



Menedżer
Roku
Regionu
Łódzkiego
2022



Dziennik
ŁÓDZKI

Poniedziałek, 26.06.2023

KATEGORIA: DUŻA FIRMA



Karol Szmich – Prezes Zarządu Delia Cosmetics Sp. z o.o.

Delia Cosmetics to polska, rodzinna firma - jeden z największych producentów kosmetyków w Polsce i znaczący producent w Europie Środkowo-Wschodniej. Aktualnie dystrybuuje kosmetyki na pięć kontynentów do ponad 60 krajów na całym świecie, a ta liczba stale się powiększa.

Firma produkuje kosmetyki pod trzema markami: Delia (pielęgnacja twarzy i ciała, makijaż), Cameleo (pielęgnacja i kolorystyka włosów), Dr Szmich (kosmetyki specjalistyczne).

Delia posiada dwa własne zakłady produkcyjne o powierzchni ponad 10 tys. mkw, w których wytwarza ponad 40 mln kosmetyków rocznie oraz pięć laboratoriów R&D.

Firma może pochwalić się wdrożeniem certyfikatów potwierdzających działania zgodnie z zasadami etyki i poszanowania środowiska (RSPO, Ecocert Cosmos Natural, Sedex, Inter-seroch - Zero Waste Solutions, certyfikaty ISO do produkcji wyrobów medycznych).

- Delia jest obecnie firmą z ugruntowaną pozycją na rynku polskim, jak i zagranicznym - podkreśla Karol Szmich. - Posiadamy mocny, szeroki asortyment produktów: od kosmetyków do pielęgnacji twarzy, ciała i włosów, po kolorystykę czy kosmetyki do makijażu. Jesteśmy w stanie spełnić oczekiwania najbardziej wymagających klientów. Nasze portfolio jest nieustannie modyfikowane i dopasowywane do aktualnych potrzeb rynku.

KATEGORIA: ŚREDNIA FIRMA



Tomasz Krysiński – Prezes Zarządu Airbus Helicopters Polska Sp. z o.o.

W Airbus Helicopters pracuje blisko czterdzieści lat, gdzie jest Wiceprezesem i Dyrektorem Research and Innovation. Pełni także funkcję Prezesa Zarządu polskiej spółki Airbus Helicopters Polska Sp. z o.o.

Tomasz Krysiński jest jednym z projektantów specjalistycznych części stosowanych w nowoczesnych śmigłowcach, a do jego najważniejszych sukcesów należy m.in. skonstruowanie najszybszego śmigłowca na świecie, czyli modelu X3. Jest autorem kilkudziesięciu ważnych patentów i autorem trzech książek dotyczących teorii lotu i technologii śmigłowców.

W ubiegłym roku uruchomił w Strykowie pod Łodzią Centrum Testów, gdzie testowane są najnowocześniejsze i najbardziej innowacyjne rozwiązania technologiczne dla śmigłowców najnowszej generacji.

- Obecnie mamy możliwość sprawdzenia w warunkach laboratoryjnych, czy to co powstało na „deskach kreślarskich”, czyli na ekranach komputerów, spełnia założenia i przechodzi próby wytrzymałościowe. Z uwagi na fakt, że nasza działalność stanowi podstawę i wyznacza kierunki rozwoju maszyn Airbus Helicopters w najbliższych latach planujemy zwiększenie zatrudnienia w naszym biurze w Łodzi - mówi Tomasz Krysiński.

KATEGORIA: MIKRO I MAŁA FIRMA



Michał Wasilewski – CEO Aplan Media

Aplan Media to wiodąca agencja marketingowa 360° wyspecjalizowana w obsłudze projektów sektora publicznego i NGO. Firma ma blisko 15 lat doświadczenia w tworzeniu i zarządzaniu wizerunkiem resortów rządowych, samorządów terytorialnych, instytucji kultury i nauki, ochrony zdrowia czy środowiska. Agencja nieustannie poszerza grono klientów, zjednując ich sobie zaskakującym podejściem kreatywnym, ponadprzeciętną efektywnością działań i wykorzystaniem nowych technologii oraz współpracą z popularnymi influencerami. Firma skupia się na kampaniach prospołecznych, edukacyjnych i informacyjnych. Profesjonalna sieć partnerów pozwala agencji działać na wielu polach reklamy - od branding i projektowania graficznego po zintegrowane kampanie marketingowe, PR, eventy i produkcję spotów filmowych honorowanych branżowymi nagrodami.

- Zrealizowaliśmy setki projektów, a nasi klienci powierzają nam pod opiekę wielomilionowe kampanie, niejednokrotnie o międzynarodowym zasięgu - zapewnia Michał Wasilewski. - Przez ten czas zbudowałem silny zespół, składający się z utalentowanych ludzi marketingu, sztuki, filozofii. Posiadamy studio animacji, produkujemy materiały filmowe, które zdobywają branżowe nagrody. Przyciągamy partnerów strategicznych, otrzymujemy dofinansowania z programów publicznych.

Stanisław Wróbel,
redaktor naczelny



TE WZORY WARTO NAŚLADOWAĆ

Dzisiaj podsumowujemy już 15. edycję konkursu Menedżer Roku Regionu Łódzkiego. Po raz kolejny przyznaliśmy nagrody i wyróżnienia menedżerom, których codzienna praca prowadzi do szybkiego rozwoju firm, a to z kolei przekłada się na wzrost zamożności naszego regionu i jego mieszkańców. Ale nasi laureaci odnieśli sukces nie tylko zarządzając firmą. Dla nas, organizatorów konkursu, a także dla kapituły ważne jest, że przestrzegają zasad etyki, przepisów prawa i reguł zdrowej konkurencji. Menedżer Roku to konkurs wyjątkowy jeszcze z jednego powodu, bowiem jury wnikliwie ocenia nie tylko dokonania ekonomiczno-finansowe menedżerów w danym roku, ale także zaangażowanie w sprawy lokalnych społeczności. W tym roku spośród kilkudziesięciu zgłoszeń kapituła zdecydowała o przyznaniu 28 nominacji. Już podczas decyzji o nominacjach dyskusje trwały wiele godzin, wybór był bardzo trudny. Tak naprawdę, każda z osób nominowanych zasługiwała na tytuł lub wyróżnienie. Po bardzo dokładnym zapoznaniu się z osiągnięciami menedżerów nominowanych w tym roku do nagrody oraz po analizie ich pracy, działalności, osiągnięć, ale też ciekawych zainteresowań – mam przekonanie, że każda z 28 nominowanych osób jest znakomitą inspiracją dla osób myślących o działalności w biznesie. Warto skorzystać z wzorów naszych nominowanych, by łatwiej i szybciej osiągnąć swoje biznesowe cele. Te wzory warto naśladować. Serdeczne gratulacje dla wszystkich nominowanych i nagrodzonych.

Krzysztof T. Borkowski,
Wiceprezes Business Centre Club



CZEKAMY NA JESZCZE WIĘCEJ MENEDŻEREK

To już piętnasta, jubileuszowa edycja konkursu Menedżer Roku Regionu Łódzkiego. Kiedy 15 lat temu organizowaliśmy pierwszą edycję, zastanawialiśmy się czy koncepcja się sprawdzi, czy będzie to jedynie krótkotrwałe wydarzenie. Ku naszej satysfakcji, pomysł chwycił i pozwolił na uhonorowanie kilkusetosobowego grona menedżerów i menedżerek z naszego województwa. Skorzystanie z corocznych rekomendacji ok. dwustu elektorów z naszego regionu pozwoliło też na zaproszenie do udziału w konkursie wielu znakomych menedżerów, znanych jedynie lokalnie, o których jako organizatorzy byśmy nie mieli wiedzy. W ciągu kilku lat konkurs stał się najbardziej znaczącym miejscem prezentacji wyróżniających się menedżerów w województwie łódzkim, a od niedawna jest organizowany w innych regionach Polski. Prestiż naszego konkursu jest też wzmacniany udziałem znakomitej Kapituły, w skład której wchodzi m.in. Wojewoda Łódzki, Marszałek Województwa Łódzkiego, Prezydent Miasta Łodzi, rektorzy Politechniki Łódzkiej i Uniwersytetu Łódzkiego, czy prezes Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Nieoceniona jest też oczywiście rola redakcji „Dziennika Łódzkiego” w promowaniu idei konkursu i w prezentacji nominowanych oraz laureatów, składająca kolejnych kandydatów do udziału w konkursie. Na koniec powtórzę mój coroczny apel do kobiet menedżerek. Nie bójcie się udziału w konkursie! Wiele z Was co najmniej dorównuje mężczyznom lub stanowi dla nich wzór do naśladowania! Przykłady menedżerek, laureatek i nominowanych w tych 15. edycjach, niech Was zachęca do udziału w kolejnych latach.

MENEDŻEROWIE RO



Laureaci nagród i nominowani we wszystkich konkursowych kategoriach razem z organizatorami wydarzenia

Maria Kwiecińska
maria.kwiecinska@polskapress.pl

W Centrum Promocji Mody Akademii Sztuk Pięknych odbyła się jubileuszowa, 15. edycja prestiżowego konkursu Menedżer Roku Regionu Łódzkiego 2022.

Na uroczystość wręczenia nagród laureatom konkursu Menedżer Roku Regionu Łódzkiego 2022 zaprosiliśmy w czwartek, 22 czerwca. Zwycięzcy odebrali pamiątkowe statuetki.

W kategorii Mikro i Mała Firma kapituła nagrodziła Michała Wasilewskiego, Prezesa Zarządu Aplana Media. To agencja marketingowa z ponad 15-letnim doświadczeniem, która specjalizuje się w obsłudze projektów sektora publicznego i NGO.

- Chciałbym z tego miejsca serdecznie podziękować i pogratulować mojemu zespołowi, ale także klientom, którzy nam zaufali - mówił ze sceny Michał Wasilewski. - Aplana Media buduje pozycję lidera w marketingu sektora publicznego, ale chciałbym wszystkim przedsiębiorcom życzyć dużo odwagi, wytrwałości i samych trafionych decyzji, a przede wszystkim dobrych ludzi wokół.

Menedżerem Roku 2022 w kategorii Średnie Przedsiębiorstwo został Tomasz Krysiński, Prezes Zarządu Airbus Helicopters Polska. Firma zajmuje się projektowaniem śmigłowców cywilnych oraz nowych platform konstrukcyjnych.

- Opuściłem Polskę w 1981 roku i życie związało mnie z Paryżem, ale miłością do lotnictwa zapalałem w Politechnice Łódzkiej, ponieważ to miasto

ma wielkie tradycje lotnicze. Dlatego też stworzenie biura projektów akurat w Łodzi było moim ogromnym marzeniem. Najwięcej satysfakcji sprawiła mi możliwość wykształcenia kilkuset zdolnych inżynierów, którzy konstruują teraz śmigłowce elektryczne i hybrydowe, taksówki elektryczne - wymieniał Tomasz Krysiński.

W kategorii Duża Firma zwycięzcą okazał się Karol Szmich, Prezes Zarządu Delia Cosmetics. Jest to polska firma kosmetyczna, lider na rodzimym rynku i znaczący producent w Europie Środkowo-Wschodniej.

- Miarą menedżera są pracownicy, którymi się otacza, dlatego ta nagroda jest bardziej dla naszych pracowników - powiedział Karol Szmich. - Dziękuję wam, jesteście najlepsi. Dziękuję również kapitule, mojej rodzinie oraz rodzicom, którzy zawsze mnie wspierają.

Kapituła zdecydowała również o przyznaniu trzech wyróżnień. W kategorii Mikro i Mała Firma nagrodę dostali Bożena Ziemińczak, Prezes i Dyrektor Generalny British Centre oraz Przemysław Andrzejak, Prezes Zarządu Royal Sail Investment Group.

- British Centre to solidna szkoła językowa, która jest zawsze o krok do przodu we wprowadzaniu innowacji. Jestem bardzo wzruszona, ponieważ odbierałam dziś już trzecią nominację, a wyróżnienie jest dla mnie miłym zaskoczeniem - wyznała Bożena Ziemińczak.

W kategorii Średnie Przedsiębiorstwo wyróżniony został natomiast Hubert Hoffman, założyciel i większościowy właściciel firmy Commercecon, która jest generalnym wykonawcą nowoczesnych obiektów przemysłowych. - Wszystko, co robię, opiera się na fun-

damentach drużyny, a tą tworzą ludzie. Ja jestem tylko jej przedstawicielem, więc w imieniu „my”, bardzo dziękuję wszystkim - zapewnił.

Nagrody przyznawała kapituła konkursu, w skład której wchodzi, m.in. przedstawiciele organizatorów, Prezydent Miasta Łodzi, Wojewoda Łódzki, Rektor Uniwersytetu Łódzkiego oraz Rektor Politechniki Łódzkiej.

Nagrodę specjalną od organizatorów konkursu otrzymał również Andrzej Furman, za założenie i sukces firmy Aflofarm oraz działalność społeczną.

Galę zwińczył znakomity koncert Izby Połonońskiej. Organizatorzy konkursu, Dziennik Łódzki oraz Łoża Łódzka Business Centre Club, składają podziękowania Akademii Sztuk Pięknych w Łodzi za udostępnienie Centrum Promocji Mody na organizację uroczystej gali.



Andrzej Pasowski dyrektor marketingu grupy Toya z nagrodą dla partnera roku Polska Press

KU 2022 REGIONU ŁÓDZKIEGO



Najlepsi menedżerzy 2022 roku (od lewej): Tomasz Krysiński, Michał Wasilewski i Karol Szmich



Gośćmi gali byli minister Włodzimierz Tomaszewski, wojewoda Marcin Buchali i wicemarszałek Piotr Adamczyk



Andrzej Furman, założyciel firmy Aflofarm, otrzymał Wyróżnienie Specjalne organizatorów konkursu



Uroczystość poprowadziła Magdalena Michalak, której podziękował prezes Polska Press w Łodzi Robert Glinkowski



Muzyczną gwiazdą wieczoru była znakomita wokalistka Iza Połomska, której towarzyszył gitarzysta Witold Cisko



Wydawca: Polska Press Sp. z o.o.,
Oddział w Łodzi, 90-532 Łódź,
ul. ks. Skorupki 17/19
Prezes: Marcin Polak

Redaktor naczelny: Stanisław Wróbel

Redaktor odpowiedzialny: Dariusz Pawłowski

Teksty i zdjęcia: Redakcja Dziennika Łódzkiego, materiały firm
Dyrektor artystyczny: Tomasz Bocheński

ORGANIZATORZY



Business Centre Club
ŁOŻA ŁÓDZKA

Strefa Biznesu

PARTNERZY STRATEGICZNI



Górnictwo i Energetyka
Konwencjonalna S.A.



Łukasiewicz
Łódzki Instytut Technologiczny



ŁARR
ŁÓDZKA AGENCJA
ROZWOJU REGIONALNEGO

PARTNER GŁÓWNY



Rodzinna atmosfera panująca w naszej firmie oraz zatrudnieni w niej ludzie to filar działalności przedsiębiorstwa i jego siła

Rozmowa z Karolem Szmichem, Prezesem Zarządu Delia Cosmetics Sp. z o.o., laureatem w kategorii Duża Firma.

Delia Cosmetics to przedsięwzięcie rodzinne. Czy Pana zdaniem pomaga to w funkcjonowaniu firmy we współczesnej rzeczywistości biznesowej?

Rodzinna atmosfera jaka panuje w naszej firmie to filar jej działalności. Zdecydowanie przyczynia się to do lepszego funkcjonowania przedsiębiorstwa we współczesnej rzeczywistości biznesowej. Główną różnicą jest podejście do pracowników, którzy mają dużą swobodę działania, nieskrępowaną nadmiernymi procedurami i czują realny wpływ na działania firmy, a nie są tylko trybikiem w maszynie bez duszy. Tu koniecznie muszę wspomnieć o tym, że w miniony weekend na uroczystym pikniku celebrującym 25-lecie naszej działalności, wręczyliśmy pracownikom jubileuszowe nagrody - z okazji 20. i 25-letniego stażu pracy. To naprawdę wzruszające i motywujące do dalszego działania.

A jak ocenia Pan warunki dla prowadzenia biznesu w branży kosmetycznej w naszym kraju?

Warunki w Polsce są wyśmienite ze względu na wykwalifikowanych, kompetentnych i kreatywnych ludzi.

Polska branża kosmetyczna dynamicznie się rozwija, a konsumenci coraz bardziej świadomie podchodzą do wyboru produktów kosmetycznych. Istnieje duże zainteresowanie nowymi trendami i innowacjami w tej dziedzinie, co stwarza dla przedsiębiorców wyzwania, ale także nowe możliwości.

Nasza branża jest odporna na kryzysy, ponieważ kosmetyki były i zawsze będą produktami pierwszej potrzeby. Sztuką jest stworzenie produktu o wysokiej jakości, ale w przystępnej cenie - co od lat z sukcesem realizujemy. Rynek kosmetyczny w Polsce jest konkurencyjny, ale również otwarty na innowacje. Firmy, które potrafią wprowadzać nowatorskie produkty i roz-



Karol Szmich zarządza firmą kosmetyczną Delia Cosmetics od 2018 roku. Stanowisko prezesa przejął od swojego ojca, założyciela firmy dr Józefa Szmicha

wiązania, mają większe szanse na sukces.

Jak silną firmą jest obecnie Delia Cosmetics? Ile osób zatrudnia, jaki szeroki ma asortyment?

Naszą największą siłą są ludzie, obecnie zatrudniamy około 400 osób i rozrastamy się nieustannie. Delia jest obecnie firmą z ugruntowaną pozycją na rynku polskim, jak i zagranicznym. Eksportujemy nasze produkty do ponad 60 krajów i nie mamy zamiaru na tym poprzestać, ponieważ przed nami jeszcze ponad 140 krajów. Posiadamy mocny, szeroki asortyment produktów: od kosmetyków do pielęgnacji twarzy, ciała i włosów, po kolorujące czy kosmetyki

do makijażu. Jesteśmy w stanie spełnić oczekiwania najbardziej wymagających klientów. Nasze portfolio jest nieustannie modyfikowane i dopasowywane do aktualnych potrzeb rynku. Trendy ulegają błyskawicznym transformacjom, dlatego należy działać szybko, sprawnie i wyprzedzać konkurencję - co może udać się jedynie z pomocą dobrze przygotowanego zespołu. Stale inwestujemy w najnowsze rozwiązania technologiczne, posiadamy nowoczesny park maszynowy oraz pięć laboratoriów, a przed nami nowe, ekscytujące inwestycje.

Czy panująca w Polsce i Europie inflacja ma znaczący

wpływ na działalność przedsiębiorstwa?

Tak jak każda inna firma odnotowaliśmy znaczące wzrosty cen surowców, materiałów i usług, które siłą rzeczy prowadzą do zwiększenia kosztów produkcji i obniżają rentowność. Nie chcemy przerzucić wszystkich kosztów na konsumentów, dlatego podejmujemy odpowiednie działania, by zachować maksymalną efektywność.

W jaki sposób oddziałuje na Państwa przedsiębiorstwo wojna w Ukrainie? Czy w Pana ocenie ta sytuacja ma też istotny wpływ na rynek pracy?

Przed wszystkim napięcia polityczne i gospodarcze wpływają na nastroje rynkowe, to

jest większą ostrożność w podejmowaniu decyzji zakupowych. Co do wpływu na rynek pracy - odnotowaliśmy duże zainteresowanie pracą ze strony mieszkańców Ukrainy - którym oczywiście zaoferowaliśmy wsparcie. To ludzie, którzy poszukiwali dla siebie i swoich rodzin wsparcia i nowego życia - dlatego nie mogliśmy pozostać na to obojętni.

Nad czym obecnie Państwo pracujecie? Co nowego proponujecie swoim klientom?

Nasza oferta jest ciągle żywa. Tak jak wspominałem - błyskawicznie dopasowujemy się do aktualnych trendów i potrzeb. To, na co najbardziej zwracam teraz uwagę, to wszelkie rozwiązania pro-ekologiczne - od receptury

To, na co najbardziej zwracam teraz uwagę to wszelkie rozwiązania pro-ekologiczne - od receptury kosmetyków po ich opakowanie

po opakowanie. Obecnie ponad 90% naszych kosmetyków jest wegańska, wdrażamy coraz nowocześniejsze rozwiązania produkcyjne i kierujemy się zasadą 3R - reduce, reuse, recycyle. Inwestujemy również w Odnawialne Źródła Energii. Rosnąca świadomość ekologiczna i troska o zdrowie prowadzą do wzrostu popytu na zrównoważone, organiczne i naturalne produkty kosmetyczne. Klienci oczekują produktów bezpiecznych dla środowiska, które są produkowane z poszanowaniem zasobów naturalnych i nieszkodliwe dla zdrowia.

Jak postrzega Pan perspektywę biznesową w najbliższych latach w Polsce?

Polska ma coraz większy potencjał do rozwoju gospodarczego i innowacji. Przedsiębiorstwa, takie jak nasza firma, skupiają się głównie na jakości, innowacjach i dostosowaniu się do zmieniających się preferencji konsumentów, dzięki czemu mamy większe szanse na sukces. Ważne jest nie tylko wspomniane wcześniej śledzenie trendów rynkowych, ale przede wszystkim elastyczność w dostosowywaniu się do zmieniającego się otoczenia biznesowego.

Wciąż dostosowujemy również nasze możliwości zakupowe - w sposób optymalny wykorzystując zarówno kanały online, jak i offline. Rozwijamy obszar e-commerce, nie tylko w kraju, ale również na arenie międzynarodowej. Postęp technologiczny, takie dokonania jak sztuczna inteligencja czy 3D-printing, otwierają przed nami kolejne, fascynujące możliwości - za którymi z pewnością będziemy podążać.

Polska jest również wspaniałym miejscem do prowadzenia eksportu - z jednej strony nasze położenie geograficzne, a z drugiej - produkty z Polski są coraz bardziej cenione na świecie.

Realizując marzenie człowieka o lataniu, dzisiaj pracujemy nad rozwiązaniami, które zostaną wprowadzone jutro

Rozmowa z Tomaszem Krysińskim, Prezesem Zarządu Airbus Helicopters Polska Sp. z o.o., laureatem w kategorii Średnie Przedsiębiorstwo.

Airbus Helicopters to firma funkcjonująca w szczególnej branży. Jak ocenia Pan warunki dla prowadzenia takiego biznesu właśnie w Polsce?

Przemysł lotniczy, w tym produkcja śmigłowców, to rzeczywiście szczególna branża. Realizując marzenie człowieka o lataniu musimy w pierwszym rzędzie zadbać o jego bezpieczeństwo. Ale to nie jedyne wyzwanie jakie jest przed nami. Charakterystyczne jest to, że nieustannie uczestniczymy w procesie modernizacji i poszukiwania nowych, innowacyjnych rozwiązań. Wynikają one zarówno z potrzeb i oczekiwań użytkowników naszych śmigłowców, ale również z konieczności ograniczenia emisji i wpływu na środowisko wynikających z eksploatacji naszych maszyn.

Airbus Helicopters Polska koncentruje swoją działalność właśnie na tym obszarze - poszukiwaniu nowych rozwiązań mogących mieć zastosowanie w kolejnych generacjach śmigłowców. Prowadzenie działalności badawczo-rozwojowej w Polsce, w Łodzi, ma swoje głębokie uzasadnienie. Polskie uczelnie techniczne kształcą bardzo dobrą kadrę inżynierską. Uczelnia te równocześnie stanowią dobrą bazę do potencjalnej współpracy naukowo-badawczej. Młoda, ambitna i wykształcona kadra jest atutem, a możliwość pracy nad innowacyjnymi projektami wydaje mi się być atrakcyjnym wyzwaniem dla absolwentów polskich politechnik.

Jak silną firmą jest obecnie Airbus Helicopters w naszym kraju? Ile osób zatrudnia, a ile z nich w Łodzi?

Grupa Airbus, w skład której wchodzimy, jest obecna w Polsce od ponad 20 lat. Nasza obecność obejmuje zarówno przemysł lotniczy, śmigłowcowy, jak i współpracę w dziedzinie kosmicznej. W ramach Grupy zatrudniamy w Polsce około 1000 pracow-

ników. Równocześnie współpracujemy z szeregiem polskich zakładów, które są naszymi dostawcami lub poddostawcami.

Jeśli chodzi o obecność śmigłowców Airbusa w Polsce to myślę, że najlepszym przykładem, który wszyscy doskonale rozpoznają, są charakterystyczne żółte maszyny Lotniczego Pogotowia Ratunkowego. Będąca na wyposażeniu tej służby ratowniczej flota śmigłowców H-135 od 2009 roku pełni dyżury i niesie pomoc poszkodowanym w różnego rodzaju wypadkach. 13 marca 2022 roku śmigłowce te osiągnęły w Polsce 100 tysięcy godzin latania. Z kolei w Łodzi od siedmiu lat działa Biuro Projektów Airbus Helicopters Polska. Zatrudnia ono obecnie 115 wysoko wykwalifikowanych inżynierów pracujących nad projektami nowych rozwiązań znajdujących zastosowanie zarówno w obecnie produkowanych śmigłowcach, jak i prototypach i demonstratorach śmigłowców kolejnych generacji. Z kolei w kwietniu bieżącego roku otwarte zostało pod Łodzią, w Strykowie, nowe Centrum Testów. Obecnie mamy możliwość sprawdzenia w warunkach laboratoryjnych, czy to co powstało na „deskach kreślarskich”, czyli na ekranach komputerów, spełnia założenia i przechodzi próby wytrzymałościowe. Z uwagi na fakt, że nasza działalność stanowi podstawę i wyznacza kierunki rozwoju maszyn Airbus Helicopters w najbliższych latach planujemy zwiększenie zatrudnienia w naszym biurze w Łodzi.

Czy panująca w Polsce i Europie inflacja ma znaczący wpływ na działalność przedsiębiorstwa?

Żadna firma nie działa w oderwaniu od otoczenia, w tym zwłaszcza gospodarczego. Dla naszej branży w ostatnich latach największym wyzwaniem była światowa pandemia, która szczególnie dotknęła przemysł lotniczy, w tym produkcję śmigłowców. Jednak od 2021 roku następuje wzrost zainteresowania i zamówień na nowe maszyny. Te zjawiska i uwarunkowania zewnętrzne mają



Tomasz Krysiński zapewnia, że od ponad trzydziestu lat wprowadza na światowe rynki najnowocześniejsze śmigłowce, jakie latają po niebie

jednak mniejszy wpływ na naszą działalność w Łodzi, bowiem my dziś pracujemy nad rozwiązaniami, które zostaną wdrożone jutro. Odpowiadamy również na wyzwania, jakie niesie otoczenie gospodarcze, projektując śmigłowce zużywające mniej paliw, w tym również paliw alternatywnych, nisko lub zeroemisyjnych, czy zwiększając efektywność i dyspozycyjność do lotu nowych wersji śmigłowców.

A jak oddziałuje na Państwa przedsiębiorstwo wojna w Ukrainie? Czy w Pana ocenie ta sytuacja ma też istotny wpływ na rynek pracy?

Wojna w Ukrainie uzmysłowiła nam wszystkim, że pokój w Europie nie jest dany raz na zawsze. Airbus Helicopters jest producentem nie tylko śmigłowców cywilnych, ale również wojskowych. Ten konflikt ukazał znaczenie, ja-

kie ma nie tyle ilość posiadanego sprzętu, ale może przede wszystkim znaczenie przewagi technologicznej i możliwości jakie stwarza on jego użytkownikom dla uzyskania przewagi na polu walki. W tym wymiarze Airbus Helicopters również prowadzi w sposób ciągły prace nad innowacyjnymi rozwiązaniami, zwiększającymi między innymi bezpieczeństwo załóg śmigłowców, ograniczającymi potrzeby lub czas serwisowania maszyn w warunkach bojowych, czy zwiększającymi możliwości załóg do skutecznego wykorzystania różnych rodzajów uzbrojenia. Innowacyjne rozwiązania, które powstają z uwagi na potrzeby czy wyzwania jakie stawia współczesny konflikt zbrojny po raz kolejny sprawiają, że przemysł zbrojeniowy jest źródłem postępu technologicznego przenoszonego na kolejne wersje ma-

szyn. Równocześnie, ponieważ nie tylko w Polsce kwestie zapewnienia bezpieczeństwa stały się priorytetowe, rośnie zapotrzebowanie na nowy sprzęt, a tym samym na zatrudnienie w całym przemyśle wytwarzającym śmigłowce.

Nad czym obecnie Państwo pracujecie? Co nowego proponujecie swoim klientom?

Łódzkie biuro konstrukcyjne Airbus Helicopters uczestniczy przykładowo w projektowaniu śmigłowców hybrydowych łączących cechy tradycyjnych śmigłowców i samolotów, co pozwala na uzyskanie znacznych prędkości, napędów hybrydowych do tego typu śmigłowców. Pracujemy również nad projektami zeroemisyjnych wiroplątów, czy nowymi układami przeniesienia napędu. Mamy również nasz udział w projekcie średniego śmi-

Koncentrujemy działalność na poszukiwaniu nowych rozwiązań mogących mieć zastosowanie w kolejnych generacjach śmigłowców

głowca H160, którego pierwszy egzemplarz został dostarczony w grudniu 2021 roku. Podczas odbywającego się w tym tygodniu salonu lotniczego w Paryżu obecna była jego wersja przystosowana do wykorzystywania w 50% niskoemisyjnego paliwa SAF (Sustainable Aviation Fuel). To również w Łodzi dokonaliśmy obliczeń nowego, pięciopłatowego wirnika do śmigłowca H145, który pozwolił dodatkowo ograniczyć wibracje, co ma ogromne znaczenia zarówno w wersjach cywilnych, jak i wojskowych tej maszyny. Model ten jest z powodzeniem wykorzystywany między innymi przez armię amerykańską, której dostarczyliśmy ponad 500 egzemplarzy śmigłowca Lakota.

A jak postrzega Pan perspektywy biznesowe w najbliższych latach w Polsce?

Z natury jestem optymistą i wierzę, że z obecnego kryzysu wyjdziemy po raz kolejny wzmocnieni. Każda tego typu sytuacja w sposób naturalny wymusza poszukiwanie nowych rozwiązań, a to jest przecież sedno działalności naszego Biura Projektowego w Łodzi - praca badawcza, projektowa i wdrażanie innowacji odpowiadających na wyzwania stawiane nam dzisiaj i potrzeby jutra. Równocześnie chcemy rozwijać naszą działalność w Polsce. Duże nadzieje wiążemy z możliwościami rozszerzenia współpracy i realizacji wspólnych projektów z polskimi uczelniami i instytutami naukowo-badawczymi. Kolejnym wyzwaniem jest nawiązanie i rozwój współpracy z polskim przemysłem, tak aby włączyć kolejnych potencjalnych partnerów w środowisko śmigłowcowe i w łańcuch dostawców dla naszej firmy. A co dalej - dla wyobraźni. Jaką musi się charakteryzować konstruktor, to tylko the sky is the limit...

Przeoczenie rewolucji AI może się wiązać z problemami rynkowymi, finansowymi, stagnacją

Rozmowa z Michałem Wasilewskim, CEO - Aplan Media, laureatem w kategorii Mikro i Mała Firma.

Aplan Media zajmuje się szeroko rozumianą reklamą i marketingiem. Jak ocenia Pan warunki dla prowadzenia biznesu w tej branży w naszym kraju?

Nasza branża, jak każda, mierzy się z różnymi problemami, ale też przede wszystkim stoi przed szansami. W Polsce pod pojęciem sektora kreatywnego kryje się mnogość podmiotów, które zajmują się odmiennego rodzaju pracą twórczą i wytwarzaniem dóbr intelektualnych (np. architekci, marketingowcy, wydawcy mediów, twórcy muzyki, oprogramowania). Utrudnia to dokładną identyfikację firm kreatywnych, zamyka je w jednej, niejasnej definicji - już samo pytanie zawiera sformułowanie „szeroko rozumianą”. Dla porównania: w Wielkiej Brytanii sektor kreatywny jest podzielony odgórnie na podsektory, a każdy z nich jest scharakteryzowany, ma swoje podstawy prawne i reprezentację na arenie legislacyjnej. W UK firmy wytwarzające własność intelektualną są ogromną wartością dla państwa: znacząco wpływają na wyniki ogólnokrajowej gospodarki, są dobrze sklasyfikowane prawnie, rządzący widzą w nich duży potencjał. Chciałbym, aby i w Polsce wykrystalizowało się pojęcie branży kreatywnej, a podmioty spod „kreatywnego szyldu” odgrywały większą rolę w PKB. Warto uporządkować nas prawnie, propagować sukcesy, kształcić specjalistów. Kolejną trudność dla naszej branży wynika poniekąd z mentalności. Kiedy przyszedł duży kryzys, tj. pandemia, wiele firm zrezygnowało z działań marketingowych. Ciężce wydatków na reklamę jest często pierwszym krokiem, który podejmują liderzy, by optymalizować koszty. Moim marzeniem jest, aby wszyscy stojący na czele biznesu, nie postrzegali marketingu jako kosztu a jako rentowną inwestycję. Skuteczna i profesjonalna opieka marketingowa kosztuje, a w dobie samozwańców specjalistów, coraz trudniej przebić się z ofertą, mimo przewagi jako-

ściowej. Inwestowanie w marketing pozwala firmie utrzymać się w czołówce oraz skutecznie konkurować na rynku z innymi. Cieszy nas fakt, że sektor publiczny stał się niezwykle świadomy w zakresie potrzeby promocji, troski o wizerunek i podchodzi do tematu niezwykle odpowiedzialnie, oczekując wysokiej jakości usług.

Jak silną firmą jest obecnie Aplan Media? Ile osób zatrudnia, jakie projekty realizujecie?

Działamy a rynku od niemalże 15 lat, zrealizowaliśmy setki projektów, a nasi klienci powierzą nam pod opiekę wielomilionowe kampanie, niejednokrotnie o międzynarodowym zasięgu. Przez ten czas zbudowałem silny zespół, składający się z utalentowanych ludzi marketingu, sztuki, filozofii. Posiadamy studio animacji, produkujemy materiały filmowe, które zdobywają branżowe nagrody. Przyciągamy partnerów strategicznych, otrzymujemy dofinansowania z programów publicznych na rozwój nowych obszarów działalności oraz intensyfikację aktualnych. Podczas pandemii nie zredukowaliśmy żadnego etatu, nie zrezygnowaliśmy z benefitów, utrzymaliśmy płynność finansową i cały czas pozyskiwaliśmy klientów. Jak przypominę sobie początki firmy to widzę wyraźnie jak długą drogę pokonaliśmy i intensywnie się rozwijaliśmy. Dlatego śmiało mogę powiedzieć, że Aplan Media jest silną, stabilną firmą, która mierzy wysoko. W wąskim obszarze rynku reklamowego skoncentrowanego na marketingu sektora publicznego, objęliśmy pozycję jednego z liderów. W tym roku nasz potencjał, wyniki ekonomiczne oraz dotychczasowe osiągnięcia zostały zauważone przez magazyn Forbes, który przyznał nam wyróżnienie „Diamentu Forbesa 2023”. Obecnie zatrudniamy prawie 40 osób i skupiamy się na realizacji kampanii prospołecznych, edukacyjnych oraz informacyjnych dla sektora publicznego. Ostatnio wygraliśmy przetarg na kompleksową obsługę marketingową działań proekologicznych w ramach programu „Śląskie. Przywraca-



Michał Wasilewski przekonuje, że sukces Aplan Media płynie między innymi ze stałego rozwoju merytorycznego opartego na współpracy z ekspertami

my błękit” dla Województwa Śląskiego oraz promocję turystyczno-gospodarczą gminy Łęknicy w aspekcie UNESCO. Przygotowujemy także ważną kampanię społeczną dla Miasta Stołecznego Warszawy o przeciwdziałaniu przemocy domowej wobec osób zależnych. Od kilku lat prowadzimy crossmediową, nagradzaną i docenianą kampanię pod szyldem „Zmieniamy Łódzkie” we współpracy z Województwem Łódzkim, która promuje korzystanie z Funduszy Europejskich.

Czy panująca w Polsce i Europie inflacja ma znaczący wpływ na działalność przedsiębiorstwa?

Inflacja, postpandemiczne perturbacje, kryzys geopolityczny mają wpływ na każde ogniwo w gospodarkach. W działalności Aplan Media temat inflacji jest zauważalny, ponieważ oferujemy bardzo szeroką ofertę - jesteśmy agencją 360 stopni. To znaczy, że w ramach kompleksowych kampanii tworzymy np. treści emitowane w social media, organizujemy plany filmowe czy

też wielkie eventy. Działamy z podwykonawcami, produkujemy fizyczne nośniki reklamowe, drukujemy, kupujemy sprzęt i czas antenowy. W ramach przetargów przyznawane nam są często długofalowe realizacje działań promocyjnych, rozpisane np. na 3 lata. Zwykle to działania dotyczące kilkunastu rodzajów reklamy. Długoterminowe umowy obarczone są ryzykiem inflacyjnym, jednak wcześniej - czasem zupełnie w innej rzeczywistości. Oczywiście, można wdrażać mechanizmy waloryzacji, jednak przeprowadzenie ich w przypadku tak kompleksowych realizacji, bywa skomplikowane. Choć nie są to działania proste, potrafimy z nich korzystać. Długofalowe kontrakty zawsze obarczone są pewnym ryzykiem, dlatego bazując na wieloletnim doświadczeniu, możliwie precyzyjnie kalkulujemy budżety. Obecne czasy nie rozpieszczają nikogo, zwłaszcza przedsiębiorców. Jednym z aspektów, który doceniła kandydatka konkursu, był sposób,

w jaki agencja Aplan Media budowała swoją odporność na zawirowania, podejmowała odważne działania a także fakt, że osiągnęła rekordowe wyniki w niestabilnych czasach. Postawiliśmy na absolutną ochronę pracowników w branży zwolnień, redukcji świadczeń. Zdywersyfikowaliśmy rodzaj działalności, spoglądając w stronę OZE. Pozyskaliśmy dotacje unijne oraz strategicznych partnerów. Rozwinęliśmy zaplecze cyfrowe, otworzyliśmy się na nowe obszary działań, zintensyfikowaliśmy udział w postępowaniach publicznych i zabezpieczyliśmy współpracę z dotychczasowymi klientami. To wszystko zdecydowanie się opłaciło!

Jakie wyzwania współczesności uważa Pan za najważniejsze dla branży reklamowej?

Dużym sprawdzianem dla sektora kreatywnego jest rozwój sztucznej inteligencji, która powoli przejmując nasze obowiązki - potrafi stworzyć kampanie reklamowe, pisze scenariusze spotów, koduje strony www, projektuje logotypy... To są obecne realia i choć efekty pracy AI nie są doskonałe, musimy mieć świadomość, że narzędzia te będą dalej rozwijane. Przeoczenie rewolucji AI może się wiązać z problemami finansowymi czy stagnacją przedsiębiorstw, dlatego w Aplan Media już dawno rozpoczęliśmy proces jej adaptacji. Wiemy, że musimy wykorzystywać nowe technologie, tj. sztuczna inteligencja, wirtualna i rozszerzona rzeczywistość, zaawansowana automatyzacja oraz analiza danych, w sposób efektywny, kreatywny, bezpieczny oraz z pożytkiem dla nas, a także naszych Klientów. Jedną z konsekwencji rozwoju tych narzędzi będzie obecność bardzo dużej ilości treści w internecie, ponieważ każdy, bez specjalistycznej wiedzy w szybki sposób stworzy (mniej lub bardziej wartościowy) content. Jeżeli dodamy do tego mnożące się fałszywe newsy, clickbaity oraz dezinformację, dotarcie do interesujących nas informacji będzie utrudnione i czasochłonne. To rodzi kolejne wyzwania. Będziemy musieli

szukać wciąż nowszych, ciekawszych sposobów na uchwycenie oraz utrzymanie uwagi odbiorców, zwłaszcza tych młodych, dla których nie istnieje świat bez internetu, telefonu czy selfie. Pokolenie Z inaczej konsumuje media, spędza dużo czasu w świecie online - w grach wideo, na portalach streamingowych, w social mediach. „Zetki” stawiają na interaktywne doświadczenia, marzą o karierze influencera a także szybko się nudzą i są wyczerpani na fałszywy przekaz reklamowy. Na szczęście w miarę postępu technologicznego, big data, możemy tworzyć bardziej personalizowane oraz rozbudowane kampanie reklamowe i precyzyjniej docierać do odbiorców. Bardzo lubię wyzwania, więc z zacięciem patrzę w przyszłość, nie boję się zmiany, bo jak to mówią, tylko ona jest jedyną stałą.

Nad czym obecnie Państwo pracujecie? Co nowego proponujecie swoim klientom?

W Aplan Media zawsze coś się dzieje, twórcza energia przepływa się ze skutecznym zarządzaniem. Co miesiąc wygrywamy kolejne przetargi na opiekę marketingową lub stworzenie crossmediowej kampanii czy produkcję spotów. Jesteśmy w trakcie realizacji kilku złożonych, wielomilionowych projektów, za którymi stoją piękne idee. Podobnie jest w przypadku naszych pozostałych projektów, których obecnie toczy się ponad dwadzieścia. Zapewniamy wszystkie materiały od tekstów broszur po animację i postprodukcję spotów wideo. Kupujemy media, zarządzamy PR, prowadzimy kanały social media czy kampanie płatne w internecie. Stale szukamy nowych środków, śledzimy trendy, stąd poszerzamy kanały przekazu o influencerów, podcasty, AI. Jesteśmy wdzięczni naszym Klientom za otwartość na nowoczesne rozwiązania. A co proponujemy w przyszłości? Jak już wspominałem, na pewno sięgniemy dotychczas niemożliwego, wykorzystując sztuczną inteligencję. Będziemy dbać o merytorykę, estetykę i emocje, dowożąc jeszcze lepsze wyniki.

Szkoła języków obcych i centrum egzaminacyjne skupione na kursantach

Wyróżnienie specjalne

Bożena Ziemniewicz - Prezes i Dyrektor Generalny British Centre Sp. z o.o.

Bożena Ziemniewicz, prezes i dyrektor British Centre - szkoły języków obcych, od 30 lat wrosniętej w krajobraz Łódzki, przedsiębiorca, menedżer, trener, coach, wykładowca akademicki, społecznik i od 12 lat radna Sejmiku WL.

Jest ekonomistką, absolwentką handlu zagranicznego na UŁ oraz Studium Doktoranckiego Nauk Ekonomicznych UŁ. Uprawniona do zasiadania w radach nadzorczych spółek Skarbu Państwa. Ukończyła program dyplomatyczny w Akademii Spraw Zagranicznych, jest praktykiem NLP. Od wielu lat jest ekspertem Polskiej Komisji Akredytacyjnej.

Od 1993 prowadzi British Centre, które jest nie tylko szkołą języków obcych, ale też centrum egzaminacyjnym autoryzowanym przez syndykat egzaminacyjny Uniwersytetu Cambridge i firmą szkoleniową oferującą



Bożena Ziemniewicz

szkolenia, coaching i doradztwo. British Centre jest firmą zweryfikowaną przez rynek, zapewniającą najwyższą jakość, corocznie audytowaną przez międzynarodowego audytora Dekra Certification, opartą na wartościach, w centrum uwagi stawiających kursanta. Firmę uhonorowano Nagrodą Gospodarczą Województwa Łódzkiego.

Obecnie związana też z Uniwersytetem WSB Merito, gdzie jest starszym wykładowcą i dyrektorem Centrum Współpracy z Biznesem i Rozwoju Kariery.

FOT. GRZEGORZ GALASINSKI

Sukces w branży budowlanej połączony z miłością do siatkówki

Wyróżnienie specjalne

Hubert Hoffman - założyciel i większościowy właściciel Commercecon.

Hubert Hoffman jest absolwentem Wydziału Budownictwa Politechniki Łódzkiej. Firmą Commercecon, która specjalizuje się w generalnym wykonawstwie kubaturowych obiektów przemysłowych, kieruje z powodzeniem już ponad 20 lat, realizując w tym czasie blisko 280 wymagających inwestycji o łącznej powierzchni ponad 2 mln mkw., dla największych deweloperów, polskich firm produkcyjnych i międzynarodowych koncernów z branży przemysłowej. Commercecon sukces zawdzięcza przede wszystkim ludziom, ale także podejściu do biznesu, w którym kieruje się sportowymi zasadami fair play i gry zespołowej.

Hubert Hoffman to wielki miłośnik sportu, od 2010 roku jest właścicielem i Prezesem żeńskiego klubu siatkarskiego ŁKS Commercecon Łódź. Pod odą Huberta Hoffmana „Wi-



Hubert Hoffman

wiory” rozpoczęły nowy rozdział w swojej historii - najpierw błyskawicznie awansowały do ekstraklasy, a w ostatnich sześciu sezonach nie schodziły z podium mistrzostw Polski, dwukrotnie zdobywając złoty medal. Reprezentowały także żeńską siatkówkę oraz miasto Łódź na arenie międzynarodowej, grając w Lidze Mistrzyń i Pucharze CEV.

Prywatnie, Hubert Hoffman ojciec czworga dzieci uwielbia podróże. Szczególną miłością darzy Sardynię.

FOT. KRZYSZTOF SZYMCAK

Projektowanie inwestycji mieszkaniowych zgodnie z najwyższymi standardami

Wyróżnienie specjalne

Przemysław Andrzejak - Prezes Zarządu Royal Sail Investment Group.

Przemysław Andrzejak od wielu lat związany jest z rynkiem nieruchomości. Ukończył dwa kierunki studiów magisterskich na Uniwersytecie Łódzkim. Karierę w 2006 roku zaczynał jako Dyrektor Promocji w Urzędzie Marszałkowskim w Łodzi, gdzie zarządzał projektami marketingowymi oraz promocyjnymi. Również w 2006 roku objął stanowisko Menadżera ds. rozwoju i promocji uczelni na Uniwersytecie Medycznym w Łodzi. W 2011 roku został Prezesem Zarządu w Łódzkiej Agencji Rozwoju Regionalnego. Funkcję tę pełnił do 2019 roku. Ponadto od 2016 roku spełnia się jako Project Manager w Royal Mill, gdzie swą wiedzę, umiejętność planowania, formułowania strategii, analizowania oraz profesjonalnego zarządzania przekłada na tworzenie nowoczesnych projektów biurowych i mieszkaniowych.



Przemysław Andrzejak

W 2019 roku stworzył firmę Royal Sail Investment Group. Jego wizją było stworzenie projektów inwestycji mieszkaniowych zgodnie z najwyższymi standardami oraz w najlepszej jakości. Obecnie spółka realizuje przedsięwzięcia inwestycyjne w samej Łodzi, ale także w Zduńskiej Woli, Pabianicach, czy też w Poddębicach. Firma posiada w sumie sześć inwestycji na 1500 apartamentów/mieszkań. Kwota tychże inwestycji szacowana jest na około 500 milionów złotych.

FOT. MATERIAŁY PRASOWE

28 nominowanych menedżerów w trzech kategoriach

Dariusz Pawłowski

Menedżer Roku Województwa Łódzkiego to konkurs wyjątkowy, gdyż jego Jury ocenia nie tylko dokonania ekonomiczno-finansowe.

Jury przy ocenie menedżerów bierze bowiem pod uwagę także ich zaangażowanie w sprawy lokalnych społeczności. To sprawia, że Statuetki Menedżer Roku są wyjątkowo prestiżowym wyróżnieniem.

Uczestnikami konkursu mogli zostać menedżerowie, którzy zarządzają firmą minimum trzy lata oraz:

- w 2022 roku osiągnęli wyraźne sukcesy wobec trudności w funkcjonowaniu firmy wywołanych wojną na Ukrainie i rosnącą inflacją;

- są cenieni przez swój zespół i lokalne środowisko biznesowe, działają w pełni etycznie, przestrzegając zasad prawnych i reguł zdrowej konkurencji; wykazują wrażliwość na potrzeby społeczne, prowadząc działalność charytatywną, sze-

roko stosują w praktyce zasady Odpowiedzialnego Biznesu.

Konkurs składał się z dwóch etapów: najpierw na podstawie analizy nadesłanych ankiet przedstawiciele organizatorów czyli „Dziennika Łódzkiego” oraz Łoży Łódzkiej BCC wyłonili nominowanych w każdej z kategorii. Na tym etapie punktowana była dynamika przychodów, zysk, zatrudnienie, a także najważniejsze osiągnięcia kandydatów związane z zarządzaniem firmą. W kolejnym etapie konkursu sylwetki nominowanych zostały przedstawione Kapitulę, która dokonała ostatecznego wyboru.

Nagrody są przyznawane w trzech kategoriach, zaś Kapituła konkursu może przyznać także wyróżnienia specjalne

- **Duża Firma (zatrudniająca od 250 osób)**
- **Średnia Firma (zatrudnia 50 – 249 osób)**
- **Mikro i Mała Firma (zatrudnia do 49 osób)**

DUŻA FIRMA

Wiesław Gorzelak - Vice President of Manufacturing Operations Dell Products (Poland) Sp. z o.o.

Fabryka Dell na rynku łódzkim istnieje już 16 lat. Jest jedną z dziesięciu fabryk Dell Technology na świecie. Zajmuje się produkcją komputerów stacjonarnych, serwerów i macierzy dyskowych. Zatrudnia ponad 1300 osób. Fabryka pracowała bez przerw przez dwa lata pandemii dzięki wysokim standardom BHP, a przejście produkcji dla



Chin i USA przyczyniło się do zwiększenia zatrudnienia w tym okresie. Fabryka otrzymała nagrodę Przyjazne Miejsce Pracy od Manpower Group i tytuł Fabryki Przyszłości 2022 aż w siedmiu kategoriach.

DUŻA FIRMA

Dawid Grot - Członek Zarządu Zakładu Przetwórstwa Mięsnego Grot Sp. z o.o.

Zakład Przetwórstwa Mięsnego Grot powstał 13 grudnia 1990 roku w Starowej Górze koło Łodzi. Firma jest jedną z największych z branży wędliniarsko-mięsnej w regionie łódzkim i największą, biorąc pod uwagę produkcję wyrobów kulinarnych. ZPM Grot posiada sieć 70 własnych specjalistycznych Delikatessów Mięsnych, w których proponuje szeroki wybór



produktów własnych: mięs, wędlin, wyrobów garmazeryjnych. Firma posiada nowoczesny obiekt produkcyjny, w którym warunki technologiczne i sanitarne spełniają najwyższe wymagania Unii Europejskiej.

DUŻA FIRMA

Dr Mateusz Kuzdak - Dyrektor Szpitala Zakonu Bonifratrów św. Jana Bożego w Łodzi.

Szpital Zakonu Bonifratrów posiada 153 łóżka w oddziałach: chorób wewnętrznych, chirurgii ogólnej, ortopedycznym, okulistycznym, onkologicznym, anestezjologii i intensywnej terapii oraz medycyny paliatywnej. Dzięki stworzeniu Regionalnego Centrum Diagnostyki i Leczenia Chorób Onkologicznych szpital stał się drugim w regionie łódzkim



ośrodkiem kompleksowego leczenia chorób onkologicznych: od diagnozy, poprzez leczenie szpitalne, operacyjne, chemioterapię, po rehabilitację. Pozostałe inwestycje to m.in. rozbudowa i modernizacja bloku operacyjnego.

DUŻA FIRMA

Renata Mikołajczyk - Prezes Zarządu Powiatowego Centrum Zdrowia w Brzezinach Sp. z o.o.

Powiatowe Centrum Zdrowia w Brzezinach to placówka II stopnia działająca w systemie „sieci szpitali”. Świadczy usługi na podstawie NFZ i komercyjnie. Specjalizuje się w chirurgii ogólnej i onkologicznej, endoskopo- wj bariatrii, urologii i ortopedii. Pomimo statusu szpitala powiatowego, placówka wykonuje wiele specjalistycznych i unikatowych pro-



cedur oraz zabiegów (w zakresie leczenia chorób jelita grubego wykonuje jedną z największych liczb zabiegów w regionie). Szpital otrzymał certyfikat akredytacyjny Centrum Monitorowania Jakości w Ochronie Zdrowia.

DUŻA FIRMA

**Dr n.med. Monika Doma-
recka – dyrektor trzech łódz-
kich szpitali klinicznych
o zasięgu ogólnokrajowym.**

Dr n. med. Monika Doma-
recka to dyrektor trzech
szpitali: SPZOZ Centralny
Szpital Kliniczny Uniwersy-
tetu Medycznego w Łodzi,
SPZOZ USK im. WAM Uni-
wersytetu Medycznego w Ło-
dzi – Centralny Szpital We-
teranów oraz SPZOZ USK nr 1
im. N. Barlickiego Uniwersy-
tetu Medycznego w Łodzi.
Szpitale zatrudniają łącznie
7.295 pracowników medycz-



nych i niemedycznych oraz
posiadają blisko 1500 łóżek,
a rocznie leczą ok. 96 tys. pa-
cjentów. Dzięki skutecznemu
zarządzaniu i pozyskiwaniu
środków z różnych instytucji,
szpitale te regularnie popra-
wiają swą sytuację finansową.

DUŻA FIRMA

**Karol Szmich – Prezes Zarzą-
du Delia Cosmetics Sp. z o.o.**

Delia Cosmetics to polska,
rodzinna firma – jeden z naj-
większych producentów
kosmetyków w Polsce i zna-
czący producent w Europie
Środkowo-Wschodniej. Ak-
tualnie dystrybuje kosme-
tyki na pięć kontynentów, do
ponad 60 krajów na całym
świecie, a ta liczba stale się
powiększa. Firma produkuje
kosmetyki pod trzema mar-
kami: Delia (pielęgnacja twa-
rzy i ciała, makijaż), Came-
leo (pielęgnacja i koloryza-



cja włosów), Dr Szmich (ko-
smetyki specjalistyczne). De-
lia posiada dwa własne zakła-
dy produkcyjne o powierzchni
ponad 10 tys. mkw., w któ-
rych wytwarza ponad 40
mln kosmetyków rocznie
oraz pięć laboratoriów R&D.

DUŻA FIRMA

**Tomasz Macherowski
– Prezes Zarządu Grupa
Transportowa Sp. z o.o.**

Grupa Transportowa Sp.
z o.o. to dynamicznie roz-
wijający się operator logis-
tyczny z różnorodną ofer-
tą usług, odnoszący sukce-
sy na rynku krajowym i mię-
dzynarodowym. Firma
w kilka lat z firmy transpor-
towej stała się uznanym
w całej Europie operatorem
logistycznym oferującym
transport krajowy, między-
narodowy oraz chłodniczy.
Ponadto zajmuje się rów-



niez transportem morskim
i lotniczym. Firma zainwesto-
wała we własny dział prze-
praw promowych. Dyspo-
nuje powierzchnią magazy-
nową w okolicy Piotrkowa
Trybunalskiego na 30 tys.
miejsc paletowych.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

**Jacek Franasik – Prezes
Zarządu Master Pharm SA.**

Master Pharm specjalizuje
się w projektowaniu i kon-
traktowej produkcji suple-
mentów diety, środków
spożywczych specjalnego
przeznaczenia, kosmetyków,
wyrobów medycznych
i preparatów spożywczych.
Firma posiada zespół eks-
pertów i przeszło dwudzie-
stoletnie doświadczenie.
Oferuje produkcję kontrak-
tową nowoczesnych produ-
któw, głównie suplemen-
tów diety, opartych na au-



torskich recepturach. Gwa-
rantuje realizację projektów
w optymalnie krótkim czasie.
Spółka posiada dwa zakłady
produkcyjne: w Łodzi i Miel-
cu. Wdrożyła nowe techno-
logie, takie jak mikropeletki
i wegańskie kapsułki miękkie.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

**Tomasz Krysiński – Prezes
Zarządu Airbus Helicopters.**

W Airbus Helicopters pra-
cuje blisko 40 lat, gdzie
jest Wiceprezesem i Dyrek-
torem Research and Inno-
vation. Pełni także funkcję
Prezesa Zarządu polskiej
spółki Airbus Helicopters
Polska Sp. z o.o. Tomasz
Krysiński jest jednym z pro-
jektantów specjalistycznych
części stosowanych w no-
woczesnych śmigłowcach,
a do jego najważniejszych
sukcesów należy m.in. skon-
struowanie najszybszego



śmigłowca na świecie, czyli
modelu X3. Autor kilkadzie-
sięciu ważnych patentów
i autor trzech książek dot.
teorii lotu i technologii śmi-
głowców. W ubiegłym roku
uruchomił w Strykowie pod
Łodzią Centrum Testów.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

**Grzegorz Kuliński – Dyrektor-
Prokurent Sawo Recykling.**

Sawo Recykling Sp. j. istnie-
je od 1993 roku – to firma
rodzinna, która zatrudnia
125 osób. Spółka zajmuje się
niszczeniem dokumentacji
papierowej i elektronicznej,
sprzedażą makulatury, folii
oraz papieru do poligrafii,
a ponadto usługami odbio-
ru odpadów. Spółka wygra-
ła przetargi na usługę niszc-
czenia dokumentacji niear-
chiwalnej z największych
instytucji bankowych w kra-
ju. Sawo jest laureatem licz-



nych nagród, firma była nie-
malże corocznie wyróżniona
na Gali Diamentów Forbes.
Grzegorz Kuliński otrzymał
nominację do tytułu „profe-
sjonalny menedżer” Towar-
zystwa Naukowego Organi-
zacji i Kierownictwa w Łodzi.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

**Adam Miernik – Prezes Za-
rządu Zakładów Przemys-
łu Wełnianego Tomtex.**

Tomtex zajmuje się produ-
cją wysokiej jakości tkanin
wełnianych opartych na
polskiej wełnie merynosow-
wej. Firma produkuje za-
równo cienkie tkaniny cze-
sankowe przeznaczone na
ubrania jak i tkaniny grub-
sze wytworzone technolo-
gią z grzebną przeznaczoną
na płaszcze, kurtki, munda-
ry i sukno obciowe oraz
certyfikowane przez NATO
wełniane koce. Dodatkowo



w asortymencie znajdują
się także kocyki dziecięce
oraz tkaniny na tzw. otula-
cze pieluchowe. Do pro-
dukcji używana jest wełna
z najlepszych stad owiec
Merinosa polskiego i nowo-
zelandzkiego.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

**Robert Mordaka – Cen-
trum Medyczne – Szpital
Świętej Rodziny Sp. z o.o.**

Centrum Medyczne – Szpi-
tal Świętej Rodziny Sp.
z o.o. świadczy usługi me-
dyczne w sektorze lecznic-
twa otwartego. Aktywnie
uczestniczy w projektach
pilotażowych i innowacyj-
nych dotyczących opieki
koordynowanej nad pa-
cjentem. Zarząd spółki
konsekwentnie realizuje
politykę rozwoju, moderni-
zując powierzchnie, inwe-
stując w nowoczesne urzą-



dzenia medyczne, szkoląc
personel w obsłudze pacjen-
ta oraz wykorzystując nowe
rozwiązania technologiczne
i terapie. Centrum posiada
rozbudowane zaplecze dia-
gnostyczne, uczestniczy
w wielu programach.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

**Łukasz Olechnowicz – Pre-
zes Zarządu Infopulse Poland.**

Infopulse Poland jest częścią
globalnej firmy Infopulse,
która dostarcza usługi
z obszarów Software R&D
Application Management,
Cloud & Infrastructure oraz
Cybersecurity dla MŚP i du-
żych firm. Łukasz Olechno-
wicz w 2019 roku wraz z Glo-
balnym Zarządem otworzył
polski oddział spółki, będąc
tym samym jego pierwszym
pracownikiem. Na gali Pro-
gression firma otrzymała
wyróżnienie w kategorii



Outsourcing IT, a w 2021
i 2022 roku znalazła się w TOP3.
Łukasz Olechnowicz objął
dwie globalne funkcje w Grupie:
Chief Transformation
Officer oraz Executive Vice
President of Business De-
velopment and Marketing.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

**Hubert Hoffman – założy-
ciel i większościowy wła-
ściciel Commercecon.**

Commercecon to general-
ny wykonawca nowoczes-
nych obiektów przemysło-
wych m.in. hal produkcyj-
nych, magazynowych, han-
dlowych, widowiskowo-
sportowych. Od ponad 20
lat realizuje wymagające
projekty dla największych
w kraju deweloperów, pol-
skich firm produkcyjnych
i międzynarodowych kon-
cernów przemysłowych.
Hubert Hoffman jest też



właścicielem, prezesem
i generalnym managerem
siatkarskiej drużyny kobiet
ŁKS Commercecon, którą
wprowadził na siatkarskie
salony – w 2016 roku druży-
na awansowała do ekstrak-
lasy, w której święci triumfy.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

**Paweł Kapusta – Członek
Zarządu/Dyr. ds. Realizacji
w Przedsiębiorstwie EL-IN.**

Głównym przedmiotem
działalności Przedsiębior-
stwa EL-IN Sp. z o.o. jest re-
alizacja inwestycji z zakre-
su budownictwa energo-
tycznego, kolejowego i ku-
batorowego. Obecnie firma
działa przy budowie nowych
instalacji OZE, stacji łado-
wania samochodów elek-
trycznych, instalacji maga-
zynowania energii elek-
trycznej, modernizacji i bu-
dowie podstacji trakcyjnych,



budowie inteligentnych sieci
elektroenergetycznych.
Mgr inż. Paweł Kapusta jako
Dyrektor Kontraktu od wie-
lu lat z powodzeniem za-
rządza kontraktami, któ-
rych wartość niejednokrot-
nie przekraczała 100 mln zł.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

**Rafał Leśniak – właściciel
Budomal – Przedsiębiorstwo
Remontowo Budowlane.**

Oferta przedsiębiorstwa
obejmuje sześć głównych
obszarów działania: termo-
modernizacja, budownictwo
mieszkaniowe, usługi dźwi-
gowe, adaptacja i moderni-
zacja, nawierzchnie drogo-
we, zarządzanie projektami.
Budomal może pochwalić
się obszarową rewitalizacją
historycznej zabudowy ulic
Łodzi: Sienkiewicza (nr 56,
79), Tuwima (33, 35, 52),
Wschodniej (20, 23, 54)



i Włókienniczej (4, 6, 8, 12,
14, 16). Inną grupą przedsię-
wzięć Budomalu są obiekty
szpitalne (np. Centrum Kli-
niczno-Dydaktyczne Uniwer-
sytetu Medycznego), labo-
ratoria medyczne i nauko-
we oraz ośrodki zdrowia.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

Małgorzata Sadzińska – Prezes Zarządu 2care4 Poland. 2care4 jest firmą farmaceutyczną utworzoną w 2011 roku zajmującą się pakowaniem produktów leczniczych pochodzących z importu równoległego przeznaczonych na rynki europejskie. Specjalizacją przedsiębiorstwa jest pakowanie bardzo krótkich serii produktów z terminem dostawy od dwóch dni do jednego tygodnia. W 2022 roku w firmie wprowadzono projekt SMED, którego ce-



lem było skrócenie o 50% czasu przygotowawczo-zakończeniowego dla każdej serii i umożliwienie obsługi jeszcze większej liczby bardziej kompleksowych zleceń. Pozwoliło to na 17% wzrost wydajności zespołu.

ŚREDNIE PRZEDSIĘBIORSTWO

Dariusz Wojciechowski – Prezes Zarządu Łódzkiego Banku Spółdzielczego. Łódzki Bank Spółdzielczy jest dynamicznie rozwijającym się polskim bankiem o spółdzielczej formie własności. Klientami banku są przede wszystkim osoby fizyczne, sektor MSP, jednostki samorządu terytorialnego, rolnicy, stowarzyszenia, fundacje. W 2021 roku Łódzki Bank Spółdzielczy połączył się z trzema bankami spółdzielczymi działającymi na terenie woj. łódzkiego:



BS w Bełchatowie, BS w Krosniewicach, BS w Strykowie tworząc jednolity podmiot finansowy pod marką Łódzkiego Banku Spółdzielczego. Na koniec 2022 roku Bank prowadził działalność operacyjną w 11 placówkach.

MIKRO I MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWO

Przemysław Andrzejak – Prezes Zarządu Royal Sail Investment Group. Royal Sail jest deweloperem z polskim kapitałem, z dużym doświadczeniem w sektorze rynku nieruchomości (mieszkania, obiekty handlowo-usługowe i biura). Prowadzi projekty w Łodzi, Zduńskiej Woli i Pabianicach, przygotowuje kolejne. Firma może się pochwalić: budową „Nowego Manhattanu” (ponad 84 mieszkań), zakończeniem projektowania inwestycji mieszkani-



wej przy ul. Żeromskiego w Zduńskiej Woli (prawie 200 mieszkań), dwoma inwestycjami w Łodzi: Dzielnicą Dubois i Filmową Residence. Royal Sail Investment Group uczestniczy w programie Student's Power.

MIKRO I MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWO

Dr. inż. Marek Pawłowski – Prezes Zarządu Polskiej Rady Technologii SMART. Polska Rada Technologii SMART jest stowarzyszeniem naukowo-technicznym wpisany do rejestru przedsiębiorców. Firma posiada duże doświadczenie szkoleniowe m.in. w zakresie innowacyjnych systemów inteligentnych. Ponadto rozwija własną bazę naukowo-techniczną oraz włącza się w projekty B+R. PRT SMART jest jedynym na świecie akredytowanym ośrodkiem



szkoleniowym jednej z najszybciej rozwijających się firm technologicznych z zakresu inteligentnych budynków Grenton Smart Home. Dr Marek Pawłowski jest współautorem dwóch podręczników akademickich.

MIKRO I MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWO

Małgorzata Polenius – Dyrektor Zarządzający Hutchinson Institute. Hutchinson Institute to organizacja szkoleniowa działająca od 2008 roku. Firma zajmuje się nauczaniem języków obcych w obszarach zawodowych. Może pochwalić się 3 tys. zadowolonych klientów, przepracowaniem 200 tys. godzin i wieloletnią współpracą z firmami takimi jak: Rossmann, CERi, EY, IKEA, Commerzbank, TomTom, Nordea, mBank, Amcor, JTI.



Firma jest Partnerem ŁSSE i członkiem Klubu Pro Progressio. W 2019 roku wdrożyła i rozbudowała Projekt HR Genius, którego celem jest propagowanie nowoczesnych nurtów zarządzania zasobami ludzkimi w firmach.

MIKRO I MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWO

Michał Wasilewski, CEO – Aplan Media. Aplan Media to wiodąca agencja marketingowa 360° wyspecjalizowana w obsłudze projektów sektora publicznego i NGO. Firma ma blisko 15 lat doświadczenia w tworzeniu i zarządzaniu wizerunkiem resortów rządowych, samorządów terytorialnych, instytucji kultury i nauki, ochrony zdrowia czy środowiska. Agencja nieustannie poszerza grono klientów, zjednując ich sobie zaskakującym podejściem



kreatywnym, ponadprzeciętną efektywnością działań i wykorzystaniem nowych technologii oraz współpracą z popularnymi influencerami. Firma skupia się na kampaniach prospołecznych, edukacyjnych i informacyjnych.

MIKRO I MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWO

Bogumił Zięba – CEO Inovatica AGV. Inovatica AGV to innowacyjna firma specjalizująca się w projektowaniu, produkcji i wdrażaniu zaawansowanych rozwiązań AGV (Automated Guided Vehicles), czyli autonomicznych pojazdów transportowych. Firma oferuje wysokiej jakości nowoczesne i elastyczne rozwiązania automatyzacji transportu wewnętrznego, które pomagają klientom w zwiększeniu wydajności, poprawie bezpieczeństwa i optyma-



lizacji procesów logistycznych. Pojazdy i oprogramowanie powstają z wykorzystaniem polskich i unijnych środków. Według raportu branżowego magazynu automatykab2b.pl, w 2020 roku na lokalny rynek trafiło 160 szt. AGV.

MIKRO I MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWO

Bogusław Klimczak – Prezes Zarządu Klimeko Sp. z o.o., sp. k. Firma Klimeko powstała w 1995 roku na terenie gospodarstwa ekologicznego. Pomysł na stworzenie przetwórci mleka, bazującej na tradycyjnych i ręcznych metodach produkcji, zrodził się podczas pobytu właściciela firmy – Bogusława Klimczaka, na praktykach w gospodarstwach ekologicznych na terenie Niemiec, Szwajcarii i Danii. W ciągu dwudziestu lat ist-



nienia firmy Klimeko, z małego przedsiębiorstwa przerodziło się w prężnie działającą i rozpoznawalną wśród konsumentów markę oferującą ekologiczne sery, twarogi, jogurty, masła, śmietany itd.

MIKRO I MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWO

Kamil Kluszczyński – założyciel Polskiej Fundacji Szkoleniowej, właściciel cateringu dietetycznego. Założyciel fundacji, której celem jest krzewienie kultury fizycznej wśród dzieci, młodzieży i dorosłych; upowszechnianie umiejętności zdrowego stylu życia; wychowywanie przez kulturę fizyczną, sport i fitness. Właściciel takich marek jak: Kluszczyński Trenuje (treningi personalne i grupowe, doradztwo dietetyczne, prowadzenie kursów na tre-



nerów personalnych, fitness i instruktorów rekreacji ruchowej), Klucha Food Service (posiłki dla firm, posiłki regeneracyjne), Restauracja Kluszczyński Fit Catering; Kids Food Catering (catering dla dzieci).

MIKRO I MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWO

Mateusz Stypułkowski – Prezes Zarządu Fundacji PTA. Fundacja PTA – właściciel marki Businessland, to instytucja działająca na rynku szkoleniowo-doradczym od 2016 roku. Organizacja działa dwutorowo: organizuje szkolenia i warsztaty specjalistyczne dla branży fitness oraz współpracuje z przedsiębiorcami chcącymi przeszkolić swoich pracowników na każdym szczeblu zatrudnienia. Dzięki pozyskanym z Unii Europejskiej funduszom



w 2022 roku Businessland pomógł zaoszczędzić przedsiębiorcom blisko dwa miliony złotych na procesy rozwojowe, realizując 8000 godzin szkoleniowych w ponad 60 firmach i korzystając z wiedzy trenerów biznesu.

MIKRO I MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWO

Bożena Ziemięnicz – Prezes i Dyrektor Generalny British Centre Sp. z o.o. British Centre to firma funkcjonująca na rynku łódzkim od 30 lat w sektorze usług rozwojowych, oferując głównie szkolenia i kursy językowe – pierwszy, najstarszy i najważniejszy filar firmy. Dwa pozostałe filary to BC Training Coaching Consulting, świadczący usługi szkoleniowe, coachingowe i doradztwo, zwłaszcza w ramach dofinansowania ze środków publicznych



oraz Centrum Egzaminacyjne PL251 autoryzowane przez Cambridge English Assessment, stanowiące część Uniwersytetu Cambridge. British Centre przez lata plasowało się w pierwszej dziesiątce firm w kraju według przychodów.

MIKRO I MAŁE PRZEDSIĘBIORSTWO

Edyta Znyk-Piotrowska – właściciel Gastro Food. Gastro Food działa na rynku od 2012 roku (w Łęczycy). Firma zajmuje się profesjonalną organizacją wesel, chrzców, bankietów, komunii. Jej specjalnością jest polska kuchnia – dania mięsne, mączne lub zbożowe przyrządzane na wiele sposobów. Ponadto Gastro Food jest regionalnym producentem pierogów i wyrobów garmazeryjnych. Dzięki środkom pozyskanym z Europejskiego Fun-



duszu Rozwoju Regionalnego, w październiku 2019 roku podpisano z Politechniką Łódzką umowę, której przedmiotem były badania naukowe i prace eksperymentalno-rozwojowe w formie usługi badawczej.

Silą napędową naszego Instytutu jest kapitał ludzki, który dzięki połączeniu znacznie efektywniej wykorzystujemy

Rozmowa z dr. Radosławem Dziubą, dyrektorem Łukasiewicza - Łódzki Instytut Technologiczny. Partnerem Strategicznym XV edycji Konkursu Menedżer Roku Regionu Łódzkiego.

Na początku czerwca został Pan odznaczony przez Ministra Edukacji i Nauki prof. Przemysława Czarnka, złotym medalem „Zasłużony dla Nauki Polskiej Sapientia et Veritas”, przyznawanym za szczególne osiągnięcia w zakresie działalności naukowej, dydaktycznej lub organizacyjnej. Co to wyróżnienie dla Pana oznacza?

To ogromny zaszczyt i niesamowite wyróżnienie, które podsumowało moją dotychczasową karierę zawodową. Dziękuję wszystkim, których spotkałem w swej długoletniej działalności, gdyż wiele osób inspirowało mnie do różnych wyzwań zarówno na gruncie zawodowym, jak i prywatnym. Bez nich nie byłoby tego sukcesu. Oczywiście mobilizuje mnie to do dalszych działań i kolejnych wyzwań.

Tymczasem Łukasiewicz - Łódzki Instytut Technologiczny skończył właśnie rok...

To prawda. 1 kwietnia 2022 roku nastąpiło połączenie trzech łódzkich instytutów technologicznych Łukasiewicza: Instytutu Biopolimerów i Włókien Chemicznych, Instytutu Przemysłu Skórzanego oraz Instytutu Włókiennictwa. Obecnie znajdujemy się w sześciu lokalizacjach w Łodzi, mamy jeszcze oddziały w Warszawie i w Krakowie.

Czym zajmuje się Instytut?

Instytut jest interdyscyplinarny. Przede wszystkim prowadzimy badania i wdrażamy innowacje w przemyśle. Utrzymujemy się w około 15 proc. z subwencji ministerstwa, a 85 proc. musimy wypracować poprzez projekty badawczo-rozwojowe, certyfikacje, pracę laboratoriów oraz unikatową produkcję doświadczalną. Prowadzimy jedenaście akredytowanych laboratoriów oraz wydawnictwo i zakład doświadczalno-produkcyjny, gdzie możemy wszystkie nasze prototypy testować i ewentualnie wdrażać



Dr Radosław Dziuba jest inicjatorem wielu działań zmierzających do wykorzystania potencjału środowiska naukowego we współpracy z przedsiębiorstwami

bezpośrednio do produkcji. Nasze obszary badawcze mieszczą się w zakresie zainteresowań siedmiu centrów badawczo-rozwojowych: Centrum Włókiennictwa; Centrum Biopolimerów i Włókien Chemicznych; Centrum Materiałów Obuwniczych, Produktów Barwionych i Spożywczych; Centrum Inżynierii Biomedycznej; Centrum Opakowań; Centrum Gospodarki o Obiegu Zamkniętym oraz Centrum Cyfryzacji Technologii i Rozwiązań Prototypowych. Cztery z nich de facto odpowiadają dawnym trzem instytutom. W odpowiedzi na nowe wyzwania w obszarze nowej perspektywy finansowej stworzyliśmy dodatkowo Centrum Gospodarki o Obiegu Zamkniętym, Cen-

trum Inżynierii Biomedycznej oraz Centrum Cyfryzacji Technologii i Rozwiązań Prototypowych. Bardzo zależy nam na cyfryzacji naszych rozwiązań. Staramy się prowadzić projekty, które idą w kierunku możliwości stworzenia specjalnych aplikacji, chociażby w obszarze zdrowia, czy inteligentnych opakowań, które wspierają logistykę.

Czy Instytut jest otwarty na współpracę z biznesem?

Tak, to nasz główny cel. Chcemy łączyć naukę z biznesem. Stale budujemy sieć kontaktów biznesowych, by móc wyjść ze swoją ofertą do jak największego grona odbiorców. Aby dotrzeć do środowiska biznesowego, w ubiegłym roku, zaraz po naszym połą-

z naszymi naukowcami czy przedstawicielami laboratoriów akredytowanych, zapytać o możliwości współpracy, badań czy certyfikacji. Zaobserwowałem, że podczas takich właśnie spotkań w terenie przedsiębiorcy sami nam podpowiadają pomysły projektów. Jesteśmy również otwarci na branżę life science, dla której również mamy bogatą ofertę. To obszerna dziedzina nauki obejmująca między innymi sektor farmaceutyczny, biotechnologiczny oraz technologii medycznych. Współpracujemy też z uczelniami wyższymi i szkołami średnimi. Oferujemy staże i praktyki zarówno uczniom, jak i studentom z naszego regionu. Organizujemy też Targi Edukacji i Pracy wspólnie z Ochotniczymi Hufcami Pracy.

Instytut realizuje też projekty badawcze. Nad czym Państwo obecnie pracują?

Prowadzimy projekty na przykład w zakresie opatrunków, opakowań i szeroko rozumianego włókiennictwa. Powstają materiały do zastosowań medycznych, ale też biomateriały do zastosowań agro. Teraz prowadzimy projekt stroju tekstylnego. Chcemy naszpikować go rozwiązaniami tekstylnymi, które pozwolą monitorować cykl życia człowieka przez dłuższy czas niż monitoruje go holter. Innowacyjne rozwiązania pozwolą nam też na monitorowanie snów. Nasze włókna znajdują zastosowanie także w przemyśle meblarskim, czy do produkcji mat przeciwodleżynowych. Teraz prowadzimy też projekt przydatny w zapobieganiu i leczeniu stopy cukrzycowej. Współpracujemy także z klubami piłkarskimi. Ostatnio podpisaliśmy porozumienie o współpracy z jednym z wiodących klubów regionu łódzkiego - z Widzewem Łódź. Będziemy w szkółce współpracować z młodzieżą i badać jej stopy. Pomagamy też w opracowaniu specjalnej diety i w przygotowaniu specjalnych wkładek do obuwia. Naszą działalność dostrzegają też przedstawiciele świata mody. Ostatnio była u nas pani Ewa Minge. Doceniła wykorzystanie naszych rozwiązań w in-

Dzięki połączeniu instytutów utwierdzamy się w tym, że większy może znacznie więcej. Widoczny jest efekt synergii

nowacji torebek oraz strojów dla kobiet.

O jakich innych projektach warto wspomnieć?

Prowadzimy też projekt Inteligentne Pasieki. Ma on na celu przede wszystkim poprawę dobrostanu pszczół, a finalnie poprawę jakości miodu. Monitorujemy cykl życia pszczół, stale sprawdzamy warunki, w jakich one przebywają - między innymi wilgotność i temperaturę. Dzieje się to w pasiekach na terenie Instytutu. Ule są wyściełane specjalną włókniną, w której skład wchodzi odpady z przemysłu drobiarskiego - są to ptasie pióra. Dzięki temu poprawiamy komfort i jakość życia pszczół, a jednocześnie wykorzystujemy trudny do zagospodarowania odpad, jakim są ptasie pióra. Zawracamy je z powrotem do gospodarki.

Jakie wyzwania stoją przed Instytutem? Jakie są plany na najbliższy okres?

Przede wszystkim zwiększenie liczby projektów. Już po roku działalności zaobserwowaliśmy bardzo wymierne efekty połączenia. W roku 2021, kiedy to działaliśmy jeszcze osobno, mieliśmy podpisanych 27 umów na projekty badawcze na około 30 mln zł. Natomiast obecnie mamy podpisanych 45 umów na niemal 60 mln zł. Dzięki połączeniu efektywniej wykorzystujemy kapitał ludzki, który jest silą napędową naszego Instytutu. Bardzo dziękuję wszystkim pracownikom, gdyż naprawdę sprawnie udało nam się przejść ten pierwszy rok po połączeniu. Kładziemy nacisk na to, by zwiększyć wykorzystanie środków w ramach Horyzontu Europa. No i oczywiście rozwijamy i unowocześniamy laboratoria i centra badawcze, by odpowiedzieć na wyzwania współczesnej gospodarki. Dzięki połączeniu utwierdzamy się w tym, że większy może znacznie więcej.

Tu nauka łączy się z biznesem.

Razem możemy więcej!
Rzuć nam wyzwanie.



Łukasiewicz
Łódzki
Instytut
Technologiczny

 www.lukasiewicz.lit.gov.pl

 info@lit.lukasiewicz.gov.pl

 +48 42 307 09 01

Z pomocą lokalnemu biznesowi

Rosyjska agresja i wybuch wojny na terytorium Ukrainy znacząco utrudniły prowadzenie biznesu w Polsce. Boleśnie przekonują się o tym właściciele małych i średnich firm, którzy na co dzień mierzą się z przerwami łańcuchami dostaw, dotkliwymi wzrostami cen energii i surowców oraz utratą części rynków zbytu. W ostatnim roku wiele firm zakończyło swoją działalność, inne musiały się przebrnąć, jeszcze inne potrzebują wsparcia by przetrwać ten jakże trudny dla gospodarki czas. Z pomocą lokalnemu biznesowi pospieszyla Łódzka Agencja Rozwoju Regionalnego, oferująca doradztwo, wsparcie finansowe, niskoprocentowane pożyczki oraz pomoc w pozyskiwaniu nowych rynków zbytu. Rozmawiamy z Prezesem Zarządu ŁARR Marcinem Rybką.

Na jaką konkretnie pomoc mogą liczyć przedsiębiorcy działający w regionie łódzkim?

Przede wszystkim oferujemy mikro, małym i średnim firmom pożyczki na rozwój, zmianę profilu oraz zakup maszyn lub innych środków trwałych, urządzeń lub niezbędnego wyposażenia. Kwota pożyczki rozwojowej o jaką mogą ubiegać się przedsiębiorcy to nawet 1 500 000 zł. W swojej ofercie mamy również możliwość sfinansowania deficytu w kapitale obrotowym poprzez pożyczkę obrotową. Są to pożyczki na preferencyjnych warunkach, pochodzące z funduszy unijnych, dla których Instytucją Zarządzającą jest Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego. Dzięki wspólnym działaniom ŁARR oraz Zarządu Województwa Łódzkiego udało nam się obniżyć ich oprocentowanie do poziomu 2,30%, podczas gdy stopa procentowa zalecana przez Komisję Europejską wynosi obecnie 7,52% i systematycznie rośnie.

Kto może liczyć na tego typu środki?

Każdy przedsiębiorca, który złoży odpowiedni wniosek i przejdzie pozytywnie proces weryfikacyjny. Nie muszą to być firmy duże, na pożyczki mogą liczyć także jednoosobowe działalności gospodarcze np. salony kosmetyczne, fryzjerskie, małe firmy han-



Prezes Zarządu Łódzkiej Agencji Rozwoju Regionalnego Marcin Rybka

dlowe, gastronomiczne, transportowe. O pieniądze mogą ubiegać się również firmy, które dopiero rozpoczynają działalność, choć w tym przypadku istotny jest dobry biznesplan, wymagamy też większych zabezpieczeń.

Czy właściciele firm chętnie korzystają z tego typu pomocy?

Od lutego 2022 roku, kiedy spadły pierwsze bomby na Ukrainę, dało się zauważyć pewne spowolnienie. Przedsiębiorcy nie byli pewni co

z ich biznesami będzie dalej, nie wiedzieli czy nowa sytuacja nie zmusi ich do zamknięcia firm lub przynajmniej ograniczenia działalności. Jednak od kwietnia bieżącego roku, kiedy to zmniejszyliśmy dzięki dobrej współ-

pracy z Urzędem Marszałkowskim oprocentowanie pożyczek dla firm do 2,30%, liczba udzielonych pożyczek i ich łączna kwota dynamicznie rośnie. W styczniu przyjęliśmy wnioski o wartości 1,9 mln złotych, w kwietniu 8,7 mln, a w maju już 13 mln złotych!

Czy biorąc pod uwagę takie tempo wzrostu zainteresowania pieniędzmi na pożyczki nie zabraknie?

Nie ma obaw. Do końca maja rozdysponowaliśmy 12 milionów złotych, a do wydania mamy jeszcze około 50 milionów. W III lub IV kwartale powinny pojawić się także kolejne pieniądze z nowej perspektywy unijnej, oczekujemy że będzie to nawet 1 miliard złotych. Tę ogromną kwotę przeznaczoną na rozwój firm z naszego województwa wynegocjował Zarząd Województwa Łódzkiego. Dlatego zachęcamy wszystkich przedsiębiorców, także tych młodych, którzy dopiero stawiają pierwsze kroki na biznesowych ścieżkach, do aplikowania o pożyczki. Dzięki nim można łatwiej i szybciej osiągnąć sukces.

A co proponujecie firmom, które już z powodzeniem działają na rynku, nie potrzebują pożyczek pieniędzy, ale chciałyby np. podnieść kwalifikacje swoich pracowników?

Produktom, który moglibyśmy zaoferować przedsiębiorcom zainteresowanym poszerzeniem kompetencji swoich załóg są bony szkoleniowe. Współpracujemy z wieloma firmami, które organizują kursy i szkolenia dla pracowników w wielu dziedzinach. Co ważne, skierowanie pracowników na takie kursy nie kosztuje pracodawcy, o ile zdecyduje się on na skorzystanie z bonów szkoleniowych. To bardzo wygodne narzędzie pozwalające na opłacenie kursu z funduszy unijnych dedykowanych takim właśnie celom. Bony szkoleniowe cieszą się ogromną popularnością wśród przedsiębiorców, szczególnie tych, którzy stawiają na wysoki poziom wiedzy i umiejętności w swojej załodze. W zeszłym roku udzieliśmy firmom bonów szkoleniowe o łącznej wartości ok. 20 mln złotych.

Czym jeszcze zajmuje się ŁARR?

Wspieramy na przykład młode rodziny. Naszym autorskim projektem jest „Niania”, czyli bezzwrotna dotacja na wynajęcie opiekunki dla dziecka w gminach, w których nie ma lub jest za mało żłobków. Rodzice nowo narodzonego dziecka mogą miesięcznie otrzymać nawet 3300 złotych brutto, by za te pieniądze zorganizować opiekę nad swoją pociechą, a samemu wrócić do pracy. Opiekunem może zostać każdy, także babcia dziecka lub inny członek rodziny. Pieniądze wypłacamy przez 8 miesięcy, nie trzeba ich spłacać. Zainteresowanie jest bardzo duże, na ten program przeznaczaliśmy już 950 tysięcy złotych.

Czy macie również coś dla rolników?

Tak jak najbardziej. Pod patronatem Marszałka Województwa Łódzkiego Grzegorza Schreiberera od kilku miesięcy organizujemy w każdą sobotę na terenie Portu Łódź rynekce wojewódzki, gdzie rolnicy mogą sprzedawać bezpośrednio klientom indywidualnym i półhurtowym wyprodukowane przez siebie warzywa, owoce, wędliny, wypieki czy sery. Rynekce ten cieszy się ogromnym zainteresowaniem kupujących. Rolnicy także są bardzo zadowoleni, bo mogą handlować bez opłat placowych, a z tego co wiem przywieziony towar sprzedają niemal na pniu.

Jak ocenia Pan kondycję łódzkiego biznesu? Czy prawdą jest, że przeżywa on kryzys?

Bez wątpliwości przedsiębiorcy, nie tylko w regionie łódzkim ale w całej Polsce, mocno odczuli skutki makroekonomiczne wojny za naszą wschodnią granicą. Jednak jest dla nich pełen podziwu. Są bardzo elastyczni, szybko się adaptują do zmieniających się warunków prowadzenia firm i całego otoczenia, dostosowują się do zmian, dają sobie świetnie radę w obecnych niełatwych czasach. Myślę, że należy im się pomoc, o którą mogą starać się właśnie w Łódzkiej Agencji Rozwoju Regionalnego. Znajdą tu życzliwych i fachowych doradców, którzy pomogą w złożeniu właściwego wniosku.

2
jeremie

 **LARR**
ŁÓDZKA AGENCJA ROZWOJU REGIONALNEGO



Szukasz funduszy
pożyczkowych na
działalność?
Skorzystaj z oferty
Łódzkiej Agencji Rozwoju
Regionalnego!

- ✓ oprocentowanie pożyczki od **2,3%** w skali roku
- ✓ kwoty od 5 tys. do 1,5 mln zł
- ✓ dla mikro, małych, średnich przedsiębiorców i przedsiębiorców typu start-up
- ✓ finansowanie wydatków inwestycyjnych i obrotowych
- ✓ brak dodatkowych kosztów

Zeskanuj telefonem **KOD QR**
i odwiedź naszą stronę



 www.larr.pl

 kontakt@larr.pl

 42 208 92 01



Kluczowe jest bezpieczeństwo energetyczne

Jacek Zemla
Energetyka

Bezpieczeństwo energetyczne kraju, miasta i jego mieszkańców to temat szeroko dyskutowany szczególnie w kontekście wyzwań klimatycznych stawianych przed sektorem energetyki w Polsce oraz wydarzeń za naszą wschodnią granicą.

Jak wobec tego wygląda bezpieczeństwo i odporność energetyczna Łodzi? Jak będzie przebiegać transformacja łódzkiego systemu ciepłowniczego oraz jakie wyzwania stoją przed producentem i dostawcą ciepła systemowego w naszym mieście - spółką Veolia Energia Łódź?

- Niezależnie od rozwoju sytuacji w naszym otoczeniu, podstawowy celem Veolii Energii Łódź jest zapewnienie bezpieczeństwa i ciągłości dostaw ciepła do naszych odbiorców - zapewnia Anna Kędziora-Szwagrzak, Prezes Zarządu i Dyrektorka Generalna Veolia Energia Łódź. - To co się wydarzyło w ostatnich latach, a zwłaszcza kryzys energetyczny,

jest dla nas dodatkowym bodźcem do wdrażania rozwiązań mających na celu dekarbonizację łódzkiego systemu ciepłowniczego i oparcie produkcji ciepła oraz energii elektrycznej o zróżnicowany zestaw paliw. To również powoduje, że niezależnie od koniecznej transformacji klimatycznej, prowadzimy prace nad nowymi projektami, które potencjalnie będą mogły wykorzystywać w systemie ciepłowniczym rozproszone źródła energii, nowe paliwa oraz odzysk i magazynowanie ciepła. Cały czas musimy jednak brać pod uwagę istniejące ograniczenia, które wpływają na stabilność produkcji ciepła na skalę jak dla naszego miasta, a tym samym na zapewnienie ciągłości dostaw ciepła dla mieszkańców Łodzi.

Efektywność energetyczna to w pewnym sensie jedno z głównych paliw przyszłości. To nie tylko wyeliminowanie wszelkich przypadków marnowania energii, ale również, a może nawet przede wszystkim, optymalne jej wykorzystanie. Po stronie odbiorców kryzys energetyczny spowodował



Anna Kędziora-Szwagrzak, Prezes Zarządu i Dyrektorka Generalna Veolia Energia Łódź

wzrost zainteresowania efektywnością zarówno z uwagi na możliwe braki w dostępności paliw, jak i ich rosnące ceny. Po stronie producenta i dostawcy ciepła oraz energii elek-

trycznej, jakim jest Veolia Energia Łódź, efektywność jest stałym elementem wszystkich procesów - od poszukiwania jak najbardziej efektywnych sposobów produkcji, poprzez

ograniczenie strat na przesyłce ciepła, po dostosowanie jego dostawy do rzeczywistych potrzeb odbiorcy. To również odzyskiwanie energii zarówno z procesów przemysłowych, jak i kanalizacji czy wentylacji. Należy również pamiętać, że produkcja ciepła i energii elektrycznej w łódzkich elektrociepłowniach odbywa się w kogeneracji, a więc jednym procesie, który w odróżnieniu do produkcji rozdzielnej ciepła i prądu zużywa o trzydzieści procent mniej paliwa. Kogeneracja jest istotnym atutem krajowej energetyki w procesie transformacyjnym.

Wyzwania klimatyczne stawiają branży energetycznej cele do osiągnięcia w kolejnych latach, aż po neutralność klimatyczną w 2050 roku.

Jest to w pewnym sensie kontynuacja procesów zapoczątkowanych w latach dziewięćdziesiątych, które doprowadziły do znaczącego ograniczenia emisji pyłów, tlenków azotu i siarki z łódzkich elektrociepłowni. Dzisiaj, niezależnie od dalszego ograniczania tych emisji, podstawowym wyzwaniem jest ograniczenie emisji

gazów cieplarnianych - dwutlenku węgla. Veolia Energia Łódź realizuje obecnie proces odejścia od wykorzystywania węgla w produkcji ciepła systemowego i energii elektrycznej. Firma do 2030 roku zamierza zakończyć proces dekarbonizacji i ograniczyć o dwie trzecie emisję dwutlenku węgla. Proces ten to jednak dopiero pierwszy etap transformacji ekologicznej, przed jaką stoi obecnie Veolia Energia Łódź. Paliwa kopalne, jak na przykład gaz ziemny, po okresie przejściowym firma będzie chciała w przyszłości zastąpić biometanem lub wodorem. Przyjęta przez Veolię misja „Odnawiamy zasoby świata” opiera się na wizji świata, w którym nie marnuje się zasobów i wykorzystuje je w sposób zrównoważony. W tym sensie na przykład odpady również mają wartość, a kiedy są ponownie wykorzystywane i efektywnie zarządzane, stają się ważnym źródłem energii.

Finalem celem Veolii Energii Łódź jest osiągnięcie neutralności klimatycznej produkcji ciepła i energii elektrycznej do 2050 roku.

MATERIAŁ INFORMACYJNY VEOLII

0010823968

Działamy na rzecz bezpieczeństwa energetycznego miasta

Transformacja energetyczna

dekarbonizujemy łódzki system ciepłowniczy, tworzymy elektrociepłownię hybrydową i różnicujemy paliwa wykorzystywane do produkcji ciepła systemowego

Partnerstwa i rozwiązania systemowe

współpracujemy dla zastosowania najlepszych rozwiązań w zakresie efektywności i odporności energetycznej miasta

Środowisko naturalne i zasoby

działamy na rzecz ochrony klimatu, wykorzystania zasobów w sposób zrównoważony i poprawy warunków życia w mieście



nowaenergialodz.pl



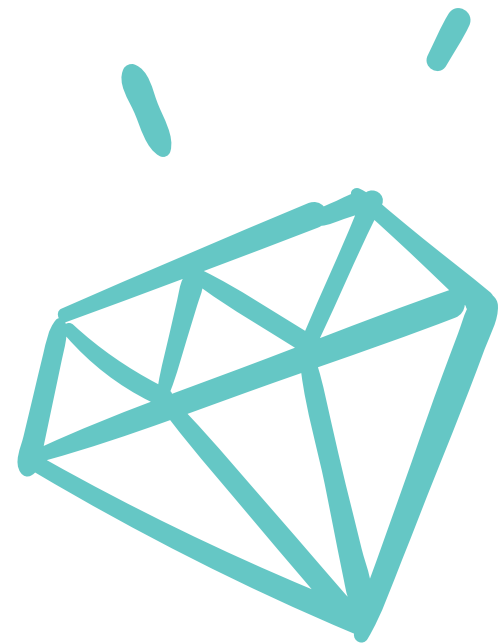
nowa
energia
dla łodzi

operated by

VEOLIA



jti



A vibrant workplace

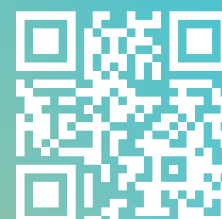
It's about the **JTI Global Business Service**,
the winner of the prestigious ABSL Diamonds* award!

**Join Japan Tobacco International GBS
at Norblin Factory.**



**Norblin Factory, ul. Żelazna 51/53
6th – 8th floor**

*ABSL Diamonds are awarded by the Association
of Business Service Leaders, representing
the modern business services sector in Poland.



Reach for more at
jobs.jti.com

Od początku stawialiśmy na innowacyjność i jakość, co okazało się kluczem do sukcesu

Maria Kwiecińska
maria.kwiecinska@polskappress.pl

Bożena Ziemniewicz prowadzi British Centre, jedną z najlepszych szkół językowych w Łodzi.

Uczyła angielskiego, aby móc się utrzymać, będąc studentką handlu zagranicznego. Później otworzyła własną szkołę językową. British Centre to dziś jedna z najpopularniejszych szkół w Łodzi. Kursy od 30 lat cieszą się niezmiernie dużym zainteresowaniem.

British Centre dba o edukację językową kolejnych pokoleń łodzian. Przez sale zajęciowe przeszło ponad 52 tysiące zadowolonych słuchaczy.

W czym specjalizuje się Pani firma?

British Centre to firma sektora usług rozwojowych. Oferuje kursy językowe na wszystkich poziomach zaawansowania aż po C2, co jest poziomem rzadko spotykanym. Drugim filarem firmy jest Centrum Egzaminacyjne autoryzowane przez Cambridge Assessment English, czyli Uniwersytet Cambridge. Trzeci filar to usługi szkoleniowe, coachingowe i doradztwo. Zachęcam czytelników do zapoznania się z artykułem w Dzienniku Łódzkim, który nosi znamienny tytuł „British Centre – a guarantee of success”. To nasze motto od początku istnienia firmy.

A jak wyglądały początki Pani firmy?

Angielskiego uczyłam od początku studiów. Udzielałam korepetycji, pracowałam na kursach organizowanych przez różne instytucje, a potem również w szkole państwowej. Uczyłam po 50-60 godzin tygodniowo. Kiedy zażądałam w ciąży i przestałam pracować w szkole – lekcje z moimi uczniami, którzy nie chcieli przerywać zajęć, przeniosły się do mojego domu. Uczniów przybywało, przez moje mieszkanie przewijało się ich coraz więcej i stawało się to coraz bardziej uciążliwe dla domowników. Kiedy mój syn zaczął chodzić, stawał przy drzwiach, za którymi siedziałam, pukał w nie łapkami i rozpaczliwie wołał „mama”. Mój mąż powiedział kiedyś, że gdybym w ogóle umiała coś rozsądnego zrobić, to założyłabym po prostu szkołę językową.



Bożena Ziemniewicz zajmuje się nie tylko biznesem, ale również działalnością społeczną, jest laureatką między innymi Brązowego Krzyża Zasługi

Jak głęboko mnie tym dotknął, chyba nie muszę mówić. Wakacje poświęciłam na wynajęcie sali w miejscowej bibliotece, napisanie ulotek na walizeczkowej maszynie do pisania, kolportowanie ich po osiedlu w czasie spacerów z dzieckiem w wózku. Wystąpiłam w telewizji osiedlowej, opowiadając z zapałem o tym, co zamierzam robić i – czekałam na rozpoczęcie roku szkolnego. Byłam chyba bardzo przekonująca, bowiem rezultaty przeszły moje najśmielsze oczekiwania! Przyszło tylu chętnych, że jedna sala nie wystarczyła. I tak wystartowała moja pierwsza szkoła językowa Modus.

Czy biorąc pod uwagę dalszy rozwój firmy może Pani mówić o osobistym sukcesie, czy ktoś Pani pomógł?

Modusowe kursy dla dzieci rozwijały się znakomicie, w kolejnych latach ruszały inne punkty nauczania posadowione w okolicznych szkołach podstawowych. Wkrótce uczyliśmy ponad tysiąc osób.

Kiedy byłam w drugiej ciąży, w czasie wakacyjnego wyjazdu spotkałam native speakera prowadzącego obóz językowy dla dorosłych. Przez dwa tygodnie przyglądałam się temu co robi i jak. Ostatniego dnia ich pobytu zebrałam się na odwagę i zagadnęłam go, oferując pracę w Modusie. W odpowiedzi usłyszałam „no way!”. Przyjęłam to do wiadomości, ale miesiąc później, dwa tygodnie po przyjeździe na świat mojej córeczki, pojawił się u mnie gotów do pracy. Pracował dwa lata, w tym czasie poczyniliśmy wspólne plany. I w ten sposób powstało First Certificate Preparation Centre (przeimianowane później na British Examination Preparation Centre, a do dziś funkcjonujące pod skróconą nazwą), oparte na dwóch zasadach: 1) uczyli wyłącznie native speakerzy i 2) naszym celem było przygotowywanie słuchaczy do uzyskania certyfikatu FCE (First Certificate in English).

Co jest kluczem do sukcesu Pani firmy?

Jakość. Od początku chcieliśmy być szkołą oferującą usługi najwyższej jakości. Tę jakość nawet gwarantujemy kursantom na piśmie. Drugim wyróżnikiem szkoły była innowacyjność – wprowadzanie wszelkich nowinek europejskich, zarówno metodycznych, jak i technologicznych. Byliśmy pierwszą w Łodzi szkołą, która wprowadziła platformę e-learningową. Byliśmy również pierwszą w Łodzi szkołą, która zaprosiła słuchaczy na bezpłatne dla nich, finansowane z dotacji unijnych, kursy językowe. W dniu zapisów w 2005 roku przed firmą już w nocy utworzyła się kolejka, tarasująca połowę jezdnii. Wprowadzaliśmy innowacje dydaktyczne i metodyczne, drukowaliśmy nasze własne portfolio językowe. Szkoliliśmy lektorów z zakresu wykorzystania technik NLP, wprowadzaliśmy do programów mnemotechniki. W nauczaniu dzieci uruchomiliśmy własny program nauczania dzieci, integrujący znakomitą metodę National Geographic Language z naszymi doświadczeniami.

Jeśli mowa o nauczaniu zdalnym, czy pandemia zmieniła coś w funkcjonowaniu szkoły językowej?

Zmieniła wiele, przeszliśmy na lekcje online w zaledwie cztery dni, w tym sobota i niedziela. Od poniedziałku uruchamialiśmy po kolei grupy zdalne z lektorem w czasie rzeczywistym. Lektorzy byli do tego przygotowani, mieliśmy bowiem wcześniej szkolenia, jednak należało nauczyć korzystania z platformy uczestników naszych kursów. Pierwsze zajęcia nie wliczały się do kursu, były prezentem od nas. Nauczanie zdalne zostało z nami do dziś i w przypadku grup dla dorosłych przeważa. Ci kursanci, którzy poznali nasze kursy online'owe, bardzo je cenią, znając ich efektywność. Nie są one kalką zajęć stacjonarnych – są to kursy wykorzystujące zupełnie inne materiały i inne narzędzia.

Wielokrotnie Pani podkreśla, że British Centre to firma rodzinna.

15 lipca 1993 roku osobiście ją zarejestrowałam i cały czas jest w moich rękach, choć zmieniała formę prawną. Szkoła językowa to firma trudna do poprowadzenia, choćby z uwagi na późne godziny pracy. Nie byłabym w stanie prowadzić firmy z sukcesem, gdyby nie postawa i zaangażowanie całej rodziny. Bez poświęcenia mojego męża, który przejął większość obowiązków domowych kosztem własnej kariery zawodowej, bez pomocy ze strony mojej mamy, która przygarniała nasze dzieci po szkole, a nade wszystko bez mojego ojca, który już w wieku emerytalnym dołączył do zespołu. I wiele lat był moim współnikiem, a zmarł dwa lata temu, bez rodziny nie byłabym w stanie prowadzić firmy.

Dodajmy, że ostatnie 15 lat, to okres mojej intensywnej działalności na rzecz społeczności województwa łódzkiego, a szczególnie przedsiębiorców, w takich organizacjach, jak Łódzka Izba Przemysłowo-Handlowa i Klub 500-Łódź, w których jestem wiceprezeską. Od 2011 jestem też radną Sejmiku Województwa Łódzkiego.

Od ponad 10 lat w firmie pracuje moja córka – liczę na to, że wkrótce przejmie moje obowiązki, bo wraca do nas po chwili przerwy spowodowanej urodzeniem syna – mojego pierwszego wnuka.

Czy trudniej się pracuje z córką?

Pewnie tak. Ale po pierwsze mam wprawę, bo długie lata współpracowałam z moim ojcem, po drugie moja relacja z córką opiera się na wzajemnym szacunku. Poza tym, relacje z córką w pracy nie różnią się od tych z pozostałymi pracownikami. Cenię ją za to, że przeszła w firmie drogę przez wszystkie stanowiska i funkcje od ulotkarza zaczynając, aż po zastępcę dyrektora odpowiedzialnego za wszystkie procesy oparte o nowoczesne technologie i za egzaminy zewnętrzne. Nie miała łatwo, ale udowodniła pracownikom, że jej pozycja nie wynika z faktu bycia córką szefowej, tylko z szerokich kompetencji, które wszyscy doceniliśmy zwłaszcza wtedy, gdy jej nie było, a my nie mogliśmy znaleźć nikogo, kto by ją zastąpił.

REKLAMA

30 lat na rynku

BRITISH CENTRE – a guarantee of success

BRITISH CENTRE od 30 lat dba o edukację językową kolejnych pokoleń Łożdzian. Przez mury BRITISH CENTRE – czy też raczej przez sale zajęciowe – przeszło ponad 52 tysiące zadowolonych słuchaczy.

BRITISH CENTRE to firma sektora usług rozwojowych, oferująca głównie szkolenia i kursy językowe, stanowiące pierwszy, najstarszy i najważniejszy filar firmy, czyli szkoła języków obcych. Dwa pozostałe filary to BC Training-Coaching-Consulting, świadczący usługi szkoleniowe, coachingowe i doradztwo oraz Centrum Egzaminacyjne PL251, autoryzowane przez Cambridge English Assessment, będące częścią Uniwersytetu Cambridge.

Jako jedna z niewielu szkół językowych BRITISH CENTRE co roku prowadzi kursy na wszystkich poziomach zaawansowania aż po C2. Ten ostatni poziom jest w szkołach rzadkością - nauczający często legitymują się znajomością języka na poziomie C1+. Natomiast lektorzy BRITISH CENTRE doprowadzają słuchaczy do tak wysokiego poziomu, że sięgają oni po certyfikat Cambridge English C2 Proficiency, oznaczający poziom pełnej biegłości językowej.

BRITISH CENTRE to firma rodzinna, powołana do życia przez obecną Prezes Zarządu Bożenę Ziemniewicz, firma wrośnięta w krajobraz Łodzi, dbająca szczególnie o jakość oferowanych usług. Troska o klientów uczestniczących w kursach jest – niezależnie od ich wieku – nadrzędną wartością dla całego zespołu.

Firma odpowiedzialna społecznie

BRITISH CENTRE to firma odpowiedzialna społecznie, która na przestrzeni lat wspierała na różne sposoby edukację językową, na przykład cyklicznie prowadząc bezpłatnie dla uczestników Wielki Test Języka Angielskiego, organizując konferencje, jak „Łódzkie językami bogate”, sponsorując szkołom zakupy sprzętów, pomocy naukowych i wydawnictw, sponsorując sportowców, by rozwijali swoje umiejętności i sławili imię naszego miasta



za granicą, a wreszcie prowadząc bezpłatne kursy języka polskiego dla Ukraińców, którzy w naszym mieście znaleźli schronienie po napaści Rosji na ich kraj.

BRITISH CENTRE od lat podejmuje akcje na rzecz ratowania naszej planety, czego przykładem jest ubiegłoroczny konkurs pod nazwą **BRITISH CENTRE for the Earth: how to save our planet?** lub prowadzona w firmie polityka dawania drugiego życia naszym książkom i oszczędzania papieru, wyrażająca się hasłem **ZERO WASTE!**

Kursy językowe dla dorosłych

Niedawna pandemia covid-19 nieco odmieniła ofertę Szkoły, która nieomalże natychmiast przeszła na zajęcia online, czyli e-learning synchroniczny z lektorem. Dorośli słuchacze rozsmakowali się w tej wygodnej formie – nie trzeba godzinami stać w korkach, zajęcia można odbywać w zaciszu domowym, a do tego wyspecjalizowani w tym lektorzy BRITISH CENTRE zapewniają wyjątkowe materiały i narzędzia, bardzo atrakcyjne i wyjątkowo efektywne.

Oczywiście tym, którzy cenią sobie spotkania w salach zajęciowych i ich niepowtarzalną, lekką, sympatyczną, pełną empatii atmosferę, szkoła oferuje kursy stacjonarne. Na słuchaczy czekają 3 oddziały: w Łodzi przy al. Kościuszki 93 (w przepięknej secesyjnej kamienicy Zygmunta Dejczmana) i przy ul. Pomor-

skiej 140 (w domu z uroczym ogródkiem) oraz w Zgierzu przy pl. Kilińskiego 12.

Kursy językowe dla dzieci

Dzieci zdecydowanie wolą zabawy realizowane w salach zajęciowych BRITISH CENTRE, wyposażonych w wygodne pufy i miękkie dywany. W tych bezpiecznych warunkach maluchy mogą rozgrywać zawody, stawiać wieże z klocków i meblować domki, nie dostrzegając, że właśnie uczą się języka obcego. Bo co za różnica, w jakim języku nazywają otaczający świat? Ważne, że udaje się im odpowiadać na zadawane pytania, prawidłowo reagować na polecenia i cieszyć zabawą z rówieśnikami.

Nieco starsze pociechy na zajęciach wędrują od przygody do przygody, zwiędzając zakamarki świata, poznając głębiny oceanów, wspinając się na szczyty gór i śledząc przemiany zachodzące w świecie. Wszystko to w oparciu o fascynujące materiały National Geographic Learning, zapewniające rozwijanie nie tylko kompetencji językowych, ale też poznawanie różnych kultur i stylów życia, uczące komunikacji w rzeczywistych sytuacjach, podejmowania decyzji i rozwiązywania problemów w oparciu o burzę mózgową, wybieranie informacji ważnych i odsuwanie tych nieistotnych, dokonywanie wyborów na podstawie kryteriów. Uczestnicy tej „podróży” uczą się wypowiadać

swoje opinie, argumentować, uzasadniać i nade wszystko – współpracować w grupie, wspólnie wykonywać projekty, angażować w realizację idei ważnych dla świata. Wszystko z wykorzystaniem nowoczesnych technologii, które przecież są już wszechobecne i niezbędne obywateli świata.

Atuty BRITISH CENTRE

Niewątpliwym atutem BRITISH CENTRE jest doświadczenie zespołu – stabilnego, mocno związanego ze szkołą, w której szacunek dla ludzi jest jedną z najważniejszych wartości, na której zbudowana jest kultura organizacyjna firmy. Lektorzy pracują tu latami, są i tacy, którzy uczą tu ponad ćwierć wieku. Znakomity zespół lektorski gwarantuje wysoką jakość procesu dydaktycznego, natomiast na jakość oferowanych usług wielki wpływ ma obsługa naszych klientów – empatyczna, starająca się zadbać o wszystkich słuchaczy, i tych w pełni dojrzałych, i tych całkiem jeszcze małych. Zaspokojenie potrzeb możliwe jest, jeśli się je dokładnie pozna – dlatego dopytujemy, dopasowujemy, zmieniamy i ustawiamy terminy, często pełniąc rolę doradców w sprawach całkiem z nami niezwiązanych.

BRITISH CENTRE ma też przyjazne warunki korzystania z oferty, na przykład ratalne płatności, program lojalnościowy **OPLACA SIĘ POLECAĆ!**,

który pozwala zmniejszyć koszt kursu lub wręcz uczyć się za darmo (szczegóły <https://british-centre.pl/oplaca-sie-polecac/>).

Unikalnym wręcz benefitem dla słuchaczy są bezpłatne konsultacje z naszymi lektorami w przypadku nieobecności – wystarczy się umówić na któryś z dostępnych terminów i wyróżnić powstałe braki. Również bezpłatne są lekcje próbne – można wziąć udział w pierwszej lekcji i bez żadnych konsekwencji finansowych zrezygnować. Dla dzieci mamy lekcje pokazowe, w czasie których można poznać techniki pracy naszych lektorów, a oni zaś mogą zweryfikować poziom zaawansowania znajomości języka.

Podsumujemy

BRITISH CENTRE jest na rynku od 30 lat, a z naszych usług skorzystało ponad 52 tys. osób – nie mogły się mylić!

Nasi lektorzy to w pełni wykwalifikowani, doświadczeni, empatyczni i sympatyczni lektorzy polscy i native speakers, którzy uważają, że „sukces naszych słuchaczy jest naszym sukcesem!” – dlatego od początku dewizą BRITISH CENTRE jest **a guarantee of success!**

O naszej wiarygodności świadczą nasze nagrody i wyróżnienia, a wśród nich dwukrotnie przyznany EURO-CERTYFIKAT w kategorii Wiarygodność Firm/Instytucji, Certyfikat Wiarygodności SOLIDNA MARKA – Firma Roku PRIMUS INTER PARES, tytuł NAJLEPSZA SZKOŁA JĘZYKOWA W WOJEWÓDZTWIE ŁÓDZKIM uzyskany w plebiscycie Dziennika Łódzkiego,

certyfikat GEPARD BIZNESU w kategorii dynamiki wartości rynkowej „Europejska Firma”, tytuły FIRMA PRZYJAZNA NAUCE i LIDER W EDUKACJI, tytuł BEST QUALITY 2015 w kategorii Usług dla Biznesu oraz KREATYWNY PARTNER AKADEMII Humanistyczno-Ekonomicznej. Ogromnie ważnym wyróżnieniem była trzykrotna nominacja do NAGRODY GOSPODARCZEJ WOJEWÓDZTWA ŁÓDZKIEGO, a wreszcie nagroda główna w kategorii Małe Przedsiębiorstwo. W roku bieżącym firmie przyznano NAGRODĘ KONSUMENTA 2023 za wysoką jakość usług i zadowolenie konsumenta w kategorii „usługi edukacyjne, szkoły językowe, kursy i szkolenia”.

Najwyższą jakość naszych usług potwierdza znak jakości DEKRA Certification SUS 2.0, co roku potwierdzany audytem zewnętrznym prowadzonym przez firmę DEKRA.

Aby otrzymać szczegółowe informacje dotyczące zapisu na kurs warto skontaktować się z nami drogą mailową lub telefonicznie:

■ oddział Kościuszki 93:

+48 42 630 20 48,
505 968 994

■ oddział Pomorska:

+48 42 678 64 44,
505 920 526

■ oddział Zgierz:

+48 42 716 06 94,
606 699 250

BRITISH CENTRE to także firma rodzinna, w której lektorzy i pracownicy administracyjni są traktowani jak członkowie rodziny. To firma z czarowym ogródkiem i serdeczną obsługą, pragnącą każdemu klientowi zapewnić komfort i zadowolenie. I TAK OD 30 LAT...

CO WYRÓŻNIA BRITISH CENTRE?

- ✓ precyzyjna kwalifikacja do grup i stała opieka metodyczna
- ✓ pisemna gwarancja skuteczności lub gwarancja egzaminacyjna
- ✓ bezpłatne konsultacje, jak również bezpłatne lekcje próbne
- ✓ bezpłatne pełne egzaminy próbne prowadzone przez egzaminatorów Cambridge
- ✓ specjalny, przygotowany z myślą o najmłodszych kursantach, program BC KIDS, wykorzystujący materiały i platformę National Geographic Learning
- ✓ zajęcia w grupach różnej wielkości, uwzględniające liczne potrzeby kursantów
- ✓ do wyboru zajęcia stacjonarne lub zdalne
- ✓ możliwość rozłożenia płatności na raty



SZKOŁA
JĘZYKÓW
OBCYCH

30
lat jesteśmy z Wami

www.facebook.com/szkola.british.centre
www.british-centre.pl/

Delia

COSMETICS

AUTEN *Ty* CZNIE
Piękna

ŚWIĘTUJEMY

25 lat



PIELĘGNACJA
TWARZY I CIAŁA



PIELĘGNACJA I KOLORYZACJA
WŁOSÓW



MAKE UP



BRWI



Dołącz do milionów
zadowolonych klientek
na 5 kontynentach!



www.delia.pl



Łódzki Bank

Spółdzielczy

Dołącz do grona naszych zadowolonych klientów



Konta osobiste i firmowe

Bankowość mobilna

Kredyty gotówkowe,

EKO i hipoteczne

**Ubezpieczenia,
faktoring i leasing**

**Oferta dla sektora MSP,
rolnictwa i samorządów**

Nominowany w tegorocznej edycji konkursu **Menedżer Roku 2022
Regionu Łódzkiego w kategorii Średnie przedsiębiorstwo**



**Menedżer
Roku
Regionu
Łódzkiego
2022**



Centrala i II Oddział

Łódź, ul. Żeromskiego 68
Godz. pracy pn.-pt.
9:00-17:00
bank@lodzkibs.pl

Sekretariat

tel. 42 639 13 00
sekretariat@lodzkibs.pl

I Oddział w Łodzi

ul. Zgierska 75/77
bank@lodzkibs.pl
Godz. pracy pn.-pt. 9.00-17.00

Filia nr 1 w Łodzi

ul. Kurczaki 50
bank@lodzkibs.pl
Godz. pracy pn.-czw.
9.30-17.00,
Godz. pracy pt. 8.00-15.30

Filia nr 2 w Łodzi

ul. Złotno 60/62
bank@lodzkibs.pl
Godz. pracy pn.-czw.
9.30-17.00,
Godz. pracy pt. 8.00-15.30

Oddział w Bełchatowie

ul. Piłsudskiego 14
belchatow@lodzkibs.pl
Godz. pracy pn.-pt. 8.00-16.00

Oddział w Żelowie

ul. Kościuszki 44
belchatow@lodzkibs.pl
Godz. pracy pn.-pt. 8.00-15.45

Oddział w Krośniewicach

ul. Toruńska 5
krosniewice@lodzkibs.pl
Godz. pracy pn., wt., cz., pt.
7.30-15.30
Godz. pracy śr. 8.00-16.00

Filia w Ostrowach

Ostrowy-Cukrownia 41
krosniewice@lodzkibs.pl
Godz. pracy pn.-pt. 7.30-
15.15

Oddział w Strykowie

ul. Warszawska 29
strykow@lodzkibs.pl
Godz. pracy pn. 8.30-16.30
Godz. pracy wt.-pt. 8.00-16.00

Filia w Łaniewtach

Łaniewta
krosniewice@lodzkibs.pl
Godz. pracy pn.-pt.
7:30-15:15

Filia w Dąbrowicach

ul. Sienkiewicza 6
krosniewice@lodzkibs.pl
Godz. pracy pn.-pt.
7:30-15:15

www.lodzkiibs.pl

Wytwarzamy energię z troską o środowisko

Prowadzimy działalność w sposób zrównoważony, zachowując wysokie standardy ekologiczne. Nasze kompleksy górniczo-energetyczne to przykład odpowiedzialnego pogodzenia wyzwania, jakim jest udział w zapewnieniu bezpieczeństwa energetycznego Polski z troską o środowisko naturalne.



Górnictwo i Energetyka
Konwencjonalna S.A.