

# ŁÓDŹ

## KREUJE INNOWACJE

MAGAZYN INFORMACYJNY MIASTA ŁODZI

NR 2 (14)/2017

# POLSKIE ZAGŁĘBIE IT I BPO

PEŁNA KONTROLA  
NAWODNIENIA ORGANIZMU

BIZNES W TEMPIE WYKŁADNICZYM

GNIAZDO KREATYWNYCH BIZNESÓW

ROK W NURCIE AWANGARDY



**Łódź Film  
Commission**

SERWIS

LOKALIZACJE

FUNDUSZ KOPRODUKCYJNY

ZACHĘTY FINANSOWE



[www.lodzfilmcommission.pl](http://www.lodzfilmcommission.pl)







**ANNA KRAWCZYK**  
**REDAKTOR NACZELNA**

**W** dniach 12–14 czerwca w Łodzi odbędzie się VIII Konferencja Związku Liderów Sektora Usług Biznesowych. Miasto jest współorganizatorem wydarzenia, w którym swój udział zapowiedzieli m.in. David Cameron, były premier Wielkiej Brytanii, oraz Randi Zuckerberg, CEO Zuckerberg Media, a wcześniej rzeczniczka prasowa i dyrektor rozwoju rynku Facebooka. O tym, jak ważny dla miasta jest rozwój sektora usług ABSL, świadczy wsparcie udzielane przez Biuro Obsługi Inwestora i Współpracy z Zagranicą w Urzędzie Miasta Łodzi zarówno firmom, które już wybrały Łódź na swoją siedzibę, jak i przyszłym inwestorom.

O rozwoju outsourcingu procesów biznesowych (BPO), centrów usług wspólnych (SSC) oraz sektora IT rozmawialiśmy pod koniec marca z uczestnikami debaty redakcyjnej: Marzeną Kardas, dyrektorką operacyjną, członkiem zarządu Infosys Poland; Marcinem Siechem, dyrektorem zarządzającym w Cybercom Poland; Kamilą Wozniakowską, dyrektorką generalną ds. polskich operacji w Capita Customer Solutions, oraz Adamem Pustelnikiem, dyrektorem Biura Obsługi Inwestora i Współpracy z Zagranicą w Urzędzie Miasta Łodzi. W Nowym Centrum Łodzi powstaje swoiste zagłębienie tego rodzaju usług. Uczestnicy debaty nie tylko nie obawiają się konkurencji, lecz także zgodnie przyznają, że taki ekosystem będzie sprzyjał rozwojowi firm. Tym, co cieszy, jest coraz większe zapotrzebowanie rynku pracy na

fachowców, w tym także kobiety. Aglomeracja łódzka ma wiele do zaproponowania. Łącznie jej teren zamieszkuje 1 milion 150 tys. osób. Miasto wspiera ich rozwój poprzez różnego rodzaju programy dla nowo powstających firm, a także aktywizując osoby bezrobotne.

Zmienia się wizerunek Łodzi na świecie, czemu jeszcze sprzyjać będą najbliższe lata.

Na początku kwietnia delegacja Międzynarodowego Biura Wystaw (BIE) w Paryżu wizytowała Łódź jako kandydata na miasto gospodarza wystawy International Expo 2022/2023. Podsumowania wizyty na Zamku Królewskim w Warszawie dokonali: Hanna Zdanowska, prezydent Łodzi; Jai-Chul Choi, przewodniczący Komitetu Wykonawczego Międzynarodowego Biura Wystaw; Vincent Loscertales, sekretarz generalny Międzynarodowego Biura Wystaw; Jerzy Kwieciński, sekretarz stanu w Ministerstwie Rozwoju będący pełnomocnikiem RP ds. organizacji Expo, i Paweł Lewandowski, wiceminister kultury i dziedzictwa narodowego. Organizacja tego wydarzenia w Łodzi to szansa nie tylko na rozwój miasta, lecz także całego naszego kraju. Kolejnym etapem będzie promocja podczas Międzynarodowej Wystawy Expo Astana 2017, gdzie od 10 czerwca do 10 września br. można będzie oglądać pawilon łódzki.

Decyzja o tym, czy Łódź będzie gospodarzem Expo 2022, zapadnie już w listopadzie tego roku. Trzymamy zatem kciuki! ●

Zdjęcie: Paweł Lawreszuk



**Unia Europejska**  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego





6

## DEBATA

### 6 Polskie zagłębienie IT i BPO

O rozwoju outsourcingu procesów biznesowych (BPO), centrów usług wspólnych (SSC) oraz sektora IT rozmawiamy z **Marzeną Kardas**, dyrektorką operacyjną, członkiem zarządu Infosys Poland; **Marcinem Siechem**, dyrektorem zarządzającym w Cybercom Poland; **Kamilią Wozniakowską**, dyrektorką generalną ds. polskich operacji w Capita Customer Solutions, oraz **Adamem Pustelnikiem**, dyrektorem Biura Obsługi Inwestora i Współpracy z Zagranicą w Urzędzie Miasta Łodzi

## NAUKA

### 11 Medycyna spersonalizowana to przyszłość

O metodach stosowanych we współczesnym leczeniu chorób układu pokarmowego rozmawiamy z **prof. dr. hab. n. med. Jakubem Fichną**, kierownikiem Zakładu Biochemii na Wydziale Lekarskim Uniwersytetu Medycznego w Łodzi, laureatem prestiżowej nagrody Europejskiej Unii Gastroenterologii Rising Star Award 2016

### 14 Pełna kontrola nawodnienia organizmu

Dwie specjalistki z Politechniki Łódzkiej stworzyły opaskę tekstylną myHydro z wbudowaną elektroniką pozwalającą mierzyć i sygnalizować poziom wody w naszym ciele

## GOSPODARKA

### 16 Biznes w tempie wykładniczym

Rozmowa z twórcą pierwszego banku internetowego w Polsce, łódzianinem **Sławomirem Lachowskim**



14



16

### 19 Z tradycją w nowoczesność

Grupa ATLAS to niezaprzeczalny lider rynku chemii budowlanej w Polsce i Europie Środkowo-Wschodniej. Spółka działa od przeszło 26 lat

### 22 Nowoczesny wymiar troski o zdrowie

Motorem powstania epruf było zaspokojenie potrzeb rynku i polskich pacjentów dotyczących zwiększenia dostępności do leków

### 24 Rower w trybie eko

Misją firmy TrybEco jest rozwój nowych technologii w transporcie publicznym, sprzyjających ochronie środowiska

### 26 Tworzą technologie kształtujące przyszłość

Łódzki oddział jest głównym ośrodkiem technologicznym Accenture w Polsce i jednym z 50 biur wchodzących w skład Accenture Global Delivery Network

### 28 Od stylizacji paznokci po pielęgnację ciała

Znakiem rozpoznawczym firmy są lakiery hybrydowe, ale to tylko fragment tego, co Indigo ma do zaoferowania. Portfolio marki tworzy obecnie ponad 1800 produktów

### 30 Skarpetkowy szal

Many Mornings łączy w swojej działalności wieloletnią tradycję dziewiarską z nowoczesnym designem

## PRZEMYSŁY KREATYWNE

### 32 Nowy wymiar odzieży

AIDY obrało sobie za cel zbudowanie pomostu pomiędzy markami modyowymi a ich wykonawcami. Łódź, jako jedno z polskich zagłębi szwalni oraz producentów materiałów i dodatków, okazała się doskonałym miejscem do rozwijania koncepcji

# 34



# 40

## 34 Gniazdo kreatywnych biznesów

Firmy działające w łódzkim Art\_Inkubatorze łączą w swojej działalności kreatywną łączą w swojej działalności kreatywną twórczość i solidnie zorganizowaną przedsiębiorczość

## TURYSTYKA

### 40 Rok w nurcie awangardy

Łódź jest kreatywna. Widoczne jest to chociażby w liczbie imprez i wydarzeń artystycznych. Nie wiem, czy istnieje drugie takie miasto tak nasycone energią i ludźmi, którym chce się działać – przyznaje rektor Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi **prof. Jolanta Rudzka-Habisiak**

## FELIETON

### 43 Bądź kreatorem swojego życia

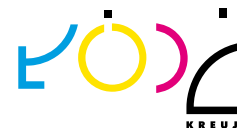
Jeśli chcesz zmienić swoje życie – zmień swoje przekonania, a jeszcze wcześniej nawyki. Zaczynaj patrzeć na świat oczami małego dziecka

### 44 KALENDARIUM



### WYDAWCA

Urząd Miasta Łodzi  
Departament Prezydenta  
Biuro Obsługi Inwestora i Współpracy z Zagranicą  
al. Politechniki 32, 93-590 Łódź  
tel.: 42 638 59 39  
fax: 42 638 59 40  
e-mail: boi@uml.lodz.pl



### REALIZACJA

INFRAMEDIA Anna Krawczyk



ul. Balonowa 21/3, 02-635 Warszawa  
tel.: + 48 22 844 18 27  
e-mail: biuro@inframedia.pl  
www.inframedia.pl

### REDAKTOR NACZELNA

Anna Krawczyk  
a.krawczyk@inframedia.pl

### SEKRETARZ REDAKCJI

Anna Lisiecka  
lki@inframedia.pl

### DZIENNIKARZE

Katarzyna Józwick  
k.jozwick@inframedia.pl  
Rafał Wilgusiak  
r.wilgusiak@inframedia.pl

### REDAKCJA I KOREKTA

Anna Lisiecka  
Danuta Kropiewnicka

### TŁUMACZENIE

ATET Euro-Tłumacze Sp. z o.o.  
Marta Kaczyńska

### FOTOGRAF

Paweł Ławreszuk

### PROJEKT GRAFICZNY I SKŁAD

Krzysztof Konarski – inventivo.pl

### ZDJĘCIA NA OKŁADCE

Biurowiec Symetris Business Park, deweloper Echo Investment  
Autor zdjęcia: Echo Investment

**Nakład**  
**2000 egz.**

Niniejsza publikacja nie może być przekazywana w jakiegokolwiek formie, w całości lub w części bez uprzedniej zgody wydawnictwa Inframedia. Dołożono największej staranności w publikacji tego magazynu. Wydawnictwo Inframedia nie ponosi odpowiedzialności za dokładność informacji ani za jakiegokolwiek konsekwencje z niej wynikające.





# Polskie zagłębienie IT i BPO

Nowoczesne narzędzia cyfrowe stosowane w biznesie, kształcenie wyspecjalizowanych kadr IT we współpracy z lokalnymi uczelniami, a także przewaga konkurencyjna Łodzi w przyciąganiu firm informatycznych oraz cyfrowa przyszłość Polski – to tylko niektóre tematy rozmowy Anny Krawczyk z **MARZENĄ KARDAS**, dyrektorką operacyjną, członkiem zarządu Infosys Poland; **MARCINEM SIECHEM**, dyrektorem zarządzającym w Cybercom Poland; **KAMIŁĄ WOZNIAKOWSKĄ**, dyrektorką generalną ds. polskich operacji w Capita Customer Solutions, oraz **ADAMEM PUSTELNIKIEM**, dyrektorem Biura Obsługi Inwestora i Współpracy z Zagranicą w Urzędzie Miasta Łodzi.

**Outsourcing procesów biznesowych (BPO) i centra usług wspólnych (SSC) to obecnie bardzo modne sformułowania. Co to właściwie oznacza i jakie korzyści czerpie z tego klient?**

**Kamila Wozniakowska:** Outsourcing procesów biznesowych, tzn. przekazanie nam, podmiotowi zewnętrznemu, części zadań z zakresu np. usług księgowych, obsługi klienta czy IT, daje naszemu klientowi możliwość skupienia się na realizacji zadań kluczowych dla rozwoju własnej firmy. Dla wielu przedsiębiorstw jest to coraz częściej element długofalowej strategii. Do niedawna jeszcze główną przyczyną outsourcingu były oszczędności, które firmy czerpały z tego tytułu.

Obecnie większą uwagę przywiązuje się do jakości usług zewnętrznych oraz dodatkowych korzyści płynących z tworzenia centrów usług wspólnych w strukturach klienta.

**Marzena Kardas:** Trzeba zaznaczyć, że pojęcie centrum usług wspólnych (SSC) nie jest tożsame z outsourcingiem procesów biznesowych (BPO). Centra usług wspólnych są tworzone jako osobne podmioty, lecz dotychczasowe jednostki nie są likwidowane. Jedynie pewne czynności i procesy wyodrębnione z tych jednostek są przenoszone do SSC. Własne centrum usług wspólnych różni się od outsourcingu także tym, że zadania nie są zlecane na zewnątrz, lecz są realizowane przez

specjalnie powołaną do życia jednostkę, która pozostaje w strukturach i pod kontrolą danej grupy kapitałowej. Myśmy początkowo byli firmą z branży SSC. W 2003 roku, kiedy Philips tworzył centrum usług wspólnych w Łodzi, byliśmy tak naprawdę częścią tej firmy. Philips nie przekazywał poszczególnych procesów na zewnątrz, tylko je centralizował w jednym miejscu. Odegraliśmy w tym znaczącą rolę, tworząc centrum na około 700 osób. Dopiero później zostaliśmy przejęci przez Infosys BPO, którego podstawową działalnością jest obsługa klienta. Obecnie w naszym portfolio, oprócz Philipsa, mamy jeszcze 24 firmy.

### Jakie są obecnie trendy, jeśli chodzi o rozwój usług IT dla biznesu? Czy dotyczą one określonych procesów, a może branż?

**Marzena Kardas:** Faktem jest, że outsourcing IT to dynamicznie rozwijający się trend w zarządzaniu przedsiębiorstwem, prowadzący do lepszego wykorzystania zasobów. Praktycznie niewiele pozostało na rynku firm, które nie zlecają części swoich funkcji na zewnątrz. Jednakże tendencje w sektorze IT zmieniają się w iście ekspresowym tempie. Bardzo trudno przewidzieć, co czeka nas... chociażby za pięć lat. Nie wiemy nawet, jak w przyszłości będą wyglądać obecne mechanizmy, tryby działania. Na początek możemy prześledzić tendencje, które kształtowały się na przestrzeni ostatnich lat. Philips był jednym z pierwszych dużych koncernów, który zdecydował się na centralizację procesów biznesowych. Centrum usług wspólnych tego przedsiębiorstwa bazowało najpierw na usługach finansowo-księgowych dla całej Grupy Philipsa. Z czasem rozszerzyliśmy naszą działalność o czynności kontrolingu. Po przejściu przez Infosys BPO otrzymaliśmy dostęp do nowych klientów, którzy przenieśli do nas już bardzo zaawansowane procesy, takie jak obsługa podatkowa (np. VAT), zarządzanie bazami danych, zarządzanie ryzykiem, obsługa procesów logistycznych, doradztwo strategiczne i konsulting.

Obecnie jedną z szybko postępujących zmian jest automatyzacja, która pozwala wykonać więcej pracy bez zwiększania zatrudnienia. Dodatkowo obserwuję, że historia zatacza koło, tzn. firmy, które 10-15 lat temu przekazały pewne kompetencje podmiotom zewnętrznym, teraz tworzą własne centra usług albo ściągają te procesy bezpośrednio do jednostek macierzystych, gdzie są one automatyzowane. Niektóre firmy, przez lata mające swoje centra usług wspólnych, właśnie decydują się na przekazanie procesów do firm BPO jak nasza.

**Marcin Siech:** Automatyzacja to trend, który zaznacza się w każdej dziedzinie. Coraz więcej dokonuje się tutaj dzięki rozwiązaniom IT. Z pewnością będzie to dominujący trend w najbliższych latach. Automatyzacja obejmie również procesy w ramach BPO. W efekcie modne ostatnio hasło „big data”, oznaczające ogromne, różnorodne zbiory danych, będzie wymagało nowych sposobów przetwarzania oraz wdrożenia zaawansowanych metod analityki. Wiadomo przecież, że posiadać dane to jedno, a co innego jest wiedzieć, co z nimi zrobić. Coraz większą rolę będą tutaj odgrywać systemy eksperckie i sztuczna inteligencja. O tym mówi się od lat, ale teraz widzimy to w praktycznych rozwiązaniach. Jeden z amerykańskich banków inwestycyjnych ogłosił niedawno, że stworzył system do inteligentnej analizy umów, dzięki czemu rocznie zaoszczędzi tysiące godzin na pracy prawników. Kolosalne osiągnięcie, które każe jednak postawić pytanie o miejsca pracy dla ludzi. Z drugiej strony postęp automatyzacji tworzy nowe możliwości kreacji.

**Kamila Wozniakowska,**  
dyrektorka generalna  
ds. polskich operacji  
w Capita Customer  
Solutions



- **Mamy potencjał ludzki w postaci 30 tys. absolwentów co roku opuszczających mury wyższych uczelni. Posiadamy wszystkie atuty, aby stać się znaczącym ośrodkiem gospodarczym na mapie Polski**



Z tymi wyzwaniami z pewnością się zderzymy. Inny przykład to digitalizacja. Kiedyś sprowadzała się do zeskanowania dokumentów, teraz oznacza cyfryzację całego procesu, przyspieszając procesy decyzyjne. Ponadto przed nami kolejna fala zmian technologicznych w przemyśle, oparta na technologii informatycznej. Obejmuje różnego rodzaju czujniki, mikrokomputery, smartfony, elementy rozproszone z danymi w chmurze obliczeniowej. Nowoczesne oprogramowanie łączy już linie produkcyjne z całym ekosystemem czy tworzy rozwiązania dla inteligentnych miast. Internet rzeczy staje się faktem, a nie tylko modnym hasłem.

### Co władze Łodzi mogą zaproponować potencjalnym i obecnym inwestorom?

**Adam Pustelnik:** Uważnie wsłuchujemy się w potrzeby firm. Zebrane opinie stanowią podstawę naszego działania oraz kształtowania polityki współpracy i obsługi inwestora. W stosunku do podmiotów z branży IT, BPO, SSC przyjscie z pomocą nie jest proste, w odróżnieniu np. od deweloperów, którzy dzięki konkretnej decyzji administracyjnej, pozwoleniu na budowę mogą rozwijać swoją działalność. Podejście do firm informatycznych wymaga interdyscyplinarności, skoncentrowania na zasobach ludzkich – co jest de facto najtrudniejsze do wykonania. Rola urzędników może być organizacyjna, wspierająca. Dodatkowo piętą achillesową jest niedostateczna liczba wykwalifikowanych specjalistów IT. Staramy się współpracować z uczelniami, promować kierunki informatyczne, budować markę pracodawców. Służą temu choćby program „Młodzi w Łodzi”, jak też nasza aktywność na portalach społecznościowych, mająca m.in. na celu zwalczanie negatywnych stereotypów, które przedstawiają usługi dla biznesu jako help desk czy call centre. Przeciwstawiamy się wizerunkowi sektora IT jako branży zdominowanej przez mężczyzn, zachęcając płęć piękną do wyboru zawodu programisty oraz doszkalania się w tym kierunku. Niemniej, wiele inicjatyw wykracza poza kompetencje Biura Obsługi Inwestora i Współpracy z Zagranicą. Chodzi o te najbardziej pożądane, miękkie działania dotyczące kapitału ludzkiego, które niestety są rozproszone w dużej liczbie jednostek Urzędu Miasta. Mimo to, na ile to możliwe, łagodzimy negatywne skutki niedoboru kadr.

**Sektor BPO, SSC, IT chce zatrudniać i dynamicznie się rozwija, zmaga się jednak z niedoborem talentów i rotacją. Jaka jest Państwa recepta na przeciwdziałanie tej sytuacji?**

**Marzena Kardas,**  
dyrektorka operacyjna,  
członkini zarządku  
Infosys BPO Poland



- **Niezbędna jest jeszcze większa promocja Łodzi poza granicami kraju, która pokaże, że jesteśmy europejskim miastem w centrum kontynentu z licznymi atrakcjami i dobrym miejscem do prowadzenia interesów**

**Kamila Wozniakowska:** Jako jedna z największych firm z tego sektora w Łodzi potrzebujemy wyspecjalizowanych kadr, ze względu na bardzo zaawansowane procesy. Spośród nich dwa są kluczowe: usługi księgowo i obsługa klienta w różnych językach. Z naszej perspektywy największym wyzwaniem jest pozyskanie osób, które mówią płynnie po francusku, niemiecku oraz angielsku na poziomie minimum C2. Niestety zdarza się, że poziom kandydatów jest dużo niższy, niż wynika to np. z przedstawianych nam certyfikatów. Przykładowo deklarowana biegła znajomość języka angielskiego nie obejmuje zagadnień biznesowych.

**Marzena Kardas:** Borykamy się z podobnymi problemami. Około 10 proc. pracowników naszej firmy to obcokrajowcy. Zatrudniamy dużo osób z zagranicy, również spoza UE, bo w Polsce ich nie było. Część z nich pochodzi z północnej Afryki, RPA, a nawet z Meksyku i Brazylii. Zaczynamy się zastanawiać nad tym, jak będzie wyglądał profil



pracownika w przyszłości. Moim zdaniem system edukacji wczesnoszkolnej powinien mocniej skupić się na nauce języków oraz umiejętności współpracy. Trzeba też przygotować uczniów do takich wyzwań jak sztuczna inteligencja, internet rzeczy i do bardzo zmieniającego się świata.

**Marcin Siech:** Z powodu ogromnego niedoboru specjalistycznej kadry duże firmy otwierają szkoły programowania, gdzie szkolą pracowników praktycznie od zera. Uczelnie same nie są w stanie sprostać aż takiemu zapotrzebowaniu. W zasadzie wszystkie firmy, także Cybercom, mają programy wspierające rozwój kompetencji, umożliwiające przebranżowienie. Poza tym w branży informatycznej pojawia się coraz więcej stanowisk, które wymagają miękkich umiejętności, np. w sferze koordynacji prac programistów. Stanowiska te w Cybercom bardzo często zajmują kobiety, coraz więcej kobiet pojawia się także na stanowiskach stricte programistycznych.

**W Łodzi pojawiają się wciąż nowi inwestorzy, a obecni rozwijają swoją działalność. Jakiego rodzaju działania są podejmowane w celu zachęcania inwestorów sektora BPO/SSC/IT do inwestowania w mieście?**

**Adam Pustelnik:** Zainteresowanie jest większe niż kiedyś. Wcześniej nie doceniano elementu promocyjnego. Przyciąganie inwestorów można porównać z klasyczną sprzedażą. W naszym przypadku produktem jest miasto. Sprzedaż polega na umiejętnym posłużeniu się językiem korzyści wobec danego podmiotu i zebraniu tych zalet, które nie są widoczne przez pryzmat suchych statystyk. Według GUS Łódź liczy 710 tys. mieszkańców, zajmując trzecie miejsce pod względem liczby ludności, za Warszawą i Krakowem. Mimo że stolicę Małopolski zamieszkuje 740 tys. osób, to nie jest ona aglomeracją, podczas gdy Łódź pozostaje zwartym obszarem metropolitalnym obejmującym Pabianice, Zgierz, Konstantynów i Aleksandrów. Choć podział administracyjny istnieje, mamy do czynienia ze spójną zabudową mieszkalną, zamieszkaną przez 1 mln 150 tys. osób. Wcześniej Łódź nie wykorzystywała tego argumentu. Zmieniliśmy też podejście do Warszawy, postrzeganej jako główny ośrodek drenujący z Łodzi mózgi. Częściowo jest to prawdą, ale długofalowo uważam to za przesadę. Nasze miasto staje się beneficjentem bliskości głównego ośrodka gospodarczego w kraju – jako dobrze rozumiany back office stolicy, uzupełnienie tej dualnej metropolii. Poszukując inwestorów w USA,

wskazywałem na szybkie połączenie kolejowo-drogowe między Warszawą a Łodzią. Kiedy potencjalnym klientom mówiliśmy, że dzieli nas zaledwie godzina drogi, zaczęli patrzeć na oba miasta jak na jeden obszar zamieszkały przez 5,5 mln osób. Gdybyśmy tego nie akcentowali, wciąż byłibyśmy samotną wyspą w środku Polski. Trzecim elementem naszej strategii było przedstawianie lotniska Chopina jako łódzkiego portu, zresztą zgodnie ze wszystkimi normami europejskimi w zakresie odległości i czasu dojazdu do centrum miasta.

**Jak układa się współpraca z lokalnymi uczelniami? Czy są Państwo aktywnymi animatorami ścieżki edukacyjnej na uczelniach?**

**Kamila Wozniakowska:** Muszę przyznać, że dopiero zaczynamy bliższą współpracę z Uniwersytetem Łódzkim. Jesteśmy na etapie



**Marcin Siech,**  
dyrektor zarządzający  
w Cybercom Poland

- **Przed nami kolejna fala zmian technologicznych w przemyśle, oparta na technologii informatycznej**

nakreślenia ram tej współpracy. Widzimy jednak dużą szansę na kooperację, zwłaszcza z wydziałami filologicznymi.

**Marzena Kardas:** Nasza współpraca z UŁ trwa już od wielu lat. To samo dotyczy

Politechniki, ale w mniejszym stopniu. Jesteśmy w radach biznesu różnych wydziałów, gdzie cyklicznie dyskutujemy na temat dostosowania procesu nauczania do potrzeb rynku pracy. Organizujemy liczne szkolenia, dni rekrutacji oraz praktyki, w czasie których studenci zajmują się konkretnymi projektami. Z Uniwersytetem stworzyliśmy kierunek lingwistyka dla biznesu.

**Marcin Siech:** Jako firma zajmująca się IT od 10 lat współpracujemy z Politechniką Łódzką na różnych płaszczyznach: od współpracy przy pracach magisterskich przez ukierunkowywanie, wraz z klastrem ICT, nowych przedmiotów nauczania i programu zajęć pod zmieniające się potrzeby rynku, po staże czy sponsoring konkursów.

Adam Pustelnik,  
dyrektor Biura Obsługi  
Inwestora i Współpracy  
z Zagranicą w Urzędzie  
Miasta Łodzi



## ● Przyciąganie inwestorów można porównać z klasyczną sprzedażą. W naszym przypadku produktem jest miasto

**Na czym polega współpraca Urzędu Miasta ze Związkiem Liderów Sektora Usług Biznesowych (ABSL)?**

**Adam Pustelnik:** To jeden z najwartościowszych projektów, jakie realizujemy w zakresie promocji gospodarczej. Cieszę się, że tegoroczna konferencja ABSL, organizacji reprezentującej nowoczesne

usługi dla biznesu, odbędzie się akurat w Łodzi (12-14 czerwca). Miasto zaangażowało się w to przedsięwzięcie organizacyjnie i finansowo, ponieważ w tym roku mamy świetny produkt do zaprezentowania. Jest nim Nowe Centrum Łodzi (NCL), nowoczesna dzielnica biznesowa wokół Dworca Fabrycznego. W NCL siedzibę znajdują wszystkie firmy branżowe. Będzie to również doskonała okazja do promocji miasta przed EXPO.

**Co można zyskać dzięki ulokowaniu firmy w Łodzi? Czego jeszcze Państwo oczekują od władz miasta?**

**Marcin Siech:** Przyjazne Biuro Inwestora już mamy. Zaletą jest intensywny rozwój miasta. Widać to po NCL, które przyciągnie jeszcze więcej biznesu, sprawiając, że nasz ekosystem będzie rósł, przynosząc wszystkim korzyści. Ciekawą inicjatywą są plany wprowadzenia autonomicznego pojazdu na ul. Piotrkowskiej. To również element budujący dobry wizerunek miasta innowacyjnego, który kontynuuje najlepsze tradycje przemysłowe Łodzi, proponując rozwiązania technologiczne na miarę XXI wieku.

**Marzena Kardas:** Jestem zakochana w Łodzi. Widzę, jak to miasto pięknieje, staje się magnesem dla inwestorów, którzy zauważają zaangażowanie władz w tworzenie dobrego klimatu dla biznesu. Mamy potencjał ludzki w postaci 30 tys. absolwentów co roku opuszczających mury wyższych uczelni. Posiadamy wszystkie atuty, aby stać się znaczącym ośrodkiem gospodarczym na mapie Polski. Brakuje mi tylko większej promocji. Interesującym pomysłem jest przyciąganie osób z wyższym wykształceniem z Warszawy, tych, którzy przyjechali do stolicy na studia, ale nie stać ich na mieszkanie. Dzięki tańszym lokalom w Łodzi i niewielkim różnicom w zarobkach jest duża szansa na ściągnięcie ich tutaj do pracy. Niezbędne jest też pokazanie miasta jako atrakcyjnego miejsca do życia. Istotne jest również pozyskanie obcokrajowców.

**Adam Pustelnik:** Stale o tym myślimy. Niedługo pojawią się komunikaty wizualne w pociągach na trasie do Warszawy zachęcające do zamieszkania w Łodzi.

**Kamila Wozniakowska:** Z pewnością gdyby nie dobra współpraca z miastem, to 10 lat temu nie otworzylibyśmy tutaj biura. Niezbędna jest jeszcze większa promocja Łodzi poza granicami kraju, która pokaże, że jesteśmy europejskim miastem w centrum kontynentu, z licznymi atrakcjami i dobrym miejscem do prowadzenia interesów. ●

Notował Rafał Wilgusiak.



# Medycyna spersonalizowana to przyszłość

O metodach stosowanych we współczesnym leczeniu chorób układu pokarmowego z **prof. dr. hab. n. med. JAKUBEM FICHNĄ**, kierownikiem Zakładu Biochemii na Wydziale Lekarskim Uniwersytetu Medycznego w Łodzi, laureatem prestiżowej nagrody Europejskiej Unii Gastroenterologii Rising Star Award 2016 dla najwybitniejszych naukowców i klinicystów młodego pokolenia, rozmawia Anna Krawczyk.

**Zakład Biochemii, którym Pan kieruje, zajmuje się funkcją i schorzeniami układu pokarmowego. Czy zauważa Pan czynniki, które wpływają na lepszą pracę układu pokarmowego człowieka lub ją zakłócają?**

Zdecydowanie tak. Możemy wyróżnić czynniki wewnętrzne i zewnętrzne. Na początek jednak podzielimy choroby, którymi się zajmujemy, na dwie grupy. Są to choroby tzw. czynnościowe, takie jak zespół jelita nadwrażliwego, i choroby zapalne, czyli choroba Leśniowskiego-Crohna i wrzodziejące zapalenie jelita grubego. Jedne i drugie mają nieco inną patologię, ale mimo to możemy wyszczególnić dla nich pewne wspólne elementy. W jednym i w drugim przypadku mamy do czynienia z rozregulowaniem mikroflory bakteryjnej w jelitach. Może być ono wywołane zarówno przez czynniki wewnętrzne, tj. nasze predyspozycje, jak i zewnętrzne, czyli środowisko, w którym przebywamy, nasz sposób odżywiania, to, czy jesteśmy narażeni na stres, zanieczyszczenie powietrza, zaburzenia snu, czy mamy jakieś uwarunkowania rodzinne. Kwestie te mogą wydawać się nieistotne, niemniej mają wpływ na to, czy i w jakim wieku rozwinię się choroba oraz jaka będzie jej intensywność i leczenie.

**Mówiąc o uwarunkowaniach rodzinnych, ma Pan na myśli to, co otrzymujemy w genach?**

Z jednej strony tak, gdyż geny kształtują nasz układ odpornościowy, od nich zależy nasza naturalna odporność organizmu, która może być wysoka lub niska i wiązać się z tym, jak będziemy reagowali na zakażenie, tzn. czy poradzimy sobie naturalnymi sposobami, czy będziemy przechodzić ostry stan zapalny. Ostatnie badania zwracają uwagę również na naszą historię życia, np. ogromny stres przeżyty za młodu może później wpłynąć na rozwój chorób.

**Jakie są największe zagrożenia cywilizacyjne, jeśli chodzi o zakłócenia układu pokarmowego?**

Stres, jakość żywności, czystość powietrza. Badałem m.in. zależność między występowaniem smogu w otoczeniu i jego wpływem na przebieg choroby u osób z zespołem jelita nadwrażliwego. Testy prowadzone w Montrealu i Calgary wykazały, że istnieje taka korelacja. Zaobserwowano, że w dniach, w których stężenie pyłu zawieszzonego przekraczało dopuszczalne normy, do gastroenterologów zgłaszało się więcej pacjentek z problemem jelita nadwrażliwego. Jeśli chodzi o stres, to w modelach zwierzęcych badamy, jak może on wpłynąć na efektywność leczenia. Wywołujemy u zwierzęcia stan zapalny, po czym podajemy mu lek, jednocześnie generując stres. W warunkach stresu to leczenie zupełnie inaczej przebiega. Trzeba jednak wyróżnić stres długotrwały i krótkotrwały. Ten drugi bywa mobilizujący, ale efektywność leczenia jest tu inna niż w przypadku stresu utrzymującego się przez dłuższy czas. Oba te stany różnią się homeostazą, tzn. zdolnością utrzymywania stałości parametrów wewnętrznych w organizmie.

**Czy długotrwały stres jest niszczący?**

Nie do końca tak jest. To zależy od tego, w jakim nasileniu występuje. Może być tak, że organizm przyzwyczai się do pewnego poziomu stresu i nie reaguje paniką jak na początku. Stres potrafi działać mobilizująco, kiedy jest jednorazowy, krótki i dotyka silnego organizmu. Nieco większy stres może wyczerpywać organizm, zaś ten największy wpływa na ustalenie się nowej linii bazowej wewnętrznego środowiska organizmu, przez co tworzy się nowy punkt odniesienia dla rozwoju choroby czy funkcjonowania organizmu.

### Jest Pan również koordynatorem klastra „Żyjmy zdrowiej”. Co leżało u podstaw jego powołania?

Województwo łódzkie dotknięte jest negatywnymi trendami w zakresie poziomu zdrowotności. Sytuacja demograficzna jest jedną z najbardziej skomplikowanych w Polsce: mamy najmniej w kraju mieszkańców w wieku do 14. roku życia, za to najwięcej ludności w wieku powyżej 65. roku życia. Klastr zajmie się promocją wzorców aktywnego i zrównoważonego stylu życia.

Łódź i województwo łódzkie stwarzają wyjątkowe warunki dla działania klastra. W jego tworzenie zaangażowali się naukowcy z uczelni i ośrodków naukowo-badawczych regionu, a także przedstawiciele biznesu. Ważny jest również udział przedstawicieli fundacji i organizacji pozarządowych, którzy mają bezpośredni kontakt z mieszkańcami regionu. Klastr prowadzi działalność naukową i edukacyjną, myślimy także o innowacjach w zakresie medycyny i farmacji.

Realizujemy już pierwsze projekty we współpracy z ośrodkami z innych regionów Polski. Centralne

położenie Łodzi i doskonała baza badawczo-rozwojowa w naturalny sposób czynią nas liderem – koordynatorem takich działań.

### Jakie jeszcze badania prowadzi Państwo w Zakładzie Biochemii?

Obecnie prowadzimy kilka projektów. Jednym z nich jest właśnie wpływ stresu na rozwój stanu zapalnego, w oparciu o aktywność układu opioidowego. Wszyscy słyszeliśmy o takich środkach jak morfina czy kodeina, aplikowanych z zewnątrz, które działają na specyficzne receptory zwane receptorami opioidowymi. Jednakże ludzki organizm sam potrafi wytworzyć tego rodzaju substancje, czyli tzw. endogenne opioidy. Receptory opioidowe pełnią ważną funkcję w regulacji odczuwania bólu i adaptacji do zmian środowiska. W naszym modelu zwierzęcym bierzemy grupę wyselekcjonowanych myszy z naturalnie nasiloną aktywnością układu opioidowego, związaną ze zwiększoną liczbą wspomnianych receptorów, i ich zachowanie porównujemy z zachowaniem myszy

### BADANIA NAD ROZWOJEM TOLERANCJI NA DZIAŁANIE LEKÓW W PRZEWODZIE POKARMOWYM

AGATA JARMUŻ, CZŁONEK ZESPOŁU BADAWCZEGO POD KIEROWNICTWEM PROF. JAKUBA FICHNY,  
LAUREATKA LICZNYCH NAGRÓD I WYRÓŻNIEŃ, M.IN. STYPENDIUM MARSZAŁKA WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO 2016

Zespół jelita nadwrażliwego to przewlekła choroba czynnościowa przewodu pokarmowego. Na całym świecie zmagają się z nim ok. 10 proc. osób, głównie w wieku 20–40 lat. Warto zaznaczyć, że schorzenie to dwa razy częściej dotyka kobiet niż mężczyzn. Choroba charakteryzuje się dość łagodnym przebiegiem, jednakże nawracające objawy sprawiają, że stanowi duże utrudnienie w codziennym życiu. Pacjenci z zespołem jelita nadwrażliwego skarżą się na zaburzenia rytmu wypróżnień (biegunka, zaparcia) oraz nawracające bóle brzucha, nasilające się po posiłku. Towarzyszą temu bolesne wzdęcia brzucha, nudności oraz wymioty. Dodatkowo u ok. 50 proc. cierpiących osób zdiagnozowano depresję, lęk lub bezsenność.

W opracowywaniu nowych sposobów leczenia tej choroby istotną rolę mogą odegrać receptory opioidowe i kanabinoidowe, zlokalizowane w układzie nerwowym, ale też w tkankach obwodowych, m.in. w przewodzie pokarmowym. Ich aktywacja wpływa hamująco na perystaltykę jelit i wywołuje działanie przeciwbólowe – korzystne w przypadku biegunki z towarzyszącymi bólami brzucha.

Istotnym ograniczeniem dostępnych terapii (np. terapii lekami opioidowymi) jest rozwój tolerancji, czyli osłabienie działania leków podczas ich przewlekłego stosowania. Istnieją jednak przesłanki, które wskazują, że jednoczesna aktywacja receptorów opioidowych i kanabinoidowych może zwiększyć skuteczność leczenia oraz przyczynić się do obniżenia rozwoju tolerancji.

W dotychczas przeprowadzonych eksperymentach *in vitro* oceniliśmy wpływ interakcji między receptorami opioidowymi i kanabinoidowymi na rozwój tolerancji. Obiecujące wyniki badań pozwoliły na dalszą weryfikację hipotezy badawczej z wykorzystaniem modeli zwierzęcych, w których zastosowano związki chemiczne o wysokim powinowactwie do wspomnianych receptorów. Na początku zbadaliśmy ich wpływ na perystaltykę przewodu pokarmowego, a następnie ich skuteczność podczas przewlekłego stosowania.

Jesteśmy na początku długiej drogi, która prowadzi do lepszego poznania mechanizmów regulujących rozwój tolerancji w przewodzie pokarmowym. Nasze badania mają duży potencjał kliniczny i w przyszłości mogą zostać wykorzystane przy projektowaniu nowych leków czy modyfikowaniu aktualnie stosowanych terapii. Należy jednak pamiętać o tym, że przepisy dotyczące wprowadzania na rynek produktów leczniczych są bardzo rygorystyczne, a cały proces bywa czasochłonny (może trwać nawet do 20 lat) i kosztowny (ze względu na konieczność przeprowadzenia szeregu badań przedklinicznych). ●







**Pracownicy, doktoranci i stażyści Zakładu Biochemii na Wydziale Lekarskim Uniwersytetu Medycznego w Łodzi**

laboratoryjnych o, powiedzmy, standardowych cechach. W ten sposób badamy, w jaki sposób aktywność układu opioidowego wpływa na przebieg stanu zapalnego i leczenie oraz jak to się odnosi do sytuacji stresowych.

#### **Czy podobne zróżnicowanie występuje u ludzi?**

Zdecydowanie tak. Nasze badanie ma wykazać, że każdy z nas jest inny. Możemy zupełnie inaczej reagować na leki, na bodźce środowiskowe. Dlatego tak ważna jest tzw. medycyna spersonalizowana. Oczywiście są pewne standardy określające dawkę leku, np. dla mężczyzny w danym wieku i o danej masie ciała. Natomiast medycyna XXI wieku powinna uwzględniać właściwości jednostki. Każdy z nas ma np. inny „garnitur genów”.

Inny nurt badań prowadzonych w naszym zespole, dotyczących układu opioidowego, odnosi się do modulacji poziomu opioidów endogennych na poziomie enzymów. Nasz układ opioidowy składa się z kilku filarów. Pierwszym filarem są receptory, czyli miejsca, gdzie „przyczepiają” się opioidy, drugim – nasze opioidy wewnętrzne lub podane z zewnątrz, trzecim – enzymy, które mogą rozkładać bądź przeprowadzać syntezę opioidów. Możemy zatem działać na receptor nie tylko poprzez sam endooid, ale także za pomocą enzymu, zwiększając lub obniżając jego aktywność. Nasz pomysł jest taki, żeby blokować enzymy, które rozkładają nasze wewnętrzne opioidy. W ten sposób opioid może działać na receptor. Co ciekawe, istnieje tu pewne rozróżnienie ze względu na płeć.

#### **To znaczy, że choroby układu pokarmowego inaczej przechodzą mężczyźni, a inaczej kobiety?**

Dokładnie, widać to w szczególności w zespole jelita nadwrażliwego. Chorobę tę można podzielić na kilka podtypów. Generalnie albo dominuje biegunka,

albo zaparcie. Mężczyźni częściej chorują na postać biegunkową, zaś kobiety na wersję zaparciową. Nasze badania mają odpowiedzieć na pytanie, skąd to się bierze. Prawdopodobnie jest to związane z hormonami płci oraz „obróbką” specyficznych cząsteczek lipidowych, a także z receptorami.

Pozostając w tematyce tłuszczów, prowadzimy obecnie projekt mający na celu zweryfikowanie, w jakim stopniu skład jakościowy i ilościowy spożywanych tłuszczów wpływa na to, czy rozwinie się u nas zespół jelita nadwrażliwego. Pierwsze wyniki mówią o sporej różnicy między wpływem tłuszczów nasyconych i nienasyconych na motorykę jelit.

#### **Kiedy zwykły pacjent będzie mógł skorzystać z efektów Państwa prac, tzn. otrzymać spersonalizowany lek uwzględniający jego indywidualną charakterystykę?**

Niestety nie ma metody diagnostycznej, która pozwala jednoznacznie i precyzyjnie zdiagnozować zespół jelita nadwrażliwego. Jednocześnie cały czas trwają prace nad stworzeniem modelu, w którym zbadanie jednej cząsteczki pozwoli odpowiedzieć na pytanie, czy dana osoba jest chora, czy nie. My też staramy się znaleźć taki marker, ale to jeszcze potrwa. Natomiast jesteśmy coraz bliżej zaproponowania leku, a być może również rekomendacji żywieniowych w oparciu o wyniki naszych badań.

Od pewnego czasu dostępne i stosowane są już odpowiednie diety, które przynoszą ulgę w chorobach układu pokarmowego. Najważniejsza jest jednak profilaktyka, a więc uprawiamy sport i stosujemy zdrową dietę.

**Dziękuję za rozmowę. •**

Notował Rafał Wilgusiak.

RAFAŁ WILGUSIAK

# Pełna kontrola nawodnienia organizmu

Laboratorium DynamoLab Uniwersytetu Medycznego w Łodzi. Od lewej: Ewelina Pabjańczyk-Wlazło – doktorantka na Wydziale Technologii Materiałowych i Wzornictwa Tekstyliów PŁ, Michał Knapik – student WTMiWT, Magdalena Owczarek – adiunkt na WTMiWT, Paweł Meissner – pracownik DynamoLab UM, Marcin Miśtał – specjalista ratownictwa medycznego, doktorant na UM

Chroniczne zmęczenie, problemy z koncentracją, brak energii, a nawet choroby serca – to tylko niektóre objawy regularnego niedoboru wody w organizmie pojawiające się m.in. upałów, ale również w wyniku wyczerpanego wysiłku lub chorób ogólnoustrojowych. Aby zapobiec szkodliwym skutkom odwodnienia, dwie specjalistki z Politechniki Łódzkiej stworzyły opaskę tekstylną myHydro z wbudowaną elektroniką pozwalającą mierzyć i sygnalizować poziom wody w naszym ciele.

Pomysł połączenia tekstyliów z elektroniką i medycyną wynikał z potrzeby szerzenia świadomości w zakresie profilaktyki przedzawałowej u ludzi młodych, u których z medycznego punktu widzenia nie podejrzewa się wystąpienia symptomów charakterystycznych dla wieku starszego. Bezpośrednim zaś impulsem do rozpoczęcia badań były przypadki śmierci młodych, aktywnych ludzi. – Przyczyną często był brak wiedzy na temat prawidłowego nawodnienia organizmu oraz komplikacji związanych z nieprawidłowym nawadnianiem podczas uprawiania sportu – mówi dr inż. Magdalena Owczarek, pracownik naukowo-dydaktyczny Instytutu Architektury Tekstyliów na Wydziale Technologii Materiałowych i Wzornictwa Tekstyliów Politechniki Łódzkiej.

## WODA PODSTAWĄ ŻYCIA

Ciało ludzkie, w dużym uproszczeniu, składa się w 60–75 proc. z wody. Cząsteczki H<sub>2</sub>O występują w każdej tkance naszego ciała, co sprawia, że odpowiedni poziom nawodnienia ma ogromny wpływ na prawidłowe funkcjonowanie organizmu człowieka. Zbyt małe nawodnienie powoduje zmęczenie, bóle głowy, migrenę, senność, a występujące regularnie przez wiele lat może prowadzić do chorób serca, nerek, układu krążenia,

a nawet śmierci. U zdrowego człowieka niedobór wody objawia się pragnieniem, ale w niektórych przypadkach poziom odczuwania pragnienia jest zaburzony lub trudno go zauważyć. Stan odwodnienia organizmu jest szczególnie niebezpieczny dla ludzi starszych, dzieci oraz sportowców, ponieważ prowadzi do utraty sił i świadomości, osłabienia odporności i uszkodzenia organów wewnętrznych. Często nie utożsamiamy odwodnienia z pierwszymi jego symptomami. Dlatego lepiej jest uświadamiać i zapobiegać niż leczyć. W ten sposób zrodziła się idea opaski myHydro mającej rozwiązać problem kontroli nawodnienia organizmu.

## OPASKA POMIAROWA

Udział w projekcie ekspertki z dziedziny technologii materiałowych nie dziwi, ponieważ tekstylia to nie tylko ubrania i tkaniny dekoracyjne. – Pokutuje stereotyp myślenia o włókiennictwie tylko w kontekście wyrobów, które na siebie zakładamy lub wykorzystujemy w domu. Natomiast szeroko pojęte włókiennictwo jest wszechobecne i obejmuje bardzo specjalistyczne zastosowanie w wielu odległych dziedzinach – przekonuje Magdalena Owczarek. Drugi naukowiec biorący udział w projekcie, Ewelina Pabjańczyk-Wlazło jest biotechnologiem i inżynierem biomedycznym.



Obecnie przygotowuje pracę doktorską z dziedziny włókiennictwa w Katedrze Materiałoznawstwa, Towaroznawstwa i Metrologii Włókienniczej na Wydziale Technologii Materiałowych i Wzornictwa Tekstyliów PŁ. – Zdecydowałam się współtworzyć zespół zorientowany na rozwiązania interdyscyplinarne, które dotyczą zastosowania układów tektonicznych [wykorzystujących sieci czujników elektronicznych w tekstyliach – przyp. Red.] w profilaktyce zdrowia – zaznacza Pabjańczyk-Wlazło.

Rozwiązanie myHydro to funkcjonalny design w postaci opaski tekstylnej z wbudowaną elektroniką do pomiaru nawodnienia oraz systemem sygnalizowania jego poziomu. – Odczyt wyniku nawodnienia będzie miał formę bardzo prostego komunikatu, zrozumiałego szczególnie dla osób starszych. Jedno spojrzenie dostarczy informacji o naszym aktualnym nawodnieniu – tłumaczy mgr inż. Pabjańczyk-Wlazło.

### UZNANIE NA ARENIE MIĘDZYNARODOWEJ

Prace nad myHydro rozpoczęły się w ramach Interdyscyplinarnej Szkoły Innowacji Politechniki Łódzkiej. – Nasz projekt rozwijał się w ramach pierwszej edycji tej szkoły. Obecnie trwa już trzecia edycja programu, w której uczestniczy 40 osób. Tak jak my, przechodzą one intensywne szkolenie z zakresu zakładania i prowadzenia start-upu – mówi Ewelina

## ● PROMOCJA INNOWACJI

W opinii dr. inż. Przemysława Sękalskiego z Centrum Technologii Informatycznych Politechniki Łódzkiej postępy w realizacji prac nad myHydro pozwalają sądzić, że produkt wkrótce ujrzy światło dzienne i stanie się hitem. – Determinacja członków zespołu jest bardzo duża, co pozwala z optymizmem patrzeć w przyszłość. Jako mentor zespołu mogę stwierdzić, że obecny zarząd spółki przeszedł długą drogę w swojej edukacji – od szalonego entuzjazmu po racjonalny plan, który konsekwentnie realizuje – zaznacza Sękalski. Obecnie analizowane są wejścia kapitałowe do spółki, które pozwolą opasce myHydro wypłynąć na szerokie wody. Komercjalizacja badań to najtrudniejszy etap wejścia produktu na rynek. Na szczęście na Politechnice Łódzkiej są katedry i instytuty, które realizują skomplikowane projekty badawcze, zarabiając na tym miliony euro. – Oddzielnym problemem jest jednak zakładanie start-upów i zarabianie na produktach, które są wynikiem badań stosowanych. Utało się, że zarabianie pieniędzy jest nieczyste i nie przystoi naukowcom. To mit, który jest powtarzany od lat. Rzeczywistość powinna być inna – człowiekiem sukcesu w nauce powinien być nie tylko ten, kto napisał „ładną rozprawę”, ale przede wszystkim ten, kto zarobił na swoim pomysle – akcentuje Przemysław Sękalski. – Taki naukowiec powinien otrzymać sowite wynagrodzenie i pomoc. Niemniej, powinien pamiętać, kto

Pabjańczyk-Wlazło. – Jeśli chodzi o myHydro, to badania i rozwój kolejnego prototypu finansowane są z nagrody i grantu European Institute of Innovation and Technology w ramach programu EIT Health, który otrzymałyśmy w lipcu 2016 roku. Prowadzimy je w specjalistycznym laboratorium medycyny sportowej, DynamoLab Uniwersytetu Medycznego w Łodzi – dodaje.

W międzyczasie powstała spółka zarządzana przez obie specjalistki, która prowadzi rozmowy z firmami zainteresowanymi produkcją na szeroką skalę. – Potencjalni inwestorzy pochodzą zarówno z Polski, jak i z zagranicy. Prawdę mówiąc, bardzo pozytywnie zaskoczyło nas tak wielkie zainteresowanie ze strony inwestorów i potencjalnych odbiorców naszego produktu – mówi Magdalena Owczarek.

Produkt jest adresowany do różnych grup docelowych. Według oceny specjalistek najlepiej sprawdzi się wśród odbiorców aktywnych sportowo i zawodowo, w tym przede wszystkim sportowców (zawodowców i amatorów), osób ciężko pracujących fizycznie oraz umysłowo, często zapominających o zdrowym trybie życia. Oddzielną grupę będą stanowić osoby starsze, których poczucie pragnienia zanika z wiekiem, osoby młode, u których ten parametr jest zaburzony, a skutki zdrowotne są błędnie diagnozowane, a także dzieci (małe i chore), które nie mają możliwości sygnalizowania potrzeb. ●

mu to umożliwił, i wspomóc uczelnię w jej rozwoju. Brzmi to może zbyt idealistycznie, ale jest możliwe, o czym świadczą wzorce z innych uczelni na świecie – dodaje.

Problemem na razie pozostaje brak wydeptanych ścieżek, po których można byłoby się poruszać. Często osoby z pomysłem są zagubione w liczbie możliwości. Co gorsza, próbują same wszystko rozeznaczyć, co zajmuje im dużo czasu. – W życiu, także w budowaniu firmy potrzebne jest zaufanie i znalezienie odpowiednich ludzi, z którymi zrealizuje się przedsięwzięcie. W ramach Interdyscyplinarnej Szkoły Innowacji uczymy wspólnego rozwiązywania problemu i staramy się pomóc szczególnie na początku drogi – podkreśla Sękalski. Podobnym sukcesem stało się Centrum Technologii Informatycznych, które połączyło pracowników różnych wydziałów Politechniki Łódzkiej, oraz ogólnouczelniane koło naukowo-wdrożeniowe Geek Group, które zaprasza w swoje szeregi programistów i osoby powiązane z branżą ICT. ●



# Biznes w tempie wykładowym



Związany z bankowością od ponad 20 lat, dopatruje się w niej praw matematycznych. Zwolennik innowacyjnych rozwiązań w dziedzinie finansów, których ciągle poszukuje. Z twórcą pierwszego banku internetowego w Polsce, łodzianinem SŁAWOMIREM LACHOWSKIM rozmawia Anna Krawczyk.

**Z sektorem bankowości jest Pan związany niemal od początku swojej kariery zawodowej. Ponad 17 lat temu zaproponował Pan innowacyjne rozwiązanie w postaci bankowości elektronicznej. Czy nie obawiał się Pan wówczas, że podejmuje zbyt duże ryzyko?**

Cofnijmy się do 1998 roku, kiedy zajmowałem stanowisko pierwszego wiceprezesa Powszechnego Banku Gospodarczego SA z siedzibą w Łodzi, wówczas trzeciego pod względem wielkości aktywów banku w Polsce. Już wtedy miałem świadomość (co w tamtych czasach wcale nie było sprawą oczywistą), że internet – w sposób zasadniczy i we wszystkich aspektach – zmieni świat. Zmiany te miały dotyczyć życia osobistego: sposobu kształcenia, wypoczynku czy utrzymywania relacji między ludźmi. Jednak ta globalna sieć miała też odgrywać zasadniczą rolę w rozwoju nowych modeli biznesowych i działalności operacyjnej przedsiębiorstw, a tym samym wpływać na całkowitą zmianę relacji gospodarczych. Wówczas podjąłem decyzję o otwarciu banku internetowego. Tak powstał TELE24 – pierwsza bankowość internetowa w Polsce i Europie, utworzona jako oddział elektroniczny Powszechnego Banku Gospodarczego SA w Łodzi.

**MBank miał swojego poprzednika? Jednak skoro istniał już pierwszy polski bank internetowy, dlaczego zdecydował się Pan na udział w tworzeniu podobnej usługi?**

W 2000 roku Bank Rozwoju EkSPORTU zaproponował mi stworzenie bankowości detalicznej od podstaw. Wtedy zauważyłem „windows of opportunity” – wyjątkową

okazję do stworzenia banku internetowego, mogącego zaoferować wszystkie produkty, których potrzebuje klient indywidualny, w niskiej cenie i doskonałej jakości. To był prawdziwy przełom, zmiana paradygmatu biznesowego, bowiem dotychczas za lepszą jakość trzeba było więcej zapłacić. Dodatkowo miałem zapewnić właścicieli banku i szefa jego zarządu, Wojciecha Kostrzewy, że nowy obszar biznesowy powstanie w Łodzi. Chciałem wrócić do tego miasta wcale nie tylko dlatego, że jestem łodzianinem.

**A jaki był prawdziwy powód?**

Łódź była idealnym miejscem dla internetowego start-upu co najmniej w dwóch wymiarach: najlepsi studenci i absolwenci poszukujący ciekawej pracy, którzy idealnie nadawali się do tworzenia i rozwoju banku internetowego, oraz krytyczne zasoby wykształconych i doświadczonych pracowników z sektora bankowego.

**Może Pan to wyjaśnić?**

Startując z naszym projektem bankowości internetowej i mając na uwadze, że w Łodzi jest blisko 100 tys. studentów, mogliśmy wybierać wśród najlepszych studentów i absolwentów. Absolwenci łódzkich uczelni, ludzie młodzi, otwarci na świat i innowacyjne idee, chcący zdobywać nowe umiejętności i doświadczenie, bardziej niż ktokolwiek inny mogli docenić nasz pomysł. Ja – we współpracy z BRE Bankiem – proponowałem im porywający projekt wyznaczający kierunki rozwoju biznesu w przyszłości.



### **Gdzie zatem ci doświadczeni bankowcy?**

W momencie, kiedy postanowiliśmy stworzyć bankowość internetową, Pekao SA przejął Powszechny Bank Gospodarczy i wielu doświadczonych, wykształconych bankowców straciło pracę. Rozwój naszego projektu był doskonałą okazją do wykorzystania tego potencjału, nie wszyscy chcieli i mogli wyjechać do Warszawy.

### **Tworząc zespół zarówno z pracowników mających bogate doświadczenie w dziedzinie bankowości, jak i z młodych absolwentów szkół wyższych, połączyście poniekąd tradycję z nowoczesnością. Jednak Państwa projekt był innowacyjny z innych względów?**

W zasadzie całe moje życie zawodowe to poszukiwanie i wdrażanie innowacyjnych rozwiązań w biznesie. Warto wyjaśnić, czym tak właściwie jest innowacja. To współcześnie jedno z najczęściej używanych, a niekiedy nadużywanych pojęć. Innowacja to bynajmniej nie wynalazek. Innowacja obejmuje nowe produkty, nowe cechy jakościowe, nowe procesy produkcyjne, nowe usługi dla klientów, nowe rynki zbytu, nowe materiały, wreszcie nowy sposób prowadzenia biznesu. Wśród innowacji najbardziej fascynujące są te o przełomowym charakterze, które zmieniają rzeczywistość w sposób zasadniczy, wpływając radykalnie na to, jak żyjemy, pracujemy, jak funkcjonują i co produkują firmy. Czasem warto poświęcić całe życie, żeby taką innowację znaleźć.

MBank był taką innowacją. Dlaczego? Bank internetowy wprowadzał nowy model biznesowy w bankowości – tanie finanse najwyższej jakości. MBank realizował w praktyce swoją misję „maksimum korzyści i wygoda”, kiedy oferował darmowe konto osobiste i kartę debetową umożliwiającą wypłatę gotówki za darmo na całym świecie, no i był dostępny zawsze i wszędzie 24 godziny na dobę przez 7 dni w tygodniu i 365 dni w roku. Wraz ze wzrostem dostępności internetu mBank stał się bankiem dla każdego bez względu na miejsce zamieszkania.

### **Przecież dostęp do internetu w roku 2000 nie był tak powszechny jak obecnie. Szczególnie na terenach wiejskich, o których Pan wspomina. Skąd pewność, że zdobędziecie oczekiwaną liczbę klientów?**

To było oczywiste jak działanie praw matematyki. Zmiany technologii decydują o tempie rozwoju cywilizacji, w tym także o zmianach i rozwoju gospodarki. Uważna analiza historii technologii pokazuje, że zmiany technologiczne mają charakter wykładniczy. Wzrost wykładniczy jest zwodniczy. Zaczyna się prawie niezauważalnie i potem wybucha z nieoczekiwaną furją. Można było przewidzieć z wysokim prawdopodobieństwem, że liczba użytkowników internetu będzie podwajać się najpierw co kilka miesięcy, a później co dwa lata i osiągnie

poziom nasycenia w ciągu kilkunastu lat. Mając na uwadze wygodę i korzyści cenowe płynące z używania bankowości internetowej, zakładałem, że liczba jej użytkowników będzie rosła błyskawicznie, a przekonani o jej zaletach klienci zrezygnują wkrótce z przychodzenia do oddziałów bankowych.

Nie miałem najmniejszych wątpliwości, że ta rewolucja się dokona.

### **Jednak użytkownicy internetu mają szerokie pole manewru. Mając możliwość korzystania z różnego rodzaju narzędzi, klienci wcale nie musieli wybrać usług Państwa banku.**

MBank był pierwszym bankiem internetowym w pełni skoncentrowanym na tym, aby uczynić bankowanie w internecie prostym, przejrzystym i bezpiecznym. Niska cena, wysoka jakość produktów i wygoda dopełniły reszty. Bankowość jest prosta, tylko banki tradycyjne ją niepotrzebnie komplikują, tworząc masę produktów, które przynoszą im zysk, a klientom niewiele korzyści. W tym objawia się cała siła marketingu bazującego na emocjach, a nie racjonalnych wyborach klientów. Premia za pierwszeństwo występuje jedynie wtedy, gdy innowator potrafi dostarczyć prawie doskonały produkt, wtedy efekt wow! pozwala osiągnąć bardzo szybki wzrost sprzedaży. Dlatego tak wiele czasu i wysiłku poświęciliśmy na stworzenie produktów i jakości obsługi, które wyróżniały się na rynku.

### **A czy nie była konieczna edukacja klientów, aby wiedzieli, jakie korzyści niesie proponowane przez Państwa rozwiązanie?**

W każdej sytuacji, w której mamy do czynienia z technologią, konieczna jest adaptacja. W projektach takich jak nasz pierwszą grupą odbiorców byli ludzie młodzi, dla których przyswajanie nowości jest codziennością. Z reguły nowość wśród osób starszych bywa utożsamiana z zagrożeniem, dla młodych jest tylko szansą. W związku z tym było dla nas jasne, że pierwszymi klientami będą właśnie ludzie młodzi. Jednak aspekt cenowy (mniejsze ceny wraz z wyższą jakością produktów bankowych) był bardzo silną zachętą dla starszych klientów. Zachęteni prawie dwukrotnie wyższym oprocentowaniem depozytu niż wówczas dostępny na polskim rynku usług bankowych, starsi klienci skłaniali się ku nauce użytkowania internetu tylko po to, aby móc skorzystać z naszej oferty. W pierwszych miesiącach działalności zauważyliśmy, że oprócz młodych ludzi naszymi klientami stają się osoby w wieku 50, 60 lat.

### **Rozumiem, że to było dla Państwa zaskoczeniem?**

Przyznam, że tej grupy wiekowej początkowo nie braliśmy w ogóle pod uwagę jako naszej grupy

docelowej. Seniorzy, którzy zwykle stali w kolejkach w placówkach swoich banków, zaczęli korzystać z bankowości internetowej! Nasze usługi pozwalały na szybkie załatwienie spraw bez wychodzenia z domu. Od początku mBank tworzył rewolucję nie tylko wśród młodych ludzi, ale również wśród klientów dojrzałych. Dając im ofertę korzystną cenowo, zachęcał jednocześnie do zmian w życiu i rzeczywiście te zmiany powodował. Osoba starsza, stając się naszym klientem, stawała się jednocześnie aktywnym użytkownikiem internetu.

**Oferowane przez Państwa usługi od początku pojawienia się na rynku były darmowe. Czy nie odbiło się to na rentowności całego projektu?**

Oszczędności, które wynikają ze zmiany modelu operacyjnego i likwidacji oddziałów, pozwoliły na zaproponowanie klientom lepszej oferty cenowej przy zachowaniu rentowności banku. Moim podejściem było to, że niektóre z usług powinny być darmowe, ponieważ klienci wykonują większość pracy podczas korzystania z bankowości internetowej w trybie samoobsługowym. Bank internetowy ma koszty operacyjne o 60 proc. mniejsze niż bank tradycyjny ze względu na brak oddziałów i automatyzację wielu procesów, więc wystarczy się z klientami podzielić oszczędnościami, aby zachować porównywalną rentowność.



**Jak zareagowała konkurencja?**

Kiedy weszliśmy na rynek z modelem biznesowym, gdzie większość produktów transakcyjnych była darmowa (konto, przelewy, karty debetowe), to przedstawiciele konkurencyjnych banków twierdzili z szyderczym uśmiechem, że to jedynie chwyt marketingowy. Wkrótce przestali się śmiać, kiedy okazało się, że mBank rośnie jak na drożdżach i stał się rentowny już po trzech latach, co jak na start-up było dużym osiągnięciem.

Dzisiaj mBank to największy sukces organicznego wzrostu bankowego start-upu w Polsce, Europie i na świecie. Jest drugim bankiem pod względem liczby obsługiwanych mikroprzedsiębiorstw i trzecim pod względem obsługiwanych klientów indywidualnych, włączając klientów mBanku w Czechach i na Słowacji. Niezwykle jest to, że dzisiaj mBank stanowi punkt odniesienia dla rozwoju inicjatyw bankowości internetowej i mobilnej na całym świecie, głównie ze względu na wysoką ocenę jego innowacyjnych osiągnięć w zakresie rozwoju modelu operacyjnego i biznesowego. Jest to niewątpliwie efekt długoterminowej strategii pozycjonowania mBanku jako synonimu oraz ikony bankowości internetowej i mobilnej od momentu powstania. W roku 2014 BRE Bank, którego ramieniem detalicznym był mBank, zmienił swoją nazwę na mBank.

**Obecnie pracuje Pan nad kolejnym projektem z sektora bankowego. Na czym będzie polegał tym razem?**

Myszę, że przyszedł czas na bank o zasięgu globalnym, gdzie można będzie założyć konto osobiste z dowolnego zakątka ziemi i samodzielnie, zdalnie zarządzać swoimi pieniędzmi. Oferta jest kierowana do osób, które często podróżują, przemieszczają się i pracują w różnych miejscach. Chciałbym stworzyć bank globalny, wykorzystujący wiele wspólnych rozwiązań Unii Europejskiej w dziedzinie usług finansowych. Będzie to głównie bank europejski, którego klientem może stać się każdy niezależnie od miejsca zamieszkania czy pracy. Bank, który pozwoli zaspokoić wszystkie potrzeby bez względu na to, gdzie znajdzie się jego klient. Przykładowo: pracując za granicą i mając rodzinę w Polsce, obecnie trzeba korzystać z dwóch banków (polskiego i zagranicznego). Bank, nad którym pracujemy, ma rozwiązać ten problem. Co więcej, będzie w stanie obsłużyć klienta nawet w momencie zmiany miejsca zamieszkania czy pracy (np. kiedy klient z Wielkiej Brytanii przeprowadzi się do Niemiec). Bank będzie miał licencję zagraniczną, ale będzie funkcjonował również w Polsce.

**Dziękuję za rozmowę.** ●

Notowała Katarzyna Józwik.



# Z tradycją w nowoczesność



Linia produkcyjna klejów ATLAS

Ich bocian i granatowo-czerwone logo są rozpoznawalne w całej Polsce. Grupa ATLAS – firma łącząca wieloletnią tradycję i doświadczenie z innowacyjnymi rozwiązaniami – to niezaprzeczalny lider rynku chemii budowlanej w Polsce i w Europie Środkowo-Wschodniej.

Spółka działa od przeszło 26 lat. Założyciele firmy pierwsze biznesowe kroki w branży chemii budowlanej stawiali w garażu, a produkcja zapraw klejowych na początku była możliwa dzięki pożyczonej betoniarce.

## W ODPOWIEDZI NA POTRZEBY RYNKU

Producent zapraw klejowych rozpoczął swoją działalność na początku lat 90. XX wieku. W czasach, kiedy Polska bardzo powoli otwierała się na rozwiązania oferowane przez Zachód, Stanisław Ciupiński, Grzegorz Grzelak i Andrzej Walczak, którzy prowadzili wtedy firmę remontowo-budowlaną, postanowili wykorzystać zapotrzebowanie rynku na nowoczesne rozwiązania dotyczące klejów do glazury. Popularna wówczas w Polsce, robiona na placu budowy mieszanka cementowo-piaskowa do klejenia płytek była archaicznym rozwiązaniem w porównaniu z innowacyjnymi zagranicznymi produktami chemii

budowlanej. Założyciele rozpoczęli prace nad polskimi recepturami klejów do glazury. Swoim doświadczeniem i wiedzą wspierał ich prof. Piotr Klemm, ówczesny szef Katedry Fizyki Budowli i Materiałów Budowlanych Politechniki Łódzkiej. Opracowanie składu polskich klejów zajęło trzy miesiące. – ATLAS idealnie wstrzebił się w rynkową niszę – podkreśla Henryk Siodmok, prezes zarządu Grupy. – Poza dostarczaniem najwyższej jakości produktów firma skupiła się na edukacji Polaków w zakresie stosowania klejów do glazury. Konkurencja nie chciała brać w tej edukacji aktywnego udziału, dając nam możliwość głębokiej penetracji rynku i przekonania do swoich produktów zarówno fachowców, jak i inwestorów – dodaje.

## PRZYWIĄZANIE DO TRADYCJI

To, co z pewnością wyróżnia firmę, to przywiązanie jej właścicieli do tradycji. Nagrodzenie spółki w 1993 roku prestiżowym znakiem „Teraz Polska” stało się





**Paweł Kisiel, wiceprezes zarządu ds. sprzedaży i marketingu**

impulsem do akcentowania narodowych wartości w prowadzonej działalności. Kontynuacją tych działań było wykorzystanie w kampanii wizerunku bociana, który miał się kojarzyć z polskością i bezpieczeństwem. – Bocian odnosi się do wysokich lotów, bezpośrednio nawiązuje do polskiego pochodzenia firmy. Jednocześnie jest symbolem wiosny – momentu, kiedy po zimowej przerwie budowlancy rozpoczynają pracę – wyjaśnia Henryk Siodmok.

Polskość i przywiązanie do narodowych tradycji towarzyszą producentowi od lat. Dzięki temu jego produkty zdobyły zaufanie i lojalność polskich klientów, co przełożyło się na wyniki finansowe Grupy. Po otrzymaniu wyróżnienia „Teraz Polska” obroty przedsiębiorstwa wzrosły w ciągu roku czterokrotnie!

### KU INNOWACYJNOŚCI

Drugim filarem działalności firmy jest podążanie za trendami technologicznymi i wykorzystywanie ich w produkcji chemii budowlanej. Obecnie marką ATLAS są sygnowane nie tylko zaprawy klejowe, ale również szeroka oferta gładzi gipsowych, produktów hydroizolacyjnych czy zapraw tynkarskich. Wszystkie oferowane produkty łączą wysoka jakość, nowoczesna technologia i łatwość użytkowania. – Nasz asortyment ulega ciąglemu poszerzaniu, gdyż odzwierciedla trendy technologiczne i stylistyczne w budownictwie – przyznaje prezes.

Potwierdzeniem tych słów są chociażby ostatnie nowości, które pojawiły się w ofercie. – ATLAS

GEOFLEX to wysoko elastyczny klej żelowy w pełni dostosowujący się do potrzeb użytkownika i bezpośrednio wpływający na jakość i efektywność pracy – podkreśla Paweł Kisiel, wiceprezes zarządu ds. sprzedaży i marketingu. Producent poszerzył również swoją ofertę fug cementowych, w której znalazło się aż 40 odcieni. Oba produkty otrzymały pod koniec minionego roku prestiżowy tytuł TOPBuilder 2017.

Innowacyjność ATLASA obejmuje nie tylko receptury oferowanych produktów, ale dotyczy także wielu aspektów działalności przedsiębiorstwa. – Jesteśmy pierwszym polskim producentem chemii budowlanej, który w minionym roku wprowadził dla swoich produktów opakowania z folii polietylenowej LDPE. Nowe opakowania są wygodne, szczelne i trwalsze od tradycyjnych, papierowych – przyznaje Paweł Kisiel.

### CENIONA MARKA

Pozycję lidera na polskim rynku chemii budowlanej umacniają również liczne nagrody i wyróżnienia dla marki ATLAS. Wspomniane wcześniej godło „Teraz Polska” (1993), nagroda „Produktu dziesięciolecia 1990–2000” (2000), Nagroda Gospodarcza Prezydenta RP (2002) czy ośmiokrotne wyróżnienie tytułami Superbrand i Złotą Budowlaną Marką Roku to potwierdzenie profesjonalizmu spółki. – Dla nas najważniejsze są jednak wyróżnienia przyznawane na podstawie niezależnych badań rynkowych, takie jak tytuł Marka Najbardziej Przyjazna Fachowcom, które świadczą o bliskiej współpracy partnerskiej i zaufaniu ze strony wykonawców – zaznacza Jacek Michalak, wiceprezes zarządu ds. rozwoju.

Każda z tych nagród jest dowodem realizacji misji firmy. Grupa ATLAS obrała sobie za cel



**Pokoloruj wnętrze z Atlasem**



wypracowanie tytułu lidera w kształtowaniu krajowego rynku budowlanego oraz osiągnięcie tytułu najbardziej cenionej marki w branży budowlanej ze względu na zaufanie klientów.

### SPÓŁECZNIE ODPOWIEDZIALNI

Od początku swego istnienia firma nie pozostaje obojętna na potrzeby otoczenia, realizując konsekwentne i szeroko zakrojone działania CSR. Od 1996 roku działa Fundacja Dobroczynności ATLAS, która wspiera osoby znajdujące się w trudnej sytuacji życiowej. Każdego roku wsparcie otrzymuje kilkaset polskich rodzin, a łączna kwota przeznaczona na ten cel przekroczyła już 62 mln zł.

Łódzki producent jest także aktywnym mecenasem kultury. W 2003 roku w Łodzi powstała galeria ATLAS Sztuki, która jest dziś jednym z najbardziej cenionych miejsc wystawienniczych na mapie Polski. Galeria to nie tylko miejsce prezentowania twórczości utalentowanych artystów szerokiej publiczności, ale także działalność edukacyjna – m.in. otwarte zajęcia plastyczne dla dzieci.

W 2013 roku Grupa przygotowała również pierwszy raport poświęcony odpowiedzialności społecznej i zrównoważonemu rozwojowi biznesu. Firma jest ponadto członkiem „Koalicji na rzecz odpowiedzialnego biznesu” Pracodawców Rzeczypospolitej Polskiej.

Obecnie spółka zatrudnia ponad 2150 pracowników w Polsce oraz około 500 za granicą (na Białorusi, Łotwie i w Rumunii). W najbliższym czasie producent zamierza wprowadzić wiele nowych produktów. Będąc czołowym graczem na rynku polskim i w państwach ościennych, ATLAS planuje także dalszą ekspansję na Europę Zachodnią. •



Nowe fugi do glazury

## Marki Grupy Atlas:

- **GIPSAR** – produkty z kategorii gładzi gipsowych.
- **ATLAS ZŁOTY WIEK** – specjalistyczne zaprawy i preparaty, dostarczane wyłącznie na indywidualne zamówienie firm konserwatorskich.
- **DOLINA NIDY** – marka produktów chemii budowlanej powstających na bazie gipsu z naturalnego kamienia gipsowego, pozyskiwanego z własnej kopalni „Dolina Nidy” w Pińczowie i z wysokiej jakości gipsu syntetycznego.
- **OPTYZAR** – marka produktów przeznaczonych do wykonywania podstawowych prac budowlanych na zewnątrz i wewnątrz budynków – przyklejania okładzin z glazury, terakoty, płyt gresowych na ścianach i podłogach, na tynkach cementowych, cementowo-wapiennych, gipsowych, na nieotynkowanych ścianach z cegły lub pustaków ceramicznych.
- **IZOHAN** – nowoczesne artykuły chemii budowlanej przeznaczone do przeprowadzania prac budowlanych, wykończeniowych i konserwacyjnych.
- **IZOLMAT** – solidne i sprawdzone rozwiązania hydroizolacyjne przeznaczone do dachów, fundamentów, balkonów i tarasów.
- **CHEMIKS** – materiały oraz systemy do powierzchniowego zabezpieczenia obiektów budowlanych (posadzki z żywic chemoutwardzalnych).
- **WIM** – nowoczesne systemy chemii budowlanej – specjalistyczne, kompletne rozwiązania do montażu okładzin ceramicznych.
- **NOWY ŁĄD** – wysokiej jakości spoiwa budowlane, powstające na bazie wydobywanego i przetwarzanego anhydrytu oraz unikatowego białego gipsu cechsztyńskiego pochodzącego z kopalni Nowy Łąd w Niwnicach.
- **TAIFUN** – profesjonalne kleje LUX i zaprawy tynkarskie TAIFUN MASTER. Wysokiej jakości uzyskiwanej dzięki najlepszym surowcom i nowoczesnej technologii towarzyszą przystępna cena i duża dostępność.
- **CESAR-ROMCOLOR** – marki produktów rumuńskiej Grupy Romcolor, której ATLAS jest większościowym właścicielem, m.in. budowlane mieszanki cementowe i gipsowe, farby i lakiery.
- **NEXLER** – kompleksowe i systemowe rozwiązania hydroizolacyjne najwyższej jakości, skierowane m.in. do firm wyspecjalizowanych w przeprowadzaniu izolacji przeciwwodnej i przeciwwilgociowej obiektów inżynierskich.
- **FOX** – polski producent i dystrybutor specjalistycznych farb i tynków oraz narzędzi do dekoracyjnego wykańczania wnętrz z siedzibą we Wrocławiu, którego ATLAS jest większościowym udziałowcem.

Źródło: atlas.com.pl

Zdjęcie: Atlas

KATARZYNA JÓZWIK

# Nowoczesny wymiar troski o zdrowie



Karolina Bartoszek, prezes zarządu

Czy możliwe jest połączenie rynku farmaceutycznego z branżą ubezpieczeniową? Oni udowodnili, że tak. Łódzka firma epruf, która jest operatorem rozliczeniowym ubezpieczeń lekowych i programów zdrowotnych, łączy te dwa środowiska od przeszło ośmiu lat.

Spółka epruf SA jest jedną ze spółek zależnych Pelion, największej firmy działającej w sektorze ochrony zdrowia w Polsce. Pelion jest obecny na naszym rynku od 1990 roku i koncentruje swoją działalność na hurtowej oraz detalicznej dystrybucji leków, a także zaopatrzeniu szpitali i usługach logistycznych.

## ROZWIĄZANIE SYSTEMOWE

Motorem powstania epruf było zaspokojenie potrzeb rynku i polskich pacjentów dotyczących zwiększenia dostępności do leków. Mimo mocno rozwiniętego sektora prywatnej opieki medycznej nadal brakowało rozwiązań, które w sposób systemowy umożliwiałyby obniżenie wydatków na leki. Firma epruf zagospodarowała tę przestrzeń do rozwoju nowego obszaru biznesu, tworząc kolejne produkty, usługi i narzędzia. – Jedynym mechanizmem rynkowym, który funkcjonował na rynku i pozwalał obniżyć te wydatki, były promocje i rabaty w aptekach. Były to narzędzia doraźne, stosowane przez apteki, by przyciągnąć do siebie klientów – mówi Karolina Bartoszek, prezes zarządu. – Naszym celem było wprowadzenie

rozwiązań systemowych, które skupią się na pacjencie i zapewnią długoterminowe wsparcie w leczeniu.

## INNOWACJE DLA APTEK I PACJENTÓW

Firma epruf współuczestniczyła w tworzeniu nowoczesnego rozwiązania w postaci ubezpieczenia lekowego. Wprowadzona przez PZU w 2011 roku oferta pozwala pacjentom na uzyskanie dofinansowania do zakupu leków. Spółka epruf dostarcza aptekom rozwiązania umożliwiające obsługę pacjentów posiadających ubezpieczenie lekowe, zapewnia sprawne rozliczanie transakcji oraz dostęp do helpdesku dla farmaceutów. – Oprócz możliwości korzystania z ubezpieczenia w formie bezgotówkowej wprowadziliśmy również formę gotówkową, dzięki czemu pacjenci mogą skorzystać z dofinansowania do zakupu leków w dowolnej aptece w Polsce – zaznacza Karolina Bartoszek.

Ubezpieczenie lekowe powstało w wyniku współpracy firmy z PZU Życie. Obecnie ponad 500 tys. osób w Polsce ma ten rodzaj ubezpieczenia, a z epruf współpracuje ponad 6 tys. aptek.



## ANALITYKA W BIZNESIE

Profesjonalizm świadczonych przez firmę usług podkreśla jej kompleksowa oferta wsparcia analitycznego dla biznesu. Przedsiębiorstwo nie ogranicza się jedynie do platformy elektronicznego rozliczania usług. W ramach prac analitycznych rozwijane są kompetencje w zakresie zarządzania cenami czy segmentacji klientów. Na ich podstawie oferty marketingowe dopasowywane są do określonych grup klientów. – Nasz dział analiz wspiera sieć DOZ Aptek Dbam o Zdrowie w bieżącym raportowaniu sprzedaży. Dla sieci Drogerii Natura opracowuje dane związane z aktywnością klientów w programie lojalnościowym Klub Natura – wylicza prezes zarządu. W początkowym etapie tworzenia programu lojalnościowego epruf uczestniczyła w przygotowaniu systemu zarządzania relacjami z klientem, a obecnie odpowiada za raportowanie danych dotyczących zachowania zakupowego klientów i skuteczności prowadzonych akcji promocyjnych oraz wspiera działania komunikacyjne.

## ZDROWIE W PREZENCIE

Spółka epruf wykorzystuje w swojej działalności know-how nie tylko z branży ubezpieczeniowej i farmaceutycznej, ale także potencjał rzadko wykorzystywany przez inne firmy o podobnym profilu. Przykładem może być chociażby połączenie popularnych kart podarunkowych z rynkiem zdrowotnym. – Motorem do stworzenia nowego produktu były wnioski wyciągnięte z obserwacji rynku kart podarunkowych i bonów towarowych oraz świadomość, że zdrowie jest wysoko cenioną wartością, w którą świadomie inwestujemy coraz więcej – wyjaśnia prezes zarządu.

Podarunkowa Karta Zdrowia pozwala kompleksowo zadbać o zdrowie – umożliwia dostęp do bardzo bogatej oferty produktów i usług związanych ze zdrowiem oraz z zachowaniem dobrego samopoczucia. Karta jest honorowana w blisko 5 tys. punktów w Polsce, nie tylko w aptekach, ale także placówkach medycznych, laboratoriach i salonach optycznych, a nawet w centrach sportu i rehabilitacji, ośrodkach SPA i fitness.

Co ciekawe, produkt jest doceniany przez klientów biznesowych, którzy wykorzystują kartę w akcjach promocyjnych i marketingowych, jako benefit pracowniczy lub upominek dla kontrahentów.

## INNOWACJE, ROZWÓJ, INWESTYCJA W LUDZI

Spółka epruf aktywnie poszukuje nowych obszarów do rozwoju biznesu, wykorzystując swoje doświadczenie w wielu dziedzinach i potencjał własnego zespołu. Firmę tworzą ludzie pełni pasji, poszukujący rozwiązań, proaktywni, dostrzegający wyzwanie w każdym problemie. Dzięki takiemu podejściu spółka sukcesywnie poszukuje nowych kierunków i inwestuje w nowe projekty. Stawia również na rozwój młodych talentów – współpracuje z Politechniką Łódzką, jest partnerem Wydziału Fizyki Technicznej, Informatyki i Matematyki Stosowanej w zakresie praktyk i warsztatów dla najlepszych studentów.

## ODPOWIEDZIALNI SPOŁECZNIE W BIZNESIE

Spółka kieruje się w swojej działalności etyką i społeczną odpowiedzialnością. Strategia CSR, która jest realizowana we wszystkich spółkach Pelion, obejmuje budowanie partnerskich relacji z dostawcami i odbiorcami usług czy produktów, pracownikami spółki oraz lokalną społecznością. Innowacje wdrażane przez przedsiębiorstwo obejmują wszystkie sfery działalności firmy. – Z naszymi partnerami współpracujemy w oparciu o zaufanie, przejrzystość, uczciwość i odpowiedzialność – zaznacza prezes zarządu.

Firma epruf zatrudnia obecnie 31 pracowników. ●

Więcej informacji: [www.epruf.pl](http://www.epruf.pl)

Zdjęcia: epruf



Dział współpracy z aptekami

KATARZYNA JÓZWIK

# Rower w trybie eko

Porzucił silniki spalinowe na rzecz ekologicznych pojazdów. Łódzki producent rowerów elektrycznych TrybEco łączy innowacyjność z ekologią. Odpowiada tym samym na potrzeby rozwijającego się ekologicznego rynku transportowego w kraju i za granicą.

Właściciel firmy Tomasz Przygucki ma ponad 20-letnie doświadczenie w branży motoryzacyjnej, którą poznał od podszewki. Doceniając wagę ochrony środowiska, w 2015 roku podjął decyzję o założeniu firmy TrybEco. Jak wskazuje sama nazwa przedsiębiorstwa, jego właściciel proponuje „przełączenie się” na tryb eko, a tym samym porzucenie tradycyjnego środka komunikacyjnego w postaci samochodu na rzecz ekologicznego roweru.

## ROWER NIE TAKI TRADYCYJNY

Firma specjalizuje się w produkcji rowerów hybrydowych i skuterów elektrycznych.

Te pierwsze są wyposażone w elektryczne wspomaganie, z którego użytkownik może skorzystać w dogodnym dla siebie momencie. Połączenie tradycyjnego mechanizmu rowerowego z baterią litowo-jonową pozwala na wykorzystywanie roweru jako codziennego środka komunikacji. Rowerzysta ma możliwość wyboru, czy chce napędzać swój pojazd elektrycznie, czy za pomocą własnych mięśni. – Produkowane przez nas rowery są wyposażone w bezszczotkowy silnik elektryczny 250 W 36 V i zasilane baterią Li-Ion o pojemności 8,8 Ah – wyjaśnia prezes Tomasz Przygucki. Materiał, z którego wykonana jest bateria, nie obciąża konstrukcji roweru. Ponadto jest ona umieszczona w piaście, dzięki czemu środek ciężkości roweru się równoważy. Maksymalna prędkość, jaką można osiągnąć podczas jazdy ze wspomaganie elektrycznym, wynosi 25 km/h.

Kolejnym zaawansowanym produktem są skutery elektryczne. Modele Libra, Taurus czy Virgo to ekologiczne odpowiedniki tradycyjnych skuterów spalinowych. Różnią się od nich jednak przede wszystkim cichą, wydajną pracą i niskimi kosztami użytkowania. – Skutery wyposażone są w baterie żelowe oraz akumulatory litowo-jonowe. Stosowana przez nas technologia pozwala na



Tomasz Przygucki, właściciel TrybEco

przejechanie do 70 km – podkreśla właściciel firmy. Zaletą tych pojazdów jest także lekkość konstrukcji, która ułatwia manewrowanie.

Produkty oferowane przez firmę TrybEco umożliwiają ciche podróżowanie – dzięki temu, że nie mają spalinowego silnika, nie powstaje hałas. Niewątpliwym ich atutem są także czystość i prostota oraz oszczędność związana z niskimi kosztami eksploatacji.

## EKOLOGICZNE INNOWACJE

Misją firmy jest rozwój nowych technologii w transporcie publicznym, sprzyjających ochronie środowiska. Producent stale poszukuje rozwiązań, które pozwolą na zoptymalizowanie oferowanych przez niego urządzeń. – Oprócz



produkcji ekologicznych pojazdów elektrycznych zajmujemy się także problematyką inteligentnego ich ładowania – podkreśla Przygucki.

– Przykładem jest system Intelligent Charger, który nie tylko optymalizuje czas ładowania, ale także automatycznie przestaje pracować po naładowaniu baterii. Innowacyjny jest również kontroler zintegrowany ze smartfonem, który odgrywa rolę komputera pokładowego, gdyż dzięki niemu użytkownik może swobodnie zarządzać systemem wspomagania (wybierając jeden z trzech wbudowanych trybów) oraz sterować pracą silnika i panować nad prędkością jazdy. Kontroler pełni także rolę licznika, pokazuje stopień naładowania baterii oraz wybrany tryb wspomagania.

### ODPOWIEDNIA NISZA

Jak podkreśla prezes firmy, TrybEco wpisuje się ze swoją ofertą w odpowiednią rynkową niszę. Rosnąca w Polsce popularność roweru jako podstawowego, codziennego środka transportu otwiera przed producentem rowerów elektrycznych szerokie pole działania. Internetowe badanie „Rowerzyści w Polsce” dowodzi, że rower jest wykorzystywany codziennie lub kilka razy w tygodniu przez 78 proc. ankietowanych. Co więcej, we wspomnianym badaniu to właśnie Łódź zajmuje trzecie miejsce w zestawieniu najbardziej rowerowych miast w kraju. Coraz częstsze promowanie przez firmy i instytucje roweru jako środka transportu dla pracowników (np. darmowy lunch dla tych pracowników jednej z firm ubezpieczeniowych, którzy do pracy przyjeżdżają jednośladem, czy dodatkowe wynagrodzenie za dystans pokonany rowerem) zwiększa grono potencjalnych klientów.

TrybEco kieruje swoje produkty do szerokiego grona odbiorców, oferując zarówno pojazdy dla dorosłych przeznaczone do codziennego użytku, jak i jednoślady, które mogą zainteresować młodszych użytkowników. Monocykle, smart skutery, elektryczne hulajnogi czy minisegwaye cieszą się wśród młodzieży coraz większą popularnością. Produkty TrybEco można zakupić nie tylko w specjalistycznych sklepach rowerowych, ale również... w ramach oferty abonamentowej jednego z operatorów telekomunikacyjnych oraz w sieciach dużych marketów.

### RYNEK ZAGRANICZNY

Ekologiczne formy transportu są wykorzystywane coraz bardziej intensywnie nie tylko na rynku krajowym, lecz także za granicą. Niemcy, Czechy,

Holandia czy Szwecja to przykłady państw, które są otwarte na innowacyjne rozwiązania dotyczące transportu i ekologii. Potwierdzają to chociażby wskaźniki sprzedaży pojazdów elektrycznych w tych krajach. TrybEco widzi w tym szansę dla siebie. Firma obecnie prowadzi sprzedaż w Niemczech i Czechach. W pozostałych krajach producent prowadzi badania rynku i wstępnie przymierza się do nawiązania biznesowej współpracy. – Naszą grupą docelową na rynkach zagranicznych są zarówno klienci prywatni



Salon firmowy w Łodzi przy ulicy Legionów 106

preferujący aktywny tryb życia, jak i dealerzy poszukujący produktów charakteryzujących się innowacyjnością i energooszczędnością – przyznaje Tomasz Przygucki. – Być może za jakiś czas nawet premier Holandii Mark Rutte będzie dojeżdżał do pracy nie zwykłym, ale elektrycznym rowerem produkowanym w Polsce – dodaje.

TrybEco istnieje od niespełna dwóch lat. Obecnie zatrudnia pięciu pracowników. Warto podkreślić, że w swojej działalności firma konsekwentnie wdraża system zarządzania jakością oraz przestrzega zasad społecznej odpowiedzialności w biznesie. W 2016 roku została nagrodzona za rower elektryczny TrybEco Terra w konkursie Eco Design organizowanym przez Ministerstwo Środowiska. ●



Witold Rogowski,  
dyrektor Accenture  
Lodz Delivery Center

KATARZYNA JÓZWIK

# Tworzą technologie kształtujące przyszłość

Należą do grupy zatrudniającej niemal 400 tys. pracowników. Działają w wymiarze globalnym w 120 krajach. Ich zespół stanowią eksperci od nowych technologii. Od 2010 roku firma działa w Łodzi jako Accenture Lodz Delivery Center (LDC).

Łódzki oddział jest głównym ośrodkiem technologicznym Accenture w Polsce i jednym z 50 biur wchodzących w skład Accenture Global Delivery Network. Filia w Łodzi zatrudnia obecnie ponad 350 osób. Wskaźnik zatrudnienia w firmie w ciągu ostatnich sześciu lat wzrósł sześciokrotnie. LDC nie ma zamiaru osiąść na laurach i ciągle pracuje nad rozwojem swojego oddziału.

## KU NOWOCZESNOŚCI

Fascynację nowoczesnością i poszukiwaniem innowacyjnych rozwiązań zauważa się już w nazwie firmy. Accenture – „accent on the future” – to motto tej międzynarodowej organizacji.

Globalna siatka, do której należy łódzki oddział, specjalizuje się w świadczeniu profesjonalnych usług i rozwiązań w obszarach: strategy, consulting, digital, technology i operations. Każdy z realizowanych projektów ma na celu połączenie biznesu z nowoczesnymi technologiami.

## NOWOCZESNE PROJEKTY DLA ŚWIATOWYCH MAREK

Tym, co wyróżnia firmę działającą na łódzkim rynku od pozostałych przedsiębiorstw z branży, jest przede wszystkim jej wymiar globalny. Bycie jednym z 50 biur międzynarodowej sieci Accenture umożliwia pracę nad projektami dostosowanymi do potrzeb największych światowych marek. Pracując w łódzkim biurze, można odczuć tę atmosferę, jest ono bowiem często odwiedzane zarówno przez klientów, jak i pracowników z całego świata. Ci ostatni mają również szansę podróżować w odległe miejsca, np. do Dubaju czy USA.

## ŁÓDZKI AKCENT W ŚWIATOWEJ TECHNOLOGII

Oddział Accenture działający w Łodzi jest jednym z siedmiu biur w Polsce, które należą do Global Delivery Network. Jednak każda z działających w kraju filii specjalizuje się w innych zagadnieniach. W przypadku Łodzi zespół zatrudniony w spółce to profesjonaliści w zakresie technologii informatycznych. Programiści, analitycy systemu i pasjonaci nowoczesnych technologii są odpowiedzialni za tworzenie innowacyjnych rozwiązań dla sektorów e-commerce, retail, digital banking czy telecom. Klientami łódzkiego oddziału firmy Accenture są m.in. PKO BP i mBank.

Dzięki przynależności LDC do globalnej sieci firma może korzystać z doświadczeń światowych partnerów. Międzynarodowy zasięg daje niepowtarzalną możliwość pracy z wykorzystaniem najważniejszych i najnowszych rozwiązań IT.

## ROZWÓJ PRZED W SZYSTKIM

Dyrektor łódzkiego oddziału Accenture Witold Rogowski pytany o plany na przyszłość odpowiada krótko: – Oczywiście wzrost!

Firma w swojej działalności kładzie szczególny nacisk na rozwój i szkolenie pracowników. Wymaga tego przede wszystkim jej misja, którą jest ciągle poszukiwanie niedostępnych dotąd rozwiązań. – My już w tym momencie mamy technologie, które za jakiś czas będą kształtowały przyszłość – przyznaje dyrektor. Jak sam podkreśla, Accenture to wymarzone miejsce pracy dla każdego specjalisty IT poszukującego dostępu do szkoleń, wiedzy i narzędzi programistycznych na globalnym poziomie.



Jednak podążanie za najnowocześniejszymi rozwiązaniami programistycznymi jest też wymagane przez rynek. Klienci, którzy są odbiorcami usług łódzkiego oddziału, korzystają z rozwiązań, o których wcześniej by nawet nie pomyśleli. Tylko zespół posiadający specjalistyczną wiedzę będzie w stanie je zaproponować. – To my dajemy klientom rozwiązanie oczekiwanego biznesowego zagadnienia czy problemu – podkreśla Witold Rogowski. – Czasem jest to dotarcie do nowych klientów, obniżenie kosztów czy przyspieszenie cyklu sprzedaży, czasem poprawienie bezpieczeństwa. Bardzo często oferujemy klientom technologie, których dotąd nie znali bądź nie rozumieli – zaznacza.

### WYJĄTKOWY PRACODAWCA

Wspomniany wcześniej dostęp do szkoleń dla pracowników to tylko jedna z zalet pracy w Accenture. Sama możliwość realizacji różnorodnych projektów na rynku międzynarodowym z jednoczesnym wykorzystaniem nowoczesnych technologii stwarza warunki do ciągłego rozwoju kompetencji. Pracodawca



przywiązuje ogromną wagę do stworzenia właściwych warunków rozwoju swoich pracowników. Mają oni do dyspozycji szkolenia (platforma e-learningowa, jak również certyfikacje od zewnętrznych dostawców) czy dofinansowanie nauki języków obcych. Na tym nie koniec, są wpierani także we wszelkich aktywnościach po godzinach pracy. Łódzki oddział Accenture może się więc pochwalić firmową drużyną biegaczy, a sama firma organizuje liczne imprezy integracyjne.

Lodz Delivery Center jest w pełni świadoma wpływu warunków pracy na efektywność zatrudnionego zespołu. Chociażby z tego względu zadbała, aby jej biuro było zorganizowane w sposób przyjazny dla jego użytkowników. Odwiedzając biurowiec przy ul. Wólczańskiej, w siedzibie spółki można znaleźć nie tylko kompleksowo wyposażone stanowiska pracy, ale również... stół do ping-ponga czy nowocześnie urządzone pokoje do wypoczynku.

Ponadto nie bez powodu w 6. edycji raportu „Najbardziej pożądana pracodawcy w opinii specjalistów i menedżerów”, przygotowanego przez Antal, firma znalazła się na drugiej pozycji w kategorii branż consultingowych.

### W POSZUKIWANIU MŁODYCH TALENTÓW

Accenture zatrudnia głównie programistów, testerów i administratorów oprogramowania oraz specjalistów różnych technologii, m.in. Java, .Net, PHP, Oracle, SAP czy Salesforce. Jednak umiejętności techniczne nie wystarczą, aby zdobyć pracę w łódzkiej spółce. – Ze względu na pracę z klientami zagranicznymi poszukujemy osób z komunikatywną znajomością języka angielskiego – zaznacza Olga Narzekalak, specjalista ds. marketingu rekrutacyjnego firmy. – Natomiast z punktu widzenia specyfiki pracy ważne są także gotowość kandydata do pracy w zespole oraz jego otwartość na ciągły rozwój swoich umiejętności.

Mimo restrykcyjnych wymogów wobec kandydatów firma jest również otwarta na absolwentów uczelni wyższych. Co więcej, spółka na stałe współpracuje z Politechniką Łódzką i Uniwersytetem Łódzkim w zakresie organizacji warsztatów i materiałów edukacyjnych dla studentów. – Regularnie organizujemy „open day” dla studentów, w czasie którego mogą odwiedzić naszą siedzibę i poznać z bliska specyfikę pracy w tej branży – mówi dyrektor LDC. – Wierzymy w młodych, utalentowanych ludzi, dlatego chcemy dać im szansę na pracę w nowoczesnym, międzynarodowym środowisku – dodaje Witold Rogowski.

Obecnie łódzki oddział obsługuje ponad 30 firm i realizuje przeszło 50 projektów z całego świata. ●

RAFAŁ WILGUSIAK

# Od stylizacji paznokci po pielęgnację ciała



Wdarli się przebojem na polski rynek profesjonalnej stylizacji paznokci. Po czterech latach działalności „Vogue Magazine” nazwał ich „ekspertami w dziedzinie kolorów”. Obecnie produkty marki Indigo Nails, stworzonej przez Magdalenę Malaczyńską (Igańską) i Dariusza Malaczyńskiego, podbijają serca kobiet w 24 krajach na całym świecie.

Pomysł na biznes narodził się z pasji. – „Indigos” oznacza barwniki. Podczas wypraw Kolumba i odkrywania nowych lądów były one równie cenne jak szlachetne kruszce i przyprawy. W naszej marce chodzi przede wszystkim o niepowtarzalną, najpiękniejszą kolorówkę i najwyższą jakość – tłumaczy Dariusz Malaczyński, w branży od ponad 16 lat. Znakiem rozpoznawczym firmy są lakiery hybrydowe, ale to tylko fragment tego, co Indigo ma do zaoferowania. Przedsiębiorstwo kompleksowo zaopatruje salony manicure we wszystkie produkty i akcesoria niezbędne do profesjonalnej stylizacji paznokci. Indigo oferuje również linię Home Spa, czyli balsamy, oliwki pielęgnacyjne, masła shea i kremy do rąk, które nie tylko dbają o skórę, lecz również pięknie pachną. Są idealne dla każdego, kto ceni sobie efektywną, luksusową pielęgnację w domowym zaciszu. Portfolio marki tworzy obecnie ponad 1800 produktów.

– Misją Indigo jest dostarczanie szerokiej gamy profesjonalnych produktów. Słuchamy naszych klientek i na podstawie ich potrzeb oraz oczekiwań dopracowujemy formuły i poszukujemy nowych rozwiązań. Kreujemy innowacje, takie jak Metal Manix czy Efekt Syrenki, które wyznaczają trendy i stwarzają zupełnie nowe możliwości w stylizacji paznokci – zaznacza Magdalena Malaczyńska. Firma ma obecnie ugruntowaną pozycję lidera na polskim rynku i jest rozpoznawalna za granicą, chociaż kiedy debiutowała, nikt nie wróżył jej tak dużego sukcesu. – Rynek produktów do stylizacji paznokci rozwijał się

wtedy bardzo dynamicznie, ale był określany mianem nasyconego. Mimo niełatwej sytuacji mieliśmy ten komfort, że mogliśmy zawodowo zajmować się tym, co kochamy. To największa motywacja, która zawsze napędzała nas do działania. Wiedzieliśmy, że jeśli zainwestujemy czas i energię w rozwój, prędzej czy później uda nam się zaistnieć w świadomości klientów. Wymagało to wielu wyrzeczeń i poświęceń, ale dziś śmiało możemy powiedzieć, że było warto – mówi Dariusz Malaczyński.

## LUDZIE SĄ ABSOLUTNĄ PODSTAWĄ

Ważnym filarem działań marki jest edukacja, ponieważ praca z profesjonalnymi produktami wymaga przeszkolenia i praktycznych umiejętności. Klienci Indigo to głównie zawodowi styliści paznokci.

– Zrzeszamy najlepszych w branży. Nasze instruktorki potrafią zdobyć 35 medali w ciągu jednych mistrzostw, są najlepsze w kraju i za granicą. Od 40 lat żadna firma z branży kosmetycznej na całym świecie tego nie dokonała. W samym 2016 roku dziewczyny zdobyły około 170 nagród. Wśród nich są mistrzyni Europy – mówi z dumą Dariusz. Co na to Magda? – Jest dobrze, ale może być jeszcze lepiej.

To ona jest coachem całego teamu. Szkoli, wymaga, kontroluje, ale też motywuje, każe opuszczać wygodną strefę komfortu. Rozwija biznes zgodnie z założeniem „no pressure, no diamonds”. Dystrybutorzy słuchają i wdrażają to w życie, ponieważ widzą, jak ich firmy rosną, a przychody z roku na rok się zwielfokrotniają.



– Prawidłowo wykonany manicure hybrydowy jest sztuką. To nie tylko kwestia efektu wizualnego, ale także bezpieczeństwa i zdrowia – wyjaśnia Magda. – Nasza oferta szkoleniowa jest skonstruowana tak, by mogli z niej korzystać uczestnicy na każdym poziomie zaawansowania. Mamy najlepszą kadrę utytułowanych instruktorów oraz autorski program, który w pełni przygotowuje kursantki do zawodu stylisty paznokci, a początkującym umożliwia zdobycie podstawowej wiedzy – dodaje.

Wyróżniane są także produkty Indigo. Przede wszystkim autorski Removable Protein Base, nagrodzony złotym medalem MTP na Forum Kosmetyki BeautyVISION 2017 oraz w konkursie Beauty Forum Awards jako najlepszy produkt roku 2016 w kategorii „preparaty do stylizacji paznokci”. Poza tym nagrodę zdobyło pielęgnacyjne serum z mirrą, a lakier hybrydowy Paris Blue został uznany za najlepszy produkt oraz wyjątkowy kolor podczas Beauty Days 2016.

## SIEĆ SALONÓW

Obecnie głównym projektem, nad którym pracuje firma, jest tworzenie sieci salonów firmowych Indigo. – Mamy już spore doświadczenie w branży, więc przyszedł czas, by się nim podzielić i docenić wspaniałe grono utalentowanych stylistów paznokci z całej Polski. Zamiast proponować gotowe rozwiązania w formie franczyzy, stawiamy jednak na solidne wsparcie merytoryczne i inwestycję w ich rozwój. Liczymy na to, że dzięki temu w każdym z tych miejsc uda się zachować ich indywidualny charakter, a jednocześnie zapewnić klientom najwyższą jakość usług – mówi Magda.

Zespół to najważniejszy czynnik, dzięki któremu firma funkcjonuje. Ludzie są absolutną podstawą, więc twórcy Indigo dbają o to, by zapewnić im jak najlepsze warunki do rozwoju i zawodowej realizacji. – Wierzymy, że wszyscy, którzy pracują na nasz wspólny sukces, muszą być odpowiednio doceniani – zaznacza Dariusz.

Ponadto Indigo systematycznie angażuje się w działania zewnętrzne. Zarówno na skalę ogólnopolską, jak i lokalnie. Współpracowali już z Fundacją Rak'n'Roll i z WOŚP, wspierają również mniejsze inicjatywy.

– W grudniu zorganizowaliśmy akcję mikołajkową w łódzkim szpitalu na Spornej na oddziale pediatrii. Ostatnio włączyliśmy się też w inicjatywę promującą profilaktykę raka piersi, a najbardziej kreatywni członkowie naszego zespołu wsparli swoim talentem aukcję charytatywną

„Malowane nadzieją”. Bardzo kibicujemy też Łodzi w ubieganiu się o organizację Expo 2022. Wspieramy miasto, biorąc czynny udział w bankietach oraz angażując się w misje gospodarcze – mówi Magda.

## CIĄGŁY PROGRES BEZ ZWALNIANIA TEMP

Wkrótce firma przeprowadzi się do nowej siedziby, co stworzy jeszcze większe możliwości rozwoju.

– Przed nami duże wyzwanie, bo zdecydowaliśmy się na rewitalizację i dostosowanie zabytkowej fabryki do potrzeb naszej działalności. Plany są ambitne, ale jesteśmy przekonani, że uda nam się je zrealizować – podkreśla Dariusz, który osobiście nadzoruje postęp prac.

Firma zatrudnia na stałe w Łodzi około 40 osób, ale ta liczba stale rośnie. W planach jest powiększenie zespołu o analityka finansowego. – Mamy wspaniały team i bardzo starannie dobieramy osoby, które go tworzą. Nawet marka oferująca najlepsze produkty i dysponująca ogromnym budżetem promocyjnym nie odniesie sukcesu bez zgranego i zaangażowanego zespołu – przekonują Malaczyńscy.

Kolejnym krokiem w rozwoju działalności ma być rozszerzanie oferty poprzez tworzenie komplementarnych marek. – Pracujemy nad tym od kilku lat, gdyż im dalej w las, tym większe możliwości produkcyjne dostrzegamy. Zresztą nie tylko my. Ostatnio podczas rozmowy ze znajomym profesorem okazało się, że w renomowanej uczelni SWPS na slajdach niejednokrotnie pojawia się historia Indigo jako model biznesowy. Jest nam z tego powodu bardzo miło – zaznacza Magda. •



KATARZYNA JÓZWIK

# Skarpetkowy szal

Ich sztandarowym produktem są skarpetki. Wielobarwne i z unikalnym wzorem stanowią wyjątkowy element każdego ubioru. Many Mornings łączy w swojej działalności wieloletnią tradycję dziewiarską z nowoczesnym designem.

Przedsiębiorstwo działa w Aleksandrowie Łódzkim, polskim zagłębiu skarpetkowym, a jego podwalinami jest rodzinna firma dziewiarska z przeszło 25-letnim doświadczeniem. Właściciele firmy – dwaj przyjaciele: Adrian Morawiak i Maciej Butkowski – zgodnie podkreślają, że ich skarpetki łączą w sobie wysoką jakość wykonania z nowoczesnym wzornictwem dopasowanym do wymagań współczesnego klienta.

## NIETYPOWA NISZA

Pomysł na markę kolorowych skarpet pojawił się u Maćka, który Adrianowi, znajomemu z czasów szkolnych, zaproponował stworzenie wspólnego biznesu. Adrian miał doświadczenie w produkcji zabawnych skarpet, które przygotowywał dla znajomych z różnych okazji. Zawsze wzbudzały one duże zainteresowanie. – Zobaczyliśmy, że jest nisza na tego rodzaju projekt. W Polsce działała wtedy tylko jedna czy dwie firmy oferujące podobny produkt – wyjaśnia Adrian Morawiak. – Uznaliśmy, że spróbujemy zrobić coś szalonego i ciekawego, aby sprawdzić, czy produkcja oryginalnej bielizny na dużą skalę w ogóle ma sens – dodaje. Od początku projekty powstawały w rodzinnej fabryce w Aleksandrowie Łódzkim. Wynikało to nie tylko z właściwego zaplecza technicznego, ale również z chęci ratowania podupadającego interesu rodziców. Współpraca ułożyła się na tyle dobrze, że obecnie wspólnie rozwijają fabrykę, której głównym profilem działalności stała się produkcja na rzecz skarpetkowej spółki.



Od lewej: Adrian Morawiak, Maciej Butkowski

## NIE DO PARY

Kiedy pomysł na wzorzyste i różnokolorowe skarpetki zaczął się sprawdzać, młodzi przedsiębiorcy zaczęli poszukiwać rozwiązań, które szczególnie wyróżnią ich na rynku. Jako pierwsi w Polsce stworzyli skarpety asymetryczne, czyli takie, gdzie w jednej parze obie skarpetki znacznie różnią się od siebie. – Specjalizujemy się w produkcji tego rodzaju skarpetek. Zestawienie dwóch różnych wzorów pozwala na zabawę formą i podkreślenie swojego indywidualizmu – zaznacza Maciej Butkowski. – Modele asymetryczne stały się na tyle popularne, że pojawiły się firmy – zarówno w kraju, jak i za granicą – które usiłują nas w tym naśladować.

Tym, co wzmacnia pozycję produktów Many Mornings na rynku, jest również wysoka jakość oferowanych produktów. Kolorowe skarpetki produkowane są ze specjalnie wyselekcjonowanego włókna, które wpływa na trwałość i miękkość bielizny. Dzięki niemu wyroby oferowane przez spółkę są również nieco grubsze niż skarpetki dostępne u konkurencji.

Oryginalność i wysoką jakość produktów Many Mornings docenił również Urząd Miasta Łodzi, który w czerwcu 2015 roku nagroził spółkę wyróżnieniem w VII edycji konkursu Młodzi w Łodzi – Mam Pomysł na Biznes.

## DLA ŚWIADOMEGO KLIENTA

Wbrew pozorom produkt oferowany przez Many Mornings jest uniwersalny. Potwierdza to chociażby szeroki przedział wiekowy klientów firmy, wśród





których znajdziemy nie tylko młode osoby poszukujące alternatywnych rozwiązań modowych, ale również dzieci czy seniorów. Kolorowe skarpetki nadają się zarówno dla osób, które na co dzień chcą się wyróżniać kolorem w swoim ubiorze, jak i dla tych, którzy poszukują wyrazistego akcentu do stonowanego stroju. – Najwięcej klientów mamy wśród osób w wieku 25–35 lat – przyznaje Adrian Morawiak. – Jednak bez względu na wiek naszych klientów łączy jedna cecha: są to osoby świadome swojego stylu, bardzo często interesujące się designem – podkreśla.

Many Mornings ma swoich zwolenników nie tylko w kraju, gdzie oprócz sprzedaży internetowej realizuje również sprzedaż hurtową do sklepów stacjonarnych, lecz także za granicą. Zamówienia na kolorowe skarpetki spływają z różnych części świata. Najczęstszymi klientami zagranicznymi sklepu są obywatele Niemiec, USA czy Holandii. – Zdarzyło nam się jednak wysłać towar również do Australii czy Japonii – przyznaje Maciej Butkowski.

### PODZIEL SIĘ PARĄ

Głównym celem działalności Many Mornings jest... sprawianie ludziom radości. Chodzi tu nie tylko o wywoływanie uśmiechu przy okazji porannego zakładania wzorzystych skarpetek, ale również o realną pomoc dla najbardziej potrzebujących. Spółka od samego początku swojej działalności realizuje akcję Share a pair!, w ramach której za każdą zakupioną parę skarpetek właściciele firmy przekazują drugą parę osobom potrzebującym. Do tej pory z dobroczynności łódzkich przedsiębiorców skorzystały m.in. domy

dziecka czy noclegownie dla osób bezdomnych. – Prowadząc biznes, chcieliśmy dać coś od siebie, stąd pomysł na tę akcję – przyznaje Adrian Morawiak. – Obecnie pragniemy rozbudować jej zasady. Oprócz przekazywania skarpetek, chcemy realizować różnego rodzaju kampanie społeczne oraz wspierać finansowo działalność organizacji charytatywnych – dodaje.

Akcja Share a pair! jest solidnie przemyślana przez właścicieli spółki. Przekazywana bielizna jest dostosowana do wymogów beneficjentów pomocy, np. osoby bezdomne otrzymują na zimę grube, ciepłe skarpetki, natomiast dzieci z domów dziecka – modele sportowe. Many Mornings nie ogranicza również lokalizacji swojej pomocy. Firma namawia klientów do wskazywania placówek, które potrzebują wsparcia. Darmowe skarpetki dotarły m.in. na Ukrainę czy do Afryki.

### KIERUNEK: ROZWÓJ

Jak przyznają ze śmiechem sami właściciele, największym osiągnięciem firmy jest jej istnienie i rozkwitająca działalność. – Najważniejsze jest to, że się nie zatrzymujemy. Cały czas działamy i idziemy do przodu – zaznacza Maciej Butkowski. – Cieszy fakt, że rozwija się nasz zespół, że nasza akcja Share a pair! zyskuje coraz większą popularność – dodaje. Jednak spółka nie zamierza zwolnić tempa. Obecnie największym wyzwaniem dla firmy jest wdrożenie systemu informatycznego umożliwiającego sprzężenie całej sprzedaży oraz uruchomienie systemu zautomatyzowanego magazynu wysyłkowego.

Przedsiębiorstwo przywiązuje również dużą wagę do rozbudowywania swojego zespołu. Obecny skład ma w najbliższym czasie powiększyć się o kolejne osoby. Czym właściciele Many Mornings kierują się przy wyborze swoich pracowników? – Dla nas najważniejsza jest atmosfera w pracy i to, żeby „nadawać na tych samych falach” – zaznacza Adrian Morawiak. Firma poszukuje osób mających – tak jak jej właściciele – swoje pasje, które mogą realizować poza pracą. Ponadto przedsiębiorstwo przywiązuje wagę do budowania pozytywnych relacji i wykorzystywania potencjału swoich pracowników. – Nie jesteśmy zwolennikami hierarchicznego systemu zarządzania firmą. Wszyscy stanowimy jeden zespół, który wspólnie pracuje i się rozwija – przyznaje Maciej Butkowski. – Osoby, które zaczynają u nas pracę, pytamy wprost, dokąd dążą, i w odniesieniu do tych dążeń ustalamy, czym mają się zająć w naszej spółce – dodaje. Jak przyznają obaj właściciele, chcą być fair wobec osób, z którymi współpracują. ●

KATARZYNA JÓZWIK

# Nowy wymiar odzieży

Poprzez swoją działalność wykorzystują potencjał nowoczesnych projektantów oraz tradycję łódzkiego rynku włókienniczego. Dążą do przełożenia wieloletniego doświadczenia branży tekstylnej na realizację dotąd niespotykanych projektów modowych. AIDY to przedsiębiorstwo, które nadaje nowego wymiaru produkcji odzieży w Polsce.

Firma specjalizuje się w kompleksowej produkcji odzieży. Oferuje swoim klientom wsparcie na każdym etapie produkcji – od projektu po wykonanie produktu finalnego i skuteczną promocję.

## WSPARCIE OD PODSTAW

Klientami przedsiębiorstwa są zarówno marki odzieżowe, które istnieją już na rynku, jak i te, które dopiero na ten rynek usiłują wejść. W przypadku firm już istniejących AIDY pomaga w zoptymalizowaniu dotychczasowej produkcji w zakresie nakładów, jakości, ceny czy logistyki.

Jednak prawdziwym wyzwaniem dla właścicieli jest praca z klientem, który dopiero raczkuje na polskim rynku odzieżowym. Taki klient potrzebuje kompleksowego wsparcia: od podpowiedzi w zakresie przygotowania konstrukcji jego produktu poprzez dobór komponentów po gotowy spakowany produkt.

Ze względu na rozbudowaną ofertę każdy klient może liczyć na profesjonalne doradztwo w różnych aspektach. – Klientom oferujemy wiele możliwości. Nasze usługi to nie tylko szycie. Pracując nad konkretnym produktem, przygotowujemy całą dokumentację techniczną modelu. Zawiera ona nie tylko rysunki techniczne kroju, ale również dokładny opis sposobu szycia, kolorystyki, znakowań czy wymiarów – podkreśla właściciel firmy, Mateusz Winiarczyk. – Każdy oferowany przez nas produkt jest dostosowany do indywidualnych potrzeb i oczekiwań. Inwestorzy doceniają kompleksowość naszych usług – dodaje.

Dopełnieniem oferty AIDY jest wyjątkowa sesja fotograficzna odzieży oraz odpowiednio pokierowane działania marketingowe i promocyjne. Potwierdzeniem idei kompleksowego wsparcia jest również sama nazwa firmy: *aid* – wsparcie, *y (you)* – ty. Fachową obsługę gwarantuje doświadczony zespół. Obecnie w firmie funkcjonują dwa działy: handlowy, który jest odpowiedzialny za obsługę produkcji i przygotowanie wycen, oraz kreatywny, specjalizujący się w przetwarzaniu pomysłów w rzeczywiste produkty.

## NIE BEZ POWODU ŁÓDŹ

Jak podkreśla właściciel firmy, pomysł powstania biura organizacji produkcji odzieży zrodził się z aktualnych potrzeb rynku tekstylnego w Polsce oraz dotychczasowego doświadczenia zawodowego zdobytego w branży reklamowej. – Produkcja odzieży i reklama to wbrew pozorom stosunkowo podobne branże – zaznacza Dominika Ćwiek, dyrektor ds. rozwoju firmy. – Podobny jest sposób działania – zaczyna się od fazy koncepcyjnej i określenia celu, jaki chce się uzyskać, następnie jest etap projektowy, prototyp, znakowanie i produkcja – wyjaśnia.

AIDY obrało sobie za cel zbudowanie pomostu pomiędzy markami modowymi a ich wykonawcami, tj. szwalniami czy lokalnymi producentami tekstyliów. Łódź, jako jedno z polskich zagłębi szwalni oraz producentów materiałów i dodatków, okazała się doskonałym miejscem do rozwijania koncepcji. Potencjał tego miasta w kontekście produkcji odzieżowej podkreśla również raport „Uszyte w Polsce” z 2015 roku, wskazując województwo łódzkie jako region posiadający silne zaplecze naukowe (w postaci szkół zawodowych) i wieloletnie doświadczenie w branży. Przedsiębiorstwo specjalizujące się w profesjonalnej i kompleksowej organizacji odzieży ma duże możliwości rozwoju w tym regionie. Tym bardziej że dotychczas brakowało na rynku firmy oferującej kompleksową koordynację działań związanych z produkcją odzieży. To właśnie AIDY rozwiązuje m.in. kwestie techniczne procesu produkcji bez aktywnego angażowania klienta w te zagadnienia. Dzięki temu klient zyskuje dodatkowy czas na pracę chociażby nad nowymi kolekcjami.







Mateusz Winiarczyk, Dominika Ćwiek

## JAKOŚĆ PRODUKTU I... PRACY

Aspektem, na który szczególnie zwraca uwagę właściciel firmy, jest wysoka jakość oferowana klientom, która jest weryfikowana na każdym etapie produkcji. Dotyczy ona przede wszystkim usług dostępnych w ramach oferty firmy oraz jakości materiałów i komponentów proponowanych klientom. AIDY przywiązuje też dużą wagę do warunków pracy w szwalniach podwykonawców, z którymi współpracuje. Z tym problemem aktywnie chcą walczyć właściciele łódzkiej agencji. – Pragniemy zmienić podejście ludzi odpowiedzialnych za lokowanie produkcji odzieży. Pokazać, że można wykonywać ubrania w Polsce z zachowaniem najwyższych standardów oraz ze sprawiedliwym podziałem zysków. Dlatego współpracujemy wyłącznie ze szwalniami, które zapewniają swoim pracownikom uczciwe warunki zatrudnienia – mówi Mateusz Winiarczyk. – Ponadto współpraca z naszą firmą to dla szwalni gwarancja stałych zleceń, co pozytywnie przekłada się na stabilne warunki zatrudnienia. Wspieramy polskie przedsiębiorstwa z branży tekstylnej oraz rodzime marki modowe – dodaje.

## TRADYCJA W POŁĄCZENIU Z KREATYWNOŚCIĄ

Łódzkie przedsiębiorstwo, mimo działalności w branży z wieloletnią tradycją, stara się wprowadzać na rynek innowacyjne, dotąd niespotykane rozwiązania. – Nie lubimy nudy i monotonii, właśnie dlatego naszym klientom oferujemy rozwiązania niestandardowe i często w pełni spersonalizowane. Naszą misją jest pokazanie, że można u nas w Polsce tworzyć produkty i całe kolekcje ubrań z zachowaniem najwyższej jakości i wszystkich standardów – przyznaje Dominika Ćwiek.

To, co podkreślają właściciele firmy w swojej działalności, to dostosowanie ich oferty do potrzeby konkretnej marki odzieży. AIDY jest w stanie przygotować np. kolekcję odzieży streetwear, w której najważniejsze są wygoda i wyróżniające dodatki ubrań, czy kolekcję odzieży typu fitness, cechującą się

specjalistycznym dostosowaniem produktu do określonej dziedziny sportu.

Ponadto każdy młody projektant, dla którego niezwykle istotna jest nie tylko wysoka jakość wyprodukowanej odzieży, ale również każdy jej detal, powinien skorzystać z usług AIDY. Firma zapewnia realizację kolekcji odzieży na podstawie indywidualnych wymogów projektanta w połączeniu z aktualnymi trendami modowymi obecnymi na rynku.

Tym, co wyróżnia AIDY na rynku modowym, jest również duża dbałość o prawa autorskie wytwarzanej odzieży. Właściciel zapewnia, że na każdym etapie produkcji firma dba o ochronę wzoru wyrobu.

– Jeśli klient ma takie życzenie, może zastrzec sobie pełną poufność, co jest szczególnie istotne przy produktach licencjonowanych czy w procesie powstawania nowych marek – zaznacza Mateusz Winiarczyk.

## FIRMA EKO

Łódzkie przedsiębiorstwo przywiązuje dużą wagę do społecznej odpowiedzialności w biznesie. Właściciele AIDY dążą również do tego, aby ich działalność była jak najbardziej przyjazna środowisku. Przejawia się to w wykorzystaniu materiałów mających konieczne certyfikaty eko czy w proponowaniu klientom opakowań oraz metek z ekologicznego papieru bądź naszywek ze skóry z rabarbaru. – Ograniczamy ślad węglowy – podkreśla właściciel firmy. – Staramy się, aby wszystkie działania, m.in. produkcja materiałów, szycie, znakowanie, produkcja dodatków, odbywały się w jak najmniejszym promieniu kilometrów. Współpracujemy z lokalnymi dostawcami i producentami po to, aby za naszymi produktami nie ciągnęła się przysłowiowa chmura spalin – wyjaśnia.

Współpraca firmy z podwykonawcami i dostawcami – jeśli jest to możliwe – ogranicza się do 20 km od Łodzi. Korzystają na tym zarówno miejscowe przedsiębiorstwa, jak i klienci, których produkt ma na metce napis „Wyprodukowano w Polsce”.

## CIĄGŁY ROZWÓJ

Łódzkie przedsiębiorstwo ma niewielki staż – istnieje na rynku nieco ponad dwa lata. Mimo tego AIDY stawia sobie również za cel ciągły rozwój działalności. Firma stale poszukuje nowych dostawców i kontrahentów, a tym samym poszerza ofertę swoich usług. Wszystko po to, aby sprostać wymaganiom rozwijającego się rynku odzieżowego w Polsce. Łódzkie przedsiębiorstwo nie boi się również modowych wyzwania. – Nie jest dla nas przeszkodą to, że czegoś do tej pory nie wykonywaliśmy – mówi Dominika Ćwiek. – Jeśli klient oczekuje od nas innowacyjnego produktu, wprowadzimy do oferty nowe rozwiązania, które będą dopasowane do jego potrzeb – wyjaśnia. ●

KATARZYNA JÓZWIK

# Gniazdo kreatywnych biznesów

Swoją działalnością udowadniają, że kreatywność może być dobrym pomysłem na biznes. Chociaż każda z nich specjalizuje się w innej branży, ich cechą wspólną jest oryginalność oferowanych usług. Firmy działające w łódzkim Art\_Inkubatorze łączą w swojej działalności kreatywną twórczość i solidnie zorganizowaną przedsiębiorczość.

Inkubator przedsiębiorczości to instytucja łącząca sferę biznesu i kultury, aktywnie wspierająca realizację kreatywnych projektów. Jej celem jest wspieranie osób kreatywnych w stawianiu pierwszych kroków w biznesie. Obecnie przyjmuje pod swoje skrzydła nowych rezydentów.

## PROFESJONALNE ZAPLECZE BIZNESOWE

Art\_Inkubator, mieszczący się w Fabryce Sztuki w Łodzi, stawia sobie za cel pomoc w rozwijaniu działalności przedsiębiorstw z branży kreatywnej. Oferuje kompleksowe wsparcie w tym bardzo trudnym dla firmy momencie, jakim jest start przedsiębiorstwa i pierwsze lata jego działalności. Zapewnia preferencyjne warunki wynajmu lokali pod działalność gospodarczą. Oferta nie ogranicza się wyłącznie do biur. Instytucja wychodzi naprzeciw wymaganiom swoich kreatywnych rezydentów. Wśród

lokali dostępne są m.in. pracownia graficzna, filmowa, atelier fotograficzne oraz przestrzeń do produkcji artystycznej. Ponadto początkujący biznesmen może liczyć nie tylko na preferencyjne warunki wynajmu, lecz także przede wszystkim na merytoryczne i praktyczne doradztwo z zakresu finansów, księgowości czy polityki kadrowej. – Zakres szkoleń, warsztatów i doradztwa biznesowego jest optymalnie dopasowany do potrzeb i wymogów prowadzonej działalności gospodarczej. Oferujemy indywidualne doradztwo, ponieważ firmy rozpoczynające z nami współpracę są na różnym etapie rozwoju – zaznacza Maciej Trzebeński, dyrektor Fabryki Sztuki w Łodzi. – Kompleksowe wsparcie z naszej strony, które obejmuje również pomoc w poszukiwaniu zewnętrznych źródeł finansowania, pozwala początkującemu przedsiębiorcy skupić się wyłącznie na pracy i rozwijaniu zawodowych kwalifikacji – dodaje.



Firmy debiutanci otrzymują wsparcie przez okres dwóch lat. W tym czasie są w stanie pozyskać klientów i wypracować stabilną pozycję na rynku. Art\_Inkubator jest otwarty na pomoc w realizacji nowych, unikalnych projektów biznesowo-artystycznych. Rezydentami łódzkiej instytucji są firmy z sektora kreatywnego, m.in. filmowcy, wydawcy muzyczni i literaccy, artyści wzornictwa przemysłowego, fotograficy czy architekci.

## NOWOCZESNY BRANDING

Pojęcie kreatywności w pierwszej kolejności często kojarzone jest z branżą reklamową. Chociażby dlatego w gronie rezydentów łódzkiego inkubatora nie mogło zabraknąć firmy o takim profilu działalności. Soho creative łączy w swojej aktywności funkcje agencji kreatywnej oraz domu produkcyjnego i postprodukcyjnego. Jej podstawową działalnością jest w pełni zintegrowany zestaw usług: branding marki, nazewnictwo, projektowanie opakowań (zarówno form przestrzennych, jak i grafiki) oraz materiałów komunikacyjnych, a także wzornictwo 3D tworzące całościową identyfikację wizualną marki. Uzupełnieniem oferty jest kreacja oraz kompleksowy nadzór artystyczny nad realizacją reklam TV lub innych marketingowych materiałów wideo.

Właścicielem przedsiębiorstwa jest Kuba Idczak, projektant i producent mediów z ponad dziesięcioletnim doświadczeniem w branży. – Naszą firmę tworzą ludzie, których połączyła wspólna pasja. Pasją do odnajdywania sprytnych rozwiązań i do sprawnego poruszania się w ciasno wyznaczonych granicach: czasowych, przestrzennych i finansowych – podkreśla.

Klientami soho creative są firmy z sektora małych i średnich przedsiębiorstw poszukujące kompleksowych rozwiązań w zakresie działań marketingowych. Założyciel może pochwalić się projektami marek rozpoznawalnych na polskim rynku, np. Regenerum, Bioliq czy oni.sh. Obecnie pracuje nad wdrożeniem długofalowej strategii marki oraz kompleksowej obsługi w zakresie projektowania opakowań i materiałów informacyjnych dla firmy produkcyjnej z branży FMCG. Celem firmy jest stworzenie miejsca pracy pełnego wyzwań i możliwości rozwoju, w którym praca będzie szła w parze z nauką nowoczesnych rozwiązań. Soho creative dąży do tego, aby stać się miejscem, w którego działalności sztuka i biznes nie tylko się spotykają, ale również wzajemnie uzupełniają.

Firma chce zainteresować swoją działalnością również studentów kreatywnych kierunków. W tym celu opracowuje ofertę szkoleń kierowanych do studentów uczelni o profilu artystycznym





i biznesowym w województwie łódzkim.

- Inwestujemy swój czas w prowadzenie szkoleń  
- przyznaje właściciel. - Głęboko wierzymy w przekazywanie wiedzy i zdobytego doświadczenia, krzewienia dobrych praktyk projektowych, ale przede wszystkim zarażanie młodych ludzi pasją do tworzenia i zmieniania rzeczywistości - produkt po produkcie, litera po literze - dodaje.

## **POPRAWNOŚĆ JĘZYKOWA W MODZIE**

W branży reklamowej działa również firma prowadzona przez Malwinę Wadas pod nazwą Pani od polskiego. Wbrew pierwszym skojarzeniom, firma nie specjalizuje się w prowadzeniu lekcji języka polskiego, lecz w pracy copywriterskiej, redakcyjnej i edytorskiej. Oprócz usług związanych bezpośrednio z tworzeniem i poprawianiem tekstów proponuje swoim klientom również wiele rozwiązań marketingowych (prowadzenie komunikacji w mediach społecznościowych czy naming). Wykształcenie polonistyczne i kilkuletnie doświadczenie na stanowiskach menedżerskich i marketingowych przekładają się na jakość oferowanych usług. Pani od polskiego obsługuje zarówno niewielkie przedsiębiorstwa, którym zależy na profesjonalnym prowadzeniu profili w mediach społecznościowych, jak i duże agencje poszukujące zewnętrznego wsparcia w zakresie tworzenia

tekstów. Pracuje również z instytucjami i dużymi przedsiębiorstwami. - Lubię jednocześnie pracować nad kilkoma zleceniami dla różnych klientów. Moim zleceniodawcom pomagam opowiadać tak, by inni ich wysłuchali, zrozumieli i zapamiętali. Tworzę teksty, które chce się czytać - przyznaje Malwina Wadas. - Dbam o poprawność językową i komunikatywność tekstów. Projektuję słowa, układam je w zdania, a te w teksty, które tworzą ciekawe historie - opowiada o swojej pracy.

Największymi dotychczasowymi osiągnięciami zawodowymi Pani od polskiego jest praca przy dużych projektach marketingowych, współpraca ze Strefą Kibica UEFA EURO 2012 w Warszawie, korekta i redakcja materiałów dla budżetu obywatelskiego w Łodzi, korekta oraz opracowanie redakcyjne materiałów do stałej wystawy Muzeum Warszawskiej Pragi.

Marzeniem właścicielki jest powiększenie firmy i zatrudnienie pracowników. - Wierzę, że najważniejsze projekty są jeszcze przede mną - przyznaje.

## **NOWY WYMIAR FOTOGRAFII**

Jednak branża kreatywna to nie tylko agencje reklamowe czy copywriterskie. Ciekawym projektem realizowanym w ramach Art\_Inkubatora jest działalność firmy Oświecony - kursy fotograficzne. Właściciel przedsiębiorstwa, absolwent fotografii





szkoleń, uświadamia swoim kursantom, że na jakość wykonanych zdjęć wpływają nie tylko parametry posiadanego aparatu, ale również cechy osobowościowe fotografa. Swoją ofertę adresuje do wszystkich, którzy poszukują nowego impulsu w swojej dotychczasowej praktyce fotograficznej. – Głównym celem proponowanych przeze mnie kursów jest przedstawienie wybranych zagadnień fotograficznych w szerszym, tj. ogólnoplastycznym kontekście. Jest to unikalne podejście w kontekście nauczania fotografii – zaznacza właściciel firmy.

Obecne kursy adresowane są do szerokiego grona odbiorców. Mogą z nich korzystać zarówno doświadczeni fotografowie, jak i amatorzy, którzy dopiero rozpoczynają swoją przygodę z robieniem zdjęć. Fotograf zaprasza na swoje zajęcia dorosłych i dzieci. Celem Oświeconego jest rozbudowanie oferty szkoleń poprzez wprowadzenie kursów profilowanych, które będą dotyczyć określonej dziedziny fotografii (np. fotografii kolodionowej). Wszystkie działania mają na celu zwiększenie rozpoznawalności marki i wzmocnienie jej pozycji na rynku fotograficznym.

Łódzkiej Filmówki i blogger roku 2010 w kategorii foto, wideo, komiks proponuje unikalne szkolenia adresowane do adeptów fotografii.

Wyjątkowość oferowanych usług wynika z filozofii edukacji realizowanej podczas kursu. Dawid Furkot, proponując kilka wariantów

### **ARCHITEKTURA FUNKCJONALNA**

Kreatywność dotyczy nie tylko dziedziny marketingu czy reklamy. Innowacyjne rozwiązania towarzyszą nam w codziennym życiu. Doskonałym tego przykładem jest biuro architektoniczne Michała Borowskiego prowadzone w ramach łódzkiego inkubatora. Właściciel stawia sobie za cel kreowanie



architektury, która będzie przede wszystkim użytkowa i funkcjonalna dla korzystających z niej osób.

Wykorzystuje do tego ideę BIM (wirtualnego budynku) umożliwiającą stworzenie modelu obiektu i poznania wszystkich możliwych problemów dotyczących jego realizacji we wstępnym etapie procesu budowlanego. Wprowadzenie standardów w zarządzaniu projektami i realizacjami inwestycji na podstawie tego modelu pozwala nie tylko zaoszczędzić czas i pieniądze, ale również zrationalizować gospodarowanie materiałami budowlanymi czy zasobami ludzkimi. Wszystkie działania prowadzą do stworzenia funkcjonalnego obiektu przyjaznego użytkownikom i środowisku.

Mocną stroną firmy jest przeszło ośmioletnie doświadczenie jej właściciela, zdobyte w kilku łódzkich pracowniach projektowych. Praktyka przy projektach różnego rodzaju obiektów pozwoliła mu na wypracowanie umiejętności, które obecnie wykorzystuje w swoim przedsiębiorstwie. Impulsem do rozpoczęcia działalności na własny rachunek była chęć tworzenia projektów zgodnych z własną wizją architektoniczną.

Oferta biura skierowana jest przede wszystkim do klientów indywidualnych i prywatnych firm. Obecnie pracownia obsługuje projekty o powierzchni do 2000 mkw., wśród których znalazły się m.in. domy jednorodzinne oraz budynki produkcyjno-magazynowe. Rozbudowana sieć kontaktów biznesowych gwarantuje kompleksową obsługę klienta, w pełni dopasowaną do jego indywidualnych wymagań. – Moja firma, z racji współpracy z pozostałymi projektantami z branży budowlanej, zapewnia usługi w pełnym zakresie projektowym, tj. od koncepcji przez realizację wielobranżowych projektów budowlanych i wykonawczych po nadzory autorskie na budowie – podkreśla Michał Borowski.

Celem architekta jest praca nad coraz większymi i bardziej rozbudowanymi projektami, w których będzie możliwe wykorzystanie technologii BIM.

## RĘKODZIEŁO XXI WIEKU

Łódzki Art\_Inkubator otwiera swoje podwoje także dla firm, których właścicielami są oryginalni artyści. Tartaruga, w której ofercie można odnaleźć wykonane ręcznie dekoracyjne tkaniny i kilimy, doskonale udowadnia, że artystyczna dusza również może prowadzić swój biznes. Jej właścicielką jest Wiktoria Nowak, studentka wzornictwa na Politechnice Łódzkiej, która ręcznym tkactwem zaraziła się od swojej przyjaciółki ze studiów.

Celem firmy jest popularyzacja tkanin jako materiału dekoracyjnego wnętrz. Właścicielka dąży do zmiany podejścia klientów do wyrobów tkackich i do uzmysłowienia im, że dzięki tkaninom wykonanym ręcznie wnętrze może nabrać wyjątkowego charakteru. Oferowany przez przedsiębiorstwo produkt dobrze wpisuje się w oczekiwania polskich klientów. – Wypełniamy lukę na polskim rynku tkanin dekoracyjnych do wnętrz. Na Zachodzie już od paru lat możemy obserwować powrót do łask dywanów, kilimów i makatek – wyjaśnia Wiktoria Nowak. – Do tej pory klient często był zmuszony kupować produkty od zagranicznych rzemieślników. Nasze tkaniny są nie tylko dekoracyjne, ale również użytkowe. Mogą służyć jako ozdoba na ścianie lub dywan – dodaje.

Do wyrobu tkanin Tartaruga wykorzystuje wyłącznie naturalne materiały. Duża ich część pochodzi z recyklingu. Właścicielka podkreśla, że odbiorcą ich rękodzieła jest konsument świadomy, który poszukuje produktów o najwyższej jakości i o ponadczasowym, wyjątkowym wzornictwie. Obecnie firma pracuje nad pierwszą kolekcją współczesnych kilimów, a w planach ma poszerzenie swojej oferty, nawiązanie współpracy z lokalnymi producentami tkanin oraz zwiększenie zatrudnienia.







### **KU POTRZEBOM ZWIERZĄT**

Firmą działającą w ramach łódzkiego inkubatora, która wyróżnia się również swoimi produktami, jest Hello Pets. Przedsiębiorstwo oferuje artykuły dla zwierząt. Nie są to jednak tradycyjne miski czy legowiska dla milusińskich, lecz niebanalne akcesoria, które oprócz swojej funkcji użytkowej pełnią zarazem rolę oryginalnego elementu dekoracyjnego wnętrza. Hello Pets podąża za najnowszym wzornictwem, a inspiracją są zwierzęta i ich upodobania.

– Jako jedna z niewielu polskich marek dla zwierząt oferujemy dobrze zaprojektowane produkty za rozsądną cenę – podkreśla Marta Wycech, projektantka i absolwentka łódzkiej ASP, a obecnie właścicielka firmy. – Odpowiadamy na potrzeby osób poszukujących estetycznych produktów o wysokiej jakości – dodaje. Co ważne, wspomniana jakość idzie w parze z przystępną ceną.

Oferta sklepu adresowana jest do miłośników zwierząt, którzy cenią ciekawe wzornictwo. Wśród produktów można odnaleźć designerskie legowiska, oryginalne miski czy domki dla psa i kota. Właściciele przedsiębiorstwa proponują też akcesoria dla właścicieli czworonogów, np. wycieraczkę do butów sygnowaną logo sklepu. Produkty firmy mają swoich zwolenników zarówno na rynku krajowym, jak i zagranicznym. Po akcesoria Hello Pets sięgają klienci m.in. z Wielkiej Brytanii, ze Skandynawii czy z USA. Najbliższym planem przedsiębiorstwa jest poszerzenie kolekcji oferowanych akcesoriów.

W dalszej przyszłości zaś rozbudowanie zespołu i otwarcie własnego działu produkcji.

### **WSPÓLNY MIANOWNIK – KREATYWNOŚĆ**

To, co łączy wszystkie powyższe firmy, to kreatywne rozwiązania, jakie proponują, oraz rezydentura w Art\_Inkubatorze. Skupienie tak bardzo zróżnicowanych działalności w jednym miejscu sprawia, że łódzka instytucja wspierająca początkujące biznesy staje się prawdziwą wylęgarnią talentów. Oferowane specjalistyczne wsparcie biznesowe pozwala młodym artystom przedsiębiorcom na pełne skupienie nad rozwijaniem swoich produktów czy usług.

Powstanie tego rodzaju inkubatora właśnie w Łodzi nie jest przypadkowe. Miasto ma ogromny potencjał do rozwoju sektora kreatywnego. Na jego terenie działa wiele firm z branży reklamowej, muzycznej, filmowej, wzorniczej czy nowych technologii. Osoby, które chcą przekształcić swoje innowacyjne pomysły w realny biznes, potrzebują w początkowej fazie działalności rzetelnego mentora. Art\_Inkubator jest właśnie tym przewodnikiem po skomplikowanym świecie biznesu.

Otwarcie instytucji na tak zróżnicowane grono przedsiębiorców ma też swój określony cel. – Od początku zależało nam na stworzeniu również biznesowej społeczności. Sądzę, że dodatkową wartością naszej działalności jest bliskość innych startujących firm. Dzięki temu rezydenci mogą wymieniać się swoimi doświadczeniami, pomagać sobie nawzajem i nawiązywać biznesową współpracę – podkreśla Maciej Trzebeński. ●

# Rok w nurcie awangardy

Każde pokolenie ma swoją awangardę – przyznaje rektor Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi prof. JOLANTA RUDZKA-HABISIAK w rozmowie z Anną Krawczyk.

**W tym roku w Polsce obchodzimy jubileusz 100-lecia awangardy. W Łodzi kojarzy się ona głównie z Władysławem Strzemińskim. Proszę o przypomnienie jego zasług dla miasta.**

Władysław Strzemiński był jednym z założycieli i pedagogów naszej uczelni. Był teoretykiem sztuki, artystą, wizjonerem, który – nadając określony charakter naszej dydaktyce – tak naprawdę zbudował fundament merytoryczny łódzkiej ASP. Należy pamiętać, że pomysł powstania uczelni wynikał z potrzeby zasilenia ówczesnego rynku w projektantów. Łódź była miastem dynamicznie rozwijającego się przemysłu tekstylnego, który miał być wspierany przez kształcenie realizowane w ASP. Właśnie Władysław Strzemiński dostrzegał potrzebę łączenia działań artystycznych z działaniami użytkowymi dla przeciętnego człowieka. Jednocześnie przywiązywał wagę do gruntownego przygotowania ogólnoplastycznego projektantów. Strzemińskiemu zawdzięczamy obecny system kształcenia w łódzkiej ASP. Każdy projektant, który kończy naszą szkołę, jest w pełni wykształconym artystą. Metoda dydaktyczna wypracowana przez Strzemińskiego doskonale sprawdza się do dziś.

**Co właściwie wyróżniało Strzemińskiego jako artystę?** Władysław Strzemiński był pionierem konstruktywistycznej awangardy lat 20. i 30. w Polsce.



Jego działalność wywarła ogromny wpływ na łódzkie środowisko artystyczne. Chociażby opracowana przez niego teoria unizmu, która zrewolucjonizowała malarstwo tamtych czasów.

**Na czym ona polega?**

Teoria unizmu w bardzo skróconym zarysie zakłada, że płaszczyzna obrazu jest równie ważna w każdym swoim punkcie. Kompozycja nie ma dominanty centralnej, pozbawiona jest działania iluzji optycznej. Relacje pomiędzy elementami powinny być wyważone, równomierne. U Strzemińskiego pojawiają się wszelkiego rodzaju struktury budowane techniką malarstwa impastowego. Patrząc na jego obrazy, zauważa się, że są niezwykle zrównoważone. Całość jest pozbawiona napięć, a każdy z elementów i każdy punkt na obrazie jest tak samo istotny.

**Czy nie jest to jednak sztuka wyłącznie dla wymagającego odbiorcy?**

Sztuka Strzemińskiego wymaga na pewno intelektualnego przygotowania, aby ją móc w pełni docenić. Wymaga też zrozumienia, dlaczego artysta podjął taką decyzję i poszedł w danym kierunku. Strzemiński jest dla historyków sztuki nieprzebranym tematem do analizy. Jego sztuka świetnie wiąże się z Rokiem Awangardy, który właśnie obchodzimy.



**Co zatem Państwo przygotowaliście w ramach obchodów Roku Awangardy i do kogo są skierowane te wydarzenia?** Rok rozpoczęliśmy wystawą „My Spadkobiercy? Kobro”. Katarzyna Kobro – wybitna rzeźbiarka dwudziestolecia międzywojennego w Polsce, żona Strzebińskiego – również jest w kręgach naszych zainteresowań. W ramach tej wystawy nasi pedagodzy pokazali swoje powiązania z twórczością artystki.

Kolejna wystawa, która jest jeszcze otwarta w Galerii Kobro, to „Inter-Woven” autorstwa 12 kanadyjskich profesorów. Idealnie wpisała się ona w nasz awangardowy projekt. Prezentowane dzieła są połączeniem grafiki i tkaniny, co jest mocną stroną kształcenia naszej Akademii.

Właśnie ogłosiliśmy konkurs dla wszystkich studentów Hommage l'avant-garde. Jego rozstrzygnięcie i wystawa odbędą się jesienią.

#### **Czy planowane są jakieś centralne obchody?**

Pod koniec roku planujemy podsumowującą wystawę „Awangarda awangardy”, której kuratorem jest prof. Grzegorz Sztabiński. Myślą przewodnią projektu jest generacyjny dialog pomiędzy artystami, pedagogami naszej uczelni. Wystawie towarzyszyć będzie konferencja naukowa, podczas której mamy nadzieję gościć naprawdę wybitnych specjalistów w tej dziedzinie. Z pewnością wydarzeniem kulminacyjnym będzie uroczystość nadania tytułu doktora honoris causa prof. Józefowi Robakowskiemu. Wiele wydarzeń dotyczących obchodów skumuluje się jesienią. Wszystkie informacje na ten temat można znaleźć na specjalnej stronie internetowej: <http://awangarda.asp.lodz.pl>.

#### **Wracając jednak do samej awangardy – dlaczego ten nurt był tak ważnym kierunkiem w sztuce czy literaturze? Czy na jego przykładzie można stwierdzić, że sztuka może być niejako prekursorem ruchu społecznego?**

Nie mnie oceniać, gdyż jest to zagadnienie dla analityków bądź historyków sztuki. Słowo „awangarda” pochodzi z języka francuskiego, w którym „avant-garde” to „straż przednia”; awangardą jest więc grupa osób, które stoją na przedzie, wytyczają nowe kierunki, ostrzegają przed przybyciem „nowego”. W tym sensie każda epoka ma swoją awangardę, również nasza, natomiast to historycy sztuki za sto lat oceniają, które prądy i postawy w dzisiejszej sztuce przejdą do kanonu jako awangarda XXI wieku.

Wszyscy jesteśmy spadkobiercami tzw. Wielkiej Awangardy z początku XX wieku, która trwale zmieniła myślenie o formie, ale i o funkcji i roli sztuki. Była pochwałą niezależnego myślenia, pionierstwa i przełamywania schematów. Czerpała inspiracje

z osiągnięć techniki i nauki i stawiała sobie za cel zmiany w świadomości społecznej.

Biorąc pod uwagę ówczesne otoczenie w naszym kraju, kiedy kształtował się jego ustrój, a później panował socrealizm, to powstanie tego rodzaju nurtu było wyrazem buntu i odejścia od realizmu. Awangarda była wejściem w formy kontrowersyjne, odejściem od form przedstawiających. Pojawili się Malewicz, Strzebiński, Kobro i cały ruch, który później poszedł w kierunku wszystkich nowych zjawisk w sztuce. Coś takiego zdarza się niezwykle rzadko. Należy pamiętać, że oni byli artystami odrzuconymi i nieakceptowanymi. Dopiero czas pokazał, jak to otwarcie na nowe myślenie o sztuce oraz odejście od figuratywności na rzecz myślenia abstrakcyjnego były dalece innowacyjne i kreatywne. To właśnie oni stworzyli pojęcie, do którego dziś odnosimy się, mówiąc o awangardzie.

#### **Czy coś takiego byłoby możliwe w dzisiejszych czasach?**

Warto zadać pytanie, czy we współczesnych czasach coś jest w stanie nas zaskoczyć. Obecnie otwartość na nowe rozwiązania jest poniekąd normą. Dawniej to artyści tworzyli pozytywne bodźce, ale także prowokowali. Jeszcze raz powtórzę, że każdy okres w dziejach może mieć swoją awangardę. Zawsze mogą pojawić się charyzmatyczni twórcy, zaistnieją nowe zjawiska społeczne, które nadadzą status zmianom kulturowym, wyzwolą nową energię. Nadzieja tkwi w nieograniczonej kreatywności homo sapiens.

#### **W jaki sposób można rozbudzić tę kreatywność w człowieku? Czy ASP ma w tym jakiś swój wkład w kontekście Łodzi, która jest kreowana i postrzegana jako miasto ludzi kreatywnych?**

To jest właśnie rola ASP: pobudzanie kreatywności w młodych ludziach. Nasi studenci codziennie stawiają czoło problemom plastycznym czy projektowym. Współcześnie bardzo często sztuka przenika się z projektowaniem. Coraz częściej odnosimy się do sztuk pięknych, do unikatów. Uciekamy od serii i produkcji na rzecz zindywidualizowanych produktów. Codziennie szukamy odrębności. Duch kreatywności jest odpowiednio pobudzany przez środowisko, otoczenie, potrzeby. Kreatywność ma obecnie rzeczywiste szanse na realizację. Łódź jest kreatywna. Widoczne jest to chociażby w liczbie imprez i wydarzeń artystycznych. Nie wiem, czy istnieje drugie takie miasto tak nasycone energią i ludźmi, którym chce się działać.

#### **Co ma Pani na myśli?**

Powszechnie wiadomo, że Łódź jest miastem blisko 100 festiwali. Te, z którymi współpracujemy, to chociażby Łódź Design Festival, Light Move Festival czy

Festiwal Komiksu i Gier Komputerowych. Sami także organizujemy już od czterech lat EcoMade Festival, który w tym roku stanie się imprezą międzynarodową.

Obecnie trwają również prace nad projektem modowym, którego efektem ma być organizowane jesienią Łódź Fashion. Proszę nie mylić z Łódź Fashion Week, gdyż będzie to wydarzenie o zupełnie nowych założeniach. Łódź Fashion, czyli pięć pełnych dni warsztatów, paneli dyskusyjnych, wykładów. Realizując to wydarzenie, skupiamy się również na jego edukacyjnej podbudowie. W ramach niego odbędzie się również konkurs Łódź Young Fashion skierowany do osób do 30. roku życia. Uczestnicy będą walczyć o statuetkę Manekina i nagrodę główną ufundowaną przez Urząd Miasta Łodzi, jest to kwota 30 tys. euro.

Organizatorem całego wydarzenia jest nasza uczelnia we współpracy z Łódzkim Centrum Wydarzeń. Jesteśmy przekonani, że dzięki niemu umocnimy naszą rolę kuźni talentów w obszarze mody.

#### **Przygotowanie takiego modowego przedsięwzięcia wymaga wiele wysiłku.**

Za nami kilka lat doświadczeń w organizacji różnych przedsięwzięć w Centrum Promocji Mody, wierzymy, że pozwolą one zorganizować Łódź Fashion na wysokim poziomie merytorycznym i wizualnym.

Mamy świetny zespół, który potrafi wzbudzić w ludziach entuzjazm i pasję. Powstają z tego naprawdę bardzo ciekawe projekty, które wydobyły naszą uczelnię z cienia, ponadto aktywizują młodzież chętną do działania w tego rodzaju imprezach. Nasza aktywność przekłada się również na relacje ze środowiskiem. Doskonałą opinią cieszy się nasza galeria przy ulicy Piotrkowskiej 68, która prezentuje wyłącznie osiągnięcia naszych studentów.

#### **Aktywność dominuje w Państwa działalności?**

W ASP ciągle się coś dzieje! Organizujemy dni otwarte, podczas których uczelnię zwiedzają prawdziwe tłumy gości, podobnie jest w czasie Nocy Muzeów. Coraz większą popularnością cieszą się targi sztuki studenckiej. Organizujemy rocznie dziesiątki wystaw w ponad 20 galeriach. Z myślą o naszych absolwentach po raz drugi odbędą się Ogólnopolskie Tragi Pracy Uczelni Artystycznych START.

Muszę także wspomnieć o ostatnim osiągnięciu naszego Akademickiego Centrum Designu, organizatora pierwszej w historii wystawy dorobku projektowego ośmiu polskich uczelni artystycznych podczas targów Salone del Mobile w Mediolanie. Było to dla nas trudne, lecz zarazem bardzo pouczające zadanie. Najważniejsze jest to, że wystawa została bardzo dobrze przyjęta i śmiało możemy mówić o sukcesie.

Jedną z naszych aktywności są Międzynarodowe Letnie Kursy PATA. Jako jedyna uczelnia w Polsce z powodzeniem organizujemy w lipcu i sierpniu 10 ciekawych kursów, a do akademii przyjeżdżają uczestnicy z różnych stron świata. W tym roku będzie to już piąta edycja, zapraszam do zapoznania się z naszymi propozycjami na stronie <http://patanetwork.org/lang/pl/index.html>.

Współpracujemy ze Szkołą Filmową, z Akademią Muzyczną, Politechniką Łódzką, a nawet Akademią Medyczną. Z Uniwersytetem Łódzkim organizujemy wspólnie konferencje. Staramy się dzielić tą naszą energią i łączyć teorię z praktyką artystyczną. Ceniemy sobie bardzo współpracę z Filharmonią Łódzką, w której wnętrzach organizujemy wystawy studentów i pedagogów.

#### **Czy mogę prosić o konkretne przykłady?**

Właśnie ze wspomnianą Filharmonią prowadzimy zajęcia plastyczne i muzyczne dla dzieci w ramach Dziecięcego Uniwersytetu Artystycznego.

Nasi studenci projektują wnętrza szpitali, głównie dziecięcych. Ze współpracy ze służbą zdrowia jesteśmy znani. Odpowiadamy na zapotrzebowanie społeczne w bardzo różnych aspektach. Przekłada się to na współpracę z szeroko pojętym biznesem. Nasza dydaktyka, szczególnie w obszarze designu, coraz ściślej powiązana jest z producentami, którzy korzystają z kreatywności studentów, oni zaś mają dostęp do wysokich technologii i nowoczesnych procesów wdrożeniowych.

Mamy świetną infrastrukturę, którą udostępniamy na potrzeby różnych imprez. Jesteśmy aktywni wielowymiarowo. Prowadzimy Akademię Kreatywnego Seniora i kolonie letnie dla dzieci. Obecnie pracujemy również nad wybudowaniem obok uczelni przedszkola według projektu Katarzyny Kobro.

#### **Może Pani powiedzieć coś więcej na ten temat?**

Będzie to typowe miejskie przedszkole, jednak zaprojektowane w sposób nowoczesny – jako budynek pasywny według pomysłu Katarzyny Kobro. Wprowadzie materiału projektowego nie ma dużo, ale dobry architekt jest w stanie go opracować i przystosować do naszych potrzeb. W przedszkolu będzie realizowany poszerzony program artystyczny dla czterech grup dzieci. Temu przedsięwzięciu patronuje prezydent miasta, liczymy także na wsparcie wielu łódzkich firm. Budowa tego przedszkola to dla nas prawdziwe wyzwanie.

**Dziękuję za rozmowę.** ●

Notowała Katarzyna Józwik.





EWA KLEPACKA

## Bądź kreatorem swojego życia

Kiedy chcesz wziąć odpowiedzialność za swoje życie... przez tydzień wstawaj z łóżka lewą nogą, jeśli do tej pory wstawiałeś prawą. To nie żart. Zerwanie z nawykami to pierwszy ważny krok na drodze do świadomego życia.

„W naszej rodzinie nikt nie dorobił się wielkich pieniędzy”, „Emocjonalność masz po matce”, „Jak będziesz tak się stresować, nabawisz się wrzodów” – ile razy słyszałeś podobne zdania? Zrób badania genetyczne, a dowiesz się, dlaczego nie chudniesz mimo rygorystycznej diety, na co zachorujesz po przekroczeniu magicznej czterdziestki i dlaczego szczęście nie jest ci pisane, choćbyś się starał z całych sił. Uff! Czy rzeczywiście jesteśmy niewolnikami naszego DNA? Tak uważano do niedawna, ale Bruce Lipton, autor książki „Biologia przekonania” (Wydawnictwo Tu i Teraz, 2010 rok), prekursor nowej biologii, twierdzi, że wcale tak być nie musi. Lipton, lekarz i uczonego prowadzący badania na Uniwersytecie Stanforda, obalił mit, że jesteśmy jedynie biochemicznymi maszynami, które nie są w stanie kontrolować swojego życia. Jego nowa biologia daje nam szansę zmienienia się z ofiar w twórców. Wystarczy jedynie zmodyfikować swoje przekonania, a jeszcze wcześniej je sobie uświadomić.

O tym, że organizm każdego z nas składa się z około 50 trylionów żywych komórek, wiadano już od dawna. Także o tym, że nasze zdrowie zależy od harmonii pomiędzy komórkami, a choroba powstaje, gdy w owej społeczności zapanuje chaos. Jednak przez lata wierzone, że nasz wpływ na stan zdrowia jest niewielki, bowiem wszystko zależy od genów, których kontrolerem jest DNA. Co oznaczało, że już w momencie poczęcia nasz los został zaprogramowany, a ewentualne zażalenie możemy złożyć do rodziców.

Bruce Lipton udowodnił, że DNA jest jedynie potencjalnym scenariuszem naszego życia, a geny uruchamiają się wcale nie za jego sprawą, ale na podstawie informacji pochodzących ze środowiska i, przede wszystkim, odpowiedniej ich interpretacji przez nasze przekonania. To właśnie w sprawie owych przekonań możemy złożyć zażalenie do mamusi i tatusia. Jeśli przez lata słyszałeś, że w waszej rodzinie nie było milionerów, za to migreny i wrzody zdarzały się nagminnie, i na dodatek w to uwierzyłeś, masz duże szanse na spełnienie owego czarnego scenariusza. To twoje przekonania na temat siebie samego i świata,

twoje negatywne i pozytywne myśli są odpowiedzialne za twoje życie. Nowa biologia przekonuje, że wcale nie jesteśmy ofiarami dziedziczności – to środowisko, a w szczególności interpretacja wszystkiego, co nam się przydarza, kontroluje nasze geny; włączając je lub nie. Weźmy choćby choroby psychosomatyczne, które uruchamiają się pod wpływem stresu. Nikt z nas nie jest w stanie całkowicie uniknąć wydarzeń stresujących, ale... to nie te wydarzenia są naszymi wrogami, ale znaczenie, jakie im nadajemy. Gdy twój umysł wierzy, że świat jest bezpieczny, a ludzie przyjaźni, mózg wysyła do komórek komunikat: „Wszystko OK, zajmujcie się wzrostem”. Jeśli zaś od dzieciństwa wpajano ci przekonanie, że byś miał się na baczności, bo świat jest wrogi, a ludzie źli, mózg wydaje komendę: „Walcz albo uciekaj”. Ów chroniczny stan gotowości stresowej osłabia przede wszystkim układ immunologiczny i choroba gotowa.

Aby było jeszcze trudniej, z większości przekonań nie zdajemy sobie sprawy, bo nasiąkamy nimi od wczesnego dzieciństwa. I tak wędrujemy przez życie: unikając ryzyka tak jak nasi rodzice, zimną zapadając na grype jak większość naszych bliskich, cierpiąc na różnorodne dolegliwości „ze stresu”, bo tak nas nauczono itp.

Jeśli chcesz zmienić swoje życie – zmień swoje przekonania, a jeszcze wcześniej nawyki. Zacznij patrzeć na świat oczami małego dziecka, dla którego nic nie jest pewne, jakbyś wszystkiego doświadczał po raz pierwszy, i uwierz, że wszystko się może zdarzyć. ●

### ● ŻYJ ŚWIADOMIE

Każdego dnia przynajmniej przez tydzień rób jedną rzecz inaczej niż do tej pory, np. myj zęby lewą ręką, jeśli jesteś praworęczny. To pozwoli ci zmienić nawyk mycia zębów w świadomą czynność. Po kilku tygodniach takich ćwiczeń zamienisz działania nawykowe, także w myśleniu i percepcji, na bardziej świadome. To pozwoli ci zweryfikować twoje przekonania; oddzielić te, które dostałeś w spadku po rodzicach, od twoich własnych.

**SONGWRITER ŁÓDŹ FESTIWAL 2017**  
**29 KWIETNIA – 9 WRZEŚNIA**

**NOC MUZEÓW W ŁODZI**

**20–21 MAJA**

WWW.FACEBOOK.COM/NOC.MUZEOW.W.LODZI

**KONCERT DEEP PURPLE**

**23 MAJA**

ATLAS ARENA, AL. BANDURSKIEGO 7

WWW.ATLASARENA.PL

**VII MIĘDZYNARODOWY FESTIWAL**  
**„TEATRALNA KARUZELA”**

**27 MAJA – 3 CZERWCA**

WWW.TEATRPINOKIO.PL

**KONCERT „HANS ZIMMER LIVE ON TOUR”**

**28 MAJA, GODZ. 19.00**

ATLAS ARENA, AL. BANDURSKIEGO 7

WWW.ATLASARENA.PL

**KONCERT LAUREATÓW XXIII PRZEGLĄDU**  
**PIOSENKI O ŁODZI „ŁÓDZKIE SKRZYDŁA”**

**29 MAJA, GODZ. 11.00**

SALA KONCERTOWA AKADEMII MUZYCZNEJ

UL. ŻUBARDZKA 2A

WWW.AMUZ.LODZ.PL

**KONCERT AGNES OBEL**

**31 MAJA, GODZ. 20.00**

KLUB WYTWÓRNIA, UL. ŁĄKOWA 29

WWW.WYTWORNIA.PL

**KONCERT ARIANY GRANDE**  
**„THE DANGEROUS WOMAN TOUR”**

**31 MAJA, GODZ. 19.00**

ATLAS ARENA, AL. BANDURSKIEGO 7

WWW.ATLASARENA.PL

**XVI MIĘDZYNARODOWY FESTIWAL**  
**FOTOGRAFII W ŁODZI „FOTOFESTIWAL”**

**1–11 CZERWCA**

WWW.FOTOFESTIWAL.PL

**ŁÓDŹ HOLI FESTIVAL**

**– ŚWIĘTO KOLORÓW W ŁODZI**

**3 CZERWCA**

STREFA KREATYWNA PIOTRKOWSKA 217

**I TARGI KOMUNIKACJI I TRANSPORTU**  
**W MIEŚCIE**

**8–10 CZERWCA**

MIĘDZYNARODOWE TARGI ŁÓDZKIE

UL. KS. SKORUPKI 21

WWW.TARGI.LODZ.PL

**XIV FESTIWAL DOBREGO SMAKU**

**8–11 CZERWCA**

WWW.FESTIWALDOBREGOSMAKU.EU

**OGÓLNOPOLSKA KONFERENCJA NAUKOWA**  
**„NAUKA OKIEM MŁODEGO NAUKOWCA”**

**10 CZERWCA**

CENTRUM BIZNESOWE FAKTORIA

UL. DOWBORCZYKÓW 25

WWW.PROMOVENDI.PL

**KONFERENCJA**

**„TEDXPIOTRKOWSKASTREET”**

**10 CZERWCA, GODZ. 10.30**

TEATR IM. STEFANA JARACZA

UL. JARACZA 27

WWW.TEDXPIOTRKOWSKASTREET.COM

**VIII KONFERENCJA ZWIĄZKU LIDERÓW**  
**SEKTORA USŁUG BIZNESOWYCH (ABSL)**

**12–14 CZERWCA**

EC1 ŁÓDŹ – MIASTO KULTURY W ŁODZI

UL. TARGOWA 1/3

WWW.ABSL-CONFERENCE.COM

**SELLINARIUM**

**„TANIEC PONAD WSZYSTKO!”**

**18 CZERWCA**

TEATR WIELKI, PL. DĄBROWSKIEGO 1

WWW.OPERALODZ.COM

**VIII KRAJOWA KONFERENCJA**  
**NANOTECHNOLOGII**

**20–23 CZERWCA**

WYDZIAŁ PRAWA I ADMINISTRACJI

UNIwersytetu Łódzkiego

UL. KOPCIŃSKIEGO 8/12

WWW.NANO2017.UNI.LODZ.PL

**KULTURA GIER KOMPUTEROWYCH 4:**  
**KRYTYKA I METODOLOGIA**

**29–30 CZERWCA**

ART INKUBATOR, UL. TYMIENIECKIEGO 3

WWW.ARTINKUBATOR.COM

**KONCERT „BETH HART”**

**16 LIPCA, GODZ. 19.00**

KLUB WYTWÓRNIA, UL. ŁĄKOWA 29

WWW.WYTWORNIA.PL

**MIĘDZYNARODOWY FESTIWAL**  
**WOŁONTARIATU**

**23–29 LIPCA**

WWW.PROEM.PL