne, lifestyleowe, jak i takie łączące podróż z inspiracją, poznawaniem ludzi czy odkrywaniem nowych kierunków. Nie kluczcam też wyjazdów tematycznych, np. dla kobiet, które chcą połączyć odpoczynek z rozwojem albo inspiracją biznesową.

Ale najważniejsze jest dla mnie to, żeby każdy wyjazd miał swój charakter i był czymś więcej niż gotowym produktem z katalogu.

Czy obserwując rynek, widzisz, że ludzie rzeczywiście zaczynają szukać innego rodzaju podróży niż kiedyś?

Zdecydowanie tak. Mam wrażenie, że turystyka bardzo się zmienia i ludzie coraz częściej szukają czegoś więcej niż standardowy hotel i leżak przy basenie. Oczywiście taki wypoczynek nadal ma swoich zwolenników, ale coraz więcej osób chce dziś podróżować bardziej świadomie i jakościowo.

Zdecydowanie rozwija się trend wyjazdów butikowych i doświadczeń szytych na miarę. Ludzie są przebudzowani codziennością, tempem życia, social mediami, ciągłym pośpiechem i dlatego zaczynają szukać miejsc bardziej kameralnych, spokojniejszych, autentycznych. Coraz częściej liczy się nie tylko sam kierunek, ale klimat całego wyjazdu. To, gdzie śpimy, co jemy, jak spędzamy czas, jakie emocje nam towarzyszą i czy wracamy z poczuciem, że naprawdę odpoczęliśmy albo przeżyliśmy coś wyjątkowego.

Widzę też ogromny trend związany z podróżami tematycznymi. Ludzie chcą wyjeżdżać z osobami o podobnych zainteresowaniach czy stylu życia. Popularne stają się wyjazdy wellness, retreaty, podróże dla kobiet, wyjazdy związane z rozwojem osobistym, sportem, kulinariami czy poznawaniem lokalnej kultury.

Znaczenia nabiera również trend premium experience, czyli podróży nastawionych bardziej na jakość niż ilość. Dla wielu osób ważniejsze staje się jedno wyjątkowe doświadczenie niż bardzo intensywne zwiedzanie dziesięciu miejsc w trzy dni. Myślę też, że po pandemii ludzie zaczęli bardziej doceniać czas, komfort i emocje. Coraz częściej chcą podróżować wolniej, spokojniej, bardziej świadomie. I właśnie w tym kierunku chciałabym rozwijać swoje wyjazdy.

Czyli można powiedzieć, że dzisiaj luksus to już nie tylko pięciogwiazdkowy hotel?

Dokładnie. Dzisiaj luksusem bardzo często jest spokój, kameralność, brak tłumów, piękne otoczenie, dobrze zaplanowany czas i poczucie, że ktoś naprawdę zadbał o całe doświadczenie. Dla jednej osoby luksusem będzie prywatna kolacja z widokiem na morze, dla innej możliwość poznania lokalnego miejsca, do którego nie trafiają masowi turyści. I właśnie takie emocjonalne, skupione na jakości podejście do podróży jest mi bardzo bliskie.

To projekt, który jest ci bliski...

Tak właśnie jest. I myślę, że dlatego mam do niego tyle energii. To połączenie moich doświadczeń biznesowych, inwestycyjnych i czegoś, co naprawdę kocham robić prywatnie. A kiedy praca zaczyna łączyć się z pasją, wszystko nabiera zupełnie innego wymiaru. ■

Mazury przez dwanaście miesięcy. Dlaczego przyszłość regionu nie kończy się wraz z wakacjami?

Czy Mazury mogą żyć przez cały rok, a nie tylko w wakacje? O wyzwaniach współczesnej turystyki, rosnących kosztach prowadzenia biznesu, nowych regulacjach i potencjale regionu rozmawiamy z Markiem Szmitem – przedsiębiorcą i hotelarzem, od wielu lat aktywnie działającym na rzecz rozwoju turystyki na Mazurach.

ROZMAWIA RAFAŁ KORZENIEWSKI

Czy Mazury nadal są regionem typowo sezonowym?

Jeszcze wiele osób tak uważa. Dużej części Polaków Mazury nadal kojarzą się głównie z lipcem i sierpniem, z żaglami i wakacyjnym wypoczynkiem. To skojarzenie jest bardzo silne i przez lata było czymś naturalnym. Jednak rzeczywistość zaczyna się powoli zmieniać. Coraz więcej gości odkrywa uroki Mazur jesienią, zimą czy wiosną. Widzimy wzrost zainteresowania krótkimi pobytami weekendowymi, ofertami wellness i SPA oraz wyjazdami firmowymi. Coraz częściej przyjeżdżają osoby, które nie szukają tłumów, ale ciszy, natury i prawdziwego odpoczynku. Mam wrażenie, że Mazury są dziś trochę jak dobra restauracja schowana w bocznej uliczce. Ci, którzy już ją odkryli, wracają regularnie, ale wielu jeszcze nie wie, co traci.

Co najbardziej zmieniło się w turystyce w ostatnich latach?

Przede wszystkim oczekiwania gości. Kiedyś wystarczył dobry nocleg i jezioro za oknem. Dzisiaj klient chce przeżyć doświadczenie. Oczekuje strefy wellness, dobrego jedzenia, atrakcji, klimatu i wysokiej jakości obsługi. Gość przyjeżdża dziś odpocząć, ale jednocześnie oczekuje komfortu. Chce bliskości natury, wysokiego standardu usług i atrakcji na miejscu. Trzeba przyznać, że rynek bardzo zmobilizował nas wszystkich do rozwoju i podnoszenia standardów.

Czy dziś można utrzymać hotel wyłącznie z wakacji?

Jeszcze kilkanaście lat temu funkcjonowanie w modelu sezonowym było znacznie łatwiejsze. Dzisiaj jest to coraz większe wyzwanie. Rosnące koszty prowadzenia działalności sprawiają, że utrzy-

manie obiektu wyłącznie z dwóch czy trzech miesięcy sezonu staje się bardzo trudne. Oczywiście są obiekty, które nadal funkcjonują głównie sezonowo i dobrze sobie z tym radzą. Wszystko zależy od modelu biznesowego, skali działalności i kosztów stałych. Jednak w przypadku hoteli oferujących całoroczne zatrudnienie, rozbudowaną infrastrukturę czy zaplecze wellness konieczne jest poszukiwanie przychodów również poza wakacjami. Dlatego rozwijają się konferencje, integracje firmowe, pobyty wellness, wydarzenia tematyczne czy pakiety świąteczne. Dzisiejszy hotelarz nie może już myśleć wyłącznie kategoriami sezonu letniego. Choć przyznam, że każdy przedsiębiorca z branży turystycznej marzy czasem o tym, żeby rachunki za

SPA, sauny, masaże czy weekendy tematyczne. Co ciekawe, wielu gości po pierwszym jesiennym pobycie mówi później: „Dlaczego wcześniej przyjeżdżaliśmy tylko latem?”. Wtedy odpowiadam, że Instagram nie pokazuje zapachu lasu i ciszy nad jeziorem w listopadzie.

Czy turystyka biznesowa odgrywa w branży znaczącą rolę?

Zdecydowanie. Firmy coraz częściej organizują szkolenia, integracje czy spotkania poza dużymi miastami. Mazury dają przestrzeń i możliwość prawdziwego oderwania się od codziennych obowiązków. Pozwalają uczestnikom budować relacje, których często brakuje w codziennej pracy. Dlatego turystyka biznesowa staje się coraz ważniejszym elementem funkcjonowania wielu obiektów poza sezonem.

Mazury dają przestrzeń i możliwość prawdziwego oderwania się od codziennych obowiązków. Pozwalają uczestnikom budować relacje, których często brakuje w codziennej pracy.

prąd i ogrzewanie również były sezonowe.

Co przyciąga gości na Mazury poza sezonem?

Przede wszystkim spokój. Ludzie są zmęczeni tempem życia i przebudcowaniem. Chcą wyjechać na dwa lub trzy dni, odpocząć od miasta, telefonu, korków i codziennego pośpiechu. Coraz większą popularnością cieszą się pobyty wellness,

Jakie są dziś wyzwania w prowadzeniu biznesu turystycznego?

Największym jest nieprzewidywalność. Prowadzenie biznesu turystycznego wymaga coraz większej elastyczności, ponieważ z roku na rok przybywa nowych obowiązków administracyjnych, regulacji i kosztów. Przedsiębiorcy muszą odnawiać się w kolejnych przepisach dotyczących gospodarki odpadami, systemu



BDO, opłat związanych z opakowaniami, ograniczeń użycia tworzyw sztucznych i wielu innych obowiązków, które same w sobie mogą wydawać się niewielkie, ale razem tworzą znaczące obciążenie organizacyjne i finansowe.

Do tego dochodzi wpływ mediów na decyzje turystów. Wystarczy kilka dni prognoz zapowiadających chłodniejszą

pogodę, aby część osób zaczęła rezygnować z wyjazdów krajowych. Jednocześnie często zagraniczne kierunki są promowane jako pewniejsza alternatywa. Na pogodę oczywiście nie mamy wpływu. Natomiast na jakość oferty i obsługi – już tak. Dlatego tak ważne jest pokazywanie, że wypoczynek w Polsce nie jest alternatywą dla zagranicy, ale pełnoprawnym wyborem.

Zwłaszcza że Mazury oferują coś, czego nie da się kupić w katalogu biura podróży – autentyczną naturę, przestrzeń i spokój.

Utrzymanie stałego zespołu poza sezonem musi być trudne.

Bardzo trudne, ale konieczne. Branża turystyczna opiera się na ludziach. Można mieć piękny hotel, ale bez dobrego zespołu gość tego nie poczuje. Dobry pracownik w hotelarstwie jest dziś trochę jak wolny termin na długi weekend – wszyscy go szukają. Dlatego coraz większym wyzwaniem staje się budowanie stabilnych miejsc pracy przez cały rok.

Czy rozwój całorocznej turystyki na Mazurach wymaga większego wsparcia ze strony państwa?

Zdecydowanie tak. Trzeba też uczciwie powiedzieć, że Mazury przez wiele lat były regionem niedoinwestowanym. Wiele inwestycji przedsiębiorcy realizowali sami, krok po kroku, własnymi środkami. Region nadal potrzebuje inwestycji wspierających rozwój turystyki całorocznej, lepszej infrastruktury, transportu oraz nowych atrakcji dostępnych przez cały rok. Czasami mam wrażenie, że przedsiębiorca na Mazurach musi być jednocześnie hotelarzem, organizatorem wydarzeń, marketingowcem, inwestorem, meteorologiem i trochę zawodowym optymistą.

Jak ważna w tym kontekście jest współpraca między przedsiębiorcami na Mazurach?

Bardzo. Mazury nie mogą funkcjonować jako pojedyncze obiekty walczące wyłącznie o własnego klienta. Gość przyjeżdża do całego regionu. Jeżeli ktoś dobrze zje, odpocznie, popływa, pojedzie rowerem i wróci zadowolony, wszyscy na tym korzystamy. Mazury powinny grać do jednej bramki. Najlepiej oczywiście z widokiem na jezioro.

Jak widzi pan przyszłość turystyki na Mazurach?

Przyszłość należy do jakości, autentyczności i całoroczności. Coraz więcej osób szuka miejsc spokojnych, naturalnych i prawdziwych. Mazury mają ogromny potencjał. Musimy tylko przestać myśleć o nich wyłącznie jak o kierunku na dwa miesiące wakacji. Chciałbym również, abyśmy jako region jeszcze mocniej uwierzyli w ten potencjał. Mamy wyjątkową przyrodę, coraz lepszą infrastrukturę, świetnych przedsiębiorców i coraz bogatszą ofertę. Jeśli będziemy współpracować i konsekwentnie rozwijać turystykę całoroczną, Mazury mogą stać się jednym z najatrakcyjniejszych regionów wypoczynkowych nie tylko w Polsce, ale również w tej części Europy. Bo Mazury poza sezonem nie są gorszą wersją lata. Dla wielu osób to właśnie wtedy zaczynają być naprawdę najpiękniejsze. ■



Piwniczka na wina na wyciągnięcie ręki...

Dzisiaj, jeśli nie jesteśmy szczęśliwymi posiadaczami piwnicy z odpowiednimi warunkami, trudno wyobrazić sobie budowę podziemnych pomieszczeń służących do przechowywania wina. Nakłady czasu i środków byłyby ogromne. Czy zatem nie mając piwnicy jesteśmy skazani na pozostawienie starzenia win w sferze marzeń?

Na szczęście nie. Ostatnimi czasy, co nie dziwi, wielką popularność zdobywają tzw. mobilne piwniczki na wina. Jest to novum przenoszące idealne warunki piwniczne do gabarytu i estetyki eleganckiej szafy, którą można swobodnie ustawić dosłownie wszędzie... W salonie, gabinecie, spiżarni czy kuchni. Dodatkowo możemy określić jej wysokość, pojemność, zakres temperatur, wyposażenie, a nawet kolor i materiał obudowy zewnętrznej.

Od dziś każdy miłośnik wina może stać się szczęśliwym posiadaczem własnej kolekcji win stojącej tuż obok, dosłownie na wyciągnięcie ręki. ■


PIWNICZKANAWINA.PL
BY
EUROCAVE

Piwniczkanawina.pl

Showroom: ul. Olsztyńska 2, 60-416 Poznań
tel.: +48 515 181 217
e-mail: poznan@piwniczkanawina.pl
www.piwniczkanawina.pl





Dobry prawnik pomaga podejmować decyzje

– Staram się przede wszystkim dokładnie zrozumieć problem i oczekiwania klienta, a następnie w prosty i przejrzysty sposób przedstawiam możliwe rozwiązania. Dzięki takiemu podejściu nawet skomplikowane i stresujące sytuacje stają się „zarządzalne”, a klienci czują, że do ich problemów podchodzę poważnie i kompetentnie – dr Piotr Modrzejewski, LL.M., adwokat i wspólnik kancelarii Modrzejewski i Wspólnicy, opowiada o wyzwaniach współczesnego systemu prawnego, pracy z klientami biznesowymi oraz kompetencjach, które dziś definiują dobrego prawnika.

ROZMAWIA ELŻBIETA TOMASZEWSKA

Co skłoniło cię do wyboru zawodu prawnika? Czy zawsze pasjonowałaś się pomaganiem innym, a może miałaś swojego mentora, który cię zainspirował?

Decyzja o wyborze zawodu prawnika była dla mnie naturalna, ponieważ dorastałam w rodzinie prawniczej. Moi rodzice i dziadek pracowali w zawodzie, co pozwoliło mi obserwować od najmłodszych lat, jak wygląda codzienna praktyka prawnicza.

W jakich dziedzinach prawa się specjalizujesz?

Kancelaria, w której mam zaszczyt być wspólnikiem, ma dość szeroki obszar specjalizacji. Zajmujemy się m.in. takimi tematami, jak prawo spółek (w tym fuzje i przejęcia), private equity, startupy, fundacje i stowarzyszenia, compliance, upadłość i restrukturyzacja, media i telekomunikacja, finanse i bankowość, własność intelektualna, IT i nowe technologie, prawo konkurencji, e-commerce, prawo pracy czy odnawialne źródła energii, wodór i energetyka.

Ja specjalizuję się przede wszystkim w prawie spółek, w tym fuzjach i przejęciach, ponieważ ten obszar prawa łączy w sobie aspekty strategiczne, biznesowe i prawne, co pozwala sprawnie działać w dynamicznym środowisku i realnie wpływać na rozwój przedsiębiorstw.

Lubię pracować nad projektami, które wymagają zarówno analizy złożonych struktur prawnych, jak i przygotowywania rozwiązań dopasowanych do potrzeb klienta. Fuzje i przejęcia są szczególnie satysfakcjonujące, bo widzi się konkretny efekt pracy – od negocjacji warunków transakcji, przez due diligence, aż po finalizację i integrację spółek.

Obsługa trudnych klientów to ważna umiejętność, którą powinien posiadać każdy prawnik. A jak ty radzisz sobie w takich sytuacjach?

Nie postrzegam klientów jako „trudnych”. Trudne bywają raczej same sprawy, z którymi się zgłaszają. Staram się przede wszystkim dokładnie zrozumieć problem i oczekiwania klienta, a następnie w prosty i przejrzysty sposób przedstawiam możliwe rozwiązania. Dzięki takiemu podejściu nawet skomplikowane i stresujące sytuacje stają się „zarządzalne”, a klienci czują, że do ich problemów podchodzę poważnie i kompetentnie.

Jakie sprawy są dla ciebie największym wyzwaniem?

Największym wyzwaniem są sprawy złożone – takie, w których nakładają się na siebie różne obszary prawa, a jednocześnie występuje duża presja czasu lub istotne ryzyko biznesowe dla klienta. W takich sytuacjach kluczowe jest prawidłowe uporządkowanie priorytetów, jasna komunikacja i umiejętność podejmowania decyzji na podstawie nierzadko niepełnych informacji.

Jak oceniasz aktualny stan systemu prawnego w Polsce i jakie zmiany w prawie uważasz za najpilniejsze?

Uważam, że polski system prawny stoi obecnie przed poważnymi wyzwaniami i nie można go uznać za stabilny. Zmiany legislacyjne są częste, a technika legislacyjna pozostawia wiele do życzenia, przez co interpretacja przepisów nie jest jednolita i niejednokrotnie budzi wątpliwości, co w konsekwencji wpływa negatywnie na przewidywalność i bezpieczeństwo stosowania prawa. Najpilniejsze zmiany to moim zdaniem zwiększenie przejrzystości

i spójności przepisów oraz usprawnienie procedur sądowych i administracyjnych. W dłuższej perspektywie ważne jest też odbudowanie zaufania do instytucji i stworzenie stabilnego otoczenia prawnego, które pozwoli obywatelom i przedsiębiorcom podejmować decyzje w sposób możliwie przewidywalny i bezpieczny.

Zgodzisz się pewnie ze mną, że każdy prawnik powinien mieć dobre umiejętności komunikacyjne. W jaki sposób upewniasz się, że twoi klienci w pełni rozumieją proces prawny?

Zgadzam się, że umiejętności komunikacyjne są kluczowe w pracy prawnika, bo nawet najlepsze rozwiązanie prawne nie spełni swojej roli, jeśli klient go nie rozumie. Zdolność do mówienia prosto o skomplikowanych sprawach to jedna z kluczowych cech dobrego prawnika. Potrafi on przełożyć zawile przepisy na zrozumiałe dla klienta język, co buduje zaufanie i ułatwia współpracę.

Warto mówić językiem dostosowanym do odbiorcy – unikać nadmiernego żargonu prawniczego i przekładać skomplikowane kwestie na prostsze, praktyczne przykłady. W swojej pracy z klientami staram się pokazywać konsekwencje różnych scenariuszy, żeby klient mógł świadomie podjąć najlepszą dla siebie decyzję. Dbam o to, żeby komunikacja była zrozumiała – zachęcam do zadawania pytań i upewniam się, czy wszystko jest jasne. W razie potrzeby przedstawiam ustalenia w formie pisemnej, w uporządkowany sposób.

Czy masz swoją ustaloną strategię działania, którą stosujesz w prowadzeniu każdej sprawy?

Nie mam jednej, sztywnej strategii, którą stosuję w każdej sprawie, ponieważ

każda z nich jest inna i wymaga indywidualnego podejścia. Różnią się nie tylko stanem faktycznym, ale też oczekiwaniami klienta, poziomem ryzyka czy kontekstem biznesowym. Mam natomiast wypracowany pewien schemat działania, który pomaga mi dobrze uporządkować pracę.

Czy wykorzystujesz technologię, aby usprawnić swoją pracę?

Tak, regularnie wykorzystuję możliwości nowoczesnej technologii. Uważam, że technologia nie zastępuje pracy prawnika, ale dobrze wykorzystana realnie zwiększa efektywność i jakość obsługi klienta.

Co uważasz za swoje największe osiągnięcie jako prawnika?

Sądzę, że te największe są jeszcze przede mną. Natomiast na etapie kształcenia prawniczego cenię sobie bardzo zdobycie tytułu doktora nauk prawnych. Było to przedsięwzięcie wymagające nie tylko dogłębnej wiedzy prawniczej, ale też samodzielności, systematyczności i umiejętności prowadzenia skomplikowanych analiz. Doktorat pozwolił mi rozwinąć zdolność krytycznego myślenia, wyciągania wniosków z trudnych przypadków i formułowania argumentów w sposób precyzyjny i przekonujący – umiejętności, które bezpośrednio przekładają się na moją praktykę zawodową. Ważne też dla mnie były studia LL.M. w Berkeley na University of California. W pewnym uproszczeniu można powiedzieć, że pozwoliły mi wejść do globalnego świata prawa biznesowego i nowych technologii. Nauczyłem się strategicznego, praktycznego myślenia, które bardzo pomaga w rozwiązywaniu problemów prawnych.

Jakie mocne strony powinien posiadać każdy prawnik?

Moim zdaniem mocne strony dobrego prawnika to przede wszystkim zdolność analitycznego myślenia, skrupulatność i umiejętność wyciągania wniosków z dużej ilości informacji. Równocześnie kluczowe są kompetencje komunikacyjne i to nie tylko w kontaktach z klientem, ale także we współpracy z zespołem powołanym do prowadzenia konkretnej sprawy. Ważna jest też odporność na stres i umiejętność priorytetyzowania zadań, bo w tej pracy często trzeba działać pod presją czasu.

A co poradziłbyś osobie, która chciałaby wejść do zawodu?

Przede wszystkim postawienie na zdobywanie szerokiej wiedzy praktycznej obok teorii, np. poprzez praktyki w kancelariach, udział w projektach czy pracach studenckich. Równocześnie warto rozwijać umiejętności miękkie: wspomniane już umiejętności komunikacyjne, negocjacyjne i zdolność rozwiązywania problemów w sposób kreatywny. ■



Ustawa o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa zmienia reguły gry

Cyberbezpieczeństwo przestaje być sprawą działu IT. Nowelizacja ustawy o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa to regulacja, która powinna znaleźć się w agendach zarządów oraz działów zakupów, umów i strategii. Dla wielu organizacji największym zaskoczeniem będą nie same obowiązki, ale to, jak silnie państwo chce wpływać na decyzje technologiczne.

TOMASZ JANAS

Jeszcze niedawno wiele firm patrzyło na cyberbezpieczeństwo jak na temat techniczny: serwery, hasła, kopie zapasowe, antywirusy, może jeszcze testy podatności. KSC kończy tę epokę. Nowelizacja wdraża do polskiego prawa dyrektywę NIS 2, nie tylko zwiększając liczbę podmiotów objętych systemem, lecz także zmieniając sposób myślenia o odpowiedzialności za bezpieczeństwo cyfrowe, które staje się obszarem zarządczym, regulacyjnym i biznesowym.

Nie tylko operatorzy usług kluczowych. Nowa mapa odpowiedzialności

Ustawa z 23 stycznia 2026 r. została ogłoszona 2 marca 2026 r. w Dz.U. z 2026 r. poz. 252 i weszła w życie 3 kwietnia 2026 r. Prezydent podpisał ją 19 lutego 2026 r., ale jednocześnie skierował do kon-



troli następczej Trybunału Konstytucyjnego. Jedną z najważniejszych zmian, które ta regulacja wprowadza, polega na odejściu od starego modelu, w którym centralną kategorią byli operatorzy usług kluczowych. W ich miejsce pojawia się podział na podmioty kluczowe i podmioty ważne. To oznacza rozszerzenie systemu o nowe sektory i znacznie szersze ujęcie gospodarki cyfrowej jako obszaru wymagającego ochrony. Przy uchwalaniu nowelizacji rząd podkreślał, że nowe przepisy mają objąć wszystkie sektory z podmiotami kluczowymi i ważnymi oraz wprowadzić krajowy plan reagowania na incydenty i sytuacje kryzysowe.

Dla biznesu oznacza to jedno: pytanie, czy nas to dotyczy, będzie padało znacznie częściej niż dotąd. I to nie tylko wśród firm infrastrukturalnych czy telekomunikacyjnych. W praktyce wiele organizacji, które do tej pory nie widziały siebie w centrum regulacyjnej uwagi, będzie musiało przeanalizować swój status, rolę w łańcuchu usług i znaczenie dla otoczenia gospodarczego.

Największa zmiana? Cyberbezpieczeństwo trafia na biurko zarządu

Najmocniejszy sygnał wysłany przez ustawodawcę nie dotyczy technologii, tylko odpowiedzialności. Z informacji Kancelarii Prezydenta wynika wprost, że kierownik podmiotu kluczowego lub ważnego odpowiada za realizację obowiązków w zakresie cyberbezpieczeństwa i ma obowiązek odbycia szkolenia. To bardzo wyraźna zmiana akcentu: państwo nie chce już słyszeć, że cyberbezpieczeństwo jest sprawą specjalistów na „dole” organizacji. Zarząd ma o wszystkim wiedzieć, nadzorować procesy i ponosić odpowiedzialność.

To ma bardzo konkretne konsekwencje. W praktyce nie wystarczy już kupienie usługi SOC, wdrożenie uwierzytelniania wieloskładnikowego (MFA) i schowanie tematu do szuflady. Liczyć się będzie zdolność wykazania, że organizacja określiła rolę, procedury, analizę ryzyka, proces podejmowania decyzji, nadzór właścicielski i gotowość do reakcji. Dla wielu firm będzie to trudniejsze niż sama warstwa techniczna. Narzędzia da się kupić szybciej, niż stworzyć kulturę odpowiedzialności i dojrzałe governance. Taki kierunek wynika z całej konstrukcji nowelizacji opisanej przez Kancelarię Prezydenta i Ministerstwo Cyfryzacji.

Incydent to nie problem administratora, tylko całej organizacji

Nowelizacja wzmacnia model reagowania na incydenty. Zakłada rozwinięcie zgłaszania incydentów z wykorzystaniem systemu teleinformatycznego ministra

właściwego do spraw informatyzacji i przekazywania zgłoszeń do właściwych CSIRT-ów sektorowych oraz CSIRT-ów poziomu krajowego. Równolegle przewidziano budowę i rozwój CSIRT-ów sektorowych. To ważne, bo pokazuje, że ustawodawca nie ogranicza się do nakładania obowiązków, ale rozbudowuje również państwową architekturę reagowania.

Z perspektywy firmy incydent przestaje być więc jedynie awarią techniczną. Staje się zdarzeniem regulacyjnym, operacyjnym i reputacyjnym jednocześnie. Każdy poważniejszy kryzys cyberbezpieczeństwa będzie od tej pory testował nie tylko zabezpieczenia systemów, ale również jakość procedur, obieg informacji i zdolność kierownictwa do działania pod presją.

DWR: najbardziej polityczny i biznesowy fragment całej ustawy

Najwięcej emocji budzi mechanizm DWR, czyli dostawcy wysokiego ryzyka. I słusznie, bo to właśnie ten obszar pokazuje, że uKSC nie jest wyłącznie ustawą o cyberhigienie. To również regulacja dotycząca zależności technologicznych państwa, o geopolityki i tego, kto może budować cyfrowe fundamenty gospodarki. Kancelaria Prezydenta wskazała, że minister właściwy do spraw informatyzacji będzie w drodze decyzji mógł dokonać prawnej identyfikacji dostawcy wysokiego ryzyka.

Skutki będą konkretne. Jeżeli określony dostawca albo określona technologia zostaną uznane za ryzykowne z punktu widzenia bezpieczeństwa państwa, problem nie zatrzyma się na debacie ekspertów. Uderzy w przetargi, polityki zakupowe, wieloletnie kontrakty, plany inwestycyjne i koszty migracji. Nagle okaże się, że pytanie o dostawcę nie dotyczy już wyłącznie ceny, jakości czy SLA. Dochodzi do tego ryzyko regulacyjne.

Właśnie dlatego DWR budzi tyle kontrowersji. Kancelaria Prezydenta wprost wskazała na wątpliwości dotyczące głębokiej ingerencji w samodzielność przedsiębiorców, w tym obowiązku wymiany sprzętu i oprogramowania bez odszkodowania oraz bez zagwarantowania środków finansowych na taki proces. To był jeden z powodów skierowania ustawy do kontroli następczej TK.

Kwestia strategicznej odporności

Wielu menedżerów nadal patrzy na regulację cyber przez pryzmat prostego pytania: co musimy mieć, żeby spełnić te wymagania? uKSC sugeruje jednak inne podejście – czy nasza organizacja jest gotowa funkcjonować, gdy regulator, rynek albo sytuacja geopolityczna wymuszają zmianę technologii, dostawcy albo modelu

działania. DWR pokazuje, że dziś bezpieczeństwo cyfrowe to również bezpieczeństwo decyzji zakupowych i architektury technologicznej.

To szczególnie ważne dla firm silnie uzależnionych od jednego producenta, grupy technologicznej albo logiki integracyjnej. W takich organizacjach problemem może być nie wdrożenie nowych obowiązków, lecz brak realnej alternatywy. A brak alternatywy w świecie rosnącej regulacji oznacza rosnące ryzyko biznesowe. To wniosek wynikający z samej konstrukcji ustawy i towarzyszącej jej argumentacji państwowej.

Nadzór będzie realny, a nie tylko papierowy

Nowelizacja wzmacnia też uprawnienia organów właściwych do spraw cyberbezpieczeństwa. Mogą one wydawać ostrzeżenia, wyznaczać urzędnika monitorującego wykonywanie obowiązków przez podmiot kluczowy oraz nakazywać ocenę bezpieczeństwa systemu informacyjnego albo audyt bezpieczeństwa. Z punktu widzenia rynku oznacza to, że kończy się czas deklaratywnego compliance. Organ nadzoru dostał instrumenty, które pozwalają wejść głębiej w praktykę działania organizacji.

Dla biznesu to bardzo ważna wiadomość. Wiele firm przez lata przyzwyczaiło się do modelu, w którym dokumentacja istniała obok operacji, a formalna zgodność nie zawsze oznaczała realną gotowość.

Co ta ustawa naprawdę mówi przedsiębiorcom?

Podsumowując, uKSC wysłała do rynku cztery komunikaty. Po pierwsze, cyberbezpieczeństwo jest już elementem zarządzania, a nie wyłącznie domeną IT. Po drugie, zależności od dostawców technologii stały się problemem regulacyjnym. Po trzecie, państwo buduje silniejszy model nadzoru i reagowania. Po czwarte, firmy muszą zacząć myśleć o odporności cyfrowej nie w perspektywie jednego audytu, lecz kilkuletniej strategii. Wszystkie te kierunki są widoczne zarówno w samym tekście ustawy, jak i w materiałach towarzyszących publikacji i podpisaniu nowelizacji.

Dlatego największym błędem byłoby dziś potraktowanie uKSC jako formalności do odhaczenia. To nie jest regulacja, która sprowadza się do sporządzenia dokumentacji. Składają się na nią wymagania praktyczne w zakresie analizy ryzyka, testów odtwarzania, szkoleń, zarządzania incydentami i odpowiedzialności kierownictwa. A to oznacza, że dla wielu firm prawdziwe skutki ustawy dopiero zacząć będą odczuwalne. ■

Mobbing i konflikty w firmie – dlaczego dziś to jedno z największych ryzyk finansowych przedsiębiorcy?

Jeszcze kilka lat temu wielu przedsiębiorców traktowało konflikty pracownicze jako „wewnętrzne problemy firmy” albo wzajemne uszczypliwości, które należało rozwiązywać przede wszystkim organizacyjnie. Dziś sytuacja wygląda zupełnie inaczej. Mobbing, toksyczna atmosfera w pracy, konflikty interpersonalne czy brak odpowiednich procedur antymobbingowych stają się jednym z najpoważniejszych zagrożeń finansowych i wizerunkowych dla przedsiębiorców – i to niezależnie od wielkości firmy.

Adwokat Małgorzata Lewandowska

W praktyce kancelarii coraz częściej możemy zauważyć, że sprawy dotyczące mobbingu nie są już wyłącznie problemem działów HR. Stały się realnym ryzykiem biznesowym, które może kosztować przedsiębiorcę setki tysięcy złotych, utratę kluczowych pracowników i klientów, a nawet szkodę na reputacji budowanej przez lata.

Mobbing – sprawa publiczna

Mobbing przestał być tematem tabu. Wcześniej pracownicy bardzo rzadko decydowali się na zgłaszanie przypadków złego traktowania – obawiali się utraty pracy, konfliktu z przełożonym lub stygmatyzacji w środowisku zawodowym. Obecnie świadomość praw pracowniczych znacząco wzrosła. Ludzie coraz częściej wiedzą, że mogą zarówno dochodzić swoich praw przed sądem pracy, jak i zgłaszać nieprawidłowości do Państwowej Inspekcji Pracy.

Dodatkowo ogromną rolę odegrały tu media społecznościowe. Konflikt, który kiedyś pozostawał wyłącznie wewnętrznym problemem przedsiębiorstwa, dziś bardzo szybko może stać się publiczny. Jeden wpis byłego pracownika czy filmik na TikToku opisujący nieprawidłowości w firmie potrafi wywołać poważny kryzys wizerunkowy i trafić do milionów odbiorców. W konsekwencji przedsiębiorca mierzy się nie tylko z odpowiedzialnością prawną, ale również z utratą zaufania klientów i partnerów biznesowych.



Warto pamiętać, że zgodnie z Kodeksem pracy pracodawca ma obowiązek przeciwdziałać mobbingowi. To oznacza, że odpowiedzialność przedsiębiorcy nie ogranicza się wyłącznie do sytuacji, w której sam dopuszcza się niewłaściwych działań – może powstać również wtedy, gdy firma nie reaguje na nieprawidłowości w relacjach pomiędzy pracownikami lub ignoruje zgłaszane incydenty. Ta problematyka będzie znacznie dokładniej sklasyfikowana po wejściu w życie nadchodzących zmian prawnych w zakresie mobbingu.

Finansowe konsekwencje ignorowania mobbingu

Konflikt w firmie to realne straty finansowe. Wielu przedsiębiorców nadal postrzega mobbing głównie jako zagrożenie związane z ewentualnym procesem sądowym. Tymczasem koszty zaczynają się znacznie wcześniej – pierwszym problemem jest spadek efektywności zespołu. Pracownik funkcjonujący w atmosferze napięcia, stresu i ciągłych konfliktów pracuje mniej wydajnie, częściej korzysta ze zwolnień lekarskich i popełnia więcej błędów. Takie sytuacje bardzo szybko wpływają również na morale całego zespołu. W praktyce jedna toksyczna relacja może zdestabilizować cały dział.

Kolejny koszt generuje rotacja pracowników. Obecnie rynek coraz bardziej premiuje firmy oferujące stabilne i bezpieczne środowisko pracy. Pracownicy nie chcą pozostawać w organizacjach, w których napotykają konflikty, brak szacunku czy chaos komunikacyjny. Odejście doświadczonego specjalisty oznacza dla przedsiębiorcy konieczność przeprowadzenia nowej rekrutacji, wdrożenia kolejnej osoby oraz utratę know-how.

Nie można także pomijać kosztów związanych z absencją chorobową. Długotrwały stres i napięcie psychiczne bardzo często prowadzą do problemów zdrowotnych. Coraz częściej w sprawach dotyczących mobbingu pojawiają się opinie psychologów i psychiatrów wskazujące na negatywny wpływ środowiska pracy na zdrowie pracownika.

Proces sądowy o mobbing może być bardzo kosztowny. Przedsiębiorca musi liczyć się nie tylko z kosztami obsługi prawnej, ale również z możliwością zasądzenia wysokiego odszkodowania lub zadośćuczynienia. Co istotne, sądy coraz poważniej podchodzą do spraw dotyczących naruszenia godności pracownika.

W praktyce bardzo często problemem przedsiębiorców nie jest nawet sam konflikt, ale brak odpowiedniej dokumentacji i procedur. W wielu firmach zgłoszenia pracowników odbywają się ustnie, nie są protokolowane, nie przeprowadza się postępowań wyjaśniających ani nie do-

kumentuje działań podjętych przez pracodawcę.

Tymczasem w sporze sądowym ogromne znaczenie mają dowody. Jeżeli przedsiębiorca nie jest w stanie wykazać, że reagował na zgłoszenia pracowników, prowadził działania prewencyjne i przeciwdziałał mobbingowi, jego sytuacja procesowa znacząco się pogarsza.

Dodatkowym ryzykiem są kontrole Państwowej Inspekcji Pracy. W ostatnich latach organy kontrolne coraz częściej analizują nie tylko kwestie formalne związane z zatrudnieniem, ale również procedury antymobbingowe i kulturę organizacyjną przedsiębiorstwa.

Największy problem? Brak procedur

W wielu firmach procedury antymobbingowe istnieją wyłącznie na papierze. Skopiowane z internetowych wzorów, nie są dostosowane do specyfiki przedsiębiorstwa i w praktyce nigdy nie zostają wdrożone. To jeden z najczęstszych błędów przedsiębiorców. Sama procedura nie stanowi ochrony, jeżeli pracownicy nie wiedzą, gdzie zgłaszać nieprawidłowości, kto prowadzi postępowanie wyjaśniające, w jaki sposób chroniona jest osoba zgłaszająca problem czy jakie konsekwencje grożą sprawcy naruszeń. Przedsiębiorcy często zapominają, że obowiązek przeciwdziałania mobbingowi obejmuje nie tylko reakcję na zgłoszenie, ale również działania profilaktyczne. Szkolenia kadry zarządzającej, jasna komunikacja zasad i szybkie reagowanie na pierwsze symptomy konfliktu mogą znacząco ograniczyć ryzyko poważnego sporu.

Kadra zarządzająca jako źródło ryzyka

W praktyce bardzo często źródłem problemu nie są szeregowi pracownicy, lecz osoby zarządzające zespołami. Presja wyników, brak kompetencji miękkich, niewłaściwa komunikacja czy agresywny styl zarządzania mogą prowadzić do poważnych naruszeń.

Co istotne, wielu menedżerów nadal nie zdaje sobie sprawy, że pewne zachowania mogą zostać zakwalifikowane jako mobbing. Publiczne krytykowanie pracownika, izolowanie go od zespołu, poniżające komentarze czy permanentne podważanie kompetencji bardzo często są tłumaczone „wymagającym stylem zarządzania”. Tymczasem granica pomiędzy egzekwowaniem obowiązków a działaniami naruszającymi godność pracownika bywa bardzo cienka. Dlatego przedsiębiorcy powinni inwestować nie tylko w procedury czy polityki antymobbingowe, ale również w edukację osób zarządzających. Jeden nieprzygotowany menedżer może wygenerować ogromne ryzyko prawne i finansowe.

Kryzys wizerunkowy

Kryzys wizerunkowy może być większym problemem niż sam proces sądowy. W dobie internetu i mediów społecznościowych przedsiębiorcy muszą liczyć się z tym, że konflikty pracownicze bardzo szybko stają się publiczne. Negatywne opinie publikowane przez byłych pracowników mogą wpływać na decyzje klientów, kontrahentów oraz kandydatów do pracy. Coraz częściej firmy przegrywają nie tylko w sądzie, ale przede wszystkim wizerunkowo. Dla wielu przedsiębiorstw utrata reputacji oznacza znacznie większe straty niż samo odszkodowanie zasądzone na rzecz pracownika. Warto pamiętać, że współczesny klient coraz częściej zwraca uwagę na wartości reprezentowane przez firmę. Kultura organizacyjna, sposób traktowania pracowników oraz transparentność działań stają się elementem przewagi konkurencyjnej.

Jak przedsiębiorca może ograniczyć ryzyko?

Najważniejsze jest zrozumienie, że działania antymobbingowe nie są wyłącznie obowiązkiem formalnym. To element zarządzania ryzykiem w przedsiębiorstwie. Każda firma powinna mieć realnie wdrożoną procedurę antymobbingową oraz polityki na wypadek mobbingu, jasne zasady i procedury zgłaszania nieprawidłowości, system dokumentowania zgłoszeń i działań wyjaśniających, regularne szkolenia pracowników i kadry zarządzającej, procedury dotyczące komunikacji i rozwiązywania konfliktów. Kluczowe znaczenie będzie miała również szybkość reakcji. Im wcześniej przedsiębiorca zareaguje na pierwsze symptomy konfliktu, tym większa szansa na uniknięcie eskalacji problemu.

Mobbing to dziś problem nie tylko HR-owy, ale i biznesowy. Przedsiębiorcy, którzy nadal traktują konflikty pracownicze jako „miękki” temat, narażają swoje firmy na bardzo poważne konsekwencje. Współczesne przedsiębiorstwo musi zarządzać nie tylko finansami i sprzedażą, ale również bezpieczeństwem organizacyjnym. Konflikty w miejscu pracy są dziś jednym z najważniejszych obszarów ryzyka prawnego, finansowego i reputacyjnego firmy.

Przedsiębiorca, który odpowiednio wcześniej wdroży skuteczne procedury, przeszkoli kadrę i stworzy bezpieczne środowisko pracy, nie tylko ograniczy ryzyko sporów, ale również zbuduje silniejszą, bardziej stabilną organizację. A w dzisiejszych realiach biznesowych to właśnie stabilność i zaufanie stają się jedną z najcenniejszych wartości przedsiębiorstwa. ■

Sukcesja w firmie rodzinnej

Prowadząc firmę rodzinną, przedsiębiorcy niejednokrotnie spotykają się z problemami, które znajdują się na pograniczu prawa gospodarczego i rodzinnego. Do największych wyzwań należą kwestie związane z wpływem sytuacji rodzinnej na odpowiedzialność właścicieli oraz wyzwania związane z przeprowadzeniem sukcesji. Jeśli ten proces jest inicjowany dopiero w momencie, gdy założyciel biznesu jest do tego zmuszony ze względu na wiek czy stan zdrowia, nie zapewnia to pełnego komfortu, bezpieczeństwa i swobody, które powinny stanowić fundament takiego przedsięwzięcia.

ADWOKAT KATARZYNA STRZESZEWSKA- Lipka, RADCA PRAWNY PIOTR MORDZONEK, DORADCA PODATKOWY MARCIN SOJA
KANCELARIA ORLIK & PARTNERS

Wodniesieniu do firm rodzinnych nie można traktować sukcesji czy transakcji jako czystej formalności prawnej. W tym kontekście takie czynniki, jak zaufanie oraz uwzględnienie relacji rodzinnych nabierają kluczowego znaczenia dla powodzenia całego procesu.

Małżeński ustrój majątkowy i jego konsekwencje

Jak zauważa Katarzyna Strzeszewska-Lipka, adwokat i partner w kancelarii Orlik & Partners, planując rozpoczęcie działalności gospodarczej, należy przeanalizować, z jaką odpowiedzialnością będzie się ona wiązała oraz jakie składniki majątkowe będą w niej wykorzystywane. Ma to kluczowe znaczenie praktyczne dla oceny, kto – poza osobą formalnie wskazaną w rejestrze – jest faktycznym właścicielem biznesu i kto będzie ponosił odpowiedzialność w razie powstania ewentualnych zobowiązań.

Z chwilą zawarcia małżeństwa powstaje między małżonkami wspólność majątkowa, obejmująca przedmioty nabyte w czasie jej trwania. Do majątku wspólnego zalicza się w szczególności: wynagrodzenie za pracę, dochody z działalności gospodarczej czy pożytki z majątku wspólnego i osobistego każdego z małżonków.

Nawet gdy istnieje wspólność majątkowa, część majątku nadal może należeć jedynie do małżonka. Są to w szczególności przedmioty nabyte przed powstaniem wspólności, a także te otrzymane w drodze dziedziczenia czy darowizny (chyba że spadkodawca lub darczyńca postanowił inaczej).

Alternatywą dla wspólności majątkowej jest rozdzielnosc majątkowa – układ, w którym każdy z małżonków zarządza samodzielnie swoim majątkiem i ponosi od-

powiedzialność jedynie za swoje działania. Ustanowienie rozdzielnosci znacząco upraszcza rozliczenia majątkowe, szczególnie w przypadku rozwodu.

Istotną kwestią wynikającą z wybranego ustroju jest obowiązek uzyskiwania zgody małżonka na dokonywanie określonych czynności prawnych. W przypadku wspólności majątkowej zgoda ta jest wymagana w sytuacjach ściśle określonych w Kodeksie rodzinnym i opiekuńczym – dotyczy to przykładowo darowizn czy roz-

Pułapka „zaufania” i jej wpływ na umowy spółek

Wiele przedsiębiorstw to biznesy zakładane przez osoby, które darzą się zaufaniem – członków rodzin, małżonków czy przyjaciół. Tworząc wspólny biznes, właściele rzadko biorą pod uwagę scenariusze kryzysowe, takie jak spory, rozbieżność wizji rozwoju czy rozpad prywatnej relacji. W konsekwencji interesy wspólników mogą nie być właściwie zabezpieczone, a skutki takich kryzysów są

Opieranie relacji wyłącznie na założeniach biznesowych, bez analizy skutków prawnych dokonanych wyborów, może prowadzić do problemów w momencie wystąpienia kryzysu.

porządkania nieruchomością, gospodarstwem rolnym czy przedsiębiorstwem. W ustroju rozdzielnosci, ze względu na osobiste rozporządzanie majątkiem, nie ma takich obowiązków, co upraszcza zarządzanie majątkiem.

W praktyce często zdarza się, że małżonkowie nieprawidłowo przypisują sobie prawo własności do poszczególnych składników majątku. Przykładowo, w ustroju wspólności majątkowej małżonkowie niekiedy traktują dochody z pracy czy działalności gospodarczej jako swój majątek osobisty, a w konsekwencji uważają, że sfinansowane z tego majątku udziały w spółce czy składniki przedsiębiorstwa należą wyłącznie do nich. W wyniku oceny faktycznego pochodzenia majątku wielokrotnie okazuje się, że jest on częścią współwłasności, niezależnie od tego, kto formalnie wskazany jest w rejestrze.

pozostawione zasadam ogólnym wynikającym z regulacji prawnych.

Opieranie relacji wyłącznie na założeniach biznesowych, bez analizy skutków prawnych dokonanych wyborów, może prowadzić do problemów w momencie wystąpienia kryzysu. Przykładowo, pasywność jednego ze wspólników lub impas decyzyjny potrafi całkowicie zablokować działanie spółki, uniemożliwiając podejmowanie kluczowych decyzji.

Jak zauważa Piotr Mordzonek, radca prawny i counsel w kancelarii Orlik & Partners, zawarcie umowy wspólników czy podpisanie umowy inwestycyjnej nie powinno być rozpatrywane w kategoriach braku zaufania do partnera biznesowego, nawet jeżeli jest on bliskim przyjacielem czy członkiem rodziny. Taka umowa powinna precyzować cele biznesowe oraz ścieżkę ich realizacji, jasno określać zasa-

dy podejmowania decyzji, tworzyć procedury rozwiązywania sporów czy określać reguły wyjścia z inwestycji.

Chociaż decyzja o sprzedaży powinna być podjęta razem przez współników, może również wynikać z inicjatywy tylko jednej ze stron. To właśnie jeden ze współników może pozyskać inwestora, który mógłby być zainteresowany nabyciem całości udziałów, a nie tylko pakietu należącego do współnika. Z drugiej strony samodzielne wycofanie się partnera z biznesu nie zawsze musi być dla nas korzystne. Bez wcześniejszego określenia przebiegu sprzedaży czy sukcesji, proces ten będzie niekontrolowany i nieefektywny, a jednocześnie nie zagwarantuje ochrony interesów pozostałych współników.

Sukcesja międzypokoleniowa. Fundacja rodzinna jako fundament trwałości biznesu

Wyzwania, przed którymi stają założyciele firm rodzinnych, nie kończą się na ich bieżącym prowadzeniu. Obecnie jesteśmy świadkami transformacji pokoleniowej, w ramach której kluczowe staje się zapewnienie ciągłości funkcjonowania przedsiębiorstwa po przekazaniu sterów. Testament czy ustawowe zasady dziedziczenia często okazują się niewystarczające, niosąc ryzyko rozdrobnienia majątku lub paraliżu decyzyjnego wywołanego sporami spadkowymi.

Odpowiedzią na te zagrożenia może być fundacja rodzinna. Bazując na prześlanym statucie oraz ścisłej współpracy z członkami zarządu, może ona być sprawnym narzędziem sukcesyjnym. Korzyścią wynikającą z utworzenia fundacji

jest możliwość wyraźnego oddzielenia majątku spadkobierców od majątku fundacji, a w konsekwencji – od świadczeń pochodzących z tego majątku. Dzięki zarządzaniu majątkiem przez fundację możliwe jest uzyskanie korzyści przez beneficjentów w formie świadczeń w miejsce podziału masy spadkowej czy czerpania takich korzyści jako współwłaściciele majątku. Ten cel realizowany jest dzięki skupieniu majątku rodzinnego w jednym podmiocie przy jednoczesnej możliwości wskazania zasad i osób nim zarządzających. Można więc powiedzieć, że fundacja rodzinna pełni rolę „bezpiecznika”, chroniąc przedsiębiorstwo przed wpływem zmian w sytuacjach osobistych współników.

– Powiązania rodzinne pomiędzy beneficjentami oraz osobami wnoszącymi majątek do fundacji rodzinnej powinny być przedmiotem szczególnie uważnej analizy na etapie jej tworzenia – zauważa Marcin Soja, doradca podatkowy, radca prawny i senior counsel w kancelarii Orlik & Partners. – W niestandardowych sytuacjach rodzinnych skutki podatkowe przy wypłacie świadczeń przez fundację

mogą odbiegać od pierwotnych oczekiwań fundatorów. Dobrym przykładem są dzieci fundatorów pochodzące z różnych związków – ich sytuacja może być diametralnie różna w zależności od tego, kto wnosi majątek do fundacji i w jakiej proporcji – dodaje.

Fundacja rodzinna nie rozwiązuje jednak wszystkich problemów związanych z sukcesją. W przypadku pojawienia się między beneficjentami istotnych rozbieżności co do wizji rozwoju przedsiębiorstwa lub braku zapewnienia ciągłości zarządzania operacyjnego, statut fundacji zawierający minimum wymagane przez ustawę może okazać się niewystarczający.

Wyobraźmy sobie przykładową spółkę, w której fundacja rodzinna jest współnikiem i nie zarządza nią bezpośrednio, gdyż kwestie operacyjne pozostają w kompetencji zarządu spółki, a nie zarządu fundacji. Oznacza to, że planując sukcesję przy wykorzystaniu fundacji rodzinnej, należy określić zarówno osoby zarządzające fundacją, jak i te odpowiedzialne za operacyjne kierowanie spółką.

Obserwujemy obecnie, że najczęściej to właśnie fundator pełni funkcję zarówno członka zarządu fundacji, jak i członka zarządu spółki. Wiąże się to z istotnym ryzykiem: jeżeli z przyczyn losowych taki fundator nie będzie mógł pełnić swoich funkcji, konieczne stanie się znalezienie następcy w obydwu podmiotach – a sama sukcesja będzie pozbawiona. W konsekwencji bez przemyślanego wskazania osób zarządzających, fundacja może jedynie utrwalić problemy, które wystąpiłyby również wtedy, gdyby spadkobiercy zostali bezpośrednimi współnikami spółki. ■

Zapraszamy do kontaktu z naszym zespołem

Jeśli chcą Państwo porozmawiać o sprawach rodzinnych (małżeństwo, rozwody, spadki) czy kwestiach gospodarczych i podatkowych (przedsiębiorstwa, umowy współników, fundacje rodzinne, transakcje), zapraszamy do kontaktu z zespołem kancelarii Orlik & Partners pod adresem: privateclient@orlikpartners.com



Orlik & Partners
LAW, BUSINESS AND MORE

Zapewniamy **bezpieczeństwo**
prawno - podatkowe
Twojego biznesu

Psychika przedsiębiorcy pod presją. Dlaczego sama siła woli już nie wystarcza?



W świecie biznesu liczą się wyniki, tempo i odporność na stres. Niestety, coraz częściej konsekwencją pracy ponad siły stają się przemęczenie, napięcie i niewidoczne kryzysy psychiczne. O tym, dlaczego przedsiębiorcy działają na granicy swoich możliwości, jak rozpoznać moment przeciążenia i dlaczego nowoczesna psychoterapia odchodzi od jednego modelu na rzecz podejścia integralnego, rozmawiamy z certyfikowaną psychoterapeutką Anną Szmawonian.

ROZMAWIA IZABELA WŁODARCZYK

Reprezentuje pani podejście integralne w psychoterapii. Co to oznacza w praktyce?

Podejście integralne oznacza dla mnie odejście od sztywnego trzymania się jednej szkoły na rzecz rozumienia człowieka w całej jego złożoności. Każdy pacjent to inna historia, odmienny system przekonań i inne doświadczenia zapisane zarówno w psychice, jak i w ciele. W praktyce oznacza to, że korzystam z różnych nurtów: psychodynamicznego, Gestalt, systemowego czy poznawczo-behawioralnego, ale także z pracy z ciałem, uważności czy takich technik jak brainspotting. Jeden pa-

cient będzie wymagał głębokiej pracy z nieświadomością w nurcie psychodynamicznym, żeby zrozumieć, dlaczego powtarza ten sam schemat od trzydziestu lat. Drugi będzie potrzebował konkretnych narzędzi poznawczo-behawioralnych, bo jego myśli katastroficzne paraliżują go tu i teraz. Jeszcze ktoś inny – pracy z ciałem, bo trauma zatrzymała się właśnie w ciele.

Mam za sobą pracę w szpitalach psychiatrycznych i ośrodkach terapeutycznych. Ta droga nauczyła mnie jednego: człowiek jest zawsze bardziej złożony niż jakkolwiek teoria. Skuteczność tego po-

dejścia wynika z jego elastyczności. Nie dopasowuję pacjenta do metody, lecz metodę do pacjenta. Dzięki temu terapia staje się bardziej precyzyjna, głęboka i realnie transformująca.

Co w takim razie decyduje o skuteczności terapii?

Zależy ona przede wszystkim od systematyczności oraz relacji między terapeutą a pacjentem. Badania jednoznacznie pokazują, że jakość tej relacji w największym stopniu odpowiada za efekty leczenia. Poczucie bezpieczeństwa, zaufanie i autentyczny kontakt tworzą przestrzeń,

w której realna zmiana staje się możliwa. Oczywiście równie istotne są trafna diagnoza czy wspomniane wcześniej dopasowanie podejścia terapeutycznego do konkretnej osoby i jej trudności. Bardzo ważna jest też gotowość pacjenta do pracy oraz jego motywacja. Terapeuta może mieć doskonałe narzędzia, ale bez zaangażowania drugiej strony proces nie ruszy. Wreszcie znaczenie mają kompetencje i ciągły rozwój terapeuty. Dobry terapeuta pracuje pod superwizją, pogłębia swoją wiedzę i zna granice własnych możliwości. To połączenie warsztatu z samoświadomością sprawia, że terapia przynosi trwałe, a nie tylko chwilowe rezultaty.

A jak to wygląda w przypadku coachingu?

Coaching i narzędzia rozwojowe dobrze sprawdzają się wtedy, gdy chcemy coś usprawnić: wprowadzić nawyki, poprawić efektywność, doprecyzować cele. Jednak gdy za trudnościami stoją głębsze mechanizmy, takie jak trauma, nierozwiązane wewnętrzne konflikty czy schematy wyniesione z dzieciństwa, to te narzędzia okazują się niewystarczające. Nie dlatego, że są złe – po prostu nie zostały stworzone do tej roboty. Takich problemów nie da się „przepracować” na poziomie zadaniowym, ponieważ bez dotknięcia źródła zmiana będzie powierzchowna i krótkotrwała. Psychoterapia pracuje właśnie na głębszym poziomie: obejmuje emocje, nieświadome procesy i doświadczenia zapisane w psychice. Dzięki temu umożliwia trwałą zmianę, a nie tylko chwilową poprawę funkcjonowania. Coaching może wspierać rozwój, ale nie zastąpi psychoterapii tam, gdzie potrzebne jest realne leczenie i głęboka transformacja.

Współtworzyła pani książkę o zdrowiu psychicznym mężczyzn. Czy przedsiębiorcy płci męskiej nadal mają trudności z prośbą o pomoc?

Jestem współautorką książki naukowej *Zdrowie psychiczne mężczyzn*. Pułapki autodestrukcji. Powstała ona właśnie dlatego, że o mężczyznach i ich potrzebach mówiło się zbyt mało. To jeden z największych nierozwiązanych problemów zdrowia publicznego. Dane są alarmujące: mężczyźni stanowią zdecydowaną większość ofiar samobójstw we wszystkich grupach wiekowych, a jednocześnie znacznie rzadziej sięgają po pomoc psychoterapeutyczną. W środowisku biznesowym ta bariera jest jeszcze wyższa, bo nakłada się na nią kulturowy obraz lidera – silnego, niezależnego, kontrolującego, nieokazującego słabości. W pracy terapeutycznej z mężczyznami zauważam, że najczęstszą barierą nie jest brak świadomości, lecz głęboko zakorzeniony wstyd. Prośba o pomoc jest traktowana jako przyznanie się do porażki, niekompetencji, słabości. Jeszcze do nie-



dawna wielu mężczyzn trafiało do gabinetu dopiero wtedy, gdy ich życie zaczynało się rozpadać. Kryzys obejmował związek, zdrowie czy firmę. Dziś coraz częściej zgłaszają się wcześniej, choć nadal z dużym oporem otwarcie mówią o swoich trudnościach. Nierzadko przychodzą z nastawieniem, że chcą poprawić efektywność albo lepiej zarządzać stresem. Z czasem okazuje się jednak, że pod potrzebą efektywności kryje się żaloba, pod stresem kryje się samotność, a pod potrzebą kontroli jest głęboki lęk.

Są też mężczyźni, którzy mają dużą świadomość swoich trudności i potrafią je nazwać: „nie chcę być jak mój ojciec”, „chcę być obecny dla swoich dzieci”, „chcę zrozumieć, dlaczego reaguję w określony sposób”, „chcę lepiej rozumieć swoją partnerkę”. To właśnie w takich momentach zaczyna się prawdziwie głęboka praca terapeutyczna. Kiedy mężczyzna przekracza próg i decyduje się na konfrontację ze sobą, często angażuje się w proces z niezwykle intensywnością i autentyczną gotowością do zmiany. I to doświadczenie – bardziej niż cokolwiek innego – utwierdza mnie w przekonaniu, że warto mówić o tym głośno.

Jaką rolę w procesie terapeutycznym odgrywają takie metody, jak mindfulness, muzykoterapia, choreoterapia czy brainspotting?

Mindfulness bywa dziś traktowany jako modny trend, ale w swojej istocie jest czymś znacznie głębszym. To sposób bycia i codziennej obecności. Nie chodzi o chwilowe ćwiczenia, lecz o regularną praktykę, która zmienia sposób reagowania, podejmowania decyzji i budowa-

nia relacji. Dopiero wtedy przestaje być techniką, a staje się realnym wsparciem w radzeniu sobie ze stresem i napięciem. W pracy terapeutycznej często sięgam także po metody niewerbalne, takie jak muzykoterapia i choreoterapia, ponieważ nie wszystko da się wyrazić słowami. Muzykoterapia pozwala uwolnić emocje poprzez dźwięk i rytm, a choreoterapia poprzez ruch i pracę z ciałem, w którym zapisują się nasze doświadczenia. Z kolei brainspotting umożliwia dotarcie do bardzo głębokich warstw przeżyć, często poza świadomą kontrolą. To metoda szczególnie pomocna tam, gdzie sama rozmowa i analiza nie wystarczają. Te podejścia wzajemnie się uzupełniają, dzięki czemu terapia obejmuje człowieka całościowo – nie tylko na poziomie myśli, ale także ciała i emocji.

Jak rozpoznać moment, w którym już powinniśmy zgłosić się po pomoc – a nie „jakoś jeszcze wytrzymam”?

To „jakoś jeszcze wytrzymam” często wynika z przekonania, że nasze problemy nie są wystarczająco poważne. To mit. Terapia nie jest tylko dla osób w kryzysie, ale dla każdego, kto chce lepiej rozumieć siebie i żyć bardziej świadomie.

Sygnalem, że warto poszukać wsparcia, jest moment, gdy zaczynamy odczuwać przewlekłe zmęczenie, napięcie, niepokój lub mamy poczucie, że codzienność zaczyna nas przerastać. Nie warto czekać do granic wytrzymałości. Im wcześniej sięgniemy po pomoc, tym łatwiej wrócić do równowagi. Warto też pamiętać, że nie każdy terapeuta będzie dla nas odpowiedni – dopasowanie ma kluczowe znaczenie dla skuteczności terapii.

Jak pani dba o własną równowagę psychiczną?

Psychoterapeuci bywają często idealizowani jako osoby, które radzą sobie ze wszystkim. Warto jednak pamiętać, że jesteśmy przede wszystkim ludźmi i doświadczaemy różnych emocji, także możemy mieć trudności w życiu.

Ja dbam o siebie wielotorowo: mam własną superwizję, bo praca z ludzkim bólem wymaga przestrzeni do przetworzenia. Korzystam z własnych narzędzi – z ruchu, muzyki, uważności, nie jako technik zawodowych, lecz jako praktyki życiowej. Mam też ustawione granice: kończę pracę, wracam do domu i jestem w pełni dla mojej rodziny. Oni też mnie potrzebują: mojej obecności, mojej uważności. Uwielbiam rodzinne podróże. Zwiedzamy, celebруем wspólne posiłki, odpoczywamy, spędzamy czas na grach. Dzięki temu wracam z nową energią i siłą, by wspierać innych. Równowaga terapeuty to fundament bezpieczeństwa pacjenta. To nie jest kwestia wyboru, lecz etyczny obowiązek zawodowy. ■

Strategia pod presją. Jak podejmować decyzje, gdy stawka jest najwyższa



W świecie, który coraz częściej nagradza szybkość zamiast refleksji, jej podejście może wydawać się wymagające. Jest ono oparte na analizie, odpowiedzialności i długofalowym myśleniu. Ale właśnie dlatego działa. Bo – jak sama podkreśla – strategia to nie dokument. To seria decyzji podejmowanych każdego dnia. A prawdziwe przywództwo zaczyna się tam, gdzie kończy się komfort. Rozmowa z Ewą Suchorą-Natkaniec.

ROZMAWIA ELŻBIETA TOMASZEWSKA

Czym kierowała się pani w podejmowaniu decyzji zawodowych?

Moim kompasem zawsze była kompozycja wpływu i sensu. Wybierałam takie role, w których mogłam realnie coś zmienić – czy to w skali organizacji, czy całego systemu. Drugim elementem była możliwość uczenia się – jeśli czułam, że w danym miejscu już nie rosnę, wiedziałam, że to moment na zmianę.

Jak podejmuje pani decyzje w warunkach niepewności?

Niepewność to naturalne środowisko lidera. Opieram się na trzech filarach: danych, doświadczeniu i zespole. Zbieram maksimum informacji, ale akceptuję, że nigdy nie będą pełne. Kluczowa jest też odwaga – czasem trzeba podjąć decyzję, mając 70 proc. wiedzy i wziąć za nią odpowiedzialność.

Jaki styl przywództwa uważa pani za najskuteczniejszy?

Mój styl to połączenie wysokich oczekiwań i dużego wsparcia. Wierzę, że ludzie osiągają najlepsze wyniki, kiedy wiedzą, że ktoś w nich wierzy, ale też jasno stawia granice. Jestem wymagająca, a jednocześnie bardzo zależy mi na tym, żeby ludzie czuli się w pracy bezpiecznie. Sama wiem, jak dużo daję zaufanie. Jedną z trudniej-

szych dla mnie decyzji była reorganizacja zespołu, która wiązała się z dużą redukcją kosztów. To był moment, w którym musiałam wybrać między krótkoterminowym komfortem a przyszłością organizacji. Do dziś pamiętam, jak trudne były

tę, że nie wszystko da się przyspieszyć – nawet jeśli bardzo się chce.

Jakie są najczęściej popełniane błędy w budżetowaniu?

Często widziałam budżety, które były bardziej deklaracją ambicji niż realnym pla-

Wierzę, że ludzie osiągają najlepsze wyniki, kiedy wiedzą, że ktoś w nich wierzy, ale też jasno stawia granice

te rozmowy. Transparentność i szacunek w komunikacji były wtedy kluczowe.

Jakie różnice dostrzega pani między sektorem bankowości a administracją publiczną?

Najbardziej zaskoczyło mnie tempo. W bankowości dominuje efektywność, wynik i szybkie decyzje. W administracji – stabilność, procedury i odpowiedzialność społeczna. Tu proces jest dłuższy, ale za to skala odpowiedzialności zupełnie inna. Największa różnica? Horyzont czasowy. Biznes patrzy krótkoterminowo i wynikowo, administracja natomiast systemowo i długofalowo. Musiałam się nauczyć

nem. Najczęstszy błąd to planowanie „życzeniowe” zamiast realistycznego. Organizacje też często skupiają się tylko na kosztach, ignorując potencjał przychodowy. Zwiększenie przychodów jest trudniejsze – bo wymaga innowacji, zmiany myślenia, czasu i odwagi, nie tylko dyscypliny. A cięcie kosztów daje szybki efekt.

Z jakimi wyzwaniem mierzy się pani przy realizacji projektów krajowych?

Największym wyzwaniem przy realizacji takich projektów jest złożoność – trzeba uwzględnić wielu interesariuszy, znaczenie polityki, różne priorytety, presję cza-

su i odpowiedzialność za setki, a czasem tysiące osób, których dotyczy projekt. Często najtrudniejsze nie jest samo wdrożenie, ale synchronizacja ludzi, procesów i oczekiwań.

Czy w Polsce potrafimy dobrze zarządzać dużymi projektami strategicznymi?

Myślę, że coraz lepiej, ale nadal mamy problem z ciągłością i decyzywnością. Widzę tu miejsce na rozwój. Największym ograniczeniem bywa brak ciągłości decyzyjnej – zmieniają się ramy polityczne czy organizacyjne, a projekt trwa latami. Z doświadczenia wiem, że kluczem jest budowanie systemów, które działają niezależnie od konkretnych osób, i zespołów, które potrafią podejmować decyzje świadomie, z odpowiedzialnością i w zgodzie z celami strategicznymi.

Jakie lekcje wyniosła pani z realizacji projektów PAŻP?

Najważniejszą lekcją było dla mnie zrozumienie, jak ogromne znaczenie mają dobrze zaprojektowane procesy i jasne zasady działania. W projektach o skali narodowej, jak PAŻP, nawet najlepszy lider nie poradzi sobie bez sprawnych systemów, które pozwalają organizacji funkcjonować niezależnie od zmian personalnych. Jednocześnie w sektorach takich jak kontrola ruchu lotniczego systemy są fundamentem bezpieczeństwa – procedury, redundancja i standardy muszą działać bezbłędnie. Ale jednocześnie rola człowieka jest nie do zastąpienia. To właśnie kompetencje, koncentracja i zdolność podejmowania decyzji w czasie rzeczywistym decydują o bezpieczeństwie operacji. W takich środowiskach systemy są absolutnie kluczowe... ale człowiek jest krytyczny. Dlatego powiedziałabym, że nie chodzi o wybór „systemy czy ludzie”, tylko o ich idealne współdziałanie. Bo w przestworzach nie ma miejsca na błąd.

Nauczyłam się, że w prywatnym biznesie równie ważna jest elastyczność i szybkie reagowanie – w administracji tempo jest wolniejsze, a w tym świecie decyzje często trzeba podejmować w ułamku sekundy. To połączenie systemowego myślenia z umiejętnością szybkiego działania jest dziś podstawą mojej pracy w firmach komercyjnych. Systemy, ludzie i elastyczność – to kombinacja, która pozwala osiągać trwałe i realne efekty, niezależnie od branży.

Jak podchodzi pani do procesu restrukturyzacji?

Zawsze zaczynam od słuchania. Spotykam się z ludźmi, próbuję zrozumieć, co działa, a co jest tylko „na papierze”. Zaczynam od diagnozy – finansowej, operacyjnej i kulturowej.

Czy zawsze warto ratować firmę?

Nie. Były sytuacje, kiedy dochodziłam do wniosku, że nie wszystko da się ura-



tować. To są bardzo trudne momenty, ale czasem odpowiedzialność polega właśnie na tym, żeby to jasno powiedzieć. Jeśli model biznesowy jest trwale nieopłacalny lub rynek się skończył, czasem lepszą decyzją jest kontrolowane zamknięcie niż przedłużanie agonii.

Jak funkcjonuje pani jako kobieta w rolach zarządczych?

Bywało różnie, ale dziś traktuję to jako przewagę – różnorodność perspektyw jest wartością. Moja rada: nie próbujcie być „jak ktoś”, budujcie własny styl i kompetencje. Autentyczność jest siłą. Dziś powiedziałabym młodszym kobietom: nie traćcie energii na udowadnianie, że pasujecie. Skupcie się na tym, żeby być naprawdę dobre w tym, co robicie.

Zajmuje się pani także designem i home stagingiem. Skąd tak zupełnie inna branża na pani drodze zawodowej?

To potrzeba równowagi. Po latach pracy w liczbach i strategii, design daje przestrzeń na kreatywność, tworzenie i inny sposób myślenia. A home staging to ciekawy punkt styku estetyki i biznesu. Z cza-

sem zaczęłam dostrzegać, że dobrze zaprojektowana przestrzeń to nie tylko estetyka, ale też pewien język – sposób opowiadania o jakości, harmonii i stylu życia. Home staging stał się dla mnie naturalnym połączeniem świata biznesu i wrażliwości na detale – pokazuje, jak poprzez prostotę, proporcje i spójność można budować poczucie klasy, bez nadmiaru i przesady. To trochę jak w zarządzaniu – prawdziwa jakość nie polega na tym, żeby było więcej, tylko żeby wszystko było na odpowiednim miejscu.

Jak utrzymuje pani work-life balance?

Nie wierzę w idealny balans – raczej w integrację. Szczepnie mówiąc, nie zawsze mi to wychodzi. Są momenty intensywnej pracy i momenty regeneracji, są też okresy, kiedy praca dominuje i takie, kiedy świadomie zwalniam. Z czasem nauczyłam się jednej rzeczy: jeśli sama nie postawię granic, nikt tego za mnie nie zrobi. Kluczowe jest świadome zarządzanie energią, nie tylko czasem. Coraz ważniejsze jest dla mnie to, żeby być dobrą nie tylko jako liderka, ale też jako mama, żona, po śmierci Męża jako partnerka czy przyjaciółka – i to właśnie ta równowaga nadaje wszystkiemu sens. Najlepiej ładuję baterie w prosty sposób – w ciszy, z bliskimi, często z dala od pośpiechu, który na co dzień towarzyszy mojej pracy.

A czy w takim momencie kariery ma pani jeszcze jakieś szczyty do zdobycia?

Kiedyś myślałam o karierze w kategoriach kolejnych stanowisk. Dziś bardziej interesuje mnie to, co zostawiam po sobie – czy organizacja działa lepiej, czy ludzie się rozwijają. To jest dla mnie prawdziwa miara sukcesu. Nie myślę o tym w kategorii jednego szczytu. Bardziej interesuje mnie wpływ – tworzenie organizacji, które są trwałe, efektywne i dobrze zarządzane. Jeśli to się udaje, to każdy projekt jest kolejnym „szczytem”. Na tym etapie mogę powiedzieć, że jestem spełnioną kobietą – nie dlatego, że osiągnęłam jakiś jeden konkretny cel, ale dlatego, że mam poczucie sensu i widzę efekty moich działań. Myślę też o tym, żeby tę wiedzę i doświadczenia uporządkować i podzielić się nimi szerzej – na przykład w formie książki. Bo jeśli coś miałoby być kolejnym szczytem, to właśnie możliwość zostawienia po sobie czegoś trwałego. ■

Ewa Suchora-Natkaniec

należy do grona menedżerów, którzy nie tylko zarządzają, ale realnie zmieniają kierunek działania instytucji. Od bankowości, przez administrację publiczną, aż po strategiczne projekty infrastrukturalne – jej decyzje wielokrotnie zapadały w warunkach presji, gdzie margines błędu był bliski zera. Dziś, łącząc świat twardych finansów z wrażliwością na przestrzeń i design, pokazuje, że skuteczne przywództwo nie jest jednowymiarowe. To rozmowa o odpowiedzialności, odwadze i sztuce podejmowania decyzji wtedy, gdy inni jeszcze analizują dane.

Jak dbać o cyberbezpieczeństwo w firmie?

Informacja stała się jedną z najcenniejszych walut. Dlatego bezpieczeństwo przestaje być opcją – jest koniecznością. O zagrożeniach, których często nie widać, o kulisach pracy przy zabezpieczaniu najważniejszych osób i instytucji państwowych oraz o tym, jak dziś wygląda walka z cyberprzestępczością, rozmawiamy z Jarosławem Bartniczukiem – byłym oficerem Biura Ochrony Rządu, a dziś prezesem Cyberblock SA i Interguard Sp. z o.o.



ROZMAWIA KRZYSZTOF JOŃCZYK

Jak doświadczenie z pracy w Biurze Ochrony Rządu wpłynęło na pana podejście do bezpieczeństwa w biznesie?

Doświadczenie w BOR uczy przede wszystkim proaktywności, a nie reaktywności. Nie ma tam miejsca na błędy, a procedury muszą być niezawodne. Te zasady przenoszę dziś do biznesu poprzez myślenie scenariuszowe. Zakładam, że atak jest nieunikniony, dlatego przygotowuję firmę do działania zarówno w trakcie incydentu, jak i po jego wystąpieniu. Ogromne znaczenie ma również dbałość o detale, ponieważ najsłabsze ogniwo często znajduje się w najmniej oczywistym miejscu. Kluczowe pozostaje także zarzą-

danie ryzykiem – ochrona to nie tylko technologia, lecz przede wszystkim analiza zagrożeń i dopasowanie zasobów do realnego poziomu ryzyka. Istotnym atutem jest również doświadczenie zdobyte podczas specjalistycznych szkoleń, a także unikatowy na rynku cywilnym sprzęt, którym dysponujemy, porównywalny z rozwiązaniami wykorzystywanymi przez najlepsze służby kontrwywiadowcze na świecie.

Jakie są dziś największe zagrożenia dla firm w obszarze cyberbezpieczeństwa?

Największymi zagrożeniami dla współczesnego cyberbezpieczeństwa pozostają dziś ataki ransomware, polegające na

blokowaniu dostępu do danych i żądaniu okupu, często w modelu podwójnego wymuszenia, czyli połączonego z wcześniejszą kradzieżą danych. Bardzo dużym problemem jest również social engineering oraz phishing, czyli ataki wymierzone bezpośrednio w pracowników, w tym coraz bardziej zaawansowane próby podszywania się pod członków zarządu, określane jako „CEO fraud”. Coraz częściej obserwujemy także ataki na łańcuch dostaw (supply chain attacks), w których cyberprzestępcy wykorzystują słabsze zabezpieczenia partnerów biznesowych lub zewnętrznego oprogramowania. Dodatkowo i dynamicznie rosnącym zagrożeniem

jest phishing wykorzystujący narzędzia AI oraz technologię deepfake, pozwalającą na bardzo wiarygodne podszywanie się pod konkretne osoby, zarówno w komunikacji głosowej, jak i wideo.

Czy polskie przedsiębiorstwa są wystarczająco dobrze przygotowane na cyberataki?

Zauważam dużą polaryzację. Duże korporacje i banki są przygotowane bardzo dobrze. Niestety, małe i średnie przedsiębiorstwa często traktują cyberbezpieczeństwo jako koszt, a nie inwestycję. Wiele firm wciąż działa w przekonaniu, że nikt takiej małej organizacji nie będzie chciał atakować, co czyni je łatwym celem. Przygotowanie rośnie, ale wciąż jest za wolne w stosunku do tempa rozwoju zagrożeń.

Jak zmieniły się metody inwigilacji na przestrzeni ostatnich lat?

Przeszliśmy od klasycznych działań fizycznych i prostych podsłuchów do zaawansowanej inwigilacji cyfrowej. Współcześnie wykorzystywane jest między innymi specjalistyczne oprogramowanie szpiegujące (spyware), umożliwiające uzyskanie dostępu do mikrofonu, kamery czy wiadomości zapisanych w telefonie, czego najbardziej znanym przykładem jest Pegasus i podobne rozwiązania. Coraz większą rolę odgrywa także analiza Big Data oraz OSINT, czyli agregowanie informacji z publicznie dostępnych źródeł w celu stworzenia profilu psychologicznego lub behawioralnego konkretnej osoby. Dodatkowym zagrożeniem jest wykorzystanie sztucznej inteligencji do automatyzacji ataków czy łamania hasel. Nadal stosowane są również klasyczne urządzenia gospodarcze – celem jest podsłuchy radiowe i GSM, mikrokamery, zakamuflowane dyktafony, mikrofony stetoskopowe oraz wiele innych narzędzi wykorzystywanych do pozyskiwania informacji.

Jak często firmy są inwigilowane, nawet nie zdając sobie z tego sprawy?

Znacznie częściej, niż wynika to z oficjalnych raportów. Wiele inwigilacji ma charakter gospodarczy – celem jest wykradzenie know-how, listy klientów lub strategii przetargowej. Firmy często dowiadują się o wycieku po miesiącach, a czasem wcale. Często inwigilacja wynika z działalności nieuczciwej konkurencji.

Co najczęściej zawodzi – technologia czy czynnik ludzki?

Bezspornie czynnik ludzki (ang. human factor). Najnowocześniejszy firewall na nic się nie zda, jeśli pracownik kliknie w złośliwy link w mailu lub poda hasło na fałszywej stronie. Ludzie są najsłabszym ogniwem, ale też – przy odpowiednim przeszkoleniu – mogą być najsilniejszym elementem obrony.

Czym wyróżniają się działania Cyberblock SA i Interguard Sp. z o.o. na tle konkurencji?

Cyberblock SA wyróżnia się podejściem systemowym i zaawansowanymi technologiami proaktywnego wykrywania zagrożeń (ang. threat hunting) w IT. Nie tylko reagujemy, ale aktywnie szukamy luk, zanim zrobią to przestępcy. Wdrażamy też w firmach zgodności z NIS2 i ustawą o KSC i UODO. Interguard Sp. z o.o. stawia na techniczną stronę bezpieczeństwa informacji. Oferuje szkolenia, audyty z zakresu inżynierii społecznej oraz kontrwywiad gospodarczy czy audyty podsłuchowe z wykorzystaniem najlepszego sprzętu dostępnego komercyjnie, łącząc wiedzę ekspertów z doświadczeniem służb specjalnych.

Czy firmy częściej zgłaszają się do państwa prewencyjnie, czy dopiero po incydencie?

Trend się zmienia. Jeszcze kilka lat temu 80 proc. to były reakcje po fakcie (tzw. gaszenie pożarów). Dziś, ze względu na rosnącą świadomość zagrożeń i surowe kary RODO, coraz więcej firm zgłasza się prewencyjnie, prosząc o audyty i wdrożenie procedur. Także dlatego, że prawo je do tego obowiązuje pod groźbą sankcji (RODO, UODO, NIS2, KSC).

Jaką rolę odgrywa dziś sztuczna inteligencja w cyberbezpieczeństwie – pomaga czy raczej zagraża?

AI działa jak obosieczny miecz. Pomaga, bo pozwala na błyskawiczną analizę gigabajtów logów, wykrywanie anomalii i automatyzację obrony (AI w systemach detekcji). Zagraża, ponieważ przestępcy używają AI do tworzenia idealnych emaili phishingowych (wykorzystujących np. deepfake głosowy i wideo), łamania zabezpieczeń i tworzenia złośliwego kodu. Obecnie AI jest potężnym narzędziem w rękach napastników, ale odpowiednio użyta przez specjalistów (tzw. blue team) pozwala zrównoważyć szanse.

Jakie branże są najbardziej narażone na wycieki danych i ataki?

Najbardziej narażone są obecnie branże posiadające dostęp do dużej ilości wrażliwych informacji lub kluczowych procesów operacyjnych. Szczególnie dotyczy to sektora finansowego i bankowości, gdzie cyberprzestępcy mają bezpośredni dostęp do środków finansowych oraz danych klientów. Bardzo wysokie ryzyko dotyczy również ochrony zdrowia i branży medycznej – dane me-

dyczne należą dziś do najcenniejszych informacji sprzedawanych na czarnym rynku, ponieważ zawierają szczegółowe informacje osobowe, zdrowotne i ubezpieczeniowe. Silnie zagrożone są także firmy produkcyjne i logistyczne, gdzie zatrzymanie linii produkcyjnej lub systemów operacyjnych może generować ogromne straty finansowe i prowadzić do prób wymuszenia okupu. Cyberprzestępcy bardzo często atakują również sektor e-commerce, koncentrując się na bazach danych klientów, danych płatniczych oraz systemach obsługi transakcji. W praktyce jednak dziś niemal każda organizacja przetwarzająca dane cyfrowe może stać się celem ataku, niezależnie od wielkości czy branży.

Jak przekonać zarządy firm, że inwestycja w bezpieczeństwo to konieczność, a nie koszt?

Trzeba przede wszystkim przestać mówić językiem technicznym, opartym na takich pojęciach, jak „firewall” czy „endpoint”, i zacząć rozmawiać językiem biznesu oraz ryzyka finansowego. Kluczowe jest pokazanie realnych konsekwencji incydentu: ile kosztuje godzina przestoju produkcji, jakie mogą być kary wynikające z przepisów RODO, a także jakie straty wizerunkowe i w zaufaniu klientów mogą pojawić się po wycieku danych lub ataku ransomware. W praktyce koszt odpowiednich zabezpieczeń jest niemal zawsze wielokrotnie niższy niż koszt odbudowy firmy po poważnym cyberataku. Coraz większe znaczenie ma również kwestia odpowiedzialności prawnej. Zarządy muszą mieć świadomość, że bezpieczeństwo danych i systemów informatycznych staje się dziś elementem odpowiedzialności menedżerskiej, wynikającej zarówno z przepisów prawa pracy, jak i regulacji dotyczących ochrony danych osobowych.

Gdyby miał pan dać jedną kluczową radę każdej firmie w Polsce – jaka by ona była?

Wprowadźcie obowiązkową, wieloskładnikową weryfikację logowania (MFA/2FA) na wszystkich kontaktach i prowadźcie regularne szkolenia z phishingu dla pracowników. To eliminuje ponad 90 proc. najczęstszych ataków. Bezpieczeństwo zaczyna się od świadomości. A przede wszystkim – zróbcie audyt otwarcia, by zorientować się, w jakim punkcie jesteście w kwestii bezpieczeństwa. Być może wszystko jest tak poukładane, że nas nie potrzebujecie i można spać spokojnie. ■

Choć technologie zmieniają się w zawrotnym tempie, jedno pozostaje niezmiennie – najsłabszym ogniwem wciąż bywa człowiek. Skuteczne bezpieczeństwo to nie tylko narzędzia i systemy, ale przede wszystkim świadomość, procedury i konsekwencja w działaniu. W świecie rosnących zagrożeń to właśnie one decydują o tym, czy firma pozostanie bezpieczna – czy stanie się kolejną ofiarą.

Rozwój pracowników zależy od stylu zarządzania, a nie wydarzeń. Jak w Mentorica likwidujemy dług szkoleniowy polskich MSP

W Polsce jest ponad 2,2 miliona małych i średnich firm. To kręgosłup naszej gospodarki, główne źródło miejsc pracy i motor innowacyjności regionalnej. A jednocześnie – segment, który od lat najmniej korzysta z dostępnych narzędzi rozwojowych. Nie dlatego, że ich nie potrzebuje. Po prostu nikt wcześniej nie uświadomił mu, że stać go na tę samą jakość wsparcia, jaką otrzymują korporacje. Po to tutaj jesteśmy.



IWONA PASZKIEWICZ

Szkolenie to więcej niż wydarzenie

Przez dekady szkolenie pracownika wyglądało podobnie: wyjazd na warsztaty, certyfikat, powrót za biurko. Z tradycyjnego szkolenia pracownicy zaledwie po 72 godzinach pamiętają średnio jedynie 10–20 proc. treści. A według danych Światowego Forum Ekonomicznego, do 2030 roku aż 44 proc. umiejętności pracowników ulegnie zmianie – ten model jest po prostu niewystarczająco skuteczny.

Lifelong learning – uczenie się przez całe życie – przestaje być sloganem, a staje się zawodową koniecznością. Sześciu na dziesięciu pracowników będzie wymagało dodatkowych szkoleń już przed 2027 rokiem. To nie odległa przyszłość. To następny rok. Tymczasem wiele organizacji – a szczególnie małe i średnie firmy – nadal inwestuje w szkolenia według logiki

sprzed dekady: jednorazowo, kiedy pojawi się problem, bez strategii i bez budżetowania.

Największy dług szkoleniowy w Polsce

W korporacjach istnieją działy HR i L&D, są budżety i polityki szkoleniowe. W firmie zatrudniającej 15, 30 lub 80 osób – często nie ma nic. Nie dlatego, że ludzie nie chcą się rozwijać. Właściciel małej firmy często żyje swoją pracą, chce się uczyć, rozumie, że kompetencje jego zespołu przekładają się bezpośrednio na wyniki. Problem jest inny: brak budżetów szkoleniowych, czasu na szukanie dobrych ofert i wiedzy o tym, co jest dostępne. A przede wszystkim – brak kogoś, kto ten proces poprowadziłby od początku do końca.

Efektom jest rosnący dług szkoleniowy. Każdy rok bez systematycznego rozwoju kompetencji to czas, w którym dystans między potrzebami rynku a możliwościami zespołu się zwiększa. Pracownicy MSP uczą się głównie na błędach, przypadkowo, bez struktury. Dług szkoleniowy jest jak dług finansowy – rośnie z odsetkami. Im dłużej się zwleka, tym trudniej go spłacić.

BUR: otwarta skrytka, o której nie wiedzą małe firmy

Istnieje w Polsce narzędzie, które może zmienić tę sytuację dla setek tysięcy małych i średnich firm. Baza Usług Rozwojowych – BUR, prowadzona przez Polską Agencję Rozwoju Przedsiębiorczości, umożliwia uzyskanie dofinansowania szkoleń, doradztwa, mentoringu i coachingu ze środków Europejskiego

Funduszu Społecznego. Poziom dofinansowania? Nawet do 80 proc., a niekiedy nawet pełen zwrot kosztów usługi. BUR oferuje dostęp do ponad 25 tysięcy usług rozwojowych – od krótkich kursów i warsztatów po studia podyplomowe i doradztwo biznesowe. Z systemu skorzystało już ponad 976 tysięcy osób, podpisano ponad 118 tysięcy umów na łączną kwotę 825 milionów złotych. To realne pieniądze, które trafiły do firm. A jednak – większość małych firm o BUR albo nie słyszała, albo wycofała się przy pierwszym kontakcie z procedurami. Zmienne wymagania dokumentacyjne, formalności rozliczeniowe, konieczność współpracy z Operatorem – to wszystko sprawia, że firma, której brakuje czasu i zasobów administracyjnych, odpuszcza. Środki są. Możliwości też. Brakuje pomostu. My tym pomostem jesteśmy.

Kim jesteśmy?

Nie jesteśmy platformą, aplikacją ani systemem. Jesteśmy ludźmi – Julia, Gośka, Aśka, Iwona oraz ponad 50 coachów, trenerów i mentorów współpracujących z nami przy różnych projektach. Praktykami, którzy sami żyją tym, czego uczą. Większość naszych projektów kierujemy do małych i średnich firm – bo tam dług szkoleniowy jest największy, a dostęp do dobrego wsparcia najtrudniejszy. Wiemy, jak wygląda firma, w której nie ma HR-owca, budżetu szkoleniowego ani nikogo, kto usiadłby z pracownikiem i zastanowił się, czego mu naprawdę potrzeba. Nasza organizacja powstała właśnie z tej obserwacji. Odpowiedź jest prosta: stać was. Trzeba tylko wiedzieć, gdzie szu-

kać środków. I mieć kogoś, kto was przez ten proces przeprowadzi.

Jak działamy: od diagnozy do wdrożenia

Zaczynamy od rozmowy – nie od formularza czy oferty z cennikiem, ale od prawdziwego wsłuchania się w to, gdzie firma jest i dokąd zmierza. To pozwala nam zrozumieć rzeczywiste potrzeby kompetencyjne – nie tylko te zgłaszane, ale i te ukryte, które wychodzą dopiero w rozmowie. Na tej podstawie projektujemy program dopasowany do konkretnej firmy. Nie gotowy szablon, ale strukturę uszytą na miarę: odpowiednie treści, format i czas.

Następnie pomagamy pozyskać dofinansowanie – przez BUR, Krajowy Fundusz Szkoleniowy lub inne dostępne mechanizmy. Zajmujemy się formalnościami i prowadzimy przez biurokrację. Nie kończymy pracy po podpisaniu umowy – towarzyszymy firmie w realizacji programu, dbamy o jakość i pomagamy wprowadzać konkretne rozwiązania.

12 miesięcy, 200 pracowników, 8 działów

Dla przykładu weźmy firmę działającą od lat, z doświadczonym zespołem i wyraźnymi ambicjami. I z typowym problemem: ktoś zarządzał, ale nikt nie był uczony, jak to robić. Każdy dział żył własnym życiem. Komunikacja między nimi kulała.

Etap pierwszy: coaching kadry zarządzającej. Ośmiu liderów, sesje 1:1 – żeby zrozumieli, co robią, gdy nikt nie patrzy. Jak reagują pod presją, jak podejmują decyzje, jak rozmawiają z ludźmi, gdy jest trudno. Bo organizacja zmienia się od góry.

Etap drugi: warsztaty strategiczne. Po raz pierwszy osiem działów usiadło razem i odpowiedziało na pytanie: dokąd zmierzamy i co każdy z nas do tego wnosi? Pojawili się napięcia, ale też rzeczy wspólne. Ustalono mierzalne, zrozumiałe dla każdego cele.

Etap trzeci: stały program rozwojowy. Cykliczne treningi kompetencyjne dla wszystkich działów, wspierane coachingiem i mentoringiem. Krótkie, regularne, wbudowane w rytm pracy. Zbudowaliśmy też razem własną platformę szkoleniową wspieraną przez AI.

Etap czwarty: cykl życia pracownika. Od rekrutacji, przez wdrożenie i rozwój, aż po awans lub zakończenie zatrudnienia. Po raz pierwszy firma miała mapę pokazującą, co się dzieje z człowiekiem w organizacji na każdym etapie i kto za to odpowiada.

Całość sfinansowaliśmy z BUR. Firma ani razu nie musiała pokrywać pełnych kosztów.



Zespół Mentorica

Fot. Marek Zimankiewicz

Rozwój jest stylem życia,
nie wydarzeniem.

Mentorica

Realne liczby po 12 miesiącach

Komunikacja międzydziałowa poprawiła się o 55 proc., wyniki biznesowe wzrosły rok do roku o 27 proc., efektywność operacyjna wzrosła o 18 proc. Program funkcjonuje samodzielnie, a firma planuje kolejny rok współpracy. A właściciel firmy powiedział po roku: „Wreszcie czuję, że ta firma działa jak jedna organizacja. Nie jak osiem oddzielnych światów w jednym budynku”. Program się przyjął. Ludzie do niego wrócili i zaczęli sami inicjować rozmowy o tym, czego chcą się nauczyć.

Praca 1:1, czyli czego nie zastąpi żadna technologia

Badania Harvard Business Review wskazują, że połączenie metod coachingowych i mentoringowych zwiększa efektywność zespołów o 25–30 proc. Dane Instytutu Gallupa dowodzą, że 70 proc. zaangażowania pracowników zależy od jakości relacji z opiekunem rozwoju. Z kolei programy mentoringowe obniżają rotację kluczowych pracowników o ponad 20 proc.

Praca 1:1 daje to, czego nie może dać żaden kurs online: kontekst, relację i refleksję. Mentor zna sytuację i cele konkretnego człowieka, tworzy bezpieczną przestrzeń do zadawania pytań i przyznawania się do trudności, prowadzi przez proces nadawania sensu doświad-

czeniu. Mentoring to coś więcej niż przekazywanie wiedzy – to przekazywanie mądrości. Dlatego praca 1:1 jest sercem tego, co robimy.

Demokratyzacja dostępu do jakości

Przez lata mentoring i coaching były postrzegane jako narzędzia wyłącznie dla korporacji. My kwestionujemy ten pogląd każdego dnia. Dzięki BUR możemy zaoferować indywidualne sesje mentoringowe i programy rozwojowe dla całych zespołów również firmie zatrudniającej tylko 10 osób. Przy dofinansowaniu sięgającym 80 proc., bariera finansowa przestaje być główną przeszkodą. Bariere formalną bierzemy na siebie. Mała firma może mieć dokładnie ten sam poziom wsparcia, co duże przedsiębiorstwo.

Czas na zmianę logiki

Problem nie leży w braku dostępu do wiedzy, ale w braku struktury, ciągłości i relacji, które zamieniają informację w kompetencje, a kompetencje w realne wyniki. Wierzymy, że nauka jest stylem życia – postawą, nawykiem, kulturą. Że firmy, które to rozumieją – również te małe, bez działu HR – mogą dziś budować kompetencje, które będą kluczowe jutro. Żeby zacząć, nie trzeba od razu mieć budżetu. Trzeba wiedzieć, że budżet można zbudować. I mieć kogoś, kto to zrobi razem z wami.

Jedno spotkanie wystarczy, żeby zobaczyć, co jest możliwe. Bez zobowiązań, bez katalogu kursów – tylko rozmowa o tym, gdzie jest wasza firma i dokąd może pójść. Środki są. Metody są. Jesteśmy – Julia, Gośka, Aśka, Iwona i cały nasz zespół.

Najwyższy standard bezpieczeństwa w życiu i finansach

O odpowiedzialności, zaufaniu i doradztwie, które wykracza poza standard

Są decyzje, które mają znaczenie nie tylko dziś. Wpływają na spokój życia, bezpieczeństwo rodziny, przyszłość firmy i poczucie stabilności w momentach, których nie jesteśmy w stanie przewidzieć. Właśnie dlatego coraz więcej osób poszukuje nie tylko rozwiązań finansowych, ale przede wszystkim profesjonalnego doradztwa opartego na doświadczeniu, jakości i zaufaniu. Bezpieczeństwo finansowe nie zaczyna się od polisy. Zaczyna się od odpowiedzialności. Od właściwych pytań. Od świadomego spojrzenia w przyszłość.



DANUTA MAŁGORZATA RÓWNIAK

Od ponad 20 lat zajmuję się doradztwem ubezpieczeniowo-finansowym, wspierając przedsiębiorców, właścicieli firm oraz rodziny w budowaniu długoterminowego bezpieczeństwa życia, zdrowia i majątku. Od 14 lat należę do Million Dollar Round Table (MDRT) – prestiżowej organizacji skupiającej 1% najlepszych doradców finansowych na świecie. To śro-

dowisko, które wyznacza najwyższe międzynarodowe standardy profesjonalizmu, etyki i jakości pracy z klientem. Przynależność do MDRT nie jest dla mnie tylko honorowa – to standard pracy i sposób myślenia o odpowiedzialności wobec ludzi, którzy powierzają mi jedno z najważniejszych decyzji dotyczących swojej przyszłości.

Najbardziej świadomi klienci nie pytają dziś wyłącznie o produkt. Pytają o jakość ochrony i stabilność. Pytają o rozwiązania, które będą realnym wsparciem wtedy, kiedy życie zmieni scenariusz. Dlatego każda współpraca rozpoczyna się od spokojnej rozmowy i zrozumienia sytuacji klienta. Moim zdaniem dobrze przygotowany plan bezpieczeństwa powinien uwzględniać nie tylko liczby i dokumenty, ale przede wszystkim codzienne życie, odpowiedzialność za rodzinę, przyszłość firmy oraz komfort podejmowania decyzji bez lęku o jutro.

Coraz większe znaczenie ma dziś również dostęp do opieki medycznej wysokiej jakości, nowoczesnych metod leczenia oraz specjalistycznej diagnostyki bez wielomiesięcznego oczekiwania. W sytuacjach wymagających szybkiej reakcji czas staje się jedną z najcenniejszych wartości.

To właśnie dlatego nowoczesne doradztwo finansowe wymaga szerokiego spojrzenia i umiejętności budowania rozwiązań dopasowanych do realnych potrzeb klienta i jego rodziny. W moim standardzie pracy najpierw słucham, staram się zrozumieć potrzeby i zakres odpowiedzialności za siebie i rodzinę, a dopiero



później wspólnie dobieramy rozwiązania. Pamiętajmy, że prawdziwe bezpieczeństwo nie polega na posiadaniu dokumentów, lecz na poczuciu, że nawet w trudnym momencie życie pozostaje poukładane. Możemy stwierdzić, że największym luksusem nie jest dziś majątek, a spokój i poczucie, że rodzina, zdrowie i przyszłość są właściwie zabezpieczone.

Specjalizuję się w ochronie życia, zdrowia i majątku, budowaniu bezpieczeństwa finansowego, sukcesji oraz fundacjach rodzinnych. Łączę wieloletnie doświadczenie z międzynarodowymi standardami MDRT, tworząc rozwiązania, które wymagają profesjonalizmu, odpowiedzialności i najwyższej jakości obsługi. Poczucie bezpieczeństwa nie jest przypadkiem. Jest efektem dobrze przygotowanych decyzji, doświadczenia i zaufania. ■

Danuta Małgorzata Równiak

Doradca ubezpieczeniowo-finansowy
MDRT Lifetime Member

Zapraszam do współpracy

tel.: 605 737 925

email: rowniak.danuta@allianz.com.pl

ZRÓB PIERWSZY KROK! MY WSKAŻEMY CI DROGĘ

ZAPISZ SIĘ
DO
BEZPŁATNYCH
SZKÓŁ



COSINUS®

SZKOŁY POLICEALNE, SZKOŁY MEDYCZNE,
LICEUM DLA DOROSŁYCH, SZKOŁA PODSTAWOWA DLA DOROSŁYCH,
KWALIFIKACYJNE KURSY ZAWODOWE, KURSY ZAWODOWE

Architektura Odporności: Jak przetrwać niepowodzenie projektu i nie przynieść stresu do domu



Kania KM

Przeniesienie taktyki jednostek specjalnych na grunt biznesowy w sytuacji nagłego niepowodzenia czy upadku projektu (np. wycofania się kluczowego partnera) pozwala spojrzeć na porażkę nie jako na klęskę, ale jako na nauczyciela i narzędzie, które testuje wytrzymałość Twojej struktury oraz umiejętność dowodzenia i zarządzania kryzysowego w warunkach wysokiego ryzyka. Jednak przede wszystkim testuje Ciebie i Twoją psychikę.

Nie jeden przedsiębiorca doświadczył sytuacji, w której jedna wiadomość w ułamku sekundy unieważnia dni lub miesiące przygotowań. Musisz wykonać serię trudnych telefonów, poinformować podwykonawców. A każda myśl i rozmowa to punkt zapalny, stres i obciążenie dla Twojego umysłu i organizmu.

Architektura odporności opiera się na posiadaniu gotowych protokołów, które pozwolą Ci przetrwać pierwszy wstrząs, opanować sytuację, wzmocnić się na przyszłość i – co najważniejsze – upewnić się, że Twoi najbliżsi nie dostaną rykoszetem.

Anatomia stresu

Kluczem do sukcesu jest zrozumienie całego procesu i zależności pomiędzy wszystkimi jego elementami. Kiedy projekt się sypie, Twój organizm reaguje na

zagrożenie. Nagłe wycofanie się klienta czy partnera biznesowego to dla mózgu sygnał do przejścia w tryb przetrwania. Część mózgu odpowiedzialna za logiczne myślenie i strategię zostaje przygaszona przez ciało migdałowate reagujące na bodźce zwiastujące niebezpieczeństwo.

Nie bez powodu mówi się: emocje w górę, logika w dół. W obliczu stresu Twój organizm aktywuje reakcję „walcz lub uciekaj” i uruchamia tryb przetrwania. Następuje wyrzut hormonu stresu – kortyzolu, a Ty zaczynasz odczuwać jego fizyczne objawy, takie jak przyspieszone bicie serca, szybszy oddech czy spięte mięśnie. Pojawia się tzw. widzenie tunelowe, czyli zawężenie pola uwagi do jednego bodźca i jednocześnie ignorowanie otoczenia. W normalnych warunkach ma to swoje zalety, jednak przy silnym stresie i fali negatywnych emocji drastycznie ogranicza zdolność dostrzegania poten-

cjalnych alternatyw czy zagrożeń. Zaczynamy widzieć głównie problem, tracąc z oczu szerszy kontekst i rozwiązania.

Zrozumienie całego procesu i świadomość, że wszelkie emocje związane z daną sytuacją, takie jak strach, lęk, niepewność, złość czy rozgoryczenie to reakcje biologiczne, jest pierwszym krokiem do przejścia kontroli nad sytuacją. Eksperci od przywództwa i działania w warunkach ekstremalnych wiedzą, że zanim zapanujemy nad problemem, musimy najpierw zapanować nad własnym ciałem.

Analizuj bez litości, nigdy nie obwiniaj (After Action Review)

Siły specjalne stosują metodę „After Action Review” (AAR), aby analizować, dlaczego misja się nie powiodła, nie tracąc jednocześnie czasu na szukanie winnych. Jeśli misja zakończy się niepowodzeniem,

Kania KM

Trener Procesowy, Licencjonowany Ekspert metody Work Smart Not Hard, autorka. Uczy, jak Pracować Mądrze, A Nie Ciężko® i skutecznie realizować cele. Specjalizacja: Mindset, Przywództwo i Budowanie Zespołów Na Wartościach. Przeszkolona metodą U.S. AIR Force. Ma na koncie 500 godzin współpracy z jednostkami specjalnymi w zakresie Przywództwa i Budowania Zespołów, 11000 godzin konsultacji i mentoringu, przeszkolonych ponad 900 osób w kraju i za granicą, 124 występy publiczne, jedną książkę. Przez dwa lata była członkinią FAB – Female & Business – Klubu Przedsiębiorczych Kobiet w Dublinie.

Kluczowe w tym wszystkim jest emocjonalne oddzielenie siebie i innych od danej sytuacji i sprawdzenie, w którym momencie zawiodła strategia.



najpierw oceniają, co zadziałało, co nie oraz co można zrobić lepiej następnym razem. Bardzo podobna analiza jest stosowana w sporcie, np. po przegranym meczu. Jak to zastosować w praktyce?

Dokonaj prostej analizy wydarzenia: co się wydarzyło? Dlaczego? Co mogę zrobić lepiej następnym razem? Jakie były wczesne sygnały ostrzegawcze? Co było w zasięgu mojej kontroli? Kluczowe w tym wszystkim jest emocjonalne oddzielenie siebie i innych od danej sytuacji i sprawdzenie, w którym momencie zawiodła strategia.

Ruminacja – cichy zabójca decyzyjności

Pracując z klientami zauważyłam, że ruminacja jest bardzo powszechnym zjawiskiem u wielu osób. To moment, w którym mózg obsesyjnie wraca do tej samej sytuacji, analizuje ją z każdej strony, odtworza rozmowy i scenariusze. Jest to zapętłony, toksyczny proces, w którym bez przerwy analizujesz to, czego już nie zmienisz. To może prowadzić do przeciążenia i wypalenia, a w praktyce często zawęża perspektywę, pogłębia stres i odbiera zdolność regeneracji.

Dlatego wielu przedsiębiorców doświadcza trudności ze snem, drażliwości, problemów z koncentracją czy ciągłego napięcia. I jest to też moment, w którym nieświadomie zabiera się kryzys do domu. Pojawia się emocjonalna niedostępność, rozdrażnienie, wycofanie lub impulsywność. Nerozładowany stres zaczyna szukać ujścia, co odbija się na rodzinie i znajomych. W psychologii nazywa się to transmisją stresu.

Marsz Weterana: Rytuał Przejścia

Jak nie przynosić pracy do domu? Co zrobić, żeby kryzys nie pojawił się w relacjach z najbliższymi? Krzysztof Puwal-ski, weteran Gromu, były dowódca sekcji bojowej w 1. Pułku Specjalnym Komandosów, w jednym ze swoich artykułów pisze:

„Co wspólnego ma powrót żołnierza z wojny z naszym codziennym powrotem z pracy? Więcej, niż mogłoby się wydawać. I nie jest to metafora, tylko coś, co ma solidne podstawy naukowe. Zauważono, że kiedyś powrót żołnierza do domu zajmował długie tygodnie. Całą trasę pokonywał on najczęściej na własnych nogach. Zanim stanął na progu swojego domu, bi-

twy, walkę, okrucieństwa wojny zostawiał w dużej mierze za sobą. Miał czas, żeby «wrócić do siebie» – dosłownie i mentalnie”.

W swoim artykule podkreśla, że wyraźne przejście – fizyczne lub rytualne – z pracy do domu pomaga układowi nerwowemu przejść w stan równowagi. Według niego najlepszym sposobem jest powrót z pracy do domu piechotą, a jeszcze lepiej przez jakieś tereny zielone, co ma zbawienny wpływ na psychikę i obniżenie wszystkich „stresowych” parametrów. Długodystansowa wędrówka pomaga wyciszyć myślenie zadaniowe i ruminację. Wędrowanie zmniejsza tendencję do rozpamiętywania, wycisza emocje, pozwala odzyskać dystans do problemów, a także zwiększa poczucie sprawczości i kontroli nad życiem.

Podsumowując, jeśli nauczysz się szybko wstawać po porażkach, odcinać nie wspierające myśli i chronić swój dom i relacje przed toksyczną częścią Twojej pracy, staniesz się nie do zatrzymania. Nie dlatego, że nie upadasz, ale dlatego, że wracasz do gry. Silniejszy, mądrzejszy o nowe doświadczenia, bogatszy o nowe narzędzia i zabójczo skuteczniejszy. ■

Wiosenny update systemu. Dlaczego jako liderki musimy dbać o naszą wewnętrzną logistykę?

W świecie biznesu marzec i kwiecień to czas nowych strategii, otwierania budżetów i planowania ekspansji. Z każdej strony atakują nas hasła o „wiosennej energii”, a my – zamiast tryskać pomysłami – często czujemy się, jakby ktoś nam odłączył zasilanie w połowie ważnego spotkania. Znasz to uczucie? Rano mgła mózgowa, po południu trzecia kawa, która już nawet nie smakuje, a wieczorem zmęczenie tak głębokie, że nie masz siły na nic poza Netflixem.

KATARZYNA Rodek

Jako przedsiębiorczynie potrafimy zoptymalizować każdy proces w firmie, skrócić łańcuchy dostaw i wycisnąć maksimum z arkusza w Excelu. Często jednak zapominamy o optymalizacji jedyne narzędzia, którego nie da się wyleasingować ani wymienić na nowszy model: własnego organizmu.

Wąskie gardło efektywności

W biznesie boimy się wąskich gardeł – tych momentów, w których jeden niesprawny element spowalnia całą maszynę. W naszym ciele takim krytycznym obszarem jest mikrokrążenie. Większość z nas kojarzy układ krwionośny tylko z sercem i tętnicami, ale to błąd, ponieważ aż 95 proc. naszego układu transportowego stanowią naczynia włosowate (kapilary). Są tak cienkie, że krew musi płynąć przez nie niemal „gęsiego”.

To właśnie w mikrokrążeniu odbywa się cała magia: tutaj tlen dociera do neuronów, gdy musisz podjąć trudną decyzję; tędy usuwane są produkty przemiany materii, gdy twój mózg pracuje na najwyższych obrotach. Jeśli ten system szwankuje, nasza wewnętrzna logistyka leży. To tak, jakbyś miała świetny towar w magazynie, ale wszystkie drogi dojazdowe do klientów były zablokowane.

Dlaczego wiosna bywa... bolesna?

Wiosenne przesilenie to dla naszego organizmu potężny stresor. Zimą żyliśmy w trybie oszczędnym – mniej ruchu, cięższa dieta, brak światła. Nagle wiosna funduje nam skoki ciśnienia, wahania temperatur i więcej bodźców. Nasz „zarząd” (mózg) wysyła sygnał: „ruszamy z kopyta!”, ale nasze naczynia krwionośne są... rozleniwione. Gdy mikrokrążenie jest zastawione, naczynia tracą swoją na-



turalną zdolność do rytmicznego kurczenia się (fachowo nazywamy to wazomotoryką). Efekty odczuwamy niemal natychmiast. Pojawia się spadek kognytywny, czyli brak odpowiedniego dotlenienia kory przedczołowej, który sprawia, że trudniej nam się skupić. Męczą nas wahania nastroju, ponieważ hormony stresu nie są odprowadzane tak szybko, jak powinny, przez co drobne problemy w biurze urastają do rangi katastrof. Do tego dochodzą problemy z cerą i regeneracją. Skóra staje się szara, a sen – choć długi – nie daje wypoczynku, bo organizm nie nadąża z „nocnymi porządkami” w komórkach.

Inwestycja w ciało. Jak udroźnić system?

Jako kobiety sukcesu szukamy rozwiązań, które dają mierzalne efekty. Zamiast walczyć z organizmem za pomocą kolejnych stymulantów, warto postawić na biohacking naczyń. To nic innego jak wsparcie procesów, które natura i tak zaplanowała, tylko my je po drodze zepsułyśmy siedzącym trybem życia.

Jak przywrócić drożność naszym wewnętrznym autostradom? Świetnie sprawdza się na przykład domowa termoterapia. Kontrastowe prysznice (raz ciepły, raz zimny) to darmowa siłownia dla naczyń krwionośnych. Naprzemienne skurcze i rozkurcze budzą mikrokrążenie lepiej niż podwójne espresso. Kolejny prosty sposób to ruch mikro-interwałowy. Nie musisz od razu biegać maratonów. Wystarczy, że co 45 minut pracy przy biurku wstaniesz na dwie minuty pajacyków lub intensywnego spaceru po biurze. Chodzi o mechaniczne przepchnięcie krwi z dolnych partii ciała. Nie zapominaj też o inteligentnym nawodnieniu. Krew o odpowiedniej gęstości to podstawa. Pij wodę z odrobiną soli kłodawskiej lub elektrolitów – tylko nawodnione komórki chcą pracować. Bardziej zaawansowany sposób to terapia fizykalna (BEMER). Jeśli szukasz technologii, która wpisuje się w grafik zapracowanej liderki, warto zwrócić uwagę na systemy stymulujące wazomotorykę. Terapia BEMER przebiega z wykorzystaniem precyzyjnego narzędzia medycznego, które za pomocą specyficznego sygnału impulsowego przypomina naczyniom włosowatym, jak mają pulsować. To tak, jakbyś zainstalowała w swoim ciele program do automatycznej optymalizacji przepływów. Robisz sesję rano (trwa to zaledwie osiem minut!), a twoje naczynia pracują sprawniej przez wiele kolejnych godzin.

Zarządzanie przez biologię

W biznesie wiemy, że stabilność finansowa zależy od płynności. W naszym

ciele jest dokładnie tak samo, tylko od płynności zależy nasze zdrowie. Kiedy twoje mikrokrążenie działa bez zarzutu, nie musisz walczyć z wiosennym zmęczeniem, bo twój organizm po prostu ma zasoby, by mu sprostać. Dbanie o naczynia włosowate to nie jest luksus. To higiena wspierająca naszą pracę intelektualną. Zmiana perspektywy z „muszę mieć więcej siły” na „muszę udroźnić swoje syste-

my” to pierwszy krok do tego, by wiosna przestała być wyzwaniem, a stała się paliwem dla twoich sukcesów.

Pamiętajmy: nasza firma jest tak silna, jak my same. Warto więc zadbać o to, by krew w naszych żyłach płynęła równie wartko, co kolejne pomysły. Bo kiedy my jesteśmy w formie, cały nasz biznes dostaje skrzydeł. Zatem – gotowa na wiosenny audyt układu krwionośnego? ■



Nowa jakość życia po redukcji masy ciała. Jak skutecznie pozbyć się nadmiaru skóry?

Dynamiczny rozwój medycyny sprawił, że coraz więcej osób skutecznie walczy z otyłością – zarówno dzięki operacjom bariatrycznym, jak i nowoczesnym terapiom farmakologicznym. Utrata kilkudziesięciu kilogramów to ogromny sukces zdrowotny i życiowy, który przekłada się na poprawę wyników badań, większą sprawność fizyczną oraz lepsze samopoczucie. Pacjenci odzyskują kontrolę nad zdrowiem i codziennym funkcjonowaniem, a także często podejmują aktywności, które wcześniej były dla nich niedostępne.



DR HAB. N.MED. A.SUROWIECKA

Jednak mimo tak spektakularnej zmiany niekiedy pojawia się nowy problem: nadmiar skóry. To wyzwanie, które wpływa nie tylko na estetykę sylwetki, ale również na komfort życia i codzienne funkcjonowanie. Dla wielu osób jest to trudny moment, ponieważ mimo ogromnego wysiłku i osiągnięcia celu, ich ciało wciąż nie odzwierciedla w pełni tej przemiany.

Dla wielu pacjentów jest to etap, w którym zaczynają rozważać kolejny krok – zabiegi z zakresu chirurgii plastycznej, pozwalające odzyskać proporcjonalną i jędrną sylwetkę. Procedury te nie tylko poprawiają wygląd, ale przede wszystkim realnie wpływają na jakość życia pacjentów po dużej redukcji masy ciała. Medi Horizon Clinic w Warszawie oferuje kompleksowe podejście do tego problemu, łącząc doświadczenie lekarzy specjalistów z nowoczesnymi technologiami oraz indywidualnym planowaniem terapii.



DR N.MED. MARGARETA BUDNER

Dlaczego skóra nie wraca do dawnej formy?

Po znacznej utracie wagi skóra często nie jest w stanie samoistnie się obkurczyć. Wynika to z wielu czynników, takich jak utrata elastyczności włókien kolagenowych i elastynowych, które odpowiadają za napięcie i sprężystość skóry. Długotrwała otyłość prowadzi do ich trwałego rozciągnięcia, co znacząco ogranicza zdolność skóry do regeneracji. Istotny wpływ na stan skóry mają czas trwania otyłości, wiek pacjenta, tempo utraty masy ciała oraz indywidualne predyspozycje organizmu. Im większa była redukcja wagi, tym większe prawdopodobieństwo wystąpienia nadmiaru skóry. W efekcie odchudzania pojawia się ona na całym ciele, a w szczególności w okolicach brzucha, ud, piersi i ramion.

Nadmiar skóry nie tylko powoduje dyskomfort fizyczny, w tym otarcia, odparzenia czy podrażnienia, ale również może utrudniać aktywność fizyczną i co-

dzienne funkcjonowanie. Dla wielu pacjentów stanowi także istotną barierę psychiczną, wpływając na samoocenę i poczucie własnej atrakcyjności.

Chirurgiczne usuwanie nadmiaru skóry

Rzadko mówi się o tym, że nadmiar wiotkiej, obwisłej skóry może znacząco ograniczać satysfakcję z rezultatów odchudzania.

– To właśnie ten etap bywa dla wielu pacjentów najbardziej frustrujący. Sylwetka, mimo ogromnego wysiłku, wciąż nie odzwierciedla osiągniętego efektu. Specjalizujemy się w kompleksowych zabiegach postbariatrycznych, które polegają na usunięciu nadmiaru skóry z wybranych okolic ciała. W wielu przypadkach podczas jednej operacji możemy skorygować kilka obszarów. Tego typu procedury łączone, określane jako zabiegi 3 w 1, obejmują m.in. plastykę brzucha, liposukcję oraz redukcję piersi wykonywane w trakcie jednego znieczulenia. Pozwala to uzyskać spójny i proporcjonalny efekt sylwetki, do której dąży pacjent. Takie podejście nie tylko poprawia rezultat estetyczny, ale również znacząco skraca cały proces korekty ciała i rekonwalescencji. Zawsze jednak podczas kwalifikacji do zabiegu brany jest pod uwagę ogólny stan zdrowia pacjenta, w tym choroby przewlekłe współistniejące – podkreśla dr n.med. Margareta Budner, specjalistka chirurgii plastycznej i chirurgii dziecięcej.

Nowoczesne technologie usuwania tkanki tłuszczowej

Nowoczesna chirurgia plastyczna pozwala dziś osiągać jeszcze lepsze rezultaty dzięki łączeniu metod chirurgicznych



Medi Horizon Clinic ul. Domaniewska 39A, 02-672 Warszawa

z technologiami wspierającymi modelowanie sylwetki i poprawę jakości skóry.

Jak wyjaśnia dr hab. n. med. Agnieszka Surowiecka, specjalistka chirurgii plastycznej i chirurgii ogólnej:

– Sama redukcja tkanki tłuszczowej to często za mało. Kluczowa jest jakość skóry. Dlatego w naszej klinice wykorzystujemy liposukcję wspomaganą technologią laserową. Procedura ta łączy dwa główne cele: trwałą redukcję tkanki tłuszczowej oraz intensywne ujędrnienie skóry. Energia lasera powoduje podgrzanie tkanek i obkurczanie włókien kolagenowych. Dzięki temu skóra staje się bardziej napięta, a efekt końcowy – naturalny i harmonijny.

Zastosowanie nowoczesnych technologii umożliwia precyzyjne modelowanie sylwetki oraz poprawę jej proporcji. W wielu przypadkach wykorzystanie liposukcji wspomaganą laserem pozwala ograniczyć zakres klasycznej interwencji chirurgicznej, a jednocześnie uzyskać bardzo satysfakcjonujące efekty estetyczne.

– Niewątpliwym dodatkowym atutem liposukcji jest również możliwość transferu

tkanki tłuszczowej do okolic twarzy w celu wypełnienia zmarszczek oraz poprawy elastyczności skóry – uzupełnia dr hab. n. med. Agnieszka Surowiecka.

Nowy etap – nowa sylwetka

Utrata wagi to ogromny krok, jednak dopiero kompleksowe podejście do sylwetki pozwala w pełni wykorzystać potencjał tej przemiany. Zabiegi usuwania nadmiaru skóry nie są wyłącznie kwestią estetyki – to świadoma decyzja o poprawie jakości życia.

– Dla wielu pacjentów jest to moment, w którym ciało wreszcie zaczyna odpowiadać wysiłkowi i determinacji, jakie włożyli w proces redukcji masy ciała – dodaje dr n. med. Margareta Budner.

Nowoczesna chirurgia plastyczna daje dziś możliwość przeprowadzenia tej ostatniej, ale niezwykle istotnej części metamorfozy w sposób bezpieczny, przewidywalny i dopasowany do indywidualnych potrzeb pacjenta.

– Dlatego tak istotnym etapem jest konsultacja, podczas której możliwa jest dokładna ocena jakości skóry, skali pro-

blemu oraz dobór optymalnej metody korekty. To właśnie wtedy powstaje indywidualny plan zabiegowy, który pozwala osiągnąć naturalny i proporcjonalny efekt – podkreśla dr hab. n. med. Agnieszka Surowiecka.

Kompleksowe leczenie pacjentów po redukcji masy ciała, w tym zaawansowane zabiegi postbariatryczne oraz procedury modelowania sylwetki z wykorzystaniem liposukcji wspomaganą laserem, oferuje Medi Horizon Clinic w Warszawie przy ul. Domaniewskiej 39A. Zespół doświadczonych specjalistów – dr n. med. Margareta Budner oraz dr hab. n. med. Agnieszka Surowiecka – prowadzi pacjenta przez cały proces, od kwalifikacji do zabiegu, przez operację, aż po okres rekonwalescencji, zapewniając bezpieczeństwo, komfort i najwyższe standardy opieki.

Bo prawdziwa zmiana nie kończy się na utracie kilogramów. Kończy się wtedy, gdy pacjent nie tylko wygląda inaczej, ale przede wszystkim zaczyna w pełni czuć się dobrze we własnym ciele.



Fryzjerstwo to więcej niż stylizacja

Choć sztuczna inteligencja coraz śmielej wkracza do świata beauty, w pracy fryzjera wciąż najważniejsze pozostają doświadczenie, wycucie estetyki i kontakt z klientem. O świadomej pielęgnacji włosów, aktualnych trendach oraz drodze zawodowej rozmawiamy z Magdą Rudnik z Centrum Stylizacji Magda Rudnik w Łomiankach.

ROZMAWIA IZABELA WŁODARCZYK

Zawód fryzjera zawsze był i będzie niezbędny. W tej kwestii niewiele się zmieni, ponieważ sztuczna inteligencja raczej nie uczesze ani nie wymodeluje nam włosów. Jednak z pewnością może pomóc w doborze fryzury i koloru. Czy wykorzystujecie ją w swojej pracy?

Zgadzam się – zawód fryzjera zawsze będzie potrzebny, bo nic nie zastąpi pracy rąk i kontaktu z klientem. Sztuczna inteligencja może być jednak świetnym wsparciem, np. przy doborze fryzury czy koloru na podstawie rysów twarzy. Coraz więcej osób korzysta z takich narzędzi jako inspiracji, ale ostateczna decyzja i wykonanie nadal należą do fryzjera.

Współczesna kobieta staje się coraz bardziej świadoma swoich potrzeb i oczekiwań. Dlaczego klientki decydują się właśnie na twoje usługi?

Myślę, że dziś kluczowe jest indywidualne podejście do każdej klientki – słucham jej potrzeb, stylu życia i oczekiwań, zamiast narzucać gotowe rozwiązania. W moim salonie stawiam na dokładną konsultację, wysoką jakość usług oraz naturalny efekt, który podkreśla urodę, a nie zmienia ją na siłę. Klientki wracają do mnie przede wszystkim ze względu na atmosferę, zaufanie i pewność, że są w dobrych rękach.

Jakie zabiegi pielęgnacyjne oferujesz w swoim salonie?

Mamy szeroki zakres zabiegów dostosowanych do potrzeb włosów i skóry głowy. Wykonuję m.in. intensywne regeneracje, nawilżanie, zabiegi odbudowujące strukturę włosa, a także rytuały pielęgnacyjne skóry głowy, które wspierają jej zdrowie i porost włosów. Dobieram zabiegi indywidualnie po konsultacji, aby efekt był nie tylko widoczny, ale też długotrwały. Zajmujemy się pełnym zakresem usług fryzjerskich – od podstawowego nauczania zawodowego po zaawansowane kursy fryzjerskie. Prowadzimy też szkołę przedłużania włosów.

Osobiście uważam fryzjerstwo za formę sztuki. Czy myślisz podobnie?



Zdecydowanie tak. Każda fryzura to indywidualny projekt, w którym liczy się kreatywność, wycucie estetyki i umiejętność dopasowania do danej osoby. Pracujemy nie tylko z włosami, ale też z osobowością i stylem klientki, dlatego każdy efekt jest unikalny – trochę jak małe dzieło sztuki.

Gdybyś miała ponownie wybierać ścieżkę kariery, czy zdecydowałabyś się na fryzjerstwo?

Bez wahania. To zawód, który daje ogromną satysfakcję, możliwość ciągłego rozwoju i kontaktu z ludźmi. Każdy dzień jest inny, a największą nagrodą jest uśmiech klientki, która wychodzi z salonu zadowolona i pewna siebie.

Osiągnęłaś już wiele w swoim fachu i możesz pochwalić się licznymi nagrodami. Jesteś uznaną stylistką, a wiele kobiet zaufało twoim umiejętnościom. Wśród nich znajdują się znane aktorki. Jesteś pełna energii, a twoja aktywność może być inspiracją dla wielu. Czy mogłabyś zdradzić, co obecnie planujesz?

Dziękuję, to dla mnie ogromnie miłe i motywujące. Rzeczywiście, mam jeszcze wiele planów i marzeń – cały czas chcę się rozwijać, szkolić i podnosić poziom swoich usług. Obecnie skupiam się na rozwoju mojego salonu, wprowadzaniu nowych, świadomych metod pielęgnacji oraz pracy nad autorskimi projektami. Coraz bardziej interesuje mnie też dzielenie się wiedzą – szkolenia i inspirowanie innych fryzjerów to coś, co daje mi dużą satysfakcję. Nie zwalniam tempa, bo ta branża ciągle się zmienia, a ja chcę być jej częścią na najwyższym poziomie. Do tego bawię się modą, co mnie uskrzydla... I w tym temacie szykuję pewną niespodziankę.

Czy jako mała dziewczynka bawiłaś się we fryzjera?

Tak, od małego uwielbiałam tę zabawę – czesałam lalki, koleżanki, a czasem nawet próbowałam swoich pierwszych „metamorfoz”. Pamiętam jedną zabawną sytuację, kiedy postanowiłam obciąć włosy lalce... i tak się wkręciłam, że została prawie łysa! To był chyba mój pierwszy odważny projekt. Już wtedy czułam, że to naprawdę sprawia mi radość.

Kto był twoim pierwszym klientem, na którym trenowałaś umiejętności?

Moimi pierwszymi „klientami” były oczywiście lalki, a potem koleżanki i najbliżsi. Rodzina dzielnie znosiła moje pierwsze próby. To właśnie na nich uczyłam się podstaw i nabierałam pewności. Z perspektywy czasu wspominam to z dużym uśmiechem, bo każdy taki krok prowadził mnie do miejsca, w którym jestem dziś.

Jakie rady dałabyś młodym osobom, które dopiero zaczynają swoją przygodę z fryzjerstwem?

Przede wszystkim – bądźcie cierpliwi i konsekwentni. Fryzjerstwo to zawód, który wymaga czasu, praktyki i ciągłego doskonalenia. Nie bójcie się popełniać błędów, bo to właśnie na nich uczymy się najwięcej. Inwestujcie w szkolenia, obserwujcie lepszych od siebie i czerpcie inspirację z różnych źródeł.

Jakie cechy powinien posiadać ktoś, kto pragnie osiągnąć sukces?



Myślę, że niezależnie od branży kluczowe są konsekwencja, pracowitość i cierpliwość. Sukces rzadko przychodzi od razu – to proces, który wymaga zaangażowania i wytrwałości. Ważna jest też otwartość na rozwój, chęć nauki i gotowość do wychodzenia ze swojej strefy komfortu. Ogromne znaczenie ma również podejście do ludzi – empatia, komunikacja i budowanie relacji często decydują o tym, czy ktoś do nas wróci lub poleci nas dalej. No i oczywiście pasja – jeśli naprawdę lubimy

to, co robimy, dużo łatwiej jest nam pokonywać trudności i iść do przodu.

Jakie trendy panują dziś we fryzjerstwie?

Obecne trendy we fryzjerstwie wyraźnie idą w stronę naturalności, lekkości i indywidualnego podejścia do klienta. Bardzo modne są miękkie cięcia, takie jak różne wariacje boba, bixie czy delikatnie cieniowane fryzury, które nadają włosom ruchu i objętości. Dużą popularnością cieszą się też grzywki – szczególnie curtain bangs oraz subtelne, dopasowane do rysów twarzy.

Jeśli chodzi o koloryzację, dominują naturalne, wielowymiarowe odcienie – beże, ciepłe blondy, brązy oraz techniki takie jak balejaż czy shadow root, które dają bardzo miękkie i niewymuszony efekt. Coraz większy nacisk kładzie się również na zdrowie włosów – pielęgnację, minimalizm w stylizacji i fryzurę, które dobrze wyglądają bez dużego wysiłku. Klientki chcą wyglądać modnie, ale jednocześnie naturalnie i „po swojemu”, bez przerysowanego efektu.

Z jakimi produktami pracujesz?

Stawiam przede wszystkim na profesjonalne, sprawdzone produkty wysokiej jakości, które nie tylko dają piękny efekt wizualny, ale też dbają o kondycję włosów. Wybieram marki, które łączą skuteczność z bezpiecznym składem i nowoczesnymi technologiami. Zwracam dużą uwagę na indywidualne potrzeby włosów i skóry głowy, dlatego dobieram produkty do każdej klientki osobno – tak, aby efekt był nie tylko estetyczny, ale też trwały i zdrowy. Pracuję na kosmetykach, którym sama ufam i które dają przewidywalne rezultaty wysokiej jakości.

Jakie błędy najczęściej popełniamy w codziennej pielęgnacji włosów?

Przede wszystkim źle dobrane kosmetyki, zbyt rzadkie lub zbyt częste mycie włosów oraz brak pielęgnacji skóry głowy. Wiele osób skupia się tylko na długościach, zapominając, że zdrowe włosy zaczynają się właśnie od skóry głowy. Często problemem jest też nadmierne używanie wysokiej temperatury bez odpowiedniej ochrony. Osobom, które borykają się z problemami skóry głowy, takimi jak łupież czy przetłuszczanie, zawsze polecam zacząć od dokładnej diagnozy i wprowadzenia delikatnych, oczyszczających oraz regulujących produktów. Warto też regularnie wykonywać peeling skóry głowy i zadbać o jej nawilżenie. Jeśli chodzi o ogólną kondycję włosów – kluczowa jest systematyczność. Odpowiednio dobrany szampon, odżywka i regularna regeneracja. Czasem mniej znaczy więcej – lepiej postawić na kilka dobrze dobranych produktów niż przypadkową, przeładowaną pielęgnację. ■

Estetyka przyszłości

Nowoczesne zabiegi estetyczne pomagają cofnąć czas, a jednocześnie zachować naturalny, świeży wygląd. Światowe trendy idą w kierunku coraz mniej inwazyjnych, za to bardzo skutecznych procedur. Prekursorem takich rozwiązań na polskim rynku jest Sharley Medical Clinic.

W ostatnich latach nastąpiła rewolucja w podejściu do dbania o młody wygląd. Oprócz kosmetologii i medycyny estetycznej coraz większą rolę odgrywają nowoczesne i mało inwazyjne zabiegi chirurgii plastycznej, które nie wymagają długiej rekonwalescencji, a potrafią odmłodzić nawet o 10–15 lat. Należą do nich popularna od kilku lat blefaroplastyka oraz jedna z najnowszych procedur – lifting środkowej części twarzy.

Midface Lift

Techniki stosowane w chirurgii plastycznej ewoluują, by zapewniać pacjentkom i pacjentom coraz mniej inwazyjne zabiegi przy zachowaniu długotrwałych efektów.

– Dziś pojawia się coraz więcej procedur ukierunkowanych na konkretne problemy i obszary. Jednym z nich jest Midface Lift, którego działanie koncentruje się na uniesieniu opadających policzków, ale też poprawie napięcia skóry w okolicy oczu – mówi dr Michał Piwowarek z Sharley Medical Clinic.

Procedura ta, zwana też często mikroliftingiem, unosi podskórne poduszeczki tłuszczowe oraz poprawia jakość rusztowania skóry, czyli znajdującej się pod spodem powieży. Taki zabieg powoduje uniesienie środkowej części twarzy, zmniejsza tzw. worki pod oczami, wygładza okolice powiek dolnych, spłyca bruzdy nosowo-wargowe i przywraca młodzieńczą objętość policzków.

– To dobre rozwiązanie dla osób, które nie mają jeszcze wskazań bądź obawiają się procedury pełnego liftingu. Zalecam go pacjentkom z widocznym opadaniem policzków, które niesie za sobą konsekwencje dla wyglądu całej twarzy. Sprawdza się przy silnym zaznaczeniu doliny łez, pogłębieniu fałdów nosowo-wargowych i bruzd w okolicach kątów ust (tzw. linii marionetki), które nadają twarzy smutny, zmęczony wygląd – wyjaśnia dr Piwowarek.

Midface Lift zapewnia możliwie najlepszy efekt przy ograniczonej ingerencji chirurgicznej. Cięcia prowadzi się na dolnej powiece i to tam ukryte są blizny pozabiegowe, których po wygojeniu prak-

tycznie nie widać. Co więcej, jeśli pacjentka ma ku temu wskazania, zabieg można połączyć z procedurą uniesienia brwi (Brow Lift), co gwarantuje jeszcze lepszy rezultat. Oczywiście procesy gojenia się i ostateczny efekt są uzależnione od wielu czynników i zawsze oceniane są indywidualnie. Dlatego też po zabiegu wyznacza się wizyty kontrolne, a pacjentka otrzymuje zalecenia pozabiegowe, których należy przestrzegać, by uzyskać pożądaný efekt.

– Najważniejszym rezultatem jest uniesienie policzków, a dzięki temu wygładzenie okolicy powiek dolnych, spłylenie bruzd nosowo-wargowych i poprawa napięcia w okolicy kątów ust. Zawsze tłumaczę moim pacjentkom, że młodszy, lepszy wygląd wymaga odrobiny cierpliwości. Po około dwóch, trzech tygodniach po zabiegu znika obrzęk i to właśnie wtedy widoczne są pierwsze rezultaty. Pełny efekt zabiegu Midface Lift oceniamy po około sześciu miesiącach. Co niezwykle ważne dla pacjentek (i pacjentów, bo panowie też korzystają z tej procedury), rezultat liftingu środkowej części twarzy utrzymuje się wiele lat, widocznie odmładzając twarz – wyjaśnia specjalista chirurgii plastycznej. I to jest bardzo dobra wiadomość.

Blefaroplastyka

Plastyka powiek górnych to procedura, która w ostatnich dwóch latach zyskała ogromną popularność. I nie bez przyczyny, gdyż ten stosunkowo prosty zabieg potrafi odmłodzić twarz o ponad dekadę.

Na czym polega jego fenomen? Dr Piwowarek wyjaśnia:

– Blefaroplastyka to chirurgiczna korekta opadającej powieki górnej, która polega na wycięciu nadmiaru tkanki skórnej, fragmentu mięśnia okrężnego oka oraz przepuklin tłuszczowych. Tylko usunięcie tych trzech elementów daje gwarancję dobrych i trwałych efektów. Zabieg swoją popularność zawdzięcza temu, że potrafi odmłodzić twarz nawet o kilkanaście lat, zapewniając bardziej wypoczęty, świeży wygląd, a także optycznie „otwierając” oko.

Wskazaniem do procedury jest opadająca powieka górna. Pojawia się ona na skutek procesów starzenia – fałd na powiece górnej związany jest z utratą napięcia i jędrności skóry. Nierzadko jednak problem dotyczy także młodych pacjentek i pacjentów, którzy mają taką skłonność genetyczną lub specyficzną budowę powieki. Dla wielu osób opadająca skóra będzie po prostu defektem estetycznym, który np. utrudnia wykonywanie makijażu czy dodaje lat, jednak w niektórych przypadkach powoduje ona również pogorszenie widzenia i komfortu codziennego funkcjonowania (uczucie zmęczenia i ciężkich powiek). Warto wiedzieć, że efektem procedury jest nie tylko redukcja opadającej powieki górnej, ale także zwiększenie powierzchni powieki ruchomej, odmłodzenie twarzy oraz poprawa i poszerzenie pola widzenia.

– W przypadku kwalifikacji do zabiegu blefaroplastyki wiek nie ma dla lekarza aż tak dużego znaczenia. Ważny jest wygląd



dr Michał Piwowarek

Specjalista chirurgii plastycznej i estetycznej, absolwent Gdańskiego Uniwersytetu Medycznego. Przez siedem lat szkolił się w Niemczech w najlepszych ośrodkach chirurgii plastycznej pod okiem światowych autorytetów. Członek Niemieckiego Towarzystwa Chirurgów Plastycznych oraz Polskiego Towarzystwa Chirurgii Plastycznej, Rekonstrukcyjnej i Estetycznej. Specjalizuje się w operacjach plastycznych twarzy. Praktykuje w Sharley Medical Clinic w Warszawie.

powieki. Procedurę wykonuje się nawet u kobiet w wieku 18–20 lat (oczywiście wtedy, gdy są do niej wskazania). Przed zakwalifikowaniem pacjentki do blefaroplastyki trzeba zawsze ocenić grubość fałdu skórno-mięśniowego. Nie powinien być on mniejszy niż pół centymetra. Wtedy uznajemy, że wskazanie do przeprowadzenia procedury jest realne – tłumaczy specjalista.

Zanim chirurg weźmie skalpel w dłoń, niezbędna jest konsultacja. Podczas takiej wizyty lekarz przeprowadza szczegółowy wywiad, zleca wykonanie niezbędnych badań, wyklucza przeciwwskazania i wykonuje rysunek wstępny. Pomaga on określić grubość i wielkość fałdu skórno-mięśniowego (oraz mięśnia i przepuklin tłuszczowych), które zostaną wycięte. Dzięki temu pacjentka lub pacjent będą mogli zwizualizować sobie finalny efekt blefaroplastyki, a także zadać lekarzowi wszystkie pytania i poznać procedurę przygotowania się do zabiegu.

– Zabieg jest oczywiście wymagający, bo pracujemy w newralgicznej okolicy, ale jest to procedura szybka. Zwykle trwa około godziny. Na zakończenie zakładam specjalny opatrunek (a czasem taping), który minimalizuje powstawanie zasinień i obrzęków. A pacjenci już po kilku godzinach wracają do domu – opowiada ekspert Sharley Medical Clinic.

Efekt zabiegu blefaroplastyki widać zwykle już po 14 dniach, a po tygodniu – kiedy ściągane są szwy – pacjentka wraca do pracy i normalnej aktywności. Finalny efekt plastyki powiek górnych widoczny jest po kilku tygodniach od operacji, kiedy zniknie obrzęk, zostaną ściągnięte szwy, a skóra się zregeneruje. Ogromną zaletą procedury jest brak blizn – ukrywa się je w załamaniu powieki, a szew śródskórny dodatkowo minimalizuje ich widoczność. Co ciekawe, podczas zabiegu lekarz może wykonać cięcie i szew tak, by lekko unieść zewnętrzny kącik oka ku górze, nadając mu młodzieńczy, nieco koci kształt. Popularność tej procedury wynika także z jej długotrwałych efektów. Rezultaty blefaroplastyki utrzymują się zwykle przez 10–15 lat, a u niektórych osób nawet dwie dekady.

Nowa era odmładzania

W branży beauty następuje prawdziwa rewolucja. Świadomość pacjentek i pacjentów wzrasta, a ich podejście do dbania o wygląd i samopoczucie ulega zmianie. Właścicielka i twórczyni Sharley Medical Clinic, Magda Bogulak, od samego początku istnienia placówki stawia na innowacyjne rozwiązania, najwyższej klasy zabiegi i najlepszych specjalistów w branży.

– To, jak wyglądamy i jak się z tym czujemy, ma ogromny wpływ na nasz komfort życia i samopoczucie. Dlaczego mielibyśmy więc nie korzystać z możliwości chirurgii plastycznej i medycyny estetycznej, skoro dzięki nim możemy poczuć się i wyglądać lepiej? Zawsze jednak podkreślam, że warto robić to w zgodzie ze sobą i u sprawdzonego specjalisty. I wtedy będzie pięknie! – podkreśla Magda Bogulak. ■



Efekt zabiegu blefaroplastyki, czyli plastyki powiek górnych.



Rezultat Midface Lift – redukcja worków pod oczami oraz uniesienie policzków.

Przede wszystkim profilaktyka

Łączy pracę chirurga z obecnością w mediach i działalnością edukacyjną. Dr Agnieszka Wolska – specjalistka flebologii i założycielka kliniki VenaMed – od lat przekonuje, że kluczem do zdrowia nie jest wyłącznie leczenie, ale przede wszystkim profilaktyka. W rozmowie opowiada o pracy z pacjentami, nowoczesnej diagnostyce, udziale w programach telewizyjnych oraz o tym, dlaczego chorób żył nie wolno bagatelizować – nawet jeśli na początku wydają się jedynie problemem estetycznym.

ROZMAWIA ELŻBIETA TOMASZEWSKA

Jest pani bardzo popularną lekarką. Kochają panią nie tylko pacjenci, ale też widzowie, gdyż często jest pani ekspertem w popularnych programach, jak choćby w „Sprawie dla reportera”. Jest też pani lekarką uczestników uwielbianego przez widzów „Sanatorium miłości”. Jak pani to godzi z obowiązkami bizneswoman – bo przecież prowadzi pani własną klinikę Venamed – lekarki i kobiety, która ma liczne pasje?

Jestem przede wszystkim chirurgiem. Myślę, że to wiele tłumaczy. Nasz zawód wymaga koncentracji, precyzji i dobrej organizacji. Zawsze byłam ciekawa świata i wiedzy, niosę pomoc ludziom, ale też lubię sama cieszyć się życiem. Staram się na wszystko znaleźć czas, bo życiowy balans to dobra dewiza. To dla mnie duża wartość, jeśli mogę podzielić się z kimś swoją wiedzą i doświadczeniem, bo w dbaniu o zdrowie profilaktyka jest najważniejsza. Pacjenci nie zawsze o tym pamiętają, dlatego chętnie zabieram głos jako ekspert medyczny. Natomiast „Sanatorium miłości” to wspaniała przygoda. Dbam o zdrowie kuracjuszy, podkreślam, jak ważna jest sprawność układu żylnego w zachowaniu witalności w dojrzałym wieku, ale też sekunduję ich marzeniom. Na samotność zawsze jest za wcześnie, na miłość nigdy nie jest za późno.

Jest pani chirurgiem, ale co istotne, wybitnym flebologiem. Wciąż dla wielu pacjentów flebologia jest mało znaną dziedziną medycyny.

To prawda. Nazwa „flebolog” pochodzi od greckich słów phlebos, czyli „żyła” i logos – „nauka”, więc dosłownie oznacza „naukę o żyłach”. Flebolog to lekarz specjalizujący się w diagnostyce i leczeniu chorób naczyń żylnych.

Jednym ze znanych wielu ludziom na co dzień problemów, które leczy flebolog, są żylaki. Czy to problem estetyczny, czy zdrowotny?



Żylakami określa się wydłużenie i poszerzenie żyły, w wyniku którego uzyskuje ona kręty przebieg. Tendencję do tworzenia żylaków mają głównie żyły na nogach. Przychodzą do mnie pacjenci z problemami, wydawałoby się, czysto estetycznymi. Bo takich docelowo dotyczą zabiegi usunięcia „pajęczków” czy żylaków. Jednak to nie tylko problem estetyczny, ale przede wszystkim zdrowotny, który wymaga dokładnej analizy i planu ewentualnego leczenia. Pajęczki są zazwyczaj niegroźne i łatwe do usunięcia, ale często są pierwszym objawem niewydolności żylną i mogą prowadzić do poważniejszych schorzeń. Żylaki z kolei stanowią większe zagrożenie – mogą być oznaką problemów z krążeniem i skutkować powikłaniami, takimi jak zakrzepica czy owrzodzenia. Dlatego ważne jest, aby nie bagatelizować tych objawów i skonsultować się z lekarzem, który dobierze odpowiednie leczenie i pomoże zapobiec rozwojowi choroby. Przewlekła niewydolność żylna narasta z wiekiem – im jesteśmy starsi, tym mamy bardziej nasilone dolegliwości. Żylaki to zdecydowanie poważny problem w naszym społeczeństwie, bo dotyka nawet 70 proc. osób powyżej 70. roku życia. Niewydolność żylna, której objawem są żylaki, może współwystępować z chorobami serca, zwłaszcza niewydolnością serca, a obrzęki nóg mogą być wspólnym objawem. Nie zawsze jednak te choroby są od siebie zależne.

Zakrzepica, niewydolność żylna – brzmi poważnie. Zwłaszcza w dzisiejszych czasach częstych podróży samolotem i pracy przy komputerze. Co robić, jeśli nie ma widocznych objawów, które chcielibyśmy usunąć ze względów estetycznych?

Profilaktyka! Mamy dziś tak cudowne urządzenie, jakim jest USG – bezbolesne, stosunkowo niedrogie, a pomaga zapobiec wielu poważnym chorobom, zwłaszcza nowotworom. USG Dopplera to nieinwazyjne badanie obrazowe, które pozwala ocenić stan żył i tętnic, m.in. kończyn dolnych i górnych, a także tętnic szyjnych i kręgowych. Wykorzystuje fale dźwiękowe do analizy kierunku i prędkości przepływu krwi, co umożliwia wykrywanie zwężeń, zakrzepów i innych nieprawidłowości w naczyniach. Badanie to jest szczególnie przydatne w diagnostyce miażdżycy, niewydolności żylną, wad zastawek serca oraz zakrzepów, ale też na przykład zdiagnozowaniu tętniaków, co naprawdę może uratować życie wielu pacjentów, którzy dowiadują się o chorobie przypadkiem, ale na tyle wcześnie, że można im pomóc. Osobiście specjalizuję się w ultrasonografii i jestem nieustannie zachwycona tym osiągnięciem współczesnej



Dr Agnieszka Wolska

to jedna z najbardziej rozpoznawalnych twarzy polskiej flebologii. Jest aktywnym członkiem Polskiego Towarzystwa Flebologicznego. Jako założycielka Centrum Medycznego VenaMed w Warszawie przy ul. Grzybowskiej 5 stworzyła miejsce, w którym nowoczesna technologia spotyka się z empatycznym podejściem do pacjenta. Jako diagnosta USG wykonuje badania zarówno u dorosłych, jak i dzieci, do których ma doskonałe podejście. Jej misja jest jasna: skuteczna walka z żylakami oraz uświadamianie Polaków, że zdrowe nogi to nie tylko kwestia estetyki, ale przede wszystkim fundament ogólnej sprawności całego organizmu. Stale śledzi nowości medyczne i uczestniczy w warsztatach oraz konferencjach naukowych w kraju i za granicą. Jest stałym ekspertem w programie „Operacja Zdrowie”.

medycyny. W ręku doświadczonego lekarza to naprawdę silny oręż w walce o czyjeś zdrowie i życie.

Co powinno być dla nas wskazówką, żeby pomyśleć o wizycie u flebologa?

Pierwszym sygnałem alarmowym jest uczucie zmęczonych nóg. Dolegliwości najczęściej pojawiają się w godzinach popołudniowych, przed pójściem spać. Nigdy rano, po spaniu, gdy nogi są wypoczęte. Zaczynamy mieć dolegliwości, gdy długo stoimy lub chodzimy. Są one związane z niewydolnością żylną. Nie bagatelizujemy ich.

Wielu pacjentów zdaje sobie sprawę, że powinni poddać się operacji usunięcia żylaków, ale zwyczajnie się jej boją. Panuje opinia, że to krwawy i bolesny zabieg.

Na szczęście to już przeszłość. Doświadczony lekarz, który ma w swoim gabinecie nowoczesny sprzęt, przeprowadza pacjenta przez operację prawie bez bólu. W mojej klinice VenaMed przy ulicy Grzybowskiej 5 specjalizujemy się w mało inwazyjnych metodach leczenia żylaków i pajęczków. Wykorzystujemy najnowsze osiągnięcia medycyny. Stosuję mało inwazyjne metody leczenia, takie jak skleroterapia (obliteracja), zabiegi wewnątrz-

naczyniowe oraz laserowe przezskórne zamykanie naczyń. Chirurgia naczyniowa jest moją pasją od wielu lat, a w swojej karierze zawodowej wykonałam kilkadziesiąt tysięcy takich zabiegów.

Jesteśmy starzejącym się społeczeństwem, co wymusza częstsze wizyty u lekarza. Czy to oznacza, że nauczyliśmy się doceniać zdrowie?

Niekoniecznie. Czasem niestety te wizyty są zbyt późno, bo wielu chorobom można byłoby zapobiec lub nie dopuścić do ich rozwoju dzięki wcześniejszym diagnozom. Tu znów dotykamy największego problemu. Wciąż za mało uwagi poświęcamy profilaktyce. Jeśli nie zostanieśmy zmuszeni przez ból albo inne okoliczności, nie idziemy do lekarza, bo „jeszcze nam coś wynajdzie”. A przecież od dawna wiemy, że lepiej zapobiegać niż leczyć. Nieświadomość, w jakim stanie jest nasze zdrowie to najgorsze, co możemy sobie zafundować. Jeśli nie dokuczają, nie znaczy, że nic się nie dzieje. Leczenie nawet poważnych schorzeń jest o wiele skuteczniejsze na wcześniejszym etapie, niż wtedy, gdy do wizyty u lekarza zmusiło nas naprawdę złe samopoczucie. Zawsze staram się o tym przypominać. ■

Lepsze spojrzenie na świat

Na warszawskiej Białoleśce, w sercu dzielnicy mieści się salon optyczny Oko Na Świat – miejsce, w którym dbałość o wzrok łączy się z pasją do piękna, stylu i nowoczesnej optyki. O tym, jak powstała placówka, jak zmienia się branża optyczna i dlaczego okulary to coś więcej niż korekcja wzroku, rozmawiamy z właścicielką salonu, Dorotą Konopińską.



ROZMAWIA RAFAŁ KORZENIEWSKI

Co zainspirowało panią do rozpoczęcia własnej działalności i stworzenia salonu optycznego?

Pomysł na otwarcie salonu wziął się z ogromnej pasji i już ponad 20-letniego doświadczenia w branży. Inspiracją była miłość do optyki, którą traktuję nie tylko jak pracę, ale przede wszystkim jako dziedzinę, w której precyzja spotyka się z estetyką. Chcę oferować pacjentom kompleksowe wsparcie i tworzyć przestrzeń, w której mogą w jednym miejscu zarówno zbadać wzrok, jak i liczyć na fachową pomoc w doborze okularów. Nieodłącznym elementem mojej pracy jest pasja do designu, dlatego dbam o dostępność różnorodnych, niebanalnych opraw okularowych, które podkreślają indywidualny charakter klienta. Moim zamysłem było stworzenie przyjaznego, specjalistycznego salonu na Białoleśce, gdzie każdy klient traktowany jest indywidualnie, bez pośpiechu i w komfortowej atmosferze.

Jakie wartości przyświecają pani w codziennej pracy i w budowaniu relacji z klientami?

Kieruję się zaangażowaniem, empatią i profesjonalizmem. Kluczowe są dla mnie: indywidualne podejście, rzetelność, szacunek i dostępność. Buduję długotrwałe relacje oparte na wzajemnym zaufaniu oraz pomocy w każdej chwili.

Jakie trendy najbardziej wpłynęły na branżę w ostatnich latach?

Branża optyczna przeszła transformację, w której okulary przestały być tylko narzędziem korekcji wzroku, a stały się elementem stylizacji, osobistego wizerunku i przedłużeniem osobowości.

Jak wygląda proces doboru idealnych opraw w praktyce?

Indywidualny dobór opraw to proces, który łączy analizę rysów twarzy i sty-

lu życia z parametrami optycznymi. Określa się typ urody i osobowość, by jak najlepiej dopasować do nich oprawki. Dbamy o to, by okulary były modnym i wygodnym dodatkiem. Dzięki takiemu podejściu klienci zyskują gwarancję, że okulary będą idealnie skrojone na miarę ich potrzeb.

Oko Na Świat oferuje zarówno badania optometryczne, jak i ortoptyczne. Jakie znaczenie ma tak kompleksowa opieka?

Kompleksowa opieka łącząca optometrię i ortoptykę pozwala na całościową troskę o wzrok. Umożliwia precyzyjne korygowanie wad refrakcji, wczesne wykrywanie poważnych chorób oczu, takich jak jaskra czy zaćma, oraz skuteczne leczenie zaburzeń widzenia obocznego, zapewniając pacjentom pełne bezpieczeństwo i najwyższy komfort widzenia. Edukacja i higiena wzroku uczy prawidłowych nawyków, takich jak zasady pracy przy komputerze, ochrona przed promieniowaniem UV czy odpowiednie nawilżenie oczu.

Wspomina pani, że okulary to też element stylu i osobowości. Jak pomóc klientowi połączyć funkcjonalność z modą?

Kluczem jest potraktowanie opraw jako elementu garderoby i biżuterii, nie rezygnując przy tym z doskonałej jakości widzenia. Analizujemy wspólnie styl życia klienta i dopasowujemy kolorystykę do typu urody. Kolor oprawek powinien współgrać z karnacją, kolorem włosów i oczu. Modny kształt powinien pasować do proporcji twarzy. Następnie musimy zgrać oprawki z parametrami optycznymi.

Jakie są najczęstsze błędy, które popełniamy w dbaniu o wzrok?

Najczęstsze błędy to bagatelizowanie wad wzroku: noszenie starych okularów czy unikanie wizyt u specjalisty, które skut-

kuje bólami głowy i pogłębianiem się problemów. Dużymi problemami są też brak ochrony przed słońcem, zła dieta czy niewystarczające nawodnienie. Możesz ich łatwo uniknąć, umawiając się na badanie wzroku co najmniej raz na dwa lata (a w przypadku noszenia soczewek kontaktowych – nawet częściej), nosząc okulary z filtrem UV, dbając o dietę bogatą w zielone warzywa zawierające luteinę oraz wypijając codziennie odpowiednią ilość wody.

Coraz więcej młodych osób ma problemy ze wzrokiem. Z czego to wynika?

Krótkowzroczność to epidemia naszych czasów. Młode osoby coraz częściej trafiają do okulisty, ponieważ dużo korzystają z urządzeń cyfrowych trzymanych w bliskich odległościach od oczu. Nie zawsze jednak są w stanie sami zauważyć problem, dlatego rodzice muszą pozostać czujni. Warto dodać, że krótkowzroczność może też mieć po prostu podłoże genetyczne.

Co wyróżnia Oko Na Świat wśród salonów optycznych w Warszawie i okolicach?

Uważam, że wyróżnia nas wieloletnie doświadczenie i kompleksowe podejście do każdego klienta, a także elastyczność i dostępność. W jednym miejscu łączymy profesjonalną obsługę, precyzyjne badania wzroku oraz szeroki wybór opraw i akcesoriów optycznych.

Jakie ma pani plany rozwoju – zarówno osobiste, jak i zawodowe?

Mój rozwój skupia się na ciągłym podnoszeniu kwalifikacji. Moje plany na przyszłość koncentrują się na budowaniu pozycji eksperta i wykorzystaniu nowych technologii do podnoszenia jakości usług. W salonie planuję rozszerzenie oferty między innymi o nowe oprawki od marek luksusowych. ■



Alergie wziewne

Co to jest alergia? Czy każdy katar, kaszel czy duszność to objawy alergii, czy może jeszcze innego stanu zapalnego?



DR N. MED. DANUTA MYTEK

specjalista alergologii i dermatologii, ekspert w żywieniu i spowalnianiu starzenia biologicznego

Alergia wziewna u dorosłych występuje znacznie rzadziej, niż nam się wydaje. U dzieci alergiczny nieżyt nosa dotyka około 25–30%, a astma około 10–12% populacji. U dorosłych odpowiednio 20% i 5–8%. Paradoksalnie, mieszkańcy miast chorują częściej niż osoby żyjące na wsi. Połączenie smogu i pyłków wykazuje znacznie bardziej agresywne działanie niż same pyłki roślinne, a ludność miejska w większym stopniu żywi się skażoną, wysoko przetworzoną żywnością, żyje w ciągłym stresie i pośpiechu. Alergia jest jedną z patologii wynikających z utraty kontroli grasicy – nadrędnego narządu układu immunologicznego – nad podległymi jej obszarami.

Jakie mogą być objawy alergii wziewnych IgE-zależnych?

Mogą to być katar sezonowe lub całoroczne, astma, uporczywe i nawracające

zapalenia różnych odcinków dróg oddechowych, atopowe zapalenie skóry (AZS), a także wszelkie stany zapalne na tle alergii wziewnej i pokarmowej IgE-zależnej. Warto zaznaczyć, że wszystkie te objawy mogą powstawać również w wyniku innych, niealergiczych mechanizmów – co jest zjawiskiem znacznie częstszym. W przypadku ukąszeń osy lub pszczoły mogą pojawić się stany bezpośrednio zagrażające życiu: wstrząs anafilaktyczny, odczyny obrzękowe krtani i oskrzeli, a także ciężkie odczyny obrzękowe i pokrzywkowe.

Czynniki środowiskowe a grasica

Na pracę grasicy niekorzystnie wpływać mogą przewlekły stres, zaburzenia mikrobioty jelitowej, antybiotyki, toksyny grzybicze pochodzące z pożywienia, domów lub miejsc pracy, przewlekłe przyjmowane sterydy, leki antymitotyczne i inne immunosupresory, niektóre leki biologiczne (interferony, cytokiny), nadmiar estrogenów, nierozważne przyjmowanie hormonów tarczycy, herbicydy i pestycydy, promieniowanie jonizujące czy procesy naturalnego starzenia się.

Jak należy diagnozować alergię?

Po pierwsze: poprzez drobiazgowy wywiad. Pozwala on zorientować się, dlaczego i kiedy pojawiła się alergia, czy obecne objawy są rzeczywiście na tle alergicznym, czy podobne schorzenia występowały w rodzinie, jaki zawód wykonuje pacjent oraz jakie ma warunki mieszkaniowe. Istotne jest też ustalenie współistnienia innych chorób, historii przyjmowanych leków, a także szczegółów dotyczących porodu czy karmienia piersią.

Jak obecnie rozpoznajemy alergię?

Obecnie stosujemy szereg testów wykrywających mechanizmy IgE-zależne.

W punktowych testach skórnych z alergenami wziewnymi i pokarmowymi wynik dodatni świadczy o uczuleniu, jednak nie musi oznaczać, że dany alergen jest bezpośrednią przyczyną choroby. I odwrotnie – wynik ujemny nie wyklucza, że dany antygen wywołuje objawy. Obecnie testy punktowe są wykonywane rzadko. Mają charakter subiektywny, a ich wynik zależy od sposobu wykonania i interpretacji przez osobę przeprowadzającą badanie. Warto wiedzieć, że już w pierwszych miesiącach życia płód reaguje w sposób dojrzały na alergeny, z którymi styka się matka. Nie ma więc żadnego logicznego ani naukowego uzasadnienia dla dotychczasowej praktyki wykonywania testów punktowych dopiero po trzecim, piątym czy siódmym roku życia. U podstaw takiego postępowania leżą mityczne poglądy, które powinny zniknąć z praktyki lekarskiej. Testy wykonuje się po prostu wtedy, gdy są potrzebne.

Kolejne są testy badające poziom swoistych przeciwciał IgE we krwi. Układanie diety eliminacyjnej wyłącznie na podstawie wyników testów badających zjawiska IgE-zależne we krwi nie zawsze przynosi dobre efekty w leczeniu chorób alergicznych. Testy te wykrywają bowiem jedynie mechanizm natychmiastowy (IgE-zależny) – jeden z wielu biorących udział w rozwoju chorób zapalnych, więc nie mogą stanowić jedynej podstawy do ustalania leczniczej diety eliminacyjnej ani do podjęcia decyzji o odczulaniu.

Stosuje się także diagnostykę komponentową. IgE-rekombinanty służą do

dokładniejszego badania poszczególnych składowych wybranych alergenów wziewnych i pokarmowych. Testy te są niezwykle przydatne przy kwalifikacji do odczulania szczepionkami zawierającymi pyłki brzozy, traw, grzybów pleśniowych czy roztochy. Pozwalają również określić, czy istnieją alergię krzyżowe na poszczególne komponenty (epitopy) alergenów wziewnych i pokarmowych. Do badania zjawiska używamy w alergologii testu ALEX (Allergy Explorer), który pozwala na zminimalizowanie fałszywie dodatnich wyników związanych z obecnością reszt węglowodanowych.

Kolejność, w jakiej przedstawiłam powyższe testy, odzwierciedla skalę rozbieżności między danymi klinicznymi a wynikami laboratoryjnymi. Moje wieloletnie obserwacje wskazują, że mechanizmy niezależne od IgE odpowiadają za powstanie co najmniej dwukrotnie większej liczby schorzeń uznawanych za alergiczne niż mechanizmy IgE-zależne. Inne, niealergiczne mechanizmy mają swój udział w powstawaniu chorób o objawach zbliżonych do alergii (w około 70–80%) oraz w innych schorzeniach zapalnych. Należy pamiętać, że każda choroba w medycynie jest zapaleniem, a każde zapalenie przyspiesza proces starzenia.

Przyczyny zapaleń na tle mechanizmów niealergiczych badane są obecnie przy pomocy testu cytotoksycznego, który określa stopień nasilenia uwalniania mediatorów z komórek układu immunologicznego krążących we krwi. Test dostarcza dokładnych informacji o nasileniu reakcji układu immunologicznego na konkretne pokarmy, dodatki chemiczne oraz Candida albicans. Pokarmy lub substancje chemiczne o wysokiej reaktywności eliminuje się restrykcyjnie z diety na okres 8–12 miesięcy. Po tym czasie test należy powtórzyć. Aby w pełni wykorzystać wyniki testu, należy zestawzić je z badaniami alergologicznymi, uwzględnić kompatybilność lektyn pokarmowych z przeciwciałami aglutynacyjnymi pacjenta, a także wziąć pod uwagę wiek chorego, wywiad oraz zasady zdrowego żywienia.

W każdej chorobie należy dokładnie sprawdzić stan układu odpornościowego w przewodzie pokarmowym, kondycję mikroflory jelitowej oraz szczelność jelit. Bez kompleksowego zdiagnozowania przyczyny schorzenia, żadne leczenie objawowe nie przyniesie trwałego efektu. O sukcesie decyduje wyłącznie dyscyplina i systematyczność pacjenta. Od lekarza zależy zaledwie 10% sukcesu. Reszta zależy od pacjenta: jego wiedzy o chorobie, znajomości zasad zdrowego żywienia (odsyłam do mojej książki „Od lekarza do kucharki”, wyd. II), a także determinacji i systematyczności.

Wszystkie testy wykrywające przeciwciała IgG przeciwko pokarmom (np. ImmuPro, Food Detective) wykrywają wolne, niezwiązane z dopełniaczem przeciwciała klasy IgG. Niestety, pozwalają one jedynie stwierdzić obecność przeciwciał adaptacyjnych, a nie patogennych. Przeciwciała IgG mają znaczenie patogenne tylko wtedy, gdy tworzą kompleks z antygenem i dopełniaczem, czego żadne istniejące na rynku testy IgG nie oceniają.

Stanowisko Europejskiej Akademii Alergologii oraz Amerykańskiej Akademii Alergologii jasno wskazuje, że wymienione testy nie spełniają warunków testu diagnostycznego. Podwyższony poziom IgG4 informuje o wykształceniu się tolerancji immunologicznej. Obserwuje się go u osób poddawanych odczulaniu, co traktujemy jako zjawisko korzystne. Wraz z postępowaniem immunoterapii wzrasta poziom przeciwciał IgG4, które mają zdolność blokowania reakcji IgE – alergen. Szczytowe stężenia odnotowuje się zazwyczaj około trzech lat po rozpoczęciu odczulania.

Jak obecnie należy leczyć alergię?

Nie ma alergenu – nie ma problemu. Tak to wygląda w przypadku alergenów pokarmowych. Alergenów wziewnych nie da się jednak całkowicie wyeliminować ze środowiska. Dlatego jedynym sposobem na trwałe pozbycie się alergii wziewnej jest odczulanie, czyli immunoterapia. Odczulanie indukuje tolerancję na alergen, na który jesteśmy uczuleni. Odczuła się pacjentów uczulonych na alergeny, których nie można usunąć z otoczenia (jak roztocha czy pyłki roślin). Bardzo rzadko odczuła się alergię na sierść zwierząt – procedurę tę stosuje się głównie u hodowców zwierząt futerkowych oraz lekarzy weterynarii. Odczulanie przywraca hierarchię zależności w skomplikowanym układzie immunologicznym, która w przebiegu alergii zostaje zaburzona. Immunoterapia zapobiega również występowaniu innych schorzeń zależnych od układu immunologicznego (chorób z autoagresji, infekcji, a nawet – w pewnym stopniu – nowotworów). Krzyżowa alergia pokarmowa występuje u blisko 80% pacjentów uczulonych na pyłki roślin. Alergenne pokarmy należy czasowo wykluczyć z diety, co zapewnia lepszy efekt odczulania i zwiększa bezpieczeństwo tej formy leczenia. Alergia na jady os lub pszczoł wymaga odrębnego postępowania diagnostycznego i leczniczego. Odczulanie w tym przypadku prowadzone jest wyłącznie w warunkach hospitalizacji na oddziałach alergologicznych, przez specjalnie przeszkolony personel i lekarza alergologa, z bezpośrednim dostępem do Oddziału Intensywnej Terapii (OIOM). Tego typu odczulania nie prowadzi się w warunkach ambulatoryjnych.

Jakie są sposoby odczulania?

Obecnie dostępne są trzy metody: odczulanie iniekcyjne (zastrzyki), odczulanie podjęzykowe w kroplach oraz odczulanie podjęzykowe w tabletkach. Wyłącznie odczulanie podjęzykowe łączy w sobie pełne bezpieczeństwo i wygodę stosowania. Każdy alergolog powinien posiadać umiejętność prowadzenia tej niezwykle trudnej i odpowiedzialnej procedury. Inni lekarze nie powinni jej przeprowadzać. Z drugiej strony, autorytety medyczne z dziedziny alergologii całkiem niedawno ubolewały nad faktem, że zaledwie około 10% pacjentów kwalifikujących się do odczulania ma prowadzone takie leczenie. Reszta chorych leczona jest wyłącznie objawowo – czyli długo, drogo i nieskutecznie.

Czy immunoterapia zawsze przynosi pożądane efekty?

Fachowo i kompleksowo przeprowadzone odczulanie, które idzie w parze ze zmianą stylu życia (redukcją stresu, zdrowym odżywianiem, aktywnością fizyczną i zdrowym snem), zawsze przynosi poprawę oraz stopniowe wygasanie procesu alergicznego. Zapobiega ono rozwojowi astmy oraz powstawaniu nowych uczuleń. Wygasa inne alergię, które nie podlegają odczulaniu. Przede wszystkim jednak zdecydowanie poprawia jakość życia pacjentów.

Przyczyny niepowodzenia mogą leżeć po obu zainteresowanych stronach. Po stronie lekarza wynika to głównie z błędnej lub niekompletnej diagnozy, zaniechania modyfikacji sposobu żywienia, braku diagnostyki jelit pod kątem obecności pasożytów i grzybów, zignorowania objawów stresu u pacjenta czy braku motywowania go do podjęcia aktywności fizycznej. Po stronie pacjenta problem pojawia się wtedy, gdy po prostu nie stosuje się on do szerego pojętych zaleceń alergologa.

Jak odczulanie wygląda w mojej praktyce?

Prowadzę immunoterapię od 1981 roku. Pedantycznie realizuję wszystko to, o czym wspominałam w tym artykule. Podczas wizyty, na której podawana jest pierwsza dawka szczepionki, pacjent lub opiekun dziecka otrzymuje szczegółową instrukcję pisemną. Zawiera ona informacje o charakterze odczulania, możliwych objawach ubocznych, zasadach postępowania w razie ich wystąpienia, zachowaniu w przypadku chorób współistniejących lub pominięcia dawki, a także o sposobie przechowywania szczepionki w domu i w podróży. Moi pacjenci otrzymują również numer mojego telefonu komórkowego, aby w każdym momencie dnia i nocy mieli możliwość bezpośredniego kontaktu ze mną. ■



Okulary, które mówią więcej

Okulary przeciwsłoneczne od dawna wykraczają poza swoją pierwotną funkcję ochrony przed słońcem, stając się istotnym elementem popkultury. W filmach, muzyce oraz na wybiegach stały się symbolem mody, statusu i tajemniczości. Stylizacje z nimi mogą dodać charakteru i charyzmy, czyniąc je nie tylko praktycznym, ale i wyrazistym dodatkiem.



Moda na takie detale zaczęła zyskiwać na popularności w latach 30, kiedy Coco Chanel wprowadziła je jako istotny element modnych stylizacji. Do tej pory pełniły one głównie funkcję ochronną przed słońcem, ale to w latach 40 i 50, dzięki ikonom kina, takim jak Audrey Hepburn i James Dean, stały się symbolem elegancji, luksusu i prestiżu. Noszenie okularów, zarówno przeciwsłonecznych, jak i korekcyjnych, w pomieszczeniach przestało dziwić — coraz częściej staje się elementem stylizacji, a czasem świadomym komunikatem. Oto niektóre z powodów, dla których ludzie sięgają po nie także we wnętrzach.

Kultura i nawyki – W niektórych subkulturach i środowiskach, szczególnie wśród gwiazd muzyki czy filmu, noszenie okularów w pomieszczeniach stało się standardem w modzie. Jest to również popularne wśród fanów mody miejskiej.

Ukrycie zmęczenia – Okulary przeciwsłoneczne mogą ukrywać zmęczenie oczu, opuchliznę lub cienie, które mogą pojawiać się po intensywnym dniu.

Styl życia – Osoby, które często przechodzą z jednej strefy oświetleniowej do drugiej, na przykład wchodząc z zewnątrz do ciemnych pomieszczeń, mogą nosić okulary, by zmniejszyć szok związany ze zmianą natężenia światła.

Komfort psychiczny – Pełnią rolę ochronną, zapewniając komfort psychiczny poprzez tworzenie mentalnej „osłony” przed światem zewnętrznym.

Wyrażanie indywidualności – Mogą być sposobem na pokazanie swojej unikalnej osobowości lub charakteru, a także podkreślenie indywidualnego stylu.

Przyzwyczajenie – Dla niektórych osób noszenie takiego dodatku jest tak zakorzenione w codziennym życiu, że zakładają okulary przeciwsłoneczne wszędzie, nawet w pomieszczeniach, nie zastanawiając się nad tym.

Wartość intelektualna – Okulary kojarzą się ze światem intelektualnym, dodając powagi i autorytetu. Osoby, które je noszą, mogą być postrzegane jako: bardziej analityczne, skupione i wiarygodne, co wpływa na ich interakcje społeczne.

Współczesna moda – W dzisiejszych czasach chętnie wybierają okulary przeciwsłoneczne osoby młode. Jest to charakterystyczny trend obecnych pokoleń, na który wpłynął rozwój mediów społecznościowych oraz panujące w nich zasady.

Ochrona przed sztucznym światłem – Niektóre osoby noszą okulary, aby chronić oczy przed intensywnym sztucznym światłem, zwłaszcza alergicy oraz osoby z tendencją do migren.

Ukrycie emocji – Okulary mogą stanowić sposób na ukrycie emocji lub reakcji, zwłaszcza w sytuacjach, gdy ktoś nie chce, by jego twarz była w pełni widoczna dla innych. Przykładem może być człowiek pogrążony w żalobie lub cele-

bryta, który unika okazywania wzruszenia, zmęczenia czy stresu w miejscu publicznym.

Podkreślenie statusu – Taki detal może być także symbolem prestiżu i luksusu, szczególnie w przypadku markowych modeli. Dla niektórych to sposób by nadać sobie wyższy status i tak być odbieranym przez społeczeństwo.

Przyciąganie uwagi – Okulary to doskonały sposób na wyróżnienie się z tłumu. Szczególnie przyciągają wzrok błyszczące szkła, oryginalne kształty, duże rozmiary oraz ozdobne oprawki, które sprawdzają się zarówno na imprezach, jak i w codziennych stylizacjach.

Dopełniający dodatek – Okulary mogą być także delikatnym dodatkiem, który nie przytłacza stroju. Jednocześnie mogą podkreślać indywidualny styl. Na przykład cienkie metalowe oprawki wyglądają lekko i elegancko, a klasyczne okulary w stylu retro dodają nostalgii i szyku.

Zmysłowy akcent – Odpowiednio dobrane potrafią dodać nuty tajemniczości i uwodzicielskiego uroku. Stają się sensualnym dodatkiem, który buduje napięcie. Jednym z przykładów są szkła typu „kocie oczy”.

Ukrycie złego makijażu, a efekt wow – Niektóre osoby wykorzystują większe oprawki jako sposób na ukrycie nieudanego makijażu lub niedoskonałości skóry. Inni traktują je jako stylowy dodatek, który w połączeniu z makijażem tworzy efekt wow – po zdjęciu okularów odsłaniają starannie wykonany makijaż.

Psychologiczna potrzeba kontroli – Okulary przeciwsłoneczne mogą dać poczucie kontrolowania nie tylko własnego wizerunku ale i interakcji społecznych. Noszenie tego atrybutu umożliwia zdystansowanie się wzrokowe, ale też pozwala wcielić się w 'ukrytego obserwatora'.

Wspomnienie po wakacjach – Noszenie tak popularnego dodatku może stać się wyborem opartym na wspomnieniu. U niektórych osób ta tendencja utrzymuje się po powrocie z urlopu do rzeczywistości, sprawiając, że czują się bardziej zrelaksowani. Ten detal kojarzy się bez wątpienia z ciepłem i komfortem.

A jednak są osoby, które nie lubią okularów korekcyjnych, ani przeciwsłonecznych, ponieważ czują się odcięte od świata zewnętrznego. Okulary mogą sprawiać wrażenie bariery, która utrudnia pełne funkcjonowanie w otoczeniu, co jest niekomfortowe. Prywatnie należę do tej grupy i wolę widzieć życie w naturalnych barwach, a nie przetworzonych przez kolor soczewek. Nie zmienia to jednak faktu, że jako stylistka i projektantka posiadam swoją unikatową kolekcję i lubię dobierać konkretne okulary do swoich kreacji.



Okulary przeciwsłoneczne to nie tylko ochrona przed promieniami UV, ale także wyraz indywidualności i sposób na podkreślenie charakteru stylizacji. Z roku na rok projektowanie okularów staje się coraz bardziej zaawansowane, a producenci wykorzystują innowacyjne technologie, które zapewniają lepszą jakość widzenia i komfort. Przy wyborze okularów przeciwsłonecznych warto zwrócić uwagę na ich jakość, ponieważ produkty mogą podrażniać oczy, powodować dyskomfort, ból głowy, a nawet pogorszyć wzrok. Intensywne kolory, zwłaszcza czerwony, są szczególnie drażniące, gdyż mogą zaburzać naturalne postrzeganie barw, zmniejszać kontrast i zmuszać oczy do większego wysiłku. Należy także pamiętać, że istnieje różnica między zakładaniem okularów na chwilę a noszeniem ich przez cały dzień.

Czy zauważyłaś/eś, że noszenie okularów poprawia Twoje samopoczucie?

Autorka: ekspert mody Alona Zozulia
fotografia: Alicja Reczek WHITE ALICE
redakcja: Olga Biały
modelka / stylistka: Alona Zozulia
Moje projekty mody-stylizacyjne oraz autorską biżuterię prezentuję na Instagramie: @alonazozulia, @kuku_by_alonazozulia oraz @alonazozulia_personalstyle.



Tekst został zredagowany przez Olę Białą i nie został poddany korekcie ze strony redakcji magazynu „przedsiębiorcy.eu”

Każda biżuteria opowiada czyjąś historię

Elegancja, sztuka i ponadczasowe piękno. Dla jednych biżuteria jest dodatkiem, dla niej stała się sposobem na życie. Właścicielka firmy jubilerskiej Amadeuss Jewellery, Elżbieta Wojciechowska, od lat buduje markę opartą na jakości, indywidualnym podejściu do klienta i miłości do rzeczy wyjątkowych. W świecie masowej produkcji pozostała wierna ręcznie tworzonej biżuterii i relacjom z klientami.

ROZMAWIA KRZYSZTOF JOŃCZYK

Pani historia brzmi jak gotowy scenariusz filmu o spełnianiu marzeń. Od czego to wszystko się zaczęło?

To była właściwie mieszanka przypadku i intuicji. Byłam bardzo młodą dziewczyną, kiedy rozpoczęłam pracę w sklepie jubilerskim. W tamtym czasie do Polski przyjechał z Australii Bogusław Staszewski – człowiek niezwykle charyzmatyczny, wybitny jubiler i wizjoner. Otwierał w Polsce swoje luksusowe salony jubilerskie. Jednym z nich był butik mieszczący się w hotelu Marriott. Posłam na rozmowę kwalifikacyjną i zostałam przyjęta. Wtedy jeszcze nie wiedziałam, że to spotkanie całkowicie zmieni moje życie. **Co panią urzekło w jubilerstwie tak bardzo, że właśnie tej branży jest pani wierna?**

Ten świat ma w sobie magię. Elegancie wnętrza, piękne kamienie, niezwykle historie klientów, atmosfera luksusu i sztuki. Bardzo szybko zrozumiałam, że biżuteria to coś znacznie więcej niż przedmiot. Ona niesie emocje, wspomnienia, symbole. Towarzyszy ludziom podczas zaręczyn, ślubów, jubileuszy, ważnych momentów życia. To niezwykle odpowiedzialność, ale też ogromny przywilej.

Bardzo szybko zaczęła pani awansować.

Tak, dostałam ogromną szansę. Po pewnym czasie zostałam przeniesiona do prestiżowego salonu w Błękitnym Wieżowcu. To było miejsce wyjątkowe – odwieдали nas ludzie biznesu, artyści, dyplomaci, osoby z całego świata. Tam nauczyłam się pracy z klientem premium i zrozumiałam, że luksus zaczyna się od jakości relacji. Później był bardzo ważny etap. Zarządzałam salonem belgijskiej firmy jubilerskiej sprzedającej diamenty w stołecznych Złotyach Tarasach. To była ogromna odpowiedzialność i jednocześnie

niezwykła szkoła biznesu. Praca z biżuterią premium wymaga ogromnej wiedzy, a także wyczucia estetyki. Klienci oczekują dziś czegoś więcej niż produktu. Szukają emocji, historii i doświadczenia.

Kiedy pojawiła się myśl o własnym biznesie?

Bogusław Staszewski był moim mentorem, nauczył mnie praktycznie wszystkiego – od wiedzy o kamieniach szlachetnych po prowadzenie biznesu. Był wymagający, ale jednocześnie niezwykle inspirujący. Wierzył, że kobieta może być silna, niezależna i jednocześnie pełna klasy. Przy tym wszystkim traktował mnie trochę jak córkę. Często powtarzał mi, że mam potencjał, by stworzyć coś własnego. Zachęcał mnie do odwagi. W końcu

Po kilku latach zadzwonił do mnie Bogusław i zaproponował mi przejęcie jego sklepu przy ulicy Senatorskiej 26. Powiedział, że nie ma już siły prowadzić firmy tak intensywnie jak wcześniej, i że uważa mnie za swoją idealną następczynię. To było dla mnie ogromne wyróżnienie, więc kupiłam ten salon. Postanowiłam zachować nazwę Amadeuss Jewellery, ponieważ to marka z historią i tradycją. Czuję, że mam obowiązek kontynuować jego wizję.

Dziś, podobnie jak pani mentor, specjalizuje się pani w biżuterii z opalami australijskimi.

To nasz znak rozpoznawczy. Opale australijskie są absolutnie wyjątkowe – mają w sobie światło, tajemnicę i niepowta-

Kocham moment, kiedy klient przychodzi z historią albo marzeniem, a my możemy zamienić je w biżuterię. (...) Nie interesuje mnie masowa produkcja. Wolę stworzyć jedną wyjątkową rzecz niż sto identycznych.

zdecydowałam się zaryzykować. Kupiłam niewielką wyspę w centrum handlowym w Jankach. Pamiętam ten stres połączony z ekscytacją. Ku mojemu zaskoczeniu biznes zaczął rozwijać się bardzo szybko. Klienci wracali, polecali mnie znajomym. Wkrótce miałam już trzy punkty sprzedaży – stoisko w Jankach, sklep przy Alejach Jerozolimskich i mały butik w centrum Warszawy.

Wtedy historia zatoczyła koło...

rzalne kolory. Nigdy nie wyglądają identycznie. Każdy kamień jest małym dziełem natury. Klienci często zakochują się w nich od pierwszego spojrzenia. Opal jest bardzo elegancki, ale jednocześnie artystyczny. Doskonale pasuje do kobiet, które lubią indywidualność i klasę.

Tworzycie również biżuterię na zamówienie.

Tak, i to jest jedna z najpiękniejszych części naszej pracy. Kocham moment,

kiedy klient przychodzi z historią albo marzeniem, a my możemy zamienić je w biżuterię. Tworzymy sygnety rodowe, pierścienie zaręczynowe, unikatowe naszyjniki – często bardzo osobiste projekty. To wymaga czasu i zaufania, ale właśnie w tym tkwi prawdziwe rzemiosło. Nie interesuje mnie masowa produkcja. Wolę stworzyć jedną wyjątkową rzecz niż sto identycznych.

Pani klienci pochodzą z różnych części świata. Jak buduje się taką renomę?

Myślę, że najważniejsza jest autentyczność. Ludzie wyczuwają, czy coś robi się z pasją. Klienci wracają do nas od lat, polecają nas rodzinie i znajomym. Wielu z nich przyjeżdża specjalnie z zagranicy. Budowanie marki premium trwa długo. Tu nie chodzi o reklamę, ale o zaufanie, jakość, profesjonalizm i relacje.

Czym dla pani jest elegancja?

Elegancja to harmonia. Nie ma nic wspólnego z przesadą czy ostentacją. To pewność siebie, subtelność i klasa. Można być eleganckim w prostocie. Uwielbiam ludzi, którzy mają styl wynikający z ich osobowości, a nie chwilowej mody. W biżuterii jest podobnie. Najpiękniejsze rzeczy są ponadczasowe.

Świat biżuterii kojarzy się z luksusem. Jak pani go definiuje?

Dla mnie luksus to możliwość otaczania się pięknem i tworzenia rzeczy z duszą. To także czas – możliwość spokojnej rozmowy z klientem, indywidualne podejście, dbałość o każdy szczegół. Dziś luksus nie polega już tylko na cenie. Coraz więcej osób szuka autentyczności, dzieła ludzkich rąk, w którym są emocje. Chcą wiedzieć, kto stworzył daną rzecz i jaka historia za nią stoi.

Jest pani kobietą sukcesu. Co powiedziałaby pani młodym kobietom, które marzą o własnym biznesie?

Żeby się nie bały. Kobiety mają ogromną intuicję i siłę, często tylko same w sobie nie wierzą. Trzeba być cierpliwą i konsekwentną. Sukces nie przychodzi od razu. I najważniejsze – trzeba kochać to, co się robi. Ja naprawdę kocham swoją pracę. Kocham kontakt z ludźmi, piękne kamienie, proces tworzenia. To nie jest dla mnie tylko biznes. To mój świat.

Co daje pani dziś największą satysfakcję?

Moment, kiedy klient patrzy na stworzoną dla niego biżuterię, a ja widzę emocje w jego oczach. To bezcenne. Mam poczucie, że przez lata udało mi się stworzyć miejsce wyjątkowe, pełne dobrej energii. Nadal się rozwijam, biorę udział w pokazach, wydarzeniach branżowych, szukam inspiracji. Lubię być otoczona pięknem i dobrze czuję się w świecie luksusu. Ale największą wartością są dla mnie ludzie i relacje. Bo na końcu każda biżuteria opowiada czyjąś historię. ■



Energia tworzenia

Łączy świat biznesu z wrażliwością artystki, a strategię z intuicją. Przez lata zdobywała doświadczenie w różnych branżach – od turystyki, przez usługi, aż po modę – by ostatecznie stworzyć własną markę Milago, którą rozwija z sukcesem od dekady. Dziś jest nie tylko projektantką i przedsiębiorczynią, ale także mentorką dla kobiet oraz współtwórczynią wyjątkowych obrazów z żywicy epoksydowej, które osiągają imponujące ceny na aukcjach charytatywnych. O odwadze w biznesie, sile kreatywności i kobiecej solidarności rozmawiamy z Małgorzatą Kołosowską.



ROZMAWIA BARBARA JONCZYK

projekty z charakterem, trochę „niespytyki”, które łączą klasykę z odrobiną szaleństwa, oryginalności i pazura.

Łączysz w sobie analityczne podejście biznesowe i artystyczną wrażliwość. Czy te dwa światy zawsze się uzupełniają, czy czasem wchodzą ze sobą w konflikt?

Podejście biznesowe i artyzm rzeczywiście czasem się wykluczają lub bywają ze sobą w konflikcie. U mnie jednak na szczęście te dwa światy dobrze współgrają. Potrafię zarządzać finansami i jednocześnie całkowicie oderwać się od analitycznego myślenia, aby wejść w przestrzeń twórczą. Kiedy tworzę, mogę zupełnie zatracić się w świecie sztuki i kreatywności, co daje mi ogromny spokój, odprężenie i prawdziwą przyjemność. Myślę, że właśnie ta równowaga pozwala mi rozwiązać się zarówno na polu biznesowym jak i artystycznym.

Wspólnie z córką tworzysz obrazy z żywicy epoksydowej. Skąd pomysł na tę formę sztuki i co daje ci ta współpraca na poziomie osobistym?

Malowanie to dla mnie prawdziwy kosmos! Uwielbiam ten moment tworzenia, bo niezwykle mnie relaksuje i odpręża. Zainspirowałam do malowania obrazów moją córkę Kaję, która ma ogromny talent artystyczny, i dziś tworzymy razem. Nieśamowicie się przy tym bawimy. Ta współpraca daje mi ogromną radość, a jednocześnie buduje między nami jeszcze silniejszą więź.

Twoje obrazy osiągają wysokie ceny na aukcjach charytatywnych. Co czujesz, wiedząc, że twoja sztuka realnie pomaga innym?

Jeśli nasza praca i sztuka mogą pomagać innym ludziom, to znaczy, że cały proces tworzenia ma głęboki sens. Zawsze wierzyłam, że tyle jesteśmy warci, ile dobra potrafimy dać drugiemu człowiekowi.

Twoja droga zawodowa wiodła od turystyki po modę. Co było momentem przełomowym, który skierował cię na ścieżkę własnego biznesu?

To prawda – moja droga zawodowa była bardzo bogata i różnorodna. Przełomowym momentem okazała się rozmowa z moją ukochaną kuzynką, która namówiła mnie do otwarcia sklepów z markową odzieżą. To właśnie ona niejako popchnęła mnie w stronę biznesu modowego.

Marka Milago rozwija się już od 10 lat. Co twoim zdaniem zdecydowało o jej sukcesie na wymagającym rynku modowym?

Marka Milago rozwija się spokojnie, ale bardzo konsekwentnie. Nigdy nie zależało mi na agresywnym tempie rozwoju – od początku chciałam budować ją świadomie i w zgodzie ze sobą. Moje

klientki często najpierw „testują” markę, a ja jestem najbardziej zachwycona i uradowana, gdy po pierwszym zasmakowaniu kolekcji wracają po kolejne propozycje. Przesyłają mi zdjęcia w moich projektach i dziękują... Czy może być coś bardziej satysfakcjonującego dla projektanta? Chyba nie.

Twoje kolekcje były nagradzane i prezentowane na pokazach. Jak wygląda proces tworzenia – od pomysłu do gotowej kolekcji?

Zawsze inspiruję się tkaniną – nigdy odwrotnie. Kiedy zobaczę cudny materiał, na przykład piękny jedwab czy koronkę, od razu zaczynam wyobrażać sobie konkretny projekt. Zwykle do takiego projektu dodaję coś nieoczywistego: skórę, łańcuch, sznurek albo inny element przełamujący schemat. Dzięki temu powstają

To przesłanie towarzyszy mi przez całe życie, ponieważ słyszałam je wielokrotnie od mojej wspaniałej mamy. Do dziś często powtarzam te słowa jak mantrę i staram się nimi kierować każdego dnia.

Przez lata byłaś mentorką i wspierałaś kobiety w rozwoju zawodowym, m.in. w ramach Biznes Klubu Malowanego Szminką. Jakie są najczęstsze wyzwania, z którymi mierzą się dziś kobiety w biznesie?

Współczesne kobiety, które pragną założyć własną firmę, noszą w sobie tysiące pytań i często odczuwają niepokój związany z rozpoczęciem działalności. I dobrze, bo takie wątpliwości sprawiają, że można lepiej przygotować się do zarządzania firmą, jej rozwoju czy zapoznać się z ewentualnym ryzykiem – wszystkie te czynniki są konieczne, by być idealną przedsiębiorczynią. Jeśli tylko mogą pomóc i podzielić się swoim doświadczeniem, zawsze jestem do dyspozycji. Uważam, że my, kobiety, powinnyśmy się wspierać i wzajemnie wzmacniać. Życzymy sobie, aby takie wsparcie niosło za sobą niebywałą moc, powodowało cudny przepływ energii, która będzie zasilac wszystkie kobiece działania.

Jaką jedną radę dałabyś młodej dziewczynie, która marzy o własnej marce, ale boi się zrobić pierwszy krok?

Przede wszystkim warto znaleźć mentorkę lub lidera, który będzie wsparciem i pomoże spojrzeć na biznes z odpowiedniej perspektywy. Bardzo ważna jest też rzetelna analiza ryzyka i uczciwa ocena własnych wątpliwości. Potrzeba też dużo odwagi, ale najważniejsza jest ciężka praca. To właśnie ona zawsze prowadzi do rezultatów.

W twojej historii widać dużą odwagę i gotowość do zmian. Czy jest decyzja zawodowa, która była szczególnie trudna, ale okazała się przełomowa?

Takich przełomowych decyzji było w moim życiu wiele. W chwilach zwątpienia ogromnym wsparciem zawsze była moja cudna, wyjątkowa mama. To ona powtarzała mi: „Jeśli będziesz chciała, to sobie poradzisz”, „Sukces osiąga się ciężką pracą” oraz „Całe twoje życie – zarówno prywatne, jak i zawodowe – zależy od ciebie”.

Patrząc w przyszłość – w jakim kierunku chcesz rozwijać swoją działalność: bardziej w stronę mody, sztuki, czy może nowych projektów biznesowych?

Życie jest zaskakujące i nieprzewidywalne, dlatego trudno dziś jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie. Na ten moment jednak chcę rozwijać się przede wszystkim w przestrzeniach artystycznych, ponieważ to właśnie one są mi najbliższe i dają mi najwięcej radości, satysfakcji oraz poczucia spełnienia. ■



Tańcz walca tańcz

Kiedys Lolita, teraz Kolorowy Ptak polskiej piosenki. Artystka niepokorna, konsekwentna, zbuntowana. O jej życiu zawodowym i prywatnym, a także o blaskach i cieniach zawodu piosenkarki napisano i powiedziano już wiele. Co dziś robi Danuta Stankiewicz? Jakie są jej marzenia i plany na najbliższą przyszłość, czym tym razem nas zaskoczy?

ROZMAWIA IWONA MARC

Danka robi, co chce, jak chce, z kim chce i kiedy chce – tak o tobie powiedziała kiedyś dziennikarka Krystyna Gucewicz. Czy te słowa są nadal aktualne?

Jak najbardziej. Jak typowy Koziorek z pierwszego stycznia chodzę własnymi ścieżkami, pnę się do góry i zawsze działam poprzez emocje i uczucia. Marzę, żeby nigdy nie dotrzeć do samego szczytu, bo łatwiej można z niego spaść, niż się na nim utrzymać. Właściwie to muszę powiedzieć, że praca kocha mnie z wzajemnością, ale pracoholikiem jednak nie jestem. Potrafię wyłączyć się i zrelaksować. Najważniejsze, że robię w życiu to, co jest bliskie mojemu sercu.

Nagrałaś niedawno piosenkę „Tańcz Walca Tańcz” na motywach utworu „Walc nr 2” Szostakowicza. Ta niezwykle kompozycja wydobywa złożone emocje z umysłów i serc słuchaczy. Dlaczego ten utwór jest dla ciebie tak ważny?

Śpiewam ten utwór na różnych imprezach okolicznościowych, po raz pierwszy zresztą na jednej z uroczystości Klubu Integracji Europejskiej. Tekst do tej kompozycji napisała wspaniała poetka Matylda M. Napiórkowska-Górecka, aranżację przygotował cudowny Piotr Kubacki. A dlaczego ten utwór? Pomysł narodził się bardzo dawno temu i głęboko utkwiał w moim sercu. Dziadkowie Dymitra Szostakowicza żyli na terenie Litwy, skąd pochodzili również moi ukochani rodzice. Ponieważ kochali oni twórczość tego kompozytora, chciałam coś dla nich zrobić. Szostakowicz to twórca, którego uwielbia cały świat. Tylko Stalin nie akceptował jego muzyki, ponieważ uważał, że jest za mało patetyczna.

To coś więcej niż tylko piosenka. Czy tym utworem rozpoczynasz nowy etap swojej kariery zawodowej, otwierasz drogę w kierunku muzyki poważnej? Nad czym obecnie pracujesz?

Tak, to prawda. Dotykałam już różnych gatunków muzycznych, utrwalając moje emocje na 33 płytach solowych. Z muzyką poważną stykałam się przez cały okres studiów na Uniwersytecie Fryderyka Chopina, jednak mój ukochany profesor Aleksander Bardini nalegał, żebym skupiła się na piosence. I to właśnie re-

Z twórczością Tekli Bądarzewskiej oraz innego znanego kompozytora okresu romantyzmu będzie związany twój kolejny duży projekt słowno-muzyczny. Czy możesz uchylić rąbka tajemnicy?

Tak, to prawda. Ten utwór przygotowuje mnie do nowego, dużego projektu słowno-muzycznego, nad którym powoli zaczynam pracować, ale... na tym etapie nie bardzo chcę o nim mówić głośno. Jest to ważne dla spokojnego przygotowania, bo od pomysłu do realizacji droga często bywa wyboista i pełna zwrotów akcji.

O Tekli Bądarzewskiej tak pisał Jerzy Waldorff w magazynie „Świat” z 1964:

Mój Boże, więc już nikt nie pamięta o zmarłej przed wiekiem i pochowanej na Powązkach Tekli Bądarzewskiej, kompozytorce „Modlitwy Dziewicy”? A przecież warta byłaby pamięć choćby dlatego, że owa modlitwa w dziejach lekkiej muzyki byłaby pierwszym okazem szlagieru, który rozszedł się na cały świat i modny był przez dobrych lat dwadzieścia. Tymczasem minęło lat sto, a żaden polski szlagier nie uzyskał choćby przybliżonej popularności.

alizowałam przez ponad 45 lat. Teraz przyszedł czas na wybór nowej drogi muzycznej. Po Szostakowiczu pojawiła się w moim życiu wspaniała Tekla Bądarzewska, nazywana „Chopinem w spódnicy”. Kto ją zna? Praktycznie cały świat, od Japonii, Chin, Korei po Amerykę i całą Europę. Niestety, najmniej jest znana we własnym kraju. W opinii wielu krytyków muzycznych to właśnie Ona uważana jest za prekursorkę muzyki pop, dlatego zainspirowana jedną z jej najbardziej znanych kompozycji nagrałam utwór zatytułowany „Modlitwa Tekli Bądarzewskiej” – kompozytorki urodzonej w Polsce, w Mławie.

Jakie masz marzenia i plany na najbliższe lata? Czy możemy spodziewać się kolejnych zaskakujących pomysłów?

Oj, planów mam sporo. I to chyba dobrze, bo uwielbiam momenty tworzenia, analizowania, wyciągania wniosków, nawet jeżeli rodzą się wątpliwości. Akt tworzenia jest dla mnie momentem szczególnym. Choć rodzą się różnego typu rozterki, to jednak nakręcają mnie one wewnętrznie. Sztuka nie lubi pełnego uporządkowania, ideału. Stwarza słuchaczowi możliwość osobistego, indywidualnego odbioru. Na szczęście nie jest to matematyka, w której dwa plus dwa równa się cztery. ■



Fot. Bartosz Kuśmierski

ARCHE HOTELE

Polska sieć hoteli



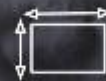
24
wyjątkowe
hotele



4500
pokoi
hotelowych



154
sale
konferencyjne



20000 m²
powierzchni
konferencyjnych

System Arche®

To autorski system biznesowy, zastrzeżony w urzędzie patentowym. Umożliwia inwestorom zakup apartamentu hotelowego w jednym z obiektów Arche i czerpanie zysku co miesiąc z działalności całego obiektu.

Ratujemy polskie zabytki

Przywracamy do życia poprzez rewitalizację zabytkowe: fabryki, młyny, pałace, elektrociepłownie, przekształcając je w jedyne w swoim rodzaju hotele, centra konferencyjne, przestrzenie kulturalne i sportowo-rekreacyjne.

Arche MICE

Historyczne i nowoczesne obiekty, kompleksowa organizacja eventów oraz dedykowany opiekun wydarzeń od pierwszego kontaktu aż po realizację. Organizujemy m.in. konferencje, eventy firmowe, bankiety, gale.

Skrzydła dla młodych kobiet. Od programu „Debiutantki” do konkursu „Młoda Polka”

Jak wspierać młode kobiety, by odważnie wchodziły w dorosłość, rozwijały swoje talenty i wierzyły we własne możliwości? Agnieszka D. Michalczyk od kilkunastu lat odpowiada na to pytanie konkretnymi działaniami. Stworzony przez nią program „Debiutantki” pomógł już setkom uczestniczek zdobyć wiedzę, pewność siebie i poczucie sprawczości. Z kolei konkurs „Młoda Polka” promuje młode liderki, naukowczynie, przedsiębiorczynie, artystki i społeczniczki, które już dziś współtworzą przyszłość Polski. O idei stojącej za tymi inicjatywami, osobistych doświadczeniach oraz sile kobiecego wsparcia rozmawia Barbara Jończyk.

Fot. Dmitry Savchenko



Od kilkunastu lat dedykujesz swoje działania młodym kobietom. Jesteś autorką programu edukacyjno-charytatywnego „Debiutantki” dla dziewcząt w wieku 18–25 lat, który realizujesz w Muzeum Pałacu w Wilanowie, a któ-

remu Klub Integracji Europejskiej patronuje od samego początku. Czy twoja sytuacja osobista, w której przyszło ci się zmierzyć z rolą matki samotnie wychowującej córkę, miała wpływ na rozwinięcie tego pomysłu?

Z pewnością moje niełatwe doświadczenia odegrały istotną rolę w kształtowaniu idei całego programu. Codzienne wyzwania związane z łączeniem obowiązków rodzicielskich, zawodowych i społecznych uświadomiły mi, jak ważne w życiu jest wsparcie – zarówno emocjonalne, jak i edukacyjne. Dla mnie i dla moich dzieci – młodych kobiet wchodzących w okres dojrzewania i dorosłość – nie był to czas łatwy, ale przeszliśmy przez niego najlepiej, jak tylko można było. Wychowując córki, odczuwałam silną potrzebę tworzenia przestrzeni, w której one oraz inne młode dziewczyny mogłyby się rozwijać, budować pewność siebie i otrzymywać wsparcie, którego często brakuje w trudniejszych sytuacjach życiowych. To właśnie ta perspektywa sprawiła, że „Debiutantki” nie były jedynie programem edukacyjnym, ale też inicjatywą o głębokim wymiarze rodzinnym, społecznym i empatycznym. Program został zaprojektowany tak, aby odpowiadać na realne potrzeby młodych kobiet. Oferuje im nie tylko wiedzę i umiejętności, ale także poczucie wspólnoty i zrozumienia. Osobiste doświadczenia moje i moich córek przełożyły się na ogromną autentyczność projektu oraz jego silne ukierunkowanie na takie wartości, jak solidarność, wzajemne wsparcie i rozwój mimo przeciwności.

W efekcie „Debiutantki” stały się inicjatywą, która nie tylko edukuje, ale również wzmacnia uczestniczki. Pokazuje im, że niezależnie od sytuacji życiowej – nawet ogromnie trudnej – mogą budować swoją przyszłość z odwagą i świadomością własnej wartości.



III edycja konkursu Młoda Polka

Fot. Piotr Wójtowicz

Świetnie to ujęłaś. Moje Debiutantki, a jest ich ponad dwieście, są mocniejsze i na pewno bardziej wierzą w siebie oraz dostrzegają wokół siebie więcej piękna. Na koniec wilanowskiej przygody każda z nich dostaje maleńką częsteczkę mnie – mojego optymizmu, wrażliwości, empatii, ale i sprawczości oraz konsekwencji.

A jaki realny wkład wniosły twoje córki do programu? Wiem, że obie były jego uczestniczkami w różnych edycjach.

Starsza, Aleksandra, była w pierwszej edycji i wniosła wiele dobrego w sformalizowanie jego struktury. Jest inżynierką IT oraz informatyczką o ścisłym umyśle i wiele mnie nauczyła w tych dziedzinach. Jest logiczna i syntetyczna, mogę na nią do dzisiaj liczyć w kwestii wielu rozwiązań. Młodsza, Julia, była Debiutantką piątej edycji. Mając duszę artystyczną (jest graficzką komputerową oraz montażystką po łódzkiej Filmówce), do dzisiaj czuwa nad estetyką programu oraz zajmuje się stroną wizualno-filmową. Jestem wdzięczna moim córkom za każdą pomoc i wsparcie.

To wielkie szczęście, gdy uda się wypracować pozytywny kontakt z dziećmi, nawet mimo wspólnie przeżytych wyzwań. Wiem to i ja. Trzy lata temu stworzyłaś

konkurs dla wybitnie uzdolnionych o pięknej nazwie „Młoda Polka”. Czy jest on wynikiem doświadczeń, które zdobyłaś przez te kilkanaście lat trwania programu „Debiutantki”?

Jak najbardziej. Konkurs powstał jako naturalna kontynuacja i rozwinięcie idei zapoczątkowanej przeze mnie w „Debiutantkach”. Doświadczenia zdobyte podczas jego realizacji pokazały, jak duży potencjał drzemie w młodych kobietach oraz jak ważne jest tworzenie dla nich kolejnej przestrzeni do prezentacji i rozwoju ich wyjątkowych umiejętności. „Debiutantki” koncentrowały się przede wszystkim na historii, wsparciu i działalności dobroczynnej, kładąc fundament pod budowanie pewności siebie oraz świadomości społecznej uczestniczek, a konkurs odkrywa, wspiera, ale także aktywnie promuje realne osiągnięcia młodych kobiet. „Młoda Polka” to projekt bardziej sformalizowany, obejmujący różnorodne kategorie i dający uczestniczkom możliwość zaprezentowania swoich dokonań w konkretnych dziedzinach. Wyłaniamy kobiety wybitnie utalentowane w medycynie i zdrowiu, w wynalazkach, w innowacjach i nowych technologiach, w biznesie i przedsiębiorczości, w nauce

i edukacji oraz w mediach, sporcie, działalności społecznej czy kulturze i sztuce. **Rozumiem, że robisz pożytek z sieci kontaktów wypracowanych przy „Debiutantkach”, by wspierać „Młode Polki” i stworzyć platformę o jeszcze większym zasięgu i wpływie społecznym.**

Jak najbardziej. Wierzę głęboko w to, że wspierając młode osoby, zmieniamy świat. Konkurs „Młoda Polka” to bardziej dojrzała forma budująca wspólnotę młodych kobiet w wieku 19–29 lat. To liderki młodego pokolenia, które mają realny wpływ na wszystko wokół nas. I oczywiście na naszą przyszłość.

W twoim imieniu oraz we własnym, jako prezeska KIE, która zawsze wspiera twoje inicjatywy, zapraszamy wyjątkowe młode kobiety do wzięcia udziału w XIV edycji programu „Debiutantki” oraz IV edycji konkursu „Młoda Polka”. ■

Facebook:
Debiutantki
Instagram:

@program_debiutantki,
@konkurs_mlada_polka
www.mlodapolka.pl

Florian „Ogień i Woda” to coś więcej niż restauracja

Niektóre miejsca pozostają niezmiennie – bo tworzone są z pasją, konsekwencją i sercem. Restauracja Florian „Ogień i Woda” w Warszawie od ponad dwóch dekad przyciąga gości nie tylko wyjątkową kuchnią, ale także niepowtarzalną atmosferą i bliskością kultury. Za tym miejscem stoi Hanna Wnukiewicz-Bocheńska – kobieta silna, świadoma i konsekwentna, która swoją drogę zawodową zaczynała od barku lunchowego, by dziś tworzyć przestrzeń spotkań ludzi, sztuki i biznesu. W rozmowie opowiada o wytrwałości, zmianach i sile kobiecego przywództwa.

ROZMAWIA ELŻBIETA TOMASZEWSKA

Pani historia zawodowa zaczęła się od barku lunchowego. Jak wyglądała droga od tych początków do stworzenia rozpoznawalnej marki, jaką jest dziś Restauracja Florian „Ogień i Woda”?

W 1991 roku wygrałam przetarg na prowadzenie barku lunchowego w centrum Warszawy. Prowadziłam go dla pracowników renomowanych firm, które w tym czasie weszły na polski rynek. Musiałam stworzyć lokal od podstaw – łącznie z wyposażeniem zaplecza kuchennego i sali konsumpcyjnej. Po 10 latach zakończonych sukcesem finansowym postanowiłam rozwijać się i otworzyć elegancką restaurację. Musiałam zmierzyć się z remontem, pracami budowlanymi i tworzeniem restauracji od zera.

Ponad 25 lat prowadzenia jednego miejsca to ogromne osiągnięcie. Co było najtrudniejsze na początku tej drogi?

Największym wyzwaniem było stworzenie marki od podstaw. Co więcej, weszłam do budynku, który nie był przygotowany do działalności gastronomicznej, więc wszystko trzeba było organizować, napotykać na różne trudności.

Florian od lat przyciąga gości nie tylko kuchnią, ale też atmosferą. Jak buduje się miejsce, do którego ludzie chcą wracać przez dekady?

Przede wszystkim sercem, konsekwencją i szacunkiem dla gości. Restauracja Florian „Ogień i Woda” powstała 25 lat temu z marzenia, pracy i ogromnej wiary w to, że dobre miejsce to nie tylko smaczne jedzenie, ale też emocje, wspomnienia i poczucie, że jest się mile widzianym.

Nazwa „Ogień i Woda” brzmi niemal jak filozofia życia. Jakie znaczenie kryje się za nią w kontekście pani działalności?

Rzeczywiście, dla mnie „Ogień i Woda” to coś więcej niż nazwa restauracji – to pewna filozofia prowadzenia miejsca i podejścia do życia. Ogień oznacza pasję, energię, odwagę, smak i emocje. To wszystko, co sprawia, że restauracja żyje: kuchnia, zapachy, rozmowy, spotkania, świętowanie ważnych chwil. Woda jest dla mnie symbolem spokoju, elegancji, harmonii i gościnności. To ta druga strona prowadzenia restauracji – uważność na gościa, delikatność w obsłudze, atmosfera, w której można odpocząć, poczuć się zaopiekowanym i dobrze przyjętym.

Przez 25 lat prowadzenia lokalu nauczyłam się, że w gastronomii potrzebne są oba te żywioły. Trzeba mieć ogień, żeby tworzyć, rozwijać się i nie tracić pasji. Ale trzeba mieć też wodę – cierpliwość, wyrozumiałość, spokój i umiejętność słuchania ludzi. Dopiero połączenie tych dwóch sił daje miejsce z charakterem. Dla mnie Florian jest właśnie takim połączeniem: tradycji i nowoczesności, elegancji i bliskości, emocji i równowagi. To nazwa, która bardzo dobrze oddaje nie tylko charakter restauracji, ale też drogę, którą przeszłam jako jej twórczyni.

Pani restauracja to coś więcej niż gastronomia – to przestrzeń spotkań z kulturą. Skąd wziął się pomysł na takie połączenie?

Pojawił się bardzo naturalnie, bo od początku nie chciałam tworzyć wyłącznie miejsca, w którym się je. Chciałam, żeby Florian był przestrzenią, w której ludzie się spotykają, rozmawiają, przeżywają ważne chwile i mają kontakt z czymś pięknym – nie tylko na talerzu, ale także w muzyce, sztuce i atmosferze. Restauracja ma ogromny potencjał do łączenia ludzi. Przy stole dzieje się bardzo dużo: rodzą się

rozmowy, wspomnienia, przyjaźnie, czasem decyzje zawodowe, kiedy indziej rodzinne historie. Dlatego kultura była dla mnie naturalnym dopełnieniem. Koncerty, recitale, spotkania autorskie czy wydarzenia artystyczne sprawiają, że restauracja nabiera jeszcze głębszego wymiaru.

Florian mieści się w 300-letnim budynku z historią i duszą, dlatego chciałam, aby ta przestrzeń żyła nie tylko codziennym rytmem restauracji, ale też wydarzeniami, które zostają w pamięci. Dobra kuchnia karmi ciało, a kultura karmi emocje i wyobraźnię. Dla mnie to bardzo piękne połączenie.

Czy któreś z organizowanych wydarzeń szczególnie zapadło pani w pamięć?

Przez cztery lata organizowałam z Lidią Stanisławską spotkania Super Bab, na których występowali piosenkarze, aktorzy i muzycy. Były wywiady, pogadanki, prezentacje – wszystko przy dobrym jedzeniu i winie. Właśnie te spotkania zajmują szczególne miejsce w moim sercu. To był niezwykle cykl wydarzeń, podczas których Florian stał się miejscem rozmowy, muzyki, sztuki i bardzo pięknej kobiecej energii. Było dużo humoru, wzruszeń i inspirujących historii. Wszystko odbywało się w atmosferze bliskości, a rozmowy często trwały jeszcze długo po zakończeniu oficjalnej części. Te wydarzenia były dla mnie wyjątkowe, bo pokazywały dokładnie to, czym według mnie może być restauracja: nie tylko miejscem gastronomicznym, ale i prawdziwą przestrzenią spotkań. Tam kultura łączyła się z gościnnością, a scena z codziennym życiem. Myślę, że Super Baby miały w sobie coś bardzo autentycznego. Była w nich elegancja, radość, lekkość i serdeczność.

Do dziś wspominam ten czas z ogromnym sentymentem, bo stworzyliśmy wspólnie coś, co naprawdę zostawało w pamięci – zarówno gości, jak i artystów.

Od ponad dwóch dekad współpracuje pani z Klubem Integracji Europejskiej i jest też jego klubowiczką. Jak ta współpraca wpłynęła na panią jako przedsiębiorczynię i co daje pani obecność w środowisku ludzi biznesu i kultury?

Współpraca z KIE przez ponad dwie dekady była dla mnie bardzo ważnym doświadczeniem – zarówno zawodowym, jak i osobistym. To środowisko ludzi aktywnych, ambitnych, twórczych, związanych z biznesem, kulturą i życiem społecznym. Dla przedsiębiorczyny taka przestrzeń jest niezwykle cenna, bo daje możliwość rozmowy, wymiany doświadczeń, inspiracji i budowania relacji opartych na zaufaniu. Bardzo cenię również osobę pani prezesa Barbary Jończyk, która potrafi łączyć ludzi, tworzyć dobrą atmosferę i nadawać tym spotkaniom wyjątkowy charakter. Jej energia, klasa i konsekwencja sprawiają, że KIE jest miejscem, do którego chce się należeć i w którym naprawdę można się rozwijać. Dla mnie obecność w takim środowisku to nie tylko kontakty biznesowe, ale także poczucie wspólnoty. To spotkania z ludźmi, którzy mają pasję, wiedzę i chęć działania. Dzięki temu można spojrzeć szerzej na własną działalność, czerpać inspirację i jednocześnie dzielić się tym, co samemu udało się zbudować.

Ma pani na koncie wiele nagród i wyróżnień. Które z nich mają dla pani największe znaczenie?

Rzeczywiście, przez lata restauracja Florian otrzymała wiele pięknych nagród i wyróżnień. Bardzo ważne są dla mnie 6 Złotych Widelców oraz tytuł Prestiżowej Marki Roku 2026, bo stanowią potwierdzenie jakości, konsekwencji i pracy całego zespołu. Jednak największe osobiste znaczenie ma dla mnie nagroda od m.st. Warszawy, którą otrzymałam w 2023 roku. To wyróżnienie jest szczególne, ponieważ dotyczy nie tylko prowadzenia restauracji, ale także mojej działalności, zaangażowania i wkładu w życie miasta. Ta nagroda, przyznawana przez Radę m.st. Warszawy, ma dla mnie tak duże znaczenie, ponieważ otrzymują ją osoby lub zespoły szczególnie zasłużone dla miasta – ludzie, którzy swoją pracą, działalnością, pasją i zaangażowaniem wnoszą realną wartość w życie stolicy. Odbieram ją nie tylko jako osobiste wyróżnienie, ale także jako docenienie 25 lat pracy.

Każdy biznes ma trudniejsze momenty. Czy był taki czas, który szczególnie wystawił panią na próbę?

Tak, był taki moment – bardzo osobisty i trudny. Przeszłam chorobę onkologiczną, która była dla mnie ogromną



próbą siły charakteru i wiary w siebie. Jednocześnie starałam się, aby nie zakłóciła ona prowadzenia restauracji i codziennego życia Floriana. Pomogła mi przede wszystkim praca nad sobą: wewnętrzna dyscyplina, spokój, pozytywne nastawienie i przekonanie, że trzeba iść dalej. Restauracja była dla mnie nie tylko obowiązkiem, ale też źródłem energii. Kontakt z ludźmi, codzienna praca i poczucie sensu bardzo pomagały mi przetrwać ten czas. Dziś patrzę na to doświadczenie z pokorą. Nauczyło mnie, że siła nie zawsze polega na mierzeniu się z trudnościami, ale na tym, że mimo nich potrafimy nadal tworzyć, pracować i żyć z nadzieją.

Jaką radę dałaby pani kobietom, które marzą o własnym biznesie, ale wciąż się wahają?

Przed wszystkim powiedziałabym: nie bójcie się i bądźcie niezależne. Strach jest naturalny, ale nie powinien zatrzymywać nas przed działaniem. Własny biznes uczy odwagi, odpowiedzialności i niezależności, a to są wartości, które bardzo wzmac-

niają kobietę. Warto brać życie we własne ręce, próbować, uczyć się i nie czekać na idealny moment, bo on często nigdy nie przychodzi. Każda droga zaczyna się od decyzji i pierwszego kroku. Nawet jeśli pojawiają się trudności, to właśnie one budują siłę i doświadczenie. Dla mnie niezależność jest jedną z najważniejszych rzeczy, jakie daje własna praca i własna działalność. Dlatego kobietom, które się wahają, życzyłabym odwagi, wiary w siebie i przekonania, że naprawdę mogą stworzyć coś swojego.

Prowadzenie restauracji wymaga ogromnego zaangażowania. Jak znajduje pani czas na odpoczynek?

Największą przestrzeń na odpoczynek znajduję w domu. To dla mnie miejsce wytchnienia i równowagi. Bardzo ważne jest dla mnie wsparcie męża – jego obecność daje mi spokój, siłę i poczucie bezpieczeństwa. Dużo energii czerpię także z podróży. Zmiana otoczenia pozwala nabrać dystansu, odpocząć, ale też spojrzeć na wiele spraw z nowej perspektywy. ■



Relacja z XXIX Zawodów Wędkarskich Aktorów im. Mariana Łacza

15 czerwca 2026 roku w Białobrzegach Radomskich odbyły się XXIX Zawody Wędkarskie Aktorów im. Mariana Łacza, organizowane przez Agencję Artystyczną „Laura” Laury Łącz. Wydarzenie, które od lat łączy świat kultury, sportu i integracji społecznej, zostało zrealizowane przy wsparciu Samorządu Województwa Mazowieckiego, będącego głównym partnerem przedsięwzięcia.



Aktor Robert Czebotar.

Rafał KORZENIEWSKI

Tegoroczna edycja po raz kolejny potwierdziła, że te zawody to nie tylko sportowa rywalizacja, ale też ważne wydarzenie promujące województwo mazowieckie, aktywizujące lokalną społeczność oraz pielęgnujące tradycje i dorobek kulturowy regionu.

W zawodach uczestniczyło 27 aktorów i piosenkarzy, w tym 10 kobiet, a także 5 zawodników poruszających się na wózkach inwalidzkich, reprezentujących polską kadrę wędkarzy niepełnosprawnych. Obecność sportowców z niepełnosprawnościami nadała wydarzeniu szczególny wymiar integracyjny i była dowodem na to, że pasja do wędkarstwa nie zna żadnych barier.



Aktor Rafał Brzozowski.



Aktorka Laura Łącz, z lewej sędzia Robert Płowiec, z prawej aktor Sebastian Wątroba.



Aktorka Olga Borys



Zwycięzcy zawodów, Izabela Trojanowska, z zarządem KIE: Krzysztofem i Barbarą Jończykami.

Od godzin porannych uczestnicy przybywali na teren łowiska, gdzie czekało na nich śniadanie oraz zaplecze organizacyjne przygotowane we współpracy z Burmistrzem Miasta i Gminy Białobrzegi. O godzinie 10.00 odbyło się losowanie stanowisk oraz rozdanie pakietów startowych. Każdy zawodnik otrzymał niezbędne zanęty, przynęty i akcesoria, a osobom, które nie dysponowały własnym sprzętem, zapewniono wędkę. W przygotowaniach pomagali doświadczeni członkowie lokalnego koła wędkarskiego.

Punktualnie o godzinie 11.00 sędzia główny Robert Płowiec dał sygnał do rozpoczęcia rywalizacji. Przez kolejne cztery godziny uczestnicy walczyli o jak najlepsze wyniki, prezentując zarówno umiejętności wędkarskie, jak i sportowego ducha. Nad prawidłowym przebiegiem zawodów czuwał zespół sędziowski. Po zakończeniu łowienia rozpoczęło się ważenie i mierzenie ryb oraz ustalanie klasyfikacji końcowej. W międzyczasie uczestnicy mogli skorzystać z przygotowanego po-

częstunku i wspólnie spędzić czas w przyjaznej atmosferze.

Kulminacyjnym punktem dnia była ceremonia wręczenia nagród, która odbyła się o godzinie 16.00 w obecności mediów, zaproszonych gości i mieszkańców. W najbardziej eksponowanym miejscu znajdowały się materiały promocyjne Urzędu Marszałkowskiego Województwa Mazowieckiego – głównego partnera wydarzenia. Przez cały dzień teren zawodów odwiedzali dziennikarze i fotoreporterzy, dokumentując przebieg imprezy i promując zarówno zawody, jak i region Mazowsza.

W klasyfikacji głównej zwyciężyła Izabela Trojanowska, drugie miejsce zajęła Eliza Gwiazda, a trzecie Robert Czebotar. Tradycyjnie przyznano również nagrody w kategorii zawodników niepełnosprawnych, w której najlepszy był Eugeniusz Błaszczak. Szczególnym wyróżnieniem był ufundowany przez mistrza wędkarstwa Edmunda Gutkiewicza tradycyjny puchar wykonany ze spławików, od lat będący symbolem zawodów.

Organizatorka wydarzenia, Laura Łącz podkreśliła, że głównym celem przedsięwzięcia jest integracja środowisk, promocja aktywnego wypoczynku oraz budowanie pozytywnego wizerunku Mazowsza. Dzięki zaangażowaniu partnerów i sponsorów cel ten został w pełni osiągnięty.

Szczególne podziękowania skierowała do Samorządu Województwa Mazowieckiego, którego wsparcie umożliwiło realizację wydarzenia i szeroką promocję regionu. Podziękowania należą się również Burmistrzowi Miasta i Gminy Białobrzegi Adamowi Bolkowi za współpracę organizacyjną oraz Stefanowi Gruszcze, właścicielowi hoteli Korte i Rubin, za życzliwość i wsparcie przedsięwzięcia.

XXIX Zawody Wędkarskie Aktorów im. Mariana Łąca po raz kolejny udowodniły, że sport, kultura i integracja społeczna mogą tworzyć wyjątkowe wydarzenie, które od blisko trzech dekad wpisuje się w kalendarz najciekawszych inicjatyw promujących Mazowsze. ■



Zawodnicy z Kadry Polski Wędkarzy Niepełnosprawnych.



Puchary zaprojektowane przez firmę KOGATA.

Nadzieja po wypadku

Wypadek drogowy potrafi w jednej chwili zmienić całe życie – nie tylko osoby poszkodowanej, ale także jej bliskich. W obliczu nagłej niepełnosprawności pojawiają się lęk, bezradność i pytania o przyszłość. Właśnie w takich momentach ogromną rolę odgrywają organizacje niosące realne wsparcie. Jedną z nich jest Fundacja „Nadzieja” Osób Poszkodowanych w Wypadkach Drogowych, która od lat pomaga wrócić do sprawności fizycznej i równowagi psychicznej. O jej działalności, wyzwaniach i misji rozmawiamy z Prezes Zarządu, Aleksandrą Kieres.

ROZMAWIA BARBARA JONCZYK

Co było impulsem do założenia Fundacji „Nadzieja”?

Fundacja „Nadzieja” nie powstała z urzędowego projektu ani z analizy statystyk. Jej początkiem była konkretna ludzka tragedia. Rodzice siedemnastoletniej uczennicy, która zginęła przed maturą jako pasażerka samochodu, poprosili mnie o pomoc. Dziewczyna nie prowadziła auta i nie zawiniła. Znalazła się na drodze kogoś, kto jechał zbyt szybko. Ten impuls miał dla mnie osobisty wymiar. Byłam wtedy nauczycielką matematyki i prowadziłam salon sukien ślubnych. W naszym regionie młode dziewczęta, które zmarły przed ślubem, chowano w białej sukni i welonie. Do salonu przychodzili więc także rodzice kupujący suknie na pogrzeb córki. Czasem dotyczyło to moich uczennic. Początkowo pomagałam rozmową, wsparciem merytorycznym, rezygnacją z części należności i wskazywaniem pierwszych kroków po tragedii. Z czasem zrozumiałam, że doraźna pomoc nie wystarczy. Tak narodziła się Fundacja „Nadzieja”, która od 22 lat działa na rzecz osób poszkodowanych w wypadkach komunikacyjnych, w tym od 21 lat jako organizacja pożytku publicznego.

Z jakimi największymi wyzwaniami mierzą się osoby poszkodowane w wypadkach drogowych zaraz po zdarzeniu?

Największym wyzwaniem jest chaos. Poszkodowany i jego bliscy trafiają nagle do świata szpitali, diagnoz, operacji, rehabilitacji, dokumentów, ubezpieczeń i pytań prawnych. Często nie wiedzą, gdzie pójść i jakie mają prawa. W jednej chwili osoba aktywna może stać się zależna od innych, a rodzina – zanim upora się z szokiem – musi organizować leczenie, rehabilitację, sprzęt, transport i pieniądze. Wypadek nie kończy się w dniu zdarzenia. On wtedy dopiero zaczyna zmieniać całe życie. Koszty wypadków są nie tylko



zdrowotne, ale też społeczne i ekonomiczne. Dotykają rodzin, ochrony zdrowia, pomocy społecznej, rynku pracy i lokalnych społeczności.

W jaki sposób Fundacja wspiera swoich podopiecznych na różnych etapach?

Naszym statutowym celem jest działanie na rzecz osób poszkodowanych w wypadkach drogowych i ich rodzin: wspieranie leczenia, regeneracji sił, wypoczynku oraz organizowanie pomocy prawnej, psychologicznej i rzeczowej. W praktyce oznacza to dofinansowanie operacji, zabiegów, rehabilitacji, zakupu leków czy sprzętu medycznego i ortopedycznego, konsultacji specjalistycznych, terapii, psychoterapii, a także organizacja wózków, chodzików, materacy, opatrunków czy napraw sprzętu. Najpierw pomagamy w tym, co najpilniejsze. Później

przychodzi etap odbudowania codziennego życia: specjalistyczny transport, dostosowanie mieszkania, pomoc w edukacji, przygotowanie sprzętu komputerowego, poradnictwo psychologiczne albo wsparcie społeczno-prawne.

Jak ważne w procesie rehabilitacji są pomoc psychologiczna i wsparcie emocjonalne?

Nie da się mówić o rehabilitacji bez poruszania kwestii psychiki. Wypadek odbiera nie tylko sprawność, ale też poczucie bezpieczeństwa, niezależność, pracę i plany, wpływa na obraz samego siebie. Rehabilitacja wymaga cierpliwości: codziennych ćwiczeń, znoszenia bólu i mierzenia się z porażkami. Takiego wsparcia potrzebuje także rodzina, która często sama jest w traumie, a jednocześnie musi wejść w rolę opiekuna i stać się organizatorem leczenia.

Jaka historia podopiecznego szczególnie zapadła pani w pamięć?

Pamiętam dziewczynę, która na pierwszy turnus przyjechała w stanie pozwalającym jej poruszać jedynie prawą ręką. Po czterech pobytach mogła już wchodzić po schodach. To nie jest opowieść o cudzie, ale o konsekwencji: rehabilitacji, wsparciu, spotkaniu z innymi osobami w podobnej sytuacji i odzyskiwaniu wiary, że postępek jest możliwy. Turnusy wypoczynkowo-rehabilitacyjne łączyły leczenie, integrację, rozmowę, odpoczynek i odbudowywanie poczucia, że człowiek nie jest sam.

Jak wygląda współpraca Fundacji z instytucjami publicznymi, służbą zdrowia czy innymi organizacjami?

Współpraca jest konieczna, bo skutków wypadków drogowych nie da się rozwiązać w pojedynkę. Działamy na styku ochrony zdrowia, rehabilitacji, pomocy społecznej, edukacji, prawa, prewencji i bezpieczeństwa ruchu drogowego. Najpełniej widać to w Ogólnopolskim Programie „Bądź bezpieczny na drodze”, który powołaliśmy w 2018 roku. Jego misją jest integracja środowisk zawodowych, społecznych, eksperckich i obywatelskich wokół bezpieczeństwa drogowego. Podsumowanie rocznej pracy odbywa się podczas cyklicznych ogólnopolskich konwentów „Współpraca międzysektorowa i innowacje na rzecz bezpieczeństwa drogowego”. Do tej pory odbyło się siedem edycji.

Jakie działania prewencyjne prowadzi Fundacja, aby zmniejszyć liczbę wypadków drogowych?

Z czasem zrozumieliśmy, że samo leczenie skutków nie wystarczy. Trzeba zapobiegać. Wypadki komunikacyjne pozostają jedną z najważniejszych przyczyn przedwczesnych zgonów młodych dorosłych w Polsce. Szczególnie dotyczy to mężczyzn. Wskazywane jako pierwsza przyczyna śmierci ludzi młodych, dlatego profilaktyka ma tu szczególne znaczenie. Program „Bądź bezpieczny na drodze” wyrósł z doświadczenia pracy z ofiarami wypadków. Nie skupiamy się jedynie na kampaniach informacyjnych, ale przede wszystkim na tworzeniu przestrzeni współpracy. Organizujemy konwenty, konferencje, konsultacje społeczne, promujemy dobre praktyki i łączymy różne środowiska zaangażowane w bezpieczeństwo drogowe. Ono nie zależy wyłącznie od nakładanych kar. Ważne są też edukacja, infrastruktura, prawo, innowacje i zmiana codziennych postaw uczestników ruchu.

Czy świadomość społeczna dotycząca bezpieczeństwa na drogach w Polsce się poprawia?

Tak, ale nadal wymaga pracy. W porównaniu z 2018 rokiem, w 2025 roku



odnotowano w Polsce o 10 749 mniej wypadków, o 1 202 mniej ofiar śmiertelnych oraz o 12 769 mniej osób rannych. Oznacza to spadek liczby wypadków o 33,94 proc., liczby ofiar śmiertelnych o 42 proc. oraz liczby rannych o 34,18 proc. Te dane pokazują, że konsekwentne działania publiczne, społeczne, eksperckie i edukacyjne mają realne znaczenie. Potwierdza to także międzynarodowa nagroda PIN Award 2023 przyznana Polsce przez Europejską Radę Bezpieczeństwa Transportu. Jednocześnie nie możemy uznać, że problem został rozwiązany. Najtrudniej zmienić codzienne przyzwolenie na przekraczanie prędkości, jazdę na zderzaku, wymuszanie pierwszeństwa, agresję drogową czy lekceważenie pieszych i pasażerów.

Jakie są największe bariery, z którymi muszą mierzyć się osoby z niepełnosprawnością w codziennym życiu?

Osoby z niepełnosprawnością po wypadkach mierzą się nie tylko z własnym ciałem. Bariery są schody, brak windy, niedostosowane mieszkanie, brak transportu, koszty rehabilitacji, odległość od specjalistów, ograniczony dostęp do pracy, edukacji i kultury. Bariery bywa także samotność. Dzieci często mają rodzinę, która przejmie walkę o ich leczenie. Dorosły człowiek, zwłaszcza samotny, może nie mieć nikogo. Wtedy szczególnie widać, że pomoc po wypadku nie jest wyłącznie sprawą medyczną – to kwestia społeczna.

W jaki sposób można wesprzeć działalność Fundacji – zarówno jako osoba prywatna, jak i firma?

Osoba prywatna może przekazać 1,5 proc. podatku, darowiznę na cele statutowe albo wpłatę na konkretnego podopiecznego. Może też pomóc jako wolontariusz, udostępnić apel, wesprzeć zbiórkę albo przekazać swoją wiedzę. Firmy mogą wspierać nas finansowo, organizacyjnie, ekspercko i partnersko – zwłaszcza w obszarze prewencji, edukacji drogowej, kampanii społecznych oraz pomocy konkretnym podopiecznym.

Jakie są najważniejsze cele i plany Fundacji na najbliższe lata?

Nasze cele można streścić w dwóch słowach: pomoc i prewencja. Chcemy nadal wspierać osoby poszkodowane w leczeniu, rehabilitacji, zakupie sprzętu, powrocie do samodzielności i przeciwdziałaniu wykluczeniu społecznemu. Chcemy też ograniczać liczbę kolejnych tragedii. Dlatego ważne są działania edukacyjne, kampanie społeczne, współpraca międzysektorowa, rekomendacje systemowe i budowanie kultury odpowiedzialności na drodze.

Co chciałaby pani przekazać osobom, które właśnie doświadczyły wypadku i czeka je trudny proces powrotu do normalności?

Przede wszystkim: nie musicie od razu wiedzieć wszystkiego i nie musicie przechodzić przez to sami. Strach, złość, bezradność i poczucie rozpadu życia są naturalne. Po wypadku trzeba szukać pomocy: medycznej, rehabilitacyjnej, psychologicznej, prawnej, finansowej i ludzkiej. Prośbienie o wsparcie nie jest słabością. Jest pierwszym krokiem do odzyskiwania wpływu na własne życie. W rehabilitacji liczą się małe kroki: pierwszy ruch, pierwsze ćwiczenie, pierwsze wyjście z domu, pierwsza rozmowa, pierwszy dzień bez całkowitej rezygnacji. Po wypadku nie chodzi tylko o to, by przeżyć. Celem jest stopniowy powrót do życia – na tyle samodzielnego, aktywnego i godnego, na ile to możliwe. ■

dr Aleksandra Kieres

Matematyczka i ekonomistka, autorka licznych artykułów i publikacji naukowych z zakresu ekonomii, przedsiębiorczyni, prezes Fundacji „Nadzieja” Osób Poszkodowanych w Wypadkach Drogowych OPP, laureatka wielu nagród lokalnych i ogólnopolskich, odznaczeń państwowych oraz licznych tytułów honorowych. Jej działalność stanowi przykład praktycznego wdrażania dorobku naukowego i łączenia wyników badań z ich zastosowaniem w rzeczywistości społecznej.

W 2022 roku Fundacja „Nadzieja” została laureatką nagrody „Partner Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego 2022” w kategorii „Organizacja pozarządowa roku”, przyznanej z nominacji Krajowej Rady Bezpieczeństwa Ruchu Drogowego. W roku 2024 Aleksandra Kieres odebrała w Pałacu Prezydenckim dyplom uznania za zasługi w ramach programu „Bądź bezpieczny na drodze”, a w 2025 roku otrzymała odznaczenie państwowe „Zasłużony dla Transportu Rzeczypospolitej Polskiej”.

www.fundacjanadzieja.com

Dziecko potrzebuje ludzi, którzy zobaczą w nim coś więcej niż chorobę

Rozmawiamy z Małgorzatą Nowotnik, prezes Fundacji Zdrowia i Kultury „Kochaj Życie”, o wsparciu dzieci i młodzieży, sile pasji, historii Tobiasza oraz o tym, dlaczego w pomaganiu najważniejsza jest obecność drugiego człowieka.

ROZMAWIA

MAŁGORZATA PUCZYŁOWSKA

Fundacja „Kochaj Życie” rozwija teraz projekty skierowane do dzieci i młodzieży. Coraz częściej pojawia się w nich temat wsparcia psychologicznego, warsztatów i integracji. Dlaczego właśnie ten kierunek stał się dla państwa ważny?

Od dawna widzimy, że młodzi ludzie coraz częściej zostają sami ze swoimi emocjami. To nie dotyczy tylko dzieci chorych czy z niepełnosprawnościami, ale też tych, które z różnych powodów czują się inne, wycofane, niepewne siebie albo po prostu zagubione. Świat dzieci bardzo się zmienił. Jest dużo presji, porównań, życia w telefonie i komputerze, a mniej prawdziwych rozmów i bezpośrednich relacji. Młodzi ludzie często nie wiedzą, jak mówić o tym, co przeżywają. Wstydzą się poprosić o pomoc albo boją się, że zostaną ocenieni. Dlatego coraz wyraźniej widzimy, że pomoc nie może kończyć się na wsparciu finansowym, medycznym czy rehabilitacyjnym. To oczywiście nadal jest bardzo ważne, ale dziecko potrzebuje też poczucia bezpieczeństwa, rozmowy i ludzi, którzy pomogą mu odbudować wiarę w siebie. Chcemy tworzyć przestrzeń, w której młodzi ludzie będą mogli swobodnie powiedzieć, że jest im trudno. Bez wstydu, oceniania czy udawania, że wszystko jest dobrze. Planujemy warsztaty psychologiczne, spotkania motywacyjne, zajęcia integracyjne i rozwojowe oraz konsultacje ze specjalistami. Najważniejsze jest dla nas to, żeby młody człowiek usłyszał: nie jesteś sam, to, co czujesz, ma znaczenie, i można poprosić o pomoc.

Czy te działania chcecie państwo łączyć także ze sportem i rozwijaniem pasji?

W naszej pracy bardzo często widzimy, że pasja potrafi być czymś więcej niż tylko zainteresowaniem. Dla dziecka, które mierzy się z chorobą, niepełnosprawnością lub trudnymi doświadczeniami, może stać się źródłem siły, motywacji i poczucia sprawczości. Sport ma w tym ogromne znaczenie. Uczy cierpli-



Małgorzata Nowotnik z podopiecznym Tobiaszem Głowczykiem, który mimo niepełnosprawności znalazł się w mistrzowskiej grupie tenisa stołowego

wości, systematyczności i wiary w siebie. Pokazuje młodemu człowiekowi, że nawet jeśli pewne rzeczy są trudniejsze, nadal można się rozwijać, robić postępy i mieć swoje marzenia. Dlatego chcemy wspierać dzieci nie tylko w leczeniu czy rehabilitacji, ale także w tym, co daje im radość i poczucie sensu. Czasem właśnie pasja pomaga dziecku przestać patrzeć na siebie wyłącznie przez pryzmat choroby czy ograniczeń. Dobrym przykładem jest historia Tobiasza Głowczyka, jednego z naszych podopiecznych. To chłopiec, który przeszedł bardzo wiele, a mimo to nie stracił energii, ambicji i chęci do działania. Jego historia pokazuje, jak wiele może się zmienić, kiedy dziecko dostanie nie tylko pomoc, ale też wiarę w swoje możliwości. **Co w historii Tobiasza najbardziej panią porusza?**

Tobiasz od urodzenia zmagają się z poważnymi problemami ortopedycznymi. Ma za sobą wiele operacji, rehabilitacji i trudnych momentów, które dla dziecka mogą być ogromnym obciążeniem – nie tylko fizycznym, ale też psychicznym. A mimo to od najmłodszych lat było w nim coś niezwykłego: energia, upór

i ogromna chęć działania. Sport pojawił się w jego życiu trochę przypadkiem. Rodzice szukali aktywności, która będzie dla niego bezpieczna, bo lekarze odradzali duże przeciążenia i skakanie. W domu stanął więc stół do tenisa stołowego – i od tego wszystko się zaczęło. Na początku tenis miał być formą rehabilitacji i zabawy. Szybko okazało się jednak, że Tobiasz nie tylko bardzo to lubi, ale ma też talent i niezwykłą determinację. Najbardziej porusza mnie jego konsekwencja. Po trudnych zaciągach wracał do treningów szybciej, niż ktokolwiek się spodziewał. Nie dlatego, że było mu łatwo, ale dlatego, że miał cel. Dzisiaj bierze udział w turniejach krajowych i międzynarodowych, zdobywa medale i rozwija się pod opieką bardzo dobrych trenerów. To oczywiście ogromny sukces. Ale dla mnie najważniejsze jest coś innego: sport dał mu pewność siebie, poczucie sprawczości i wiarę, że może rozwijać swoje marzenia mimo trudności. Historia Tobiasza bardzo dobrze pokazuje, jak wielkie znaczenie ma mądre wsparcie. Dziecko potrzebuje leczenia i rehabilitacji, ale potrzebuje też ludzi, którzy zobaczą w nim coś więcej niż chorobę. Ludzi,

którzy uwierzą w jego możliwości, zanim ono samo w pełni w nie uwierzy.

Czy wsparcie fundacji polega tylko na pomocy finansowej?

Pieniądże są bardzo ważne, bo bez nich wiele terapii, zabiegów czy turnusów rehabilitacyjnych byłoby po prostu poza zasięgiem rodzin. Ale pomoc nie kończy się na zbiórce. Bardzo często rodziny potrzebują także rozmowy, pokierowania i poczucia, że ktoś jest obok. Staramy się wspierać naszych podopiecznych i ich bliskich organizacyjnie, psychicznie i po ludzku. Rozmawiamy z rodzicami, pomagamy w kontaktach z lekarzami, wspieramy w organizowaniu zbiórek i szukaniu możliwych form pomocy. Rodzice dzieci chorych i z niepełnosprawnościami często są bardzo zmęczeni. Żyją w ciągłym napięciu, między diagnozami, rehabilitacją, kosztami i codziennym lękiem o przyszłość dziecka. W takiej sytuacji ogromne znaczenie ma świadomość, że nie trzeba wszystkiego dźwigać samemu. Dlatego tak ważne jest dla nas budowanie relacji i wspólnoty wokół fundacji. Chcemy, żeby nasi podopieczni i ich rodziny czuli, że są częścią miejsca, do którego mogą wrócić nie tylko po wsparcie finansowe, ale też po zrozumienie, rozmowę i obecność.

Jednym z nowych projektów fundacji jest portal crowdfundingowy „Zbieraczka”.

„Zbieraczka” powstała po to, żeby ułatwić rodzinom organizowanie pomocy w najtrudniejszych momentach. Kiedy dziecko choruje albo potrzebuje długiej rehabilitacji, rodzice często muszą równocześnie mierzyć się z diagnozą, leczeniem, kosztami i formalnościami. To bardzo dużo jak na jedną rodzinę. Dlatego stworzyliśmy platformę, która pomaga prowadzić zbiórki w prosty i przejrzysty sposób. Za jej pośrednictwem można zbierać środki na leczenie, rehabilitację, sprzęt medyczny, terapię czy codzienne funkcjonowanie osób w trudnej sytuacji zdrowotnej i życiowej. Chcemy, aby rodziny mogły skupić się na tym, co najważniejsze — na zdrowiu i bezpieczeństwie swoich bliskich. A jednocześnie by osoby, które chcą pomagać, mogły łatwo znaleźć konkretne historie i realnie wesprzeć tych, którzy tego potrzebują.

Fundacja „Kochaj Życie” działa od wielu lat. Ale pani potrzeba pomagania zaczęła się chyba dużo wcześniej?

Tak, pomaganie było obecne w moim życiu właściwie od zawsze. Przez wiele lat razem z mężem pracowaliśmy w PLL LOT — mąż był pilotem, a ja stewardessą. To były zupełnie inne czasy. W Polsce brakowało wielu leków, sprzętu i podstawowych środków medycznych. Bardzo często przed lotem podchodzili do nas ludzie z receptami i prosili, żeby przywieźć im leki z zagranicy. Pamiętam rodziców cho-

rych dzieci, osoby starsze, ludzi naprawdę zdesperowanych. Czasem od tego zależało leczenie, ulga w bólu albo po prostu nadzieja. Zdarzało się, że po przylocie, zamiast odpoczywać, szliśmy do aptek. Człowiek wtedy nie kalkulował, czy ma czas albo siłę. Myślał tylko o tym, że gdzieś ktoś czeka na te leki. Te doświadczenia zostały ze mną na całe życie. Pokazały mi, że pomaganie nie zawsze zaczyna się od wielkich akcji czy dużych pieniędzy. Czasem zaczyna się od zwykłej ludzkiej reakcji: ktoś prosi o pomoc, a ty po prostu nie potrafisz przejść obojętnie.



Tobiasz Głowczyk podczas treningu

A kiedy zrodził się pomysł, żeby z tej potrzeby pomagania stworzyć fundację?

Kiedy przeszłam na emeryturę, wiedziałam, że nie chcę po prostu się zatrzymać. Przez całe życie byłam wśród ludzi, w ruchu, w działaniu. Kontakt z drugim człowiekiem zawsze był dla mnie bardzo ważny i trudno mi było wyobrazić sobie spokojne, bierne życie. To mój mąż pierwszy powiedział: „Ty powinnaś założyć fundację”. Uważał, że pomaganie mam po prostu we krwi i że właśnie w tym najlepiej się odnajdę. Tak powstała Fundacja Zdrowia i Kultury „Kochaj Życie”. Na początku pomagaliśmy głównie osobom związanym z lotnictwem, bo to było nasze naturalne środowisko. Ale bardzo szybko zaczęły zgłaszać się kolejne rodziny, także spoza tego kręgu. Z czasem fundacja zaczęła wspierać dzieci po ciężkich operacjach, osoby z niepełnosprawnościami, pacjentów wymagających rehabilitacji i ludzi, którzy znaleźli się w bardzo trudnej sytuacji życiowej. To rozwijało się naturalnie — od jednej historii, jednej prośby, jednej rodziny do kolejnych osób, którym mogliśmy pomóc.

Fundacja angażuje się też w wydarzenia społeczne i integracyjne.

Choroba bardzo często izoluje dziecko, ale też całą rodzinę. Nagle codzienność zaczyna kręcić się wokół lekarzy, rehabilitacji, badań, kosztów i kolejnych decyzji. Łatwo stracić kontakt z innymi ludźmi i poczucie normalności. Dlatego zależy nam, żeby pomoc nie kończyła się na leczeniu. Organizujemy koncerty charytatywne, spotkania, wydarzenia sportowe i warsztaty, bo chcemy, żeby nasi podopieczni mogli choć na chwilę wyjść z roli pacjenta, spotkać innych, poczuć się czę-



Kapitan Tadeusz Wrona z podopiecznym Piotrusiem

ścią wspólnoty, uśmiechnąć się, porozmawiać, przeżyć coś dobrego. Bardzo ważna jest dla nas także profilaktyka i zdrowy styl życia. Staramy się przypominać, że zdrowie to także ruch, dobre nawyki, relacje, odpoczynek i dbanie o psychikę. Dla nas te działania są częścią tej samej misji: pomagać ludziom nie tylko przetrwać trudny czas, ale też odzyskać poczucie, że życie nadal może mieć sens.

Po tylu latach pomagania nadal ma pani siłę do działania?

Tak, bo tę siłę dają mi ludzie. Ich historie, ich odwaga, ich codzienna walka. Kiedy widzę dziecko, które po trudnym leczeniu zaczyna się uśmiechać, wraca do pasji albo po prostu odzyskuje wiarę w siebie, wiem, że to wszystko ma sens. W pomaganiu najważniejsze jest to, żeby być przy człowieku wtedy, kiedy naprawdę tego potrzebuje. Czasem wystarczy jedna rozmowa czy zbiórka, żeby ktoś poczuł, że nie jest sam. Pomaganie nie zawsze zmienia cały świat. Ale bardzo często zmienia świat jednej osoby. A dla mnie to jest wystarczający powód, żeby działać dalej. ■



tel.: +48 728 836 200
e-mail: biuro@mgspolska.pl
www.mgspolska.pl

Szanowni Państwo, Drodzy Goście, Klienci i Przyjaciele,

Mam ogromną przyjemność powitać Was w imieniu MGS Polska – firmy, która już od 25 lat z pasją i zaangażowaniem zmienia przestrzeń wokół domów w piękne, funkcjonalne i przyjazne miejsca.

Nasza codzienność to sprzedaż i układanie kostki brukowej, projektowanie oraz urządzenie ogrodów, a także budowa i stawianie ogrodzeń. Ale to, co robimy, to zdecydowanie więcej niż tylko praca. Dla nas to pasja, sposób na życie i prawdziwa radość z tworzenia czegoś trwałego i estetycznego.

W ciągu tych wszystkich lat mieliśmy zaszczyt pracować z setkami zadowolonych klientów. I nie boimy się użyć słowa „przyjaźń” – bo z wieloma z nich łączy nas coś więcej niż tylko współpraca. Wspólnie budujemy nie tylko ogrody i podjazdy, ale także relacje oparte na zaufaniu i wzajemnej pomocy.

Doradzamy, słuchamy, wspólnie szukamy najlepszych rozwiązań. Zawsze zależy nam na tym, by każdy klient był w pełni zadowolony – bo wierzymy, że piękna przestrzeń wokół domu ma ogromny wpływ na jakość codziennego życia.

Rozwijamy się, inwestujemy w nowoczesne rozwiązania, szkolimy się, by być coraz lepsi. Ale, co najważniejsze – nie tracimy serca do tego, co robimy. Bo nic nie cieszy nas bardziej niż widok uśmiechu klienta, który patrzy na swój nowy ogród, podjazd czy ogrodzenie z dumą i radością.

Dziękujemy, że jesteście z nami – i zapraszamy wszystkich, którzy marzą o pięknym otoczeniu swojego domu, do współpracy. Razem możemy stworzyć coś naprawdę wyjątkowego.

Z pasją, sercem i doświadczeniem – dla Was. Dziękuję!

Maria Grażyna Skrzyszewska
tel.: + 48 730 280 160





ARTYKUŁY IMPREZOWE

Szukasz przepisu na świetną zabawę?

Rozwiązanie jest proste – impreza tematyczna!

Dekoracje, artykuły imprezowe, przebrania urodzinowe, stroje karnawałowe...

Dla dzieci i dorosłych!

Odwiedź w Warszawie nasz sklep Aster Li i przekonaj się, ile radości i frajdy może sprawić Ci organizacja przebieranego przyjęcia!



KONTAKT: HURTOWNIA I SKLEP FIRMOWY

ul. Betzy 4, 02-495 Warszawa, tel.: 508 208 393, 797 500 428, www.aster-bal.com.pl

Weź udział w projektach Europejskiego Forum Przedsiębiorczości

Twarze Biznesu POLSKIEJ GOSPODARKI



Projekt „Twarze Biznesu Polskiej Gospodarki” stał się jedną z nielicznych inicjatyw w Polsce, która łączy prezentację historii sukcesu przedsiębiorców z merytoryczną debatą o wyzwaniach gospodarczych. Skierowane do branży turystycznej Perły EuroTurystyki wyróżniają z kolei wyjątkowe obiekty spełniające najwyższe standardy. O idei projektów rozmawiamy z Barbarą Jończyk, Prezes Europejskiego Forum Przedsiębiorczości oraz Redaktor Naczelną magazynu „przedsiębiorcy@eu”.

Za każdą firmą stoi człowiek. To jego historię chcemy opowiedzieć

To już VIII edycja projektu „Twarze Biznesu Polskiej Gospodarki”. Czy pamięta pani, od czego wszystko się zaczęło?

Pamiętam doskonale. Od początku przyświecała nam jedna idea – pokazać ludzi stojących za sukcesem polskich firm. Bardzo często mówi się o przedsiębiorstwach, wynikach finansowych czy inwestycjach, a znacznie rzadziej o przedsiębiorcach, którzy każdego dnia podejmują trudne decyzje, tworzą miejsca pracy i mają realny wpływ na rozwój naszej gospodarki. Właśnie dlatego powstał projekt Twarze Biznesu Polskiej Gospodarki. Chcieliśmy stworzyć przestrzeń, w której przedsiębiorcy zostaną docenieni nie tylko za wyniki biznesowe, ale również za odwagę, odpowiedzialność i konsekwencję w budowaniu swoich firm.

W Polsce organizowanych jest wiele konkursów gospodarczych. Co wyróżnia ten projekt?

Przede wszystkim jego idea. My nie oceniamy przedsiębiorców wyłącznie przez pryzmat liczb czy wielkości firmy. Interesuje nas człowiek – jego historia, wartości i droga do sukcesu. To projekt promujący polskich przedsiębiorców oraz

ich osiągnięcia. Każdy Laureat otrzymuje możliwość profesjonalnej prezentacji swojej historii biznesowej w specjalnym wydaniu magazynu. Budujemy markę osobistą przedsiębiorcy, ponieważ wierzymy, że to właśnie ludzie są największym kapitałem każdej firmy. Takich projektów w Polsce jest niewiele i być może właśnie dlatego od ośmiu lat cieszymy się tak dużym zainteresowaniem.

W tym czasie udało się zgromadzić wokół projektu wielu znakomitych partnerów i ekspertów.

To dla nas ogromna satysfakcja. Od początku zależało nam, aby Gala Finałowa była nie tylko uroczystością wręczenia wyróżnień, ale również miejscem wartościowej debaty o przyszłości polskiej gospodarki. W poprzednich edycjach w panelach eksperckich uczestniczyli przedstawiciele największych instytucji finansowych i gospodarczych, m.in. BNP Paribas Bank Polska, BIG InfoMonitor, Banku Spółdzielczego w Ostrowi Mazowieckiej, Krajowej Izby Gospodarczej, Narodowego Centrum Badań i Rozwoju oraz Rzecznika Małych i Średnich Przedsiębiorców. Rozmawialiśmy o finansowaniu przedsiębiorstw, wiarygodności płatniczej, innowacjach, funduszach europejskich, bezpieczeństwie prowadzenia biznesu oraz wyzwaniach stojących przed polskimi przedsiębiorcami. Jestem prze-

konana, że również podczas VIII edycji zaproszeni eksperci podzielą się wiedzą i doświadczeniem, które będą cenną inspiracją dla uczestników wydarzenia.

Co czeka uczestników VIII edycji?

Przede wszystkim możliwość zaprezentowania firmy i własnej historii w specjalnym wydaniu magazynu „Twarze Biznesu Polskiej Gospodarki”. Laureaci wezmą również udział w uroczystej Gali Finałowej, podczas której wręczymy certyfikaty oraz prestiżowe wyróżnienia i statuetki, w tym „Lider Przedsiębiorczości”, „Filary Polskiego Biznesu” oraz nagrody specjalne „EuroSukces”. Nieodłącznym elementem wydarzenia jest panel dyskusyjny z udziałem zaproszonych przedstawicieli świata biznesu i instytucji wspierających przedsiębiorczość oraz uroczysty bankiet, który sprzyja nawiązywaniu nowych relacji biznesowych.

Dlaczego przedsiębiorca powinien dziś inwestować również w swoją markę osobistą?

Ponieważ ludzie chcą robić biznes z ludźmi. Można mieć doskonały produkt, świetną usługę i nowoczesną firmę, ale to przedsiębiorca buduje zaufanie. Marka osobista właściciela bardzo często staje się wizytówką całego przedsiębiorstwa. Dlatego zależy nam, aby pokazywać nie tylko firmy, ale przede wszystkim ludzi, którzy za nimi stoją. ■

Zapraszam do udziału w VIII edycji projektu **Twarze Biznesu Polskiej Gospodarki**. Jeżeli z pasją rozwijają Państwo swoją firmę, tworzą miejsca pracy, inwestują w rozwój i wierzą, że przedsiębiorczość ma znaczenie dla przyszłości naszego kraju, to ten projekt jest właśnie dla Państwa. Od ośmiu lat pokazujemy ludzi, którzy zmieniają polską gospodarkę. Być może w tym roku opowiemy również Państwa historię.

III edycja projektu



PERŁY EUROTURYSTYKI

2026

Dziś nie wystarczy piękny hotel. Trzeba stworzyć miejsce, do którego goście chcą wracać

Jak narodził się pomysł na projekt Perły EuroTurystyki?

Z przekonania, że Polska ma ogromny potencjał turystyczny, który wciąż nie jest w pełni wykorzystywany. Mamy wyjątkowe hotele, uzdrowiska, obiekty SPA, gospodarstwa agroturystyczne, restauracje i miejsca tworzone z ogromną pasją. Bardzo często są to prawdziwe perełki, o których wiedzą jedynie ich stali goście. W 2012 roku postanowiliśmy stworzyć projekt, który będzie promował właśnie takie miejsca. Chcieliśmy pokazywać obiekty wyróżniające się nie tylko wysokim standardem usług, ale przede wszystkim jakością, autentycznością i umiejętnością wykorzystania walorów regionu. Projekt powstał z myślą o promocji Polski jako kraju atrakcyjnego turystycznie – zarówno dla gości rodzimych, jak i z zagranicy.

Czym Perły EuroTurystyki różnią się od innych konkursów?

Przede wszystkim rzetelnością oceny. Nie przyznajemy nagród wyłącznie na podstawie formularza zgłoszeniowego czy zdjęć przesłanych przez uczestników. Każdy obiekt przechodzi kilkietapową weryfikację. Najpierw analizujemy prezentację i informacje przekazane przez właściciela. Następnie odbywa się audyt przeprowadzony na miejscu przez członka komisji, który odwiedza obiekt jako gość. Sprawdza zgodność przedstawionej oferty z rzeczywistością i przygotowuje szczegółowy raport ze swojej wizyty. Dopiero na podstawie tego raportu Kapituła podejmuje decyzję o przyznaniu nominacji i nagrody. To sprawia, że Perły EuroTurystyki są przede wszystkim rekomendacją jakości.

Jakie kryteria decydują o przyznaniu Perły EuroTurystyki?

Interesuje nas całość doświadczenia gościa. Oceniamy standard usług, architekturę, estetykę wnętrz, jakość obsługi, zaplecze rekreacyjne, dostępność dla osób z niepełnosprawnościami, działania proekologiczne, wykorzystanie potencjału regionu oraz innowacyjność oferty. Szukamy miejsc, które nie tylko zapewniają komfortowy wypoczynek, ale tworzą emocje i pozostawiają po sobie wspomnienia. To właśnie takie obiekty budują markę polskiej turystyki.

Projekt skierowany jest nie tylko do hoteli.

Zapraszamy też obiekty SPA i wellness, ośrodki medycyny uzdrowiskowej, pensjonaty, obiekty agroturystyczne, restauracje, parki rozrywki oraz wszystkie miejsca, które tworzą atrakcyjną ofertę turystyczną Polski. Niezależnie od wielkości obiektu liczy się jakość, pomysł i konsekwencja w budowaniu wyjątkowego miejsca.

Co zyskuje Laureat?

Laureat może posługiwać się znakiem Perły EuroTurystyki w swojej komunikacji marketingowej, otrzymuje szeroką promocję na portalach internetowych organizatora oraz w mediach społecznościowych. Przygotowujemy również dwustronnicową prezentację nagrodzonego obiektu w poświęconej polskiej turystyce drukowanej wersji magazynu, który trafia do ogólnopolskiej sieci sprzedaży oraz do uczestników wydarzeń organizowanych przez Europejskie Forum Przedsiębiorczości. Informacje o laureatach i ich ofercie wysyłamy drogą mailową do naszej bazy kontaktów, obejmującej przedsiębiorców i partnerów biznesowych z całej Polski. Naszym celem jest nie tylko wyróżnienie obiektu, ale realne wsparcie jego promocji.

Dołącz do grona obiektów, które wspólnie budują markę polskiej turystyki

Polska turystyka rozwija się bardzo dynamicznie. Coraz częściej konkurujemy nie tylko między sobą, ale także z najlepszymi europejskimi destynacjami. Dlatego warto pokazywać miejsca, które wyróżniają się jakością, gościnnością i profesjonalizmem. Jeżeli stworzyli Państwo obiekt, z którego są dumni, serdecznie zapraszamy do udziału w projekcie Perły EuroTurystyki. Być może to właśnie Państwa miejsce stanie się jedną z wizytówek polskiej turystyki i dołączy do grona Laureatów naszego projektu.

Laureaci poprzednich edycji

- Hotel SPA Dr Irena Eris Wzgórza Dylewskie
- Hotel Zamek Ryn
- Hotel Krasicki
- MCC Mazurkas Conference Centre & Hotel
- Hotel Afrodyta Business & SPA
- Herbarium Hotel & SPA
- Talaria Resort & SPA
- Columna Medica
- Hotel & Medi SPA Biały Kamień
- Rancho Pod Bocianem
- Natura Mazur – Resort & Conference Warchały,
- Warsaw Presidential Hotel,
- Hotele Arche,

...i wiele innych wyjątkowych obiektów z całej Polski.

Nagrody wręczane są podczas Wielkiej Gali Przedsiębiorców.

To jeden z najbardziej uroczystych momentów. Laureaci odbierają statuetki podczas eleganckiej Gali organizowanej w jednym z prestiżowych warszawskich hoteli w okresie karnawału. Każdemu wręczeniu nagrody towarzyszy laudacja uzasadniająca decyzję Kapituły oraz prezentacja nagrodzonego obiektu na dużym ekranie. Gala, w której biorą udział przedsiębiorcy i eksperci z całej Polski, jest też okazją do nawiązywania nowych relacji i wymiany doświadczeń.

W skład Kapituły wchodzi osoba reprezentująca różne środowiska.

Od początku zależało nam, aby Perły EuroTurystyki oceniane były przez osoby o różnorodnym doświadczeniu. W skład Kapituły wchodzi przedstawiciel biznesu, mediów, kultury oraz eksperci związani z promocją Polski i rozwojem przedsiębiorczości. Dzięki temu każda kandydatura oceniana jest z wielu perspektyw. To gwarancja obiektywizmu i wysokiego poziomu projektu. ■

Zapraszamy do kontaktu: 501243876, bjonczyk@efp.biz.pl



BNP PARIBAS



Karta Mastercard Business World Elite

Pierwsza taka karta dla biznesu

Pierwsza w Europie karta obciążeniowa, która wyznacza nowy standard wśród liderów biznesu. Łączy w sobie prestiż i wyjątkowe przywileje. Karta zapewnia również bezpieczeństwo, wygodę płatności i komfort w podróżach służbowych.

- Członkostwo w programie Priority Pass[®], które daje dostęp do saloników VIP na lotniskach na całym świecie¹
- Usługa Fast Track, czyli szybka ścieżka przejścia kontroli bezpieczeństwa na lotniskach
- Szeroki pakiet ubezpieczeń, w tym ubezpieczenie podróży
- Bezpieczeństwo danych z usługą Mastercard ID Theft Protection[™]

bnpparibas.pl

#BankDobrychDecyzji

¹ Członkostwo w programie Priority Pass[®] daje możliwość planowego wyjazdu do saloników. Opłata zostanie naliczona automatycznie na rachunek karty użytkownika i regulowana raz w miesiącu. Szczegółowe informacje o karcie obciążeniowej Mastercard Business World Elite oraz warunki ubezpieczeń dostępne są na stronie www.bnpparibas.pl/rozczesciobiznesowaluga-biznesa/karty. Karta obciążeniowa Mastercard Business World Elite i w „Regulaminie Kart Płatniczych dla Klientów Korporacyjnych oraz Klientów Segmentu Małych i Średnich Przedsiębiorstw”. Informacje o usłudze Mastercard ID Theft Protection[™] dostępne są na stronie <https://mastercard.eu/securecardonline.com>. Materiał nie jest ofertą. BNP Paribas Bank Polska Spółka Akcyjna z siedzibą w Warszawie przy ul. Kasprzaka 2, 01-211 Warszawa, zarejestrowany w rejestrze przedsiębiorców Krajowego Rejestru Sądowego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy w Warszawie, XII Wydział Gospodarczy Krajowego Rejestru Sądowego, pod nr. KRS 0000011571, posiadający NIP 520-10-08-510 oraz kapitał zakładowy w wysokości 147 843 302 zł w całości wpłacony.



BNP PARIBAS

Bank BNP Paribas najlepszy w Polsce dla przedsiębiorstw



Zostaliśmy ponownie nagrodzeni przez magazyn Global Finance w konkursie World's Best SME Banks 2026. Nasze produkty zostały również wyróżnione przez magazyn The Digital Banker.

bnpparibas.pl

BankDobrychDecyzji

Szczegółowe informacje o nagrodach są dostępne na stronach: <https://gfmag.com/award/winner-announcements/>; <https://thedigitalbanker.com/awards/global-sme-banking-innovation-awards/>. BNP Paribas Bank Polska S.A. z siedzibą w Warszawie przy ul. Kasprzaka 2, 01-211 Warszawa.



PRE VALUE
COOPERATIVE OWNERS
Spółdzielnia Właścicieli Majątku

PREVALUE COOPERATIVE OWNERS

Spółdzielnia Właścicieli Majątku

00-124 Warszawa, ul. Rondo ONZ 1

info@prevalue.pl

tel. Biuro: 726 250 500; tel. Zarząd: 601 080 524