SILESIA
BUSINESS & LIFE

nr 6 Sierpień/Październik 3/2011
ISSN: 2081-1462
cena: 9,90 zł (w tym 8% VAT)

SYLWETKA
IREK BIELENINIK

KULTURA
MARCIN DANIEC

SPORT
GOLF CUP 2011

PODRÓŻE
DUBAJ

Foto: Agencja fotograficzna

www.silesiabl.pl
www.silesiaevent.pl

solvadis

solvadis polska

kompleksowo • kreatywnie • kompetentnie

oleje i smary

chemia bazowa

chemia budowlana

chemia tworzyw sztucznych

chemia przemysłu spożywczego

aerozole i inne gazy techniczne

środki do uzdatniania wody

solvadis polska sp. z o.o.
ul. Piłsudskiego 74 • 50-020 Wrocław
tel. +48 71 799 55 00 • fax +48 71 799 55 55
kontakt@solvadis.pl • solvadis@solvadis.pl

www.solvadis.pl

WASZ DYSTRYBUTOR PRODUKTÓW CHEMICZNYCH

SILESIA
BUSINESS & LIFE

6 FIRMY REGIONU
INVEST PARK HAJDUKI

12 MARTHA KROLIKOWSKI
LYONESS POLAND SP. Z O.O.

17 REGION
SIEMIANOWICE ŚLĄSKIE

22 SYLWETKA
IRENEUSZ BIELENINIK

34 PORADY PRAWNE
MATEUSZ ZGRYZEK

40 FINANSE
DARIUSZ MUSZYŃSKI

42 KULTURA
MARCIN DANIEC

49 WROCŁAW
HOTEL SOFITEL

52 FIRMY REGIONU
SOLVADIS POLSKA

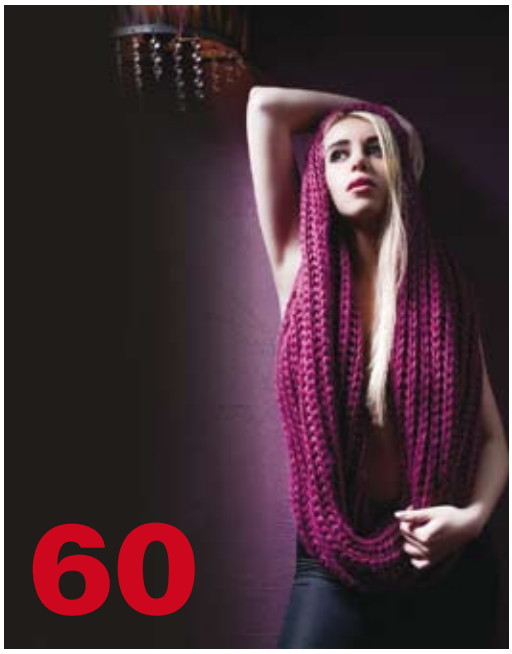
58 SZTUKA
ANDRZEJ STYRNA

60 KULTURA
MONIKA GAWROŃSKA

70 EGZOTYCZNE PODRÓŻE (VI)
ZAMKI NA PIASKU

76 KULINARIA
SUSHI UMAMI

82 SPORT
SILESIA BUSINESS&LIFE
GOLF CUP



REDAKCJA:
Redaktor naczelny:
Klaudiusz SEVKOVIC
e-mail: k.sevkovic@silesiabl.pl
www.silesiabl.pl
Dziennikarze:
Mirosław CICHY
Robert DŁUCIK
Ewa DUDEK
Dominika TKOCZ
email: redakcja@silesiabl.pl
Dział foto:
Ireneusz DOROŻAŃSKI
Korekta:
Ewa KOZYRA

WYDAWNICTWO:
Krzysztof Zioło - prezes wydawnictwa
k.ziolo@silesiabl.pl

ROYAL consulting corporation
Adres:
41-500 Chorzów
ul. Barbary 23/2
tel. 889-771-352
e-mail: royalcc@o2.pl

SILESIA BUSINESS & LIFE

REKLAMA:
ROYAL consulting corporation
Anna Kubalska
Tel. 531-000-026
marketing@silesiabl.pl

Redakcja nie zwraca materiałów niezamówionych i zastrzega sobie prawo redagowania nadesłanych tekstów. Redakcja nie odpowiada za treść zamieszczonych reklam.

SILESIA
BUSINESS & LIFE

Oddajemy w Państwa ręce szósty numer magazynu Silesia Business & Life.

To czasopismo jest kierowane do ludzi biznesu, polityków, aktywnych młodych i kreatywnych osób, ale nie tylko. Bardzo chcielibyśmy, aby czytelnikiem stał się właściwie każdy, kto jest ciekawy życia, chłonny wiedzy, otwarty na to, co dzieje się w naszym regionie.

To właśnie ludzie wywodzący się ze Śląska, specjaliści z różnych dziedzin, postacie nietuzinkowe, znaczące, są bohaterami naszego magazynu.

Jeżeli interesuje Cię to co dzieje się w naszej Metropolii, jak ogromne pokłady potencjału intelektualnego, możliwości i inicjatyw w niej drzemią - to właśnie Silesia Business & Life jest czasopismem dla Ciebie.

Znajdziecie tutaj Państwo ekskluzywne wywiady oraz interesujące artykuły poruszające aktualne tematy. W tym wydaniu przedstawiamy sylwetki: Ireneusza Bieleninika, Marcina Dańca oraz Monikę Gawrońską.

Prezentujemy miasta regionu i firmy, które w nich prężnie działają.

Nasi specjaliści przedstawią bieżące problemy w dziedzinie prawa, pozyskiwania środków unijnych oraz nowoczesne trendy w finansach i modzie.

W magazynie znajdziecie również Państwo nietuzinkowe miejsca, gdzie można odpocząć i w miłej atmosferze spędzić czas w tym numerze odwiedzimy Dubaj i poznamy smaki kuchni japońskiej.

Na naszych łamach wiele miejsca poświęcamy też wydarzeniu, którego byliśmy organizatorem - SILESIA BUSINESS&LIFE GOLF CUP, który odbył się 22 maja na polu golfowym w Siemianowicach Śląskich.

Myślę, że ten numer będzie dla Państwa wyśmienitą i interesującą lekturą.

Zapraszam również do odwiedzania naszej strony www.silesiabl.pl oraz naszego nowego projektu www.silesiaevent.pl. gdzie można znaleźć obszerną galerię zdjęć oraz filmów z SILESIA BUSINESS&GOFL CUP.

Klaudiusz Sevkovic
project menager

„Nie odcinamy się od historii i społeczności tego regionu”

Dla każdego klienta... Prostsze wejście na rynek, zastrzyk odpowiedniego kapitału i dopasowanie do jego potrzeb. Dla społeczności lokalnej... nowe miejsca pracy, rozwój infrastruktury nie tylko gospodarczej, ale także rekreacyjno – sportowej i wzrost konkurencyjności regionu.

Dziś takie wartości można odnaleźć w misji firmy Invest Park Hajduki z Chorzowa. Polityka ta oczywiście nie przybiera tylko postaci czysto teoretycznych sformułowań, ale systematycznie wdrażana jest w życie. Invest Park Hajduki to Park Przemysłowy, który powstał w miejscu, w którym wcześniej były Zakłady Chemiczne Hajduki S.A. Od listopada 2010 r. Fundusz Kapitałowy Rubikon S.A. objął rolę inwestora, który podjął się realizacji projektu komercjalizacji Invest Parku w Chorzowie, a przy tym również rewitalizacji marki „Farb z Motylkiem”.

Jednym z ważniejszych trendów na rynku od kilku lat jest powstawanie Parków Przemysłowych i Technologicznych. Podmioty te – w zależności od ich typu, posiadają większą lub mniejszą infrastrukturę techniczną, komunikacyjną i tę w postaci nieruchomości. Jest ona oczywiście tworzona z myślą o partnerach, którzy będą ją potem wynajmować. Parki służą przede wszystkim małym i średnim firmom, zapewniając im dogodne warunki działalności gospodarczej. Co więcej nie wymagają one przy tym posiadania przez swoich partnerów środków finansowych. Obligatoryjnym elementem „członkostwa” w parkach jest tylko prawne uregulowanie korzystania z ich usług.

Obserwacje i analizy rynku od dawna wskazują na ważną rolę Parków Technologicznych i Przemysłowych, jako stymulatorów gospodarki danego regionu, które jednocześnie przyspieszają rozwój tego obszaru i jego innowacyjność. Podobny trend można dostrzec także na rynku aglomeracji śląskiej. W tej części Polski dostrzega się duży popyt na usługi takich firm jak Invest Park Hajduki. Jej oferta lokuje się na pograniczu sektora przemysłu i budownictwa, a także usług. Dysponuje i oferuje najemcom powierzchnie różnego typu:

- Place składowe od 200 m^2 do 5000 m^2,
- Hale produkcyjne i magazynowe od 200 m^2 do 2000 m^2,
- Powierzchnie biurowe od 20 m^2 do 300 m^2.

To, co Invest Park Hajduki stara się stale pielęgnować i ulepszać to przede wszystkim relacje z klientem. Podstawą tego jest wsłuchiwanie się w potrzeby partnerów, otwartość na ich sugestie i wspólne projektowanie obiektów, które klient będzie wynajmować. Firma specjalizuje się w systemie BTS – build to suit. W jej ramach każda inwestycja jest dopasowywana do potrzeb i zainteresowań danego najemcy. Projekty konkretnych obiektów są tworzone w stałej konsultacji z klientem, w towarzystwie grupy ekspertów z tej dziedziny. Najemca może mieć w ten sposób pewność, iż otrzyma usługę dopasowaną do jego upodobań, po optymalnych kosztach, z logicznym zagospodarowaniem powierzchni obiektu, a także na elastycznych warunkach wynajmu. Invest Park Hajduki oferuje możliwość korzystania z nieruchomości po atrakcyjnych cenach, często znacznie niższych niż konkurencyjne na rynku. Klienci mogą również skorzystać z rozbudowanej infrastruktury drogowej, kolejowej, lotniczej, telekomunikacyjnej, a tym także wykwalifikowanej kadry pracowników. Do tego dochodzą też usługi dodatkowe, które udostępnia firma w postaci doradztwa czy marketingu. Wszystkie działania realizowane przez Invest Park Hajduki szczycą się wysokim poziomem wykonawstwa.

Obszar, którym zarządza i zagospodarowuje firma to 10 hektarów świetnie skomunikowanego terenu, położonego pomiędzy autostradą A4 i DTŚ, w bezpośredniej bliskości linii kolejowej, z własną bocznicą, infrastrukturą, siecią wodno - kanalizacyjną z możliwością zasilania w dowolne medium energetyczne.

O potencjale śląskiego rynku, jego źródłach, ale także o roli jaką chce pełnić Invest Park Hajduki na mapie prężnych ośrodków przemysłowo – biznesowych aglomeracji Śląska mówi Wiceprezes Zarządu Invest Park Hajduki Piotr Ulatowski...

- Nie ma wątpliwości, że Invest Park Hajduki – jak każdy ambitny i rozwijający się podmiot gospodarczy na rynku, chce pełnić istotną na nim rolę... Na czym ta rola – w przypadku Państwa firmy, polega?

- Chcemy być taką „perełką" przemysłu i biznesu na mapie Śląska. Pewnie najpierw na obszarze bliższego nam otoczenia, ale potem także dalszej jej części. Invest Park Hajduki staje się powoli centrum przemysłu i jako firma będziemy dokładać wszelkich starań, by to centrum stale poszerzało zakres swego oddziaływania. Na pewno rola, którą zaczynamy stopniowo pełnić na rynku nie jest przejściowa. Właściciele Invest Parku Hajduki mają zamiar inwestować w to przedsięwzięcie długofalowo. Taka polityka jest wynikiem świadomości, że zysk nie przyjdzie z dnia na dzień i że należy na niego pracować przez dłuższy okres.

- Czyli „perełka" przemysłu i biznesu, która może się stać ozdobą gospodarki Śląska na stałe...

- Z racji tego, że ciągle na rynku powstają nowe podmioty, które mają wiele dobrych pomysłów, ale posiadają niewielkie możliwości finansowe, jest duże zapotrzebowanie na różnego typu parki przemysłowo - technologiczne. Co więcej, ta tendencja najprawdopodobniej utrzyma się także w przyszłości. Poza tym powstanie Invest Parku Hajduki było poprzedzone badaniami rynku, które potwierdziły sens i potrzebę funkcjonowania takich podmiotów. Nasz park ma stanowić miejsce, w którym będą mogli lokować się śląscy przedsiębiorcy i nie tylko. Chcemy oferować obiekty, które na bazie wieloletniego kontraktu dana firma będzie wynajmować. Generalnie Parki Przemysłowe i Technologiczne są szczególnego rodzaju instytucją finansową, która zapewnia kapitał w postaci gotowego obiektu i oczekuje tylko regularnego opłacania...

- Oczekuje regularnego opłacania, ale zawsze istnieje ryzyko upadku firmy, która wynajmuje Państwa obiekty...

- Ryzyko dotyczy każdej działalności gospodarczej czy dziedziny gospodarki. Jednak na pewno unikamy działań, które mogłyby doprowadzić do przeinwestowania. Już sama zasada build to suit, na której bazujemy, zakłada rozłożenie ryzyka między inwestorem, a najemcami. Poza tym hołdujemy zasadzie uniwersalizmu. Mimo, iż zakładamy budowę konkretnego obiektu pod potrzeby klienta i dany kontrakt, to projektujemy obiekty o takich cechach, by mogła z nich skorzystać prawie każda firma. Oczywiście w razie niewypłacalności naszego najemcy nadal dysponujemy

gotowym do zagospodarowania obiektem, który możemy zaoferować innemu najemcy.

- Zakładając hipotetyczną sytuację... Jestem potencjalnym klientem Państwa firmy, jakie kroki należy podjąć, by skorzystać z oferty Invest Parku Hajduki?

- Warunkiem do uruchomienia procesu tworzenia struktury finansowej danego projektu dla klienta jest podpisanie z nim listu intencyjnego czy wstępnej umowy najmu. Co więcej bank, który finansuje podejmowane przez nas inwestycje może zbadać naszego klienta pod względem jego wiarygodności finansowej. Dzięki tej kontroli także nasza firma zyskuje informację o wypłacalności przyszłego partnera. Zwykle umowę najmu podpisujemy na siedem lat. Czasem zdarza się, że ten okres jest trochę krótszy lub dłuższy. Długość umowy uwarunkowana jest w dużej mierze wysokością nakładów, które musimy ponieść, by wybudować określony obiekt dla danej firmy. Choć w sumie to kwestia kompromisu – nakładów inwestycyjnych, okresu zwrotu oraz wysokości comiesięcznych opłat najmu. Staramy się te wartości tak zoptymalizować, by zarówno nasza firma uzyskała odpowiedni rezultat jak i klient satysfakcję z warunków najmu. Dodam jeszcze, że oczywiście każdy podmiot gospodarczy – niezależnie od sektora swojego funkcjonowania, może znaleźć się w gronie partnerów Invest Parku Hajduki.

- Każdy podmiot gospodarczy może skorzystać z oferty Państwa firmy, lecz jak tą ofertą przyciągnąć partnera? W samej aglomeracji Śląska prosperuje sporo firm, które w profilu swoich usług są symetryczne do Invest Parku Hajduki...

- Konkurencja na Śląsku w zakresie oferowania przestrzeni magazynowo – przemysłowych i nie tylko takich, jest faktycznie dosyć duża. Wynika to z faktu, że śląski rynek zgłasza na nie zapotrzebowanie – tak jak wspominałem, był to także bodziec to utworzenia naszej firmy... Duże zapotrzebowanie na dane dobro z jednej strony powoduje, że na rynku może funkcjonować więcej firm, które go oferują. Natomiast z drugiej, ten popyt przyczyniający się do wzrostu konkurujących ze sobą podmiotów, zmusza je do stałej walki o klienta. W pozyskiwaniu partnerów korzystamy z pomocy agencji pośrednictwa obrotu nieruchomościami, zarówno tych lokalnych jak i międzynarodowych. Obecnie nawiązaliśmy kontakt z kilkoma, największymi agencjami w Polsce i w Europie. Stosujemy również typowe zabiegi marketingowe i promocyjne.

Przybierają one formę reklamy w różnych mediach czy zróżnicowane formy bezpośredniego dotarcia do klienta.

- Śląsk jest miejscem, gdzie różne sektory gospodarki mogą się rozwijać? Co jest atutem tego regionu?

- Patrząc na inwestycje, które powstają w całej Polsce, aglomeracja śląska wyróżnia się na tym tle dynamiką przedsięwzięć podejmowanych na jej terenie. Źródłem tej dynamiki – i jednocześnie zapewne atutem tego regionu, jest potencjał ludzki. Siła tkwi w dużej grupie wykształconych, wysoko wykwalifikowanych i kompetentnych osób, która funkcjonuje na śląskim rynku. Co więcej, Śląsk to także obszar, gdzie generalnie występuje spore zagęszczenie ludności. Te uwarunkowania powodują, że łatwo pozyskać w aglomeracji wyspecjalizowaną kadrę pracowników. Z drugiej strony duża gęstość zaludnienia zapewnia rynek, na którym tworzy i zgłasza się zapotrzebowanie zarówno na usługi, jak i produkty wysoko oraz niskoprzetworzone. Trzecim elementem wyróżniającym Śląsk jest historia tego regionu. Do dziś pozostało wiele terenów po obiektach przemysłowych, jak kopalnie, koksownie, huty. Te obszary posiadają już pewną infrastrukturę, plan zagospodarowania przestrzennego, a więc bazę do tego, by powstawały na nich nowe obiekty i podmioty gospodarcze. Co więcej zwykle ich działalność skupia się w obszarze przemysłowym, jednak z uwzględnieniem pewnych wymogów związanych z ochroną środowiska.

- Od niedawna Invest Park Hajduki to także synonim marki „Farb z Motylkiem"...

- „Farby z Motylkiem" były marką Zakładów Chemicznych Hajduki. Nasza firma kupując zorganizowaną część przedsiębiorstwa Hajduki nabyła również prawa do tej i do innych marek, które były własnością zakładów. Staliśmy się również właścicielami patentów, technologii i receptur na produkcje tych produktów. W związku z tym, że badania rynkowe wskazały na duży potencjał tej marki, postanowiliśmy ją reaktywować. Od marca rozpoczęliśmy sprzedaż „Farb z Motylkiem" po pewnym liftingu designu produktu. Rynek te zmiany przyjął ze sporym zainteresowaniem i sprzedaż właściwie z miesiąca na miesiąc rośnie. Wprowadziliśmy także nowe typy produktów, jak na przykład farby antykorozyjne czy akrylowe. Przed nami kolejne wdrożenia produktów w ramach marki – mamy ambicje powrotu „Farb z Motylkiem" do dawnej świetności.

- „Farby z Motylkiem" to farby z pewną historią i tradycją na rynku... Invest Park Hajduki chce pielęgnować tradycję czy raczej ją modernizować?

- Naszym celem jest połączenie tradycji z nowoczesnością. Mamy świadomość, że „Farby z Motylkiem" to symbol tradycji i związanej z nią odpowiedniej jakości. Natomiast chcemy naszą ofertę kierować zarówno do osób, które są przywiązane do tradycji tej marki, ale także otworzyć się na młodszych klientów.

- Czego dziś oczekuje klient, który niekoniecznie pamięta tradycję „Farb z Motylkiem" i nie czuje do niej przywiązania?

- Dziś można mówić o większej specjalizacji rynku. Kiedyś produkty, takie jak farby miały spełniać przede wszystkim wymóg uniwersalności. Obecnie

rozwój technologii chemicznej i oczekiwania rynku zmieniły uniwersalizm na specjalizację. Wachlarz kolorów i sposobów zastosowania powinien być jak najszerszy. Potencjalny klient chcąc pomalować taras w swoim domu poszukuje farby, która będzie miała zastosowanie dokładnie w malowaniu takich powierzchni. Dlatego też staramy się stopniowo oferować coraz to nowsze rozwiązania wysokojakościowych produktów, ale na poziomie średnich cen rynkowych.

- Nowy produkt wymaga dobrej promocji...

- Wprowadzając poszczególne zmiany w „Farbach z Motylkiem" rozpoczęliśmy także intensywne działania marketingowe. Prowadziliśmy kampanie w telewizji, radiu i reklamę outdoorową. Nasze działania marketingowo – promocyjne wsparł także Krzysztof Hanke, co miało dla nas duże znaczenie z racji tego, że pragniemy podkreślać lokalność marki. Udało nam się też nawiązać pozytywne relacje z klubem sportowym Ruch Chorzów. Najpierw wspieraliśmy sponsorsko piłkarzy piłki nożnej, a obecnie piłkarki ręczne tego klubu. Nasze działania marketingowe i PR-owe mają być potwierdzeniem wizerunku firmy, który staramy się budować. Chcemy tak obsługiwać naszych klientów, by mieli oni pewność, że Invest Park Hajduki to rzetelna, sprawdzona firma, która dostosowuje się do potrzeb odbiorcy danego produktu. Nasze działania zostały zauważone i przyjęte z ogromną życzliwością - dowodem tego jest przyznanie „Farbom z Motylkiem" Lauru Klienta w kategorii „Odkrycie roku 2011".

- Rynek wymusza permanentne zmiany, doskonalenie oferty, produktu, marki. Co mieści się w planach Invest Parku Hajduki na bliższą i dalszą przyszłość?

- Na chwilę obecną inwestujemy w gotową już infrastrukturę i prowadzimy modernizację obiektów istniejących. Sami zainwestowaliśmy w te działania spore środki finansowe, o dofinansowanie zwróciliśmy się do Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska. W przyszłości zamierzamy odbudować czy odrestaurować XIX wieczne obiekty, które mieszczą się na terenie parku. Po drugie zakładamy także przeznaczanie części zabudowań pod budowę obiektów handlowych i jednocześnie takich, które staną się częścią infrastruktury miejskiej Chorzowa. W ramach tego planujemy stworzenie skateparku czy ścieżek rowerowych. Takie przedsięwzięcia wymagają też wymiany części gruntów. By móc tego dokonać staramy się pozyskać finanse z możliwych środków pomocowych zwłaszcza tych, które są przeznaczone na wspieranie rewitalizacji terenów miejskich.

- Otwartość na potrzeby nie tylko firm obecnych na rynku, ale także mieszkańców – takie sformułowanie chyba należałoby dopisać do misji Państwa firmy...

- Nie odcinamy się od historii i społeczności tego regionu. Chcemy być postrzegani jako firma, która jest związana z tą częścią Polski i chce pomagać zarówno podmiotom działającym na rynku jak i zwykłym mieszkańcom aglomeracji.

- Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Dominika Tkocz

LYONESS POLAND

FIRMY MIĘDZYNARODOWE DZIAŁAJĄCE NA TERENIE REGIONU

Rozmowa z Martha Krolikowski Prezes Lyoness Poland Sp. z o.o.

- Lyoness Europe AG zawitał do Polski. Jedna z linii międzynarodowej korporacji handlowej, jaką jest Lyoness Poland sp. z o.o., rozpoczęła swoją działalność pod koniec 2008 roku.

Jak Pani, jako Prezes polskiej spółki, ocenia szanse rozwoju Lyoness w Polsce?

- Polska jest dużym rynkiem i niekonwencjonalna idea biznesowa stworzona przez Huberta Freidla – twórcę i pomysłodawcę Lyoness - doskonale wpisuje się w polskie realia. Pomysł stworzenia wspólnoty zakupowej z programem lojalnościowym Lyoness sprawdził się w praktyce w Europie, stąd przekonana jestem, że polska transformacja gospodarcza umożliwia jego realizację.

- Do czego sprowadza się idea Lyoness, która z powodzeniem znajduje coraz więcej zwolenników. Ich liczba zbliża się do 2 000 000 klientów, a w Polsce przekroczyła już 30.000 kupujących.

- Lyoness to wielka społeczność, która łączy kupujących i handlowców różnego rodzaju dóbr i usług. Uczestnik programu otrzymuje – za zakup różnych towarów, produktów bez których w zasadzie nie może się w codziennym życiu obyć, ale i tych, które nazywamy luksusowymi – odpowiednią kwotę gotówki na podstawie określonego systemu należnych gratyfikacji. Autoryzowany Partner Handlowy Lyoness otrzymuje z kolei grono stałych, wiernych klientów, którzy dzięki uzyskiwanym korzyściom z dokonywanych u nich zakupów rozszerzają sieć o nowych uczestników programu dzięki zaletom marketingu rekomendacyjnego. Ponieważ idea ta okazuje się wyjątkowo atrakcyjna i dochodowa, przyciąga coraz to nowych uczestników programu i jest naturalnym narzędziem powiększenia ich liczby. W planach rozwoju korporacji przewiduje się, że do końca roku 2012 około 5% ludności każdego kraju Europy będzie korzystać z usług Lyoness. Partnerzy handlowi chętnie przyłączają się do Lyoness, ponieważ za usługi marketingowe, które oferuje Lyoness płacą dopiero po dokonaniu transakcji przez klienta, czyli płacą za efekty i skuteczność dokonanej przez nich sprzedaży.

- W czym tkwi siła tych logistycznych programowych rozwiązań, któ-

re swą atrakcyjnością już zdążyły na dobre zadomowić się w mentalności klientów koncernu z różnych części Europy?

- Opieramy się na zasadzie „razem jesteśmy silni" i ponad 19 000 aktualnych partnerów handlowych potwierdza tę siłę. Docelowo dążymy do tego, aby nasza społeczność uczestników programu lojalnościowego przeorientowała się z systemu zakupów dokonywanych za pomocą oryginalnych bonów towarowych naszych Partnerów Handlowych, na rejestrację transakcji zakupowych poprzez kartę Cashback Lyoness. Dzięki temu chcemy ustabilizować pozycję najsilniejszej karty lojalnościowej w Europie. Tym sposobem zostanie utworzony rozszerzający się sieciowy program społeczny, który dzięki wspólnej sile zakupów zapewni uczestnikom specjalne warunki płatności, a punktom sprzedaży szerokie, stabilne grono klientów.

Karta Cashback Lyoness jest narzędziem w programowym instrumentarium koncernu, jakim jest sprawiedliwy dla każdego marketing rekomendacyjny, który wszystkim zainteresowanym, umożliwia otrzymywanie wymiernych korzyści dzięki zakupom własnym oraz zakupom innych uczestników programu. Ponad 350 pracowników Lyoness Europe AG oraz jej dwudziestu czterech spółek-córek na 3 kontynentach stanowi silny zespół zorientowany na przyszłość, efektywnie wspierający obecnie ponad 1,8 milionową rzeszę uczestników programu i kształcący zainteresowanych za pośrednictwem szkoleń biznesowych, prezentując im ich możliwości w systemie marketingu rekomendacyjnego.

- Dlaczego uważa Pani, że Polska jest idealnym krajem do wdrożenia programu lojalnościowego jakim jest Lyoness?

- Polska to aktualnie jeden z niewielu europejskich krajów, który niemal bez uszczerbku poradził sobie z ogólnoświatowym kryzysem. Polacy zawsze postrzegani byli jako przedsiębiorczy i doskonale radzący sobie we wszelkich sytuacjach kryzysowych. Uważam, iż nasza gospodarka, a przede wszystkim Polacy potrzebują właśnie takiego programu jak Lyoness. Programu lojalnościowego, który pozwala zarówno na oszczędzanie na codziennych zakupach, jak i uzyskiwanie wymiernych korzyści z rekomendowania Lyoness innym osobom. Siła tkwi w stabilnym i trwałym fundamencie – gospodarności uczestników programu.

- Czemu Lyoness jest firmą innowacyjno-przyszłościową? Co sprawia, że Lyoness jest tak wyjątkowy?

- Lyoness to nie tylko firma – to nieznana do tej pory idea, która przyciąga nowych klientów oraz partnerów handlowych w wyjątkowo szybkim tempie. Rozwój Wspólnoty Zakupowej Lyoness oparty jest na ciągle udoskonalanej umiejętności adaptacji do gwałtownie zachodzących zmian na rynku lokalnym jak i globalnym. To nie tylko skuteczny marketing i sprawne działanie - dzięki pionierskim rozwiązaniom, niekonwencjonalnemu podejściu do napotykanych problemów, a także bliskiej relacji z uczestnikami programu, Lyoness jest w stanie realizować wyznaczone cele strategiczne i oferować produkty i usługi na miarę potrzeb XXI wieku, a nawet wyprzedzić je o krok.

Obecnie wdrażana jest rewolucyjna metoda płatności bezgotówkowych w ramach Wspólnoty. Poprzez innowacyjne podejście do kwestii zapłaty za usługi czy towary nabyte przez klienta u danego handlowca, każda osoba posiadająca środki na tzw. koncie zakupowym Programu Lyoness, może dokonywać spontanicznych zakupów poprzez w pełni bezpieczne i wygodne mobilne bony. Klient na swoim smartfonie wygenerować może bon na wymaganą do opłacenia danego artykułu kwotę i natychmiast rozliczyć transakcję bezgotówkowo.

Dzięki takiemu rozwiązaniu, a więc wykorzystaniu najnowszych technologii i zapewnieniu pełnej swobody kupującym, handlowcy mają możliwość pozyskania nowych klientów i promocji swojego biznesu.

- W maju 2008 roku powstała Fundacja Lyoness Child&Family Foundation. Jej zasada przewodnia: „Edukując – utrzymać życie" pomaga ludziom odkryć wiele możliwości w realizacji życiowych planów.

- Kilka lat temu, podczas tworzenia Lyoness, Hubert Freidl przyrzekł sobie, że sukcesy odnoszone w jego biznesie będą wykorzystywane dla dobra tych, którzy często z powodu braku edukacji są pozbawieni szans na wdrożenie swych marzeń. Społeczny program lojalnościowy Lyoness daje takie możliwości. Założenie instytucji charytatywnej pozwala na realizację także jego marzeń o świecie sprawiedliwym dla wszystkich. Obecnie fundacja uczestniczy w międzynarodowej współpracy przy budowie schroniska dla sierot w Tanzanii. W Hondurasie powstał program edukacyjny, którego celem jest budowa „Lyoness Foundation School" w Escueli. W Austrii wspieramy sanatorium dla osób upośledzonych fizycznie, a w Polsce w roku ubiegłym wspomogliśmy dzieci z trzech szkół podstawowych z Bogatyni, które ucierpiały podczas ubiegłorocznej niszczącej powodzi.

- Wejście spółki Lyoness do Polski wiąże się z dużą promocją firmy w ramach trwającej kampanii reklamowej w całej Europie.

- Nie od dziś wiadomo, że reklama jest dźwignią handlu, stąd różne jej formy. Od jesieni 2008 r. kampania ta przybiera rozmaite formy. Jednym z nich są wydawane kwartalniki czasopisma „Cashback Lyoness Magazine", rzetelnie informujące o działalności firmy. Innym jest pojawienie się Lyoness w sportowym świecie. Koncern dołączył do prestiżowych sponsorów golfa. Korporacja po raz pierwszy zajęła się tą modną gałęzią sportu za pośrednictwem prezentacji Jurgena Maurera „Lyoness Open", w ramach Alps Tour 2008 w klubie golfowym Gut Freiberg. Dzięki top-dotacji w kwocie 50 000 euro na nagrodę dla zwycięzcy, nadała temu turniejowi nowy wymiar. Lyoness zaczął się pojawiać również cyklicznie co roku w Polsce na polu golfowym w Siemianowicach Śląskich. W czerwcu tego roku organizowaliśmy już trzecią edycję Lyoness Golf-Cup. Nie sposób pominąć również naszego udziału jako jednego ze sponsorów Mistrzostw Europy w

Siatkówce Kobiet, które odbywały się w Polsce w 2009 roku.

- Jak podsumowałaby Pani i oceniła dotychczasową działalność Lyoness na świecie i w Polsce?

- Przeświadczenie, że stworzony przez CEO Freidla system służy społeczeństwu w szerokiej skali i umożliwia przy okazji dokonywanych zakupów generowanie profitów, których nie osiągnęliby w innych handlowych transakcjach jest nie do przecenienia. Dopiero jednak wprowadzenie Lyoness na światowy rynek, do krajów biednych i bogatych będzie całkowitym spełnieniem marzeń założyciela, które w pewien sposób wpisują się w pojęcie służenia ludziom. Biznes, jakikolwiek by nie był, dopiero wtedy sprawia satysfakcję, gdy jest biznesem o „ludzkiej" twarzy, a o to właśnie chodzi w działalności korporacji Lyoness. Część obrotu firmy przekazujemy automatycznie na fundację Child&Family, której hasłem przewodnim jest: „Edukując – utrzymać życie". W ten sposób, w różnych miejscach świata, ludziom potrzebującym dajemy szansę na lepsze życie. Budujemy szkoły, sierocińce, hospicja, wspieramy dzieci, których rodzice przebywają w więzieniach, rodziny biedne.

W Polsce biuro Lyoness Poland uruchomiliśmy w listopadzie 2008 r., a już obecnie współpracujemy z blisko 400 handlowcami, którzy akceptują nasze karty cashback, z 11 partnerami, u których zakupów dokonujemy poprzez płatność ich oryginalnymi bonami oraz z 77 sklepami internetowymi. Wszystko to dostępne jest zatem w ponad 2 500 punktach handlowych. Biorąc pod uwagę powyższe dane, widać naszą dużą dynamikę rozwojową, której ukoronowaniem będzie pozyskanie do programu co najmniej 10 000 sklepów - partnerów handlowych.

- Skąd wywodzi się nazwa Lyoness?

- Wiąże się z celtyckimi opowieściami, którymi fascynował się w młodości założyciel Lyoness p. Freidl. Do dzisiaj rybacy w Wielkiej Brytanii przysięgają, że na otwartym morzu słychać dźwięki dzwonów tajemniczego, wyjątkowo potężnego królestwa Lyoness, które w V wieku pochłonęły morskie fale. Lyoness sprzed wieków to być może tylko legenda, ale już współcześnie, biznesowe „królestwo" Lyoness to rzeczywistość. Korporacja, która z dnia na dzień rośnie w siłę i poszerza swe terytorium. Już w pierwszym roku (2003) istnienia, przedsiębiorstwo Lyoness miało 7 600 klientów. Dzisiejszy koncern z główną siedzibą w Szwajcarii działa na 21 rynkach europejskich takich jak: Polska, Austria, Węgry, Słowacja, Czechy, Rumunia, Słowenia, Szwajcaria, Niemcy, Bułgaria, Serbia, Grecja, Holandia, Belgia, Francja, Włochy, Wielka Brytania, Turcja, Irlandia, Chorwacja, Macedonia. Lyoness zagościł również na dwóch innych kontynentach, tj. w Północnej Ameryce – USA i Kanada, oraz Afryce i na Bliskim Wschodzie – Zjednoczone Emiraty Arabskie.

- Słyszałem, że była Pani również Prezesem w Stanach Zjednoczonych i Kanadzie? Dlaczego Pani zrezygnowała z tej funkcji?

- Założyłam i rozwinęłam biuro krajowe tutaj - w Polsce. Znam także pierwszych uczestników programu naszej firmy. Moje serce należy do tego biura i jego uczestników. To prawie jak moje dziecko, widzi się jak rośnie i nie chce się przegapić pierwszego kroku, pierwszego słowa. Tak samo było ze mną, dlatego główny nacisk znów kładę na Polskę.

- Dziękuję za rozmowę.

LYONESS
Ochota na zakupy extra...
Obojętnie, z Lyoness otrzymacie przy każdym zakupie u naszych partnerów handlowych zwrot pieniędzy na konto bankowe.
Więcej informacji na www.lyoness.pl
GO sport
C&A
ORLEN
polo
alma
DELIKATESY
Media Markt
... więcej partnerów handlowych znajdziecie na www.lyoness.pl
LYONESS
CASHBACK CARD
048.000.000.001
Jan Nowak
VALID THRU 12/20
CARD NO 001
qualityaustria
SYSTEMZERTIFIZIERT
ISO 9001:2008 NR.09451/1
Geprüfter Preisvorteil

REKLAMA

NA LOTNISKU
KATOWICE AIRPORT

32 284 50 26

www.gtlservice.com.pl

Siemianowice Śląskie

Biernością niczego nie zmienimy

Rozmowa z Jackiem Guzym, prezydentem Siemianowic Śląskich

- Czy Panu, podobnie jak zdecydowanej większości samorządowców w Polsce, sen z powiek powoli, ale systematycznie spędza słynny już wzór Rostowskiego, czyli jeden z efektów nowelizacji Ustawy o finansach publicznych?

- To z pewnością trudny orzech do zgryzienia. Niestety, kolejny raz rządzi zasada, że za kłopoty większych, muszą płacić mniejsi. Przecież nie jest chyba dla nikogo tajemnicą, że obecny rząd ma z finansami niezły problem. Z jednej strony jesteśmy wielkimi placem budowy przed Euro 2012, ale z drugiej musimy pamiętać, że kryzys finansowy i wszystkie inne zawirowania na światowych giełdach – chociażby ostatnie reakcje kursu franka szwajcarskiego na opinie o gospodarczej kondycji Portugalii, czy Włoch – tak, czy inaczej wpływają na nasze państwo. I budżet centralny ma problem. Wtedy ceduje się finansowe obciążenia na barki samorządowców, którzy przecież do tej pory nie byli specjalnie przez władze centralne rozpieszczani.

- Ale z tymi finansami chyba nie do końca jest tak źle, skoro Siemianowice Śląskie w czerwcu zdecydowały się na wystartowanie z kampanią promocyjną, za którą też przecież trzeba było zapłacić…

- To kwestia dwóch różnych podejść. Jedni uważają, że jak sytuacja zaczyna być nieciekawa, to należy to przeczekać, bez nerwowych ruchów. Inni z kolei twierdzą, że właśnie wtedy trzeba być aktywnym, zabiegać o nowych inwestorów. Jestem zwolennikiem tego drugiego rozwiązania. Inna sprawa, że przecież promocja, to dzisiaj kluczowe działanie. Kampania „Siemianowice dobre, bo Śląskie" pokazuje walory naszego miasta. Pokazuje, że tutaj można mieszkać, uczyć się, pracować i ciekawie gospodarować swoim czasem wolnym. Oczywiście, że takie działania generują koszty. Nam się to jednak udało za relatywnie małe pieniądze, które pewnie w takich miastach jak Katowice, Kraków, Poznań, czy Wrocław wzbudziłyby jedynie uśmiech pobłażania.

- Czy Pana zdaniem sytuacja finansowa, tak centralna, jak i ta samorządowa będzie stałym punktem kampanii wyborczej?

- Myślę, że w ogóle nie będzie o tym mowy. U nas od lat pokutują kampanie wyborcze grające na emocjach, na wzajemnym obrażaniu się, a nie na merytorycznej dyskusji nad samymi chociażby programami poszczególnych partii. Teraz może być jeszcze gorzej. Za Polakami bardzo trudny 2010 rok, czas w którym nie zabrakło cierpienia, łez i po prostu ludzkich tragedii. Bardzo niedobrze się stanie, jeżeli te kwestie będą odgrywały rolę oręża w walce politycznej. Obawiam się takiego obrotu sprawy. A to z pewnością nikomu nic dobrego nie przyniesie.

- Nasze wewnętrzne spory wypłynęły już na wody Parlamentu Europejskiego, gdzie chyba najczęściej kłócą się polscy eurodeputowani. To chyba nie do końca dobry obraz kraju, który dopiero co rozpoczął swoją prezydenturę w Radzie Unii Europejskiej?

- Oceniając zachowanie naszych eurodeputowanych w ogóle nie patrzę na barwy polityczne. Ci ludzie po prostu reprezentują nasz kraj. I chyba przynajmniej niektórzy z nich nie zdają sobie z tego sprawy. Przenoszenie do Brukseli naszych kłótni, abstrahując od oceny ich zasadności, tylko nas dezawuuje na międzynarodowej arenie. Mam wrażenie, że niektórzy eurodeputowani nie są parlamentarzystami z Polski, tylko wiernymi żołnierzami danej partii. To smutne, bo przecież w takim przypadku szansa na merytoryczne

rozmowy znowu spada prawie do zera.

- Być może na ich miejscu robiłby Pan podobnie; wszak punkt widzenia zmienia się w zależności od punktu siedzenia…

- Przez kilkanaście lat pracy w samorządzie, od początku bezpartyjny, udowodniłem już nie raz, że dla mnie stanowisko prezydenta, czy też radnego to nie asumpt do dzierżenia w ręku władzy. Wręcz odwrotnie. To służba tak na rzecz miasta, jak i jego mieszkańców. Stąd też nigdy nie chciałem należeć do żadnej partii politycznej. Wiedziałem, że prędzej czy później musiałbym poddać się partyjnej dyscyplinie, gdzie znowu na pierwszym miejscu stawiany byłby cel stricte polityczny. To nie dla mnie.

- Chyba jednak jest Pan marzycielem wierząc, że merytoryka zwycięży kiedyś partyjny byt. Zwłaszcza w kraju nad Wisłą…

- Nawet jeśli jest to marzenie, i nawet jeżeli wielu uważa, że zupełnie nierealne, to warto takie marzenia mieć. Nie wolno nam odwracać się od życia politycznego tylko dlatego, że ono nam się w takiej a takiej formie nie podoba. Nasza bierność z pewnością tego nie zmieni. Ale to już kolejna kwestia: pewnej otwartości społecznej Polaków, której chyba ciągle się uczymy. Uparcie wierzę, że zmiany na lepsze są możliwe. Trzeba tylko konkretnych, nieosamotnionych działań.

Rozmawiał: Michał Tabaka

Dla biznesu

Powstaje specjalny park

Zgodnie z zapowiedziami rozpoczęła się inwestycja dotycząca budowy parku biznesu w Michałkowicach. Wcześniej **Jacek Guzy**, prezydent Siemianowic Śląskich, podpisał stosowne porozumienie z przedstawicielami firmy KPE Metropolis. Wedle szacunków, a i też na podstawie danych z istniejących już takich parków, na pierwsze efekty będziemy musieli poczekać 2-3 lata.

Park biznesowy to nic innego, jak specjalna strefa (o powierzchni do 30 hektarów), do której podmiot wiodący inwestycji (KPE Metropolis) będzie zapraszać inwestorów. Doskonale wiedzą jak to efektywnie robić. Wszak za KPE Metropolis stoi m.in. Reinhold Center Katowice, czy Synergy Park.

- Z powodzeniem podobne zadanie zrealizowaliśmy już w Gierałtowicach koło Gliwic, chodzi o projekt Synergy Park. Dzisiaj działa tam dziewięciu inwestorów. Siemianowice Śląskie leżą zdecydowanie bardziej w sercu całej Aglomeracji, więc spodziewamy się, że tutaj tym bardziej takie rozwiązanie przyniesie spodziewane efekty – przekonuje **Marek Wollnik**, prezes zarządu KPE Metropolis.

Zanim jednak do tego dojdzie trzeba potencjalnym, przyszłym inwestorom stworzyć odpowiednie warunki.

- Do końca października powinien być gotowy projekt budowlany drogi dojazdowej do przyszłego Parku Biznesu. To się wiąże między innymi z koniecznością wykupu poszczególnych działek. W podobnym kierunku idą działania KPE Metropils względem Agencji Nieruchomości Rolnych. Najważniejsze, że wszystko przebiega zgodnie z planem – mówi **Dariusz Bochenek**, pierwszy zastępca prezydenta Siemianowic Śl.

- Jesteśmy na początku drogi, podobnie jak w przypadku wielu innych inwestycji. Jestem przekonany, że powstanie u nas Parku Biznesowego będzie kolejnym elementem wpływającym na rozwój naszego miasta. Przecież pojawienie się u nas nowych inwestorów to z jednej strony dodatkowe wpływy do miejskiej kasy, chociażby z tytułu samych podatków, a z drugiej bardzo poważna szansa na stworzenie nowych miejsc pracy – twierdzi Jacek Guzy.

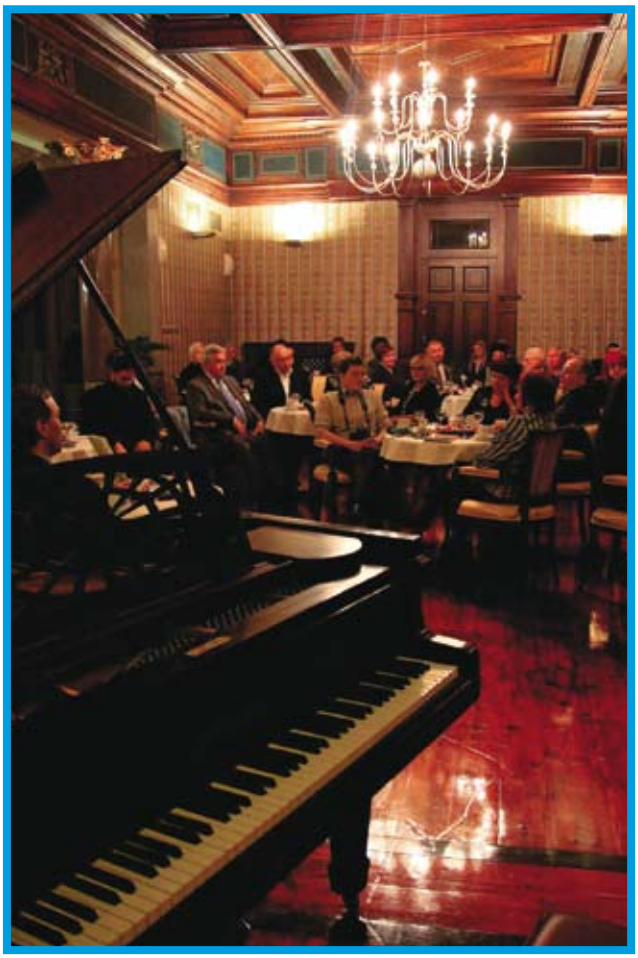
Park biznesowy będzie oferował dla inwestorów stosowny dojazd i pełną infrastrukturę. - *U nas inwestor wszystko ma podane na tacy. Oferujemy tereny bez niespodzianek* – zapewnia Marek Wollnik. – *Pamiętajmy, że tak naprawdę jednym z głównych beneficjentów całego przedsięwzięcia jest miasto. To przecież oznacza wielomilionowe wpływy do gminnej kasy, chociażby z tytułu podatku CIT, czy podatku od gruntu. Szacujemy, że w Gierałtowicach to ok. 8 mln zł w skali roku.*

- Ta inwestycja jest bezsprzecznie dla nas jedną z priorytetowych. Jesteśmy przekonani, że dzięki naszym staraniom czeka nas niebawem swoiste poruszenie gospodarcze – uważa Dariusz Bochenek.

(mit)

Siemianowice Śląskie

Fitzner zaprasza



Willę Fiztnera, jedną z architektonicznych perełek Siemianowic Śląskich, wybudowano w 1859 r. Po latach świetności w końcu nie było pomysłu na zagospodarowanie tego wyjątkowego obiektu. Podczas swojej pierwszej kadencji (2006-2010) prezydent **Jacek Guzy** postanowił to zmienić.

Na modernizację Willi Fitznera wydano z miejskiej kasy ok. 5 mln zł. Czy były to zasadnie wydane pieniądze? Wystarczy odwiedzić dzisiaj budynek przy ul. 27 Stycznia 3 i samemu się przekonać. Wątpliwości prysną po pierwszych krokach.

W ramach przeprowadzonych tutaj prac wykonano m.in. wymianę sieci wodno-kanalizacyjnej i elektrycznej, stolarki okiennej i drzwiowej, stropu – który jednocześnie wzmocniono, dbając o wszelkie zalecenia zgodne z przepisami przeciwpożarowymi. Wszystko rzecz jasna pod bacznym okiem konserwatora zabytków.

- Z jednej strony staraliśmy się tchnąć w Willę nowe życie, a z drugiej chcieliśmy po prostu przywrócić jej dawny blask, dbając w szczegółach o jak najwierniejszą rekonstrukcję – tłumaczy **Irena Chlebik**, naczelnik wydziału gospodarki lokalowej.

- Bez wątpienia teraz mamy kolejny obiekt w mieście, z którego możemy być dumni. Jest to idealne miejsce do organizowania koncertów muzycznych, ale też seminariów biznesowych, konferencji. Zresztą ostatnie miesiące to właśnie udowadniają – nie ma cienia wątpliwości Jacek Guzy, prezydent Siemianowic Śl.

Śląskie Promnice – jak powoli mówi się o Wilii – cieszą się coraz większą popularnością. Swój koncert miała tutaj m.in. **Edyta Geppert**, czy **Andrzej Sikorowski** wraz z córką Mają. Tutaj także zorganizowano część uroczystości upamiętniających 90. rocznicę III Powstania Śląskiego, czy konferencję z udziałem przedstawicieli świata polityki i biznesu na temat możliwości oraz zagrożeń związanych z polską prezydencją w Radzie Unii Europejskiej. **(mit)**

Gwiazdy wróciły do Siemianowic

Już 31 lipca br. rozpoczął się 68. Tour de Pologne UCI Word Tour, najbardziej prestiżowa impreza kolarska w naszym kraju. Po raz drugi z rzędu światową elitę kolarską zobaczyliśmy w Siemianowicach Śląskich. Peleton, pokonując 2 sierpnia trasę III etapu wyścigu, przejeżdżał ulicami: Krupanka, Wrocławską, Tarnogórską, Kościelną, Orzeszkowej, Michałkowicką, Świerczewskiego, Staszica, Waryńskiego, Kapicy, Niepodległości i Wróblewskiego, i podobnie jak w ubiegłym roku na skrzyżowaniach ulic Świerczewskiego i Jana Pawła II zawodnicy powalczą o punkty na Lotnej Premii.

Udział w 68. edycji Touru bierze 18 najlepszych zawodowych ekip kolarskich. Cztery kolejne zespoły, w tym reprezentacja Polski, otrzymały „dzikie karty". W gronie zawodników, których kibice na żywo mogli podziwiać w Siemianowicach warto wymienić takie znakomitości jak: Vincenzo Nibali (Liquigas Cannondale - zwycięzca Vuelta Espana (2010), trzeci zawodnik Giro d'Italia (2011)), Tom Boonen (Quick Step -mistrz świata ze startu wspólnego (2005), zwycięzca kilku etapów Tour de France), czy też specjalizujący się w wygrywaniu etapów na finiszu, Andre Greipel (Omega Pharma – Lotto - wygrał X etap tegorocznego Tour de France pokonując na ostatnich metrach samego Marka Cavendisha).

Warto przypomnieć, że Greipel pokazał się z bardzo dobrej strony na siemianowickiej Lotnej Premii podczas 67. Tour de Pologne, gdy finiszował najszybciej z grupy i ostatecznie zajął tu trzecie miejsce, za Simonem Geschke i Sebastianem Rosseler, którzy wcześniej zainicjowali ucieczkę z peletonu.

(son)

Siemianowice Śląskie

Usłysz trzepotanie siemianowickiej Rzęsy

Od kilku tygodni jesteśmy świadkami społecznego fenomenu. Otóż na bijącym rekordy popularności portalu Facebook, staw Rzęsa ma już ponad 530 znajomych. Co ciekawe: założenie konta i w ten sposób promowanie tego niezwykłego miejsca, to inicjatywa jak najbardziej oddolna, ze strony ludzi, którzy się w Rzęsie po prostu zakochali. Trudno im się dziwić.

Jeszcze kilka lat temu nie brakowało drwiących z hasła „Siemianowice Śląskie –miasto zieleni". Chociaż już wtedy nie brakowało argumentów stojących po stronie takiego sformułowania. Z jednej strony wszak serce aglomeracji Silesia, a z drugiej Bażantarnia, malowniczo położone: strzelnica i pole golfowe, i inne ciekawe miejsca.

Szczególna dbałość o tereny zielone oraz działania proekologiczne zostały zapisane w Strategicznych Celach Kadencji 2006-2010, z perspektywami do roku 2014. Wśród wymienionych tutaj zadań jednym z głównych była modernizacja stawu Rzęsa, sąsiadującego ze strzelnicą myśliwską.

Zakres zakończonych już prac (ich koszt to ok. 1,5 mln zł) był ogromny. M.in. wyrównano poziom grobli, wzmocniono osuwające się skarpy, zabezpieczono stanowiska geologiczne siatką, istniejące schody zamieniono na takie z płyt kamiennych, wyremontowano pobliski parking, wybudowano przepusty wraz z zasuwą regulacyjną, oczyszczono i poddano renowacji fragment tunelu po kolejce wąskotorowej. Projekt budowlany zakładał jeszcze budowę drogi dojazdowej – wraz z miejscami postojowymi dla osób niepełnosprawnych, budowę dróg pieszych oraz elementy małej architektury (ławki, kosze na śmieci).

- Wprowadzone zmiany nie powodują istotnych i niekorzystnych zmian związanych z oddziaływaniem inwestycji na środowisko – twierdzi **Witold Dułak**, naczelnik wydziału ochrony środowiska – koordynującego całe przedsięwzięcie.

Osiągnięty w ten sposób efekt zapiera dech w piersiach. Kilka tygodni temu Rzęsę odwiedzili przedstawiciele ekipy filmowej realizującej w Siemianowicach Śląskich zdjęcia do filmu „Piąta pora roku" w reżyserii **Jerzego Domaradzkiego**.

- Trudno uwierzyć, że kilka minut spacerem od ścisłego centrum miasta, że ciągle się jest na Górnym Śląsku. Niewiarygodne miejsce – mówili.

Podobne zdanie mają sami siemianowiczanie, którzy coraz chętniej przychodzą na Rzęsę, żeby pospacerować, odpocząć, zjeść coś z grilla (przygotowane są stosowne stanowiska), poopalać się, czy… skorzystać z darmowego Internetu.

- Na Rzęsie jest obecnie możliwość korzystania z tamtejszego hot-spota – potwierdza **Witold Dułak**.

- Super miejsce! Wystarczy wsiąść na rower, albo zdecydować się na kilkuminutowy spacer i człowiek jest w zupełnie innym miejscu – mówi **Anna Limanek**, która przyznaje, że Rzęsa to teraz jej ulubione miejsce do spędzania wolnego czasu.

Modernizacja stawu okazała się kolejnym dowodem, że najlepiej stworzyć możliwości, a ludzie już zadbają o to, by miejsce żyło każdego dnia. Siemianowicka Rzęsa ma już kilkaset znajomych na Facebooku. Tutaj właśnie ludzie zwołują się na imprezy, czy wspólne biesiadowanie. A skoro letnia aura bywa ostatnio dosyć przyjazna, to oczywistym wyborem w takich przypadkach jest właśnie staw Rzęsa. Nie wierzysz? Sprawdź sam!

Michał Tabaka

INVEST PARK HAJDUKI

Oferujemy usługi:

- składowania,
- magazynowania,
- przechowywania,
- załadunku i rozładunku,
- miksowania i konfekcjonowania towarów,
- budowania palet do wysyłki,
- spedycji i transportu towarów.

Dysponujemy:

- wolnymi powierzchniami magazynowymi od 200 – 2.000 m^2,
- placami składowymi od 1.000–30.000 m^2,
- bocznicą i wagą kolejową,
- wagą samochodową.

Invest Park Hajduki Sp. z o.o.
41-506 Chorzów, ul. Stalowa 17
Tel. (32) 245 00 77
www.hajdukipark.pl

IRENEUSZ BIELENINIK

SYLWETKA

Jeśli zazdrościć, to tylko sobie

Jego wielowątkowa historia zawodowa w roli prowadzącego – konferansjera - prezentera rozpoczęła się w częstochowskim radiu Marconi. Potem pojawiła się możliwość współpracy z oddziałem RMF FM w Częstochowie. Jednak ta współpraca – jak mówi sam Bieleninik z pewną nieśmiałością - była nie do końca legalna... Oddział częstochowski nie otrzymał bowiem koncesji na działalność radiową.

Z czasem lokalną rozgłośnię zamienił na tę o ogólnopolskim zasięgu – w radiu ZET przez wiele lat prowadził własną audycję. Wątkiem, który naturalnie wplótł się w jego historię zawodową, był także związany z telewizją. Okazało się, że nie tylko dzięki swojemu głosowi, ale także wizerunkowi może osiągać sukcesy w zawodzie. W ten sposób rozpoczął pracę w Telewizji Polskiej i TVN. Co więcej, stał się również ikoną jednego z programów komercyjnej stacji. Dziś chyba nikt nie wyobraża sobie programu „Siłacze" bez Bieleninika.

Jednak prezenter nie pozwolił się zaszufladkować w roli prowadzącego program o sportowcach... Otoczenie silnych mężczyzn po pewnym czasie zamienił na studio, w którym prowadził teleturnieje. „Graj o raj", „Tele gra", „Trele morele" czy „No to gramy" – okazały się kolejnym ważnym etapem jego historii zawodowej. W 2009 roku zdecydował się także na prowadzenie programu „Projekt plaża", który promował polskie wybrzeże. Obecnie współpracuje z TVN Turbo, gdzie najpierw prowadził „Szkołę Auto", a teraz program „Jak to ruszyć?". Bieleninikowi udaje się również znaleźć czas na bezinteresowną pomoc wszędzie tam, gdzie jest to tylko możliwe. Chętnie angażuje się w organizowany przez Polskie Towarzystwo na Rzecz Osób z Upośledzeniem Umysłowym bal charytatywny.

Doświadczenie zawodowe prezentera to wielowątkowa historia, która nadal się toczy... Historia, która jest także dowodem na to, jak łączyć poczucie humoru z elementami ironii, sporadycznym sarkazmem, posługując się oryginalną barwą głosu, elokwencją i intrygującymi dygresjami. Wszystko to Ireneusz Bieleninik łączy, podejmując różne przedsięwzięcia, spotykając się z rozmaitą publicznością i za każdym razem ma poczucie, że jest „szczęściarzem, bo może robić to, co naprawdę lubi".

Jest postacią wielowymiarową – nie można wpisać go w profil jednej stacji telewizyjnej, audycji radiowej czy nawet w sylwetkę prowadzącego jeden program. Charakterystyczny głos, pozytywne usposobienie, zdrowe poczucie humoru, elokwencja – takiego „zestawu narzędzi" Ireneusz Bieleninik nigdy nie zapomina, wychodząc do pracy... A po powrocie do domu chętnie sięga po te bardziej prozaiczne, które można znaleźć w typowej skrzynce z narzędziami... Jak sam mówi: „sąsiedzi często przychodzą pożyczyć dobry śrubokręt lub wiertarkę, bo wiedzą, że Irek ma bogaty asortyment...".

- Mimo, że bardzo Pan lubi swoją pracę, to dziś na turnieju golfowym jest Pan prywatnie...

-Powiem szczerze, że gdy mówiłem swojej rodzinie, że jadę do Siemianowic Śląskich na turniej golfowy, wszyscy byli przekonani, że to w celach zawodowych. Jednak móc uczestniczyć w takiej imprezie prywatnie, a nie w roli prowadzącego jest dla mnie dużą przyjemnością. Uwielbiam swoją pracę, ale cenię też bardzo tak komfortowe momenty, jak właśnie ten teraz. Poza tym to dobra okazja do obserwacji tego, jak takie imprezy organizuje się i prowadzi. To jest cenna wiedza, którą mogę wykorzystać w przyszłości. Zdarza się przecież, że potencjalni organizatorzy różnych przedsięwzięć dzwonią do mnie i pytają o rady w kwestii ich przygotowania i prowadzenia. Jeśli teraz ktoś do mnie zadzwoni i zapyta o to, jak najlepiej zorganizować turniej golfowy, chyba będę w stanie mu coś doradzić.

- A co może Pan doradzić, gdy ktoś chciałby „zahipnotyzować" publiczność? Tę technikę opanował Pan przecież już dawno.

- Opanowałem lub nie, ale ciągle nad nią pracuję (śmiech). Jednak to, co z dzisiejszego punktu widzenia pomaga mi najbardziej w kontakcie z publicznością, to mój głos. Jest on na tyle mocny i donośny, że potrafi zainteresować odbiorców.

- Po pierwsze głos, który trafia do publiczności… Ale co jeszcze, bo nie wierzę, że tak doświadczony „hipnotyzer" posiada tylko to jedno narzędzie zawodowe.

- Faktycznie głos stanowi jeden z elementów, dzięki którym docieram do widowni. Innym tego przykładem jest zabieg, w którym nie mówię wprost i bezpośrednio do publiczności, czego od niej oczekuję lub co chcę jej przekazać. To nic innego jak tzw. nabieranie czy podpuszczanie, które doskonale buduje napięcie i emocje. W rezultacie omijania bezpośrednich sformułowań dochodzi do punktu kulminacyjnego, w którym wreszcie pada wyczekiwany przekaz.

- A gdy punkt kulminacyjny jest niezrozumiały dla odbiorców...

- Nie zawsze publika reaguje na moje sugestie tak, jak tego oczekuję. Natomiast nawet na takie sytuacje jestem przygotowany. Zwykle, gdy między mną a widownią brak nici porozumienia, stwierdzam z uśmiechem na twarzy, że chyba nie wszystko się udało. Potem proponuję, że zacznę od początku i ponownie wychodzę na scenę...

- Zdarza się także, że to nie prowadzący zawinił, ale gwiazda, którą się zapowiada, nie cieszy się aprobatą widowni. Negatywne emocje publiczności w pierwszej kolejności trafiają w prowadzącego...

- Impreza imprezie nierówna i wszystko zależy zarówno od publiczności, jak i gwiazd, które mają wystąpić. Staram się te dwa światy w jakiś sposób połączyć, ale nie zawsze jest to łatwe. Często na widowni siedzą nie tylko fani danego artysty, ale także ludzie obojętni na jego talent. Usiłuję wtedy w ciekawy i intrygujący sposób przybliżyć sylwetkę artysty. Tym samym być może zainteresować nim ludzi, którzy go nie znają. W wolnych chwilach czytam różne informacje na temat osób, które będę zapowiadał. Często udaje mi się natrafić na tzw. smaczki, czyli nietypowe treści związane z życiem czy karierą danego artysty. Oczywiście zawsze trzeba też pamiętać o tym, by swoją rolą nie zdominować gwiazdy.

- Wspomniał Pan o poszukiwaniu tzw. smaczków. A jak wygląda całe przygotowanie do poprowadzenia imprezy?

- W dużej mierze zależy ono od charakteru imprezy. Jeśli czeka mnie prowadzenie imprezy, w trakcie której muszę głębiej wnikać w dany temat i poruszać się w nim swobodnie - wtedy zawsze przygotowuję się kilka dni wcześniej. Najczęściej sięgam do Internetu i wyszukuję jak najwięcej treści na konkretny temat. Kiedyś przed prowadzeniem jednej z imprez, z tygodniowym wyprzedzeniem znalazłem i wydrukowałem wszystkie ważne informacje z nią związane. Potem woziłem te materiały w samochodzie. Dzięki temu w czasie czekania na czerwonym świetle lub w korkach mogłem stale sięgać do swoich notatek.

- Chciał Pan być po prostu znawcą tej dziedziny...

- Zgadza się. Uznałem, że prowadzenie tej akurat imprezy wymaga posiadania wiedzy w głowie, a nie na papierze. Tuż przed wyjściem na scenę, ostatni raz przejrzałem notatki, z którymi obcowałem przez cały tydzień. Kiedy pojawiłem się przed publicznością chyba rzeczywiście sprawiałem wrażenie eksperta – zwłaszcza, że tematyka imprezy nawiązywała do historii. Pamiętam, że operowałem wtedy swobodnie różnymi datami i faktami historycznymi, które dotyczyły olsztyńskiego zamku. Pewnie było to zaskoczenie dla dużej części publiczności, która kojarzy mnie głównie z dowcipem i lekkością języka oraz treści. Tym razem było inaczej.

- W swojej pracy ceni Pan sobie najbardziej...

- Najbardziej cenię kontakt z publicznością. Najlepiej widać to na przykładzie prowadzenia imprezy na wielkiej hali. Wtedy, gdy krzyknę jakieś słowa, ogromna widownia reaguje na nie natychmiastowo, jednorodnie, głośno i entuzjastycznie. Ta interakcja prowadzący – publiczność fascynuje mnie najbardziej. Jeśli nie ma choć namiastki takiego dialogu, to jest jasne, że coś nie do końca się udało. Do dziś wspominam pewną historię, która miała miejsce w trakcie jednego z programów „Siłacze". Na scenie pojawił się nielubiany prezydent miasta, który usiłował osiągnąć nić porozumienia i interakcji z publiką. Niestety, na zawołanie prezydenta pt. „Tak się bawi, tak się bawi...." – gdzie miała paść nazwa miasta, w którym odbywała się impreza – odpowiedziało może dwadzieścia osób. Po tej reakcji postanowiłem zagrać va-bank...

- Stawka była wysoka...

- Wysoka, bo to w końcu prezydent miasta... Natomiast wiedziałem, że jeśli użyję takich słów, o których wtedy myślałem, to osiągnę zamierzony efekt. Przejąłem mikrofon z rąk prezydenta i powiedziałem: „Panie prezydencie do takich rzeczy trzeba mieć autorytet". To nie był koniec mojej zagrywki, bo po chwili sprowokowałem publiczność słowami: „Tak się bawi, tak się bawi..." ... i natychmiastowo padła donośna i pełna euforii odpowiedź w postaci dziesięciotysięcznego głosu. Publika reaguje zwykle na postacie barwne, oryginalne i odważne. Sądzę, że jakikolwiek z tych elementów powinien mieścić się w osobowości lub charakterze każdego prowadzącego.

- Degradacja fasadowego, ale jednak oficjalnie istniejącego autorytetu wymagała odwagi. Tej odwadze towarzyszył wtedy także stres? A może w Pana doświadczeniu zawodowym nie ma już takiego sformułowania?

- Stres pojawia się przed wyzwaniami w postaci imprez, na których muszę powiedzieć dużą ilość tekstu, często nasączonego wieloma faktami. Co więcej, charakter tej imprezy nie pozwala nawet na sporadyczne zerkanie w kartkę. W takich przypadkach rzeczywiście znacznie bardziej potrafię wyreżyserować, zaplanować swoją rolę na scenie. Jednak nigdy w pełni nie da się trzymać wcześniej ustalonego scenariusza. Niejednokrotnie organizatorzy różnych przedsięwzięć usiłują narzucić restrykcyjny obowiązek odzwierciedlania każdej minuty scenariusza na scenie. Nie jest on jednak możliwy, bo prowadzenie imprez, to, owszem, uprzednie przygotowanie zarysu wydarzeń, ale także duża doza improwizacji. Bycie prowadzącym często wymaga nagłych reakcji czy też umiejętności balansowania między żartem a powagą. Poza tym warto pamiętać, że scenariusz zna tylko organizator i prowadzący – publika zwykle nie orientuje się w jego zmianach czy błędach.

- Można sądzić, że udręką każdego prowadzącego jest nie kto inny, jak sam organizator...

- Na pewno pewną udręką są mówiąc bardziej żargonowym językiem „panie kadrowe". Wprowadzają atmosferę niepotrzebnego napięcia. Zdarza się, że już na wstępie otrzymuję enigmatyczne wskazówki od agencji, która mnie zatrudnia odnośnie konkretnej „pani z kadry"... Te sugestie zwykle brzmią następująco: „Irek na tę panią to lepiej uważaj, po prostu rób swoje".

- Na początku swojej drogi zawodowej robił Pan coś innego niż obecnie. Wtedy „robił Pan swoje" i pracował w radiu.

- Odkąd pamiętam, radio mnie fascynowało. Do tego dochodził fakt bycia egocentrykiem. Nie ukrywam, że zawsze lubiłem żartować i tworzyć odpowiedni klimat wokół siebie. W szkole pojawiałem się na akademiach, brałem udział w przedstawieniach teatralnych. Na początku w swoich założeniach miałem być aktorem. Potem rzeczywistość trochę to zweryfikowała, ale dziś doceniam ten, a nie inny bieg wydarzeń w moim życiu. Kiedy pojawiła się szansa pracy w radiu, to po prostu wykorzystując swoje umiejętności, zwyczajnie z niej skorzystałem. Wracając do egocentryzmu, to dzięki niemu dziś nawet prywatnie lubię nietypowe publiczne zagrywki. Ostatnio byłem na ślubie kolegi i postanowiłem napisać „Odę do pana młodego" - w sumie pięćdziesiąt zwrotek tekstu. Napisałem ją, choć wcale nie musiałem tego robić...

- Wróćmy jeszcze na chwilę do radia. Woli Pan bardziej kameralne audycje czy popularne bycie na fali?

- Podoba mi się radio w stylu „Zapraszamy do Trójki". Wtedy dzwonią słuchacze, porusza się jakiś ciekawy temat i następuje wymiana zdań. Takie wartości próbowałem „przemycić" do audycji, którą prowadziłem w radiu ZET. Czasem rzucałem jakiś temat w eter, czekałem na szybkie reakcje słuchaczy i natychmiastowo rozpowszechniałem je na antenie. To, co mogło paść z ust

słuchacza było nieprzewidywalne – mogła to być pomyłka lub kontrowersyjna wypowiedź. Musiałem być wtedy w gotowości na każdą możliwość. Jednak zazwyczaj udawało się pewne zaskakujące telefony obrócić w żart lub zneutralizować ich negatywny wydźwięk.

- Na fali nie zawsze był Pan „legalnie"...

- Wnioskuję, że ma Pani na myśli moje doświadczenia zawodowe w częstochowskim oddziale radia RMF FM…

- Nie myli się Pan...

- Trafiłem do częstochowskiego oddziału i po prostu zacząłem tam robić to, co mnie fascynowało. Pracowaliśmy na sprzęcie z oddziału krakowskiego i logowaliśmy materiały dziennikarskie pod ich szyldem. Oddział w Częstochowie nie otrzymał wtedy koncesji na rozpowszechnianie, a nas rozrywała chęć do pracy...

- A magia radia?

- To zawsze jakaś forma niewiadomej. Nie wiemy, kto jest po drugiej stronie i wyobrażamy sobie jakąś sylwetkę człowieka. Radio bez wątpienia rozbudza naszą wyobraźnię. Słyszymy pewne dźwięki i na tej podstawie tworzymy sobie obraz słuchacza czy rozmówcy. Czasem, gdy przychodzi nam poznać tego człowieka bezpośrednio okazuje się, że jego rzeczywisty wizerunek nas rozczarowuje...

- Radio Pana czymś rozczarowało? Bo później swoją karierę skierował Pan w stronę telewizji...

- Zacznę od potocznego stwierdzenia: „W radiu jest fajnie, ale w telewizji jeszcze fajniej". Funkcjonowanie na wizji gwarantuje popularność i rozpoznawalność. Życie po prostu staje się przyjemniejsze na wiele sposobów. Przygoda z telewizją zaczęła się dosyć nietypowo. Kiedyś zostałem poproszony o uczestnictwo w finale Wielkiej Orkiestry Świątecznej Pomocy. W chwili przekraczania progu studia telewizyjnego zapytałem Jurka Owsiaka o to, co mam dokładnie robić. On entuzjastycznie odpowiedział, że mam się bawić i skakać wraz z poprzebieranymi za Indian uczestnikami. Szybko zorientowałem się, że nie czuję się dobrze w nowej roli... Nagle dostrzegłem w studio Agatę Młynarską, postanowiłem porzucić „skakanie" i z nią porozmawiać. Poprosiła mnie bym przeprowadził z nią licytację zdjęć aktorów. Miałem pomóc tylko przy jednej licytacji, ale w końcu na prośbę producentki zostałem do ostatniej. Potem co roku prowadziłem tę licytację w towarzystwie innych osób, aż finalnie Jurek

Sofa, lounge **music** and **bar**

Katowice, ul. Sądowa 9, info/rezervation: 600 927 827
Częstochowa, ul. Dekabrystów 41, info/rezervation: 514 95 89 79

Find us on Facebook

Owsiak mianował mnie „samotnym prowadzącym".

- Jest Pan także utożsamiany z pewnym programem, w którym pojawiał się Pan w towarzystwie rosłych mężczyzn...

- Rzeczywiście pewnego dnia zadzwonił do mnie dyrektor programowy TVN Edward Miszczak i zaproponował współpracę w ramach programu „Siłacze". Początkowo odmówiłem z racji swoich wcześniejszych zobowiązań, jednak kiedy je sfinalizowałem, propozycja została ponowiona. Problemem – jak mi się na początku wydało - mogła być moja niepełna dyspozycyjność. Zdarzyła się sytuacja, że odcinek „Siłaczy" i jedno z moich innych zobowiązań zawodowych, odbywały się dzień po dniu w różnych miastach. Z tego względu kiedyś nie miałem szans połączyć obu tych rzeczy. Kiedy tłumaczyłem Edwardowi Miszczakowi, że nie dotrę na zdjęcia do kolejnego odcinka, zapytał mnie tylko o której kończę pracę. Odpowiedziałem, że o 12. Na co stwierdził, że punkt 12 pod moim hotelem będzie czekać taksówka, która dostarczy mnie na plan programu. I już więcej takich problemów nie było…

- Z jednej strony wizytówka programu o sportowcach, z drugiej twarz Olsztyna...

- Mieszkam w Olsztynie koło Częstochowy i prowadzę aktywny tryb życia. To chyba dwa główne powody, dla których mogłem swoją osobą reklamować moją wieś. Gmina Olsztyn otrzymała dofinansowanie na wielki projekt z Unii Europejskiej związany z promocją nordic walkingu. W ramach tej kampanii nagrano filmik oraz spoty reklamowe z moim udziałem. Wszystko to oczywiście nie wiązało się z jakimkolwiek wynagrodzeniem. Dla mnie był to wręcz obowiązek – pomóc miejscowości, w której mieszkam. Chyba nie potrafię stać obojętnie obok sytuacji, w których mogę zaoferować pomoc w jakiejkolwiek formie. Dlatego też, gdy dzwoni do mnie ktoś z pytaniem o pojawienie się na imprezie charytatywnej, to jedyną kartą przetargową jest znalezienie terminu, który jest jeszcze wolny w moim kalendarzu...

- W tym kalendarzu pod jedną z dat znajduje się wpis: „dotarcie na biegun północny". Pewnie każdy prezenter w Polsce ma taką notatkę w swoim kalendarzu... Lubi Pan zaskakiwać?

- Prawdą jest, że wiele rzeczy w moim życiu dzieje się niespodziewanie. Czasem nawet myślę, że jestem szczęściarzem, bo tyle dobrych sytuacji mi się nadarza. Oczywiście mam świadomość, że takie stwierdzenie nie zostanie dobrze przyjęte, bo w polskiej mentalności nie ma miejsca, nawet na odrobinę satysfakcji z tego, co się posiada. Jesteśmy bardzo zawistni w postrzeganiu siebie i innych, ale powiem szczerze, że bardzo tego nie lubię. Na przekór polskiemu wiecznemu niezadowoleniu często sobie powtarzam: „sam sobie zazdroszczę".

- Wspomnień ze zdobywania bieguna też można Panu pozazdrościć...

- Na podjęcie decyzji, co do udziału w tej wyprawie miałem w sumie trzydzieści minut. Nagle pojawił się telefon i krótka propozycja – jeśli się decyduję, to muszę być gotowy za pół godziny. Moja odpowiedź oczywiście też była krótka. Wyprawa na biegun była niesamowitą przygodą, w trakcie której miałem okazję poznać wielu ludzi. Szefem wyprawy był Marek Kamiński, a spałem w jednym namiocie z Januszem Palikotem. Do tej pory się spotykamy i powiem szczerze szkoda, że Janusz Palikot odbierany jest przez wielu ludzi jako ktoś zupełnie inny... Do dziś czuję ogromną sympatię do pana Palikota, bo w czasie wyprawy mogłem poznać prawdziwe oblicze tego człowieka. Szybko doszedłem wtedy do wniosku, że to kompletnie inna osoba, niż kreują ją media czy inni ludzie.

- Dlatego warto, a nawet trzeba podejmować wyzwania w życiu?

- Zdecydowanie trzeba to robić. Zawsze istnieje ryzyko nieudanej decyzji, ale z drugiej strony - nie myli się tylko

DOŁĄCZ DO NASZYCH GOŚCI
PRZEKONAJ SIĘ CO MOŻEMY CI ZAOFEROWAĆ

Restauracja Bonaparte oraz Restauracja Vacanza zapraszają wszystkich prawdziwych smakoszy do zakosztowania wyśmienitych potraw kuchni śródziemnomorskiej oraz tradycyjnie przygotowanych potraw kuchni regionalnej i polskiej.

Zachęcamy także do odwiedzenia baru WELLINGTON – nastrojowego miejsca w podziemiach hotelu ARSENAL**** – dedykowanemu koneserom dobrych trunków.

Restauracje Bonaparte i Vacanza ...taniej niż myślisz

☆ ☆ ☆ ☆
ARSENAL PALACE
Luxury Conference & SPA Hotel
tel.: +48 32 606 84 84
ul. Paderewskiego 35, Chorzów
NA GRANICY CHORZOWA I KATOWIC TUŻ OBOK CH AKS

☆ ☆ ☆
BELLA NOTE
Business Class Hotel
tel.: +48 32 606 82 82

☆ ☆ ☆
VACANZA
Business Plus Class Hotel
tel.: +48 32 606 83 83
ul. Olimpijska 4,
Siemianowice Śląskie

www.stylehotels.pl

ten, kto nigdy nie próbuje. Jeśli w pewnym sensie wychodzimy życiu naprzeciw, to tym samym „narażamy się" na szansę przeżycia czegoś nowego albo spotkania kogoś ciekawego, ważnego. Dodałem „ważnego", bo obserwując dzisiejszy showbiznes, chyba szczególnie wartościowe jest spotykanie „ważnych" ludzi. Jednak w tym kontekście „ważni ludzie", to tacy, którzy w krótkim czasie mogą nam zaoferować drogę do kariery. Dziś powszechny jest trend nagłego pojawiania się kogoś, kto osiąga wielki sukces i popularność. Natomiast nikt tak naprawdę nie wie skąd ten ktoś pochodzi, jak dotarł do sławy i czym się wcześniej zajmował...

- Pan lubi i potrafi być wolnym człowiekiem? Wolnym od zawodowych obowiązków?

- Nie ukrywam, że lubię tkwić w swoich obowiązkach zawodowych. To, co robię w swoim zawodzie sprawia mi wielką przyjemność. Owszem, pojawia się taki wewnętrzny konflikt interesów – życie zawodowe i prywatne. Nawet dziś trochę go odczuwam...

- Dziś jest Pan tu przecież prywatnie?

- Jestem prywatnie, ale za niedługo muszę nie-prywatnie, a zawodowo pojawić się w innym miejscu Polski. Dlatego toczę wewnętrzny bój między chęcią zostania jeszcze na turnieju golfa i spędzenia czasu ze znajomymi, a koniecznością wyjazdu, by zdążyć na poprowadzenie tamtej imprezy...

- A może chociaż w domu nie musi Pan staczać żadnych bojów i po prostu odcina się Pan od wszystkiego?

- Zacznę od tego, że bardzo lubię swój dom i swoją piękną trawę. Żartuję oczywiście trochę z tą piękną trawą, bo piękna się staje dopiero, gdy przez godzinę na kolanach wyrywam z niej każdy chwast. Natomiast dbanie o dom i ogródek sprawia mi dużą przyjemność. Jest to moja osobista forma oderwania się od obowiązków. Uwielbiam momenty, gdy po tygodniu wracam do domu i widzę, jak trawa urosła albo drzewko, które wcześniej posadziłem. Dużo myślę nad tym, jakie krzewy posadzić, by ładnie przysłoniły mój dom. Ciągle w głowie analizuję ich wielkość, ilość sadzonek czy rodzaj... To mnie niesamowicie pochłania i wciąga.

- Pan sam projektuje swój ogródek, a pewnie ktoś inny na Pana miejscu zatrudniłby do tego po prostu ogrodnika.

- Być może... Nawet syn często mnie pyta, dlaczego właściwie nie zatrudnię kogoś do prac ogrodowych... Wtedy usiłuję mu wytłumaczyć, że takie rzeczy sprawiają mi tak wielką frajdę, że jestem na tyle egoistyczny, że zostawiam je tylko dla siebie. Mam też satysfakcję z tego, że swój dom w dużej mierze sam wybudowałem. Lubię poczucie udziału w tworzeniu czegoś. Zwykle ktoś mówi: „zbudowałem dom". Wtedy myślę sobie: Naprawdę wybudowałeś dom czy tylko przyjeżdżałeś co kilka dni na budowę i wydawałeś polecenia i pieniądze.

- Wynika z tego, że jest Pan zaradnym i pracowitym człowiekiem.

- Z tą zaradnością to faktycznie Pani trafiła, bo chyba niewielu mężczyzn może pochwalić się tak bogatym wyposażeniem skrzynki z narzędziami. Budując dom, systematycznie wzbogacałem ją o kolejne narzędzia. Dziś mam taką kolekcję, że często sąsiedzi ze zdziwieniem patrzą na mój asortyment i proszą bym im coś pożyczył...

- Proszę lepiej głośno o tym nie mówić, bo niedługo nie opędzi się Pan od sąsiadów.

- Mam nadzieję, że popularność moich narzędzi nie urośnie do takiej rangi. (śmiech)

- Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Dominika Tkocz

VANILA
DAYSPA

Kosmetyka twarzy i ciała
Bezinwazyjny lifting twarzy
Nieinwazyjna liposukcja

Manicure i Pedicure
Rzęsy Nouveau Lashes
Opalanie natryskowe

Medycyna estetyczna
Depilacja laserowa
Masaże

vanilaspa.pl

Katowice, Kłodnicka 31
tel. 32 725 20 84

VALMONT PAYOT PARIS MEDIderma medical supplies ALGOTHERM GEHWOL O·P·I

Odpowiedzialność karna członków zarządu sp. kapitałowych

PORADY PRAWNE

Mateusz Zgryzek, absolwent Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach (2001), adwokat Izby Adwokackiej w Katowicach (od 2005 roku), specjalizuje się w prawie karnym, prawie karnym gospodarczym, zagadnieniach prawa karnego procesowego i prawa karnego skarbowego, członek Z|Z|G Konsorcjum Prawnego z siedzibą w Katowicach

Temat odpowiedzialności karnej członków zarządu jest obecnie szczególnie aktualny – tym bardziej, jeśli członkowie zarządu zmuszeni są niejednokrotnie do podejmowania znaczących dla firmy decyzji w trudnej sytuacji gospodarczej na rynku. Kluczowe jest więc to, aby osoby podejmujące decyzje w spółce miały pełną świadomość prawną skutków tych decyzji, tak na gruncie prawa karnego, jak i gospodarczego. Problematyka jest na tyle złożona, iż niniejsza publikacja pozwoli ją jedynie zasygnalizować. Ma ona także kolosalne znaczenie choćby z uwagi na to, iż dotyczy także osób, które stale lub czasowo dysponują kompetencjami do podejmowania decyzji powierzonych im w sprawach majątkowych lub gospodarczych innego podmiotu – czyli menadżerów (zgodnie z uchwałą Sądu Najwyższego z dnia 15 kwietnia 1999 roku sygn. akt I KZP 8/99 opublikowaną OSP z 1999, Nr 10, poz. 180 „działaniem na szkodę spółki (…) muszą być działania podjęte w granicach upoważnienia ustawowego lub wychodzącego poza jego zakres, ale wynikające z ich roli w spółce i pozostające w związku z funkcjami pełnionymi we władzach spółki").Omawiana odpowiedzialność to między innymi odpowiedzialność karna uregulowana w kodeksie karnym, karno-skarbowa uregulowana w kodeksie karnym skarbowym, względnie przewidziana przez przepisy o charakterze pozakodeksowym. Z uwagi na specyfikę prowadzenia działalności gospodarczej, z którą wiąże się ciągłe podejmowanie decyzji, a także próba prognozowania na przyszłość skutków ich podjęcia, z tematyką tą powinni zetknąć się wszyscy podejmujący kluczowe decyzje w firmie. Świadomość prawna tych osób powinna być wyższa niż przeciętna, gdyż przepisy określające odpowiedzialność karną mają na celu ochronę interesu spółki i potrzebę zapewnienia prawidłowego obrotu gospodarczego, a osoby te powinny wykonywać powierzone im obowiązki z jak najwyższą starannością.

Działanie na szkodę spółki

Zgodnie z treścią przepisu art. 585 § 1 kodeksu spółek handlowych „kto, biorąc udział w tworzeniu spółki handlowej lub będąc członkiem jej zarządu, rady nadzorczej lub komisji rewizyjnej albo likwidatorem, działa na jej szkodę, podlega karze pozbawienia wolności do lat pięciu i grzywnie. Tej samej karze zgodnie z treścią §2 w/w przepisu podlega ten, kto osobę wymienioną w §1 nakłania do działania na szkodę spółki lub udziela jej pomocy do popełnienia tego przestępstwa". Przedmiotem ochrony w tym przypadku są prawnie chronione interesy spółki. Penalizowane na podstawie powyższego przepisu będzie więc każde działanie bądź zaniechanie, a także nadużycie, które doprowadziło do szkody spółki, a bez znaczenia będzie to czy będzie to czynność prawna czy też faktyczna. Chodzi więc o każde czynności ryzykowne, nieracjonalne i nie mające gospodarczego uzasadnienia. Aby jednak podmiot określony w tym przepisie poniósł za swe działanie bądź zaniechanie odpowiedzialność, działania te muszą być zawsze bezprawne i zawinione i musi zostać to udowodnione. Należy zwrócić uwagę, iż dla zaistnienia przestępstwa działania na szkodę spółki nie ma znaczenia czy w wyniku działania czy też zaniechania spółka rzeczywiście poniosła szkodę (Trybunał Konstytucyjny w uchwale z 18 listopada 1992 roku sygn. akt W 7/92 definiuje szkodę nie tylko jako szkodę materialną, ale rozszerza jej zakres do uszczerbku w jakichkolwiek prawnie chronionych interesach). Wystarczy bowiem udowodnienie, iż działania stworzyły niebezpieczeństwo powstania szkody. Tak więc podpisanie obiektywnie ryzykownej umowy lub podjęcie nieprzemyślanej decyzji o wydatkowaniu środków spółki mogą rodzić za sobą odpowiedzialność karną, a tym samym brak możliwości zajmowania stanowiska członka zarządu, rady nadzorczej czy komisji rewizyjnej przez okres 5 lat od daty uprawomocnienia się wyroku skazującego.

Zaniechanie zgłoszenia wniosku o upadłość oraz podanie nieprawdziwych danych we wniosku o upadłość

Każdy zarząd spółki ma prawny obowiązek zgłoszenia wniosku o ogłoszenie upadłości w terminie 14 dni od daty zaistnienia przesłanek do złożenia takiego wniosku (art. 12 prawa upadłościowego i naprawczego). Karalne jest natomiast zaniechanie wykonania takiego obowiązku. Przestępstwo to może być popełnione jedynie przez członka zarządu bądź likwidatora spółki. Należy zaznaczyć, iż znamiona czynu zabronionego określonego

w treści przepisu art. 586 kodeksu spółek handlowych wypełnione będą nie tylko przez niezłożenie, ale także w razie wadliwego złożenia wniosku o upadłość (złożonego po terminie, nieopłaconego itp.). Przepis powyższy penalizuje więc sam fakt niezgłoszenia wniosku o upadłość w terminie, a nie skutek w postaci pokrzywdzenia wierzycieli. Ustawa prawo upadłościowe i naprawcze przewiduje także sankcje za podawanie nieprawdziwych danych bądź informacji w postępowaniu upadłościowym lub naprawczym, a także za ukrywanie lub utrudnianie dotarcia do majątku upadłej firmy. Odpowiedzialność karna będzie ponosiła osoba, która podała nieprawdziwe dane we wniosku wszczęcia postępowania upadłościowego albo oświadczeniu o wszczęciu postępowania naprawczego.

Zgłoszenie fałszywych danych o spółce

Przepis art. 587 kodeksu spółek handlowych penalizuje natomiast znamiona przestępstwa polegającego na zgłaszaniu nieprawdziwych danych – „kto przy wykonywaniu obowiązków wymienionych w tytule III i IV ogłasza dane nieprawdziwe albo przedstawia je organom spółki, władzom państwowym lub osobie powołanej do rewizji, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat dwóch". Poprzez nieprawdziwe informacje rozumieć należy informacje niezgodne ze stanem faktycznym bądź informacje pomijające pewne elementy rzeczywistego stanu rzeczy (najczęściej nieprawdziwe dane mają formę dokumentu). Dla popełnienia przestępstwa będzie istotny tylko sam fakt przedstawienia nieprawdziwych informacji uprawnionym podmiotom. Osoba zgłaszająca dane nie musi być tą, która dane sfałszowała, ale musi mieć tego świadomość, a tym samym organy ścigania tę okoliczność muszą udowodnić.

Naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa

Komentowany przepis ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (art. 23) dotyczy dwóch typów czynów przestępczych godzących w tajemnicę przedsiębiorstwa, a mianowicie z jednej strony pogwałcenia przez sprawcę ciążącego na nim obowiązku dyskrecji dotyczącego informacji objętych tego rodzaju tajemnicą i wyrządzenia przez to przedsiębiorcy poważnej szkody, a jednocześnie odpowiedzialność karną rodzi także naruszenie tajemnicy przedsiębiorstwa przez osobę, która weszła w jej posiadanie bezprawnie. Zachowanie objęte tym przepisem odnosi się do tajemnicy przedsiębiorstwa i informacje te muszą charakteryzować się trzema właściwościami: 1/ nie zostały dotychczas ujawnione do wiadomości publicznej; 2/ posiadają wartość gospodarczą, w szczególności o charakterze technicznym, technologicznym, organizacyjnym; 3/ przedsiębiorca podjął w stosunku do nich niezbędne działania w celu zachowania ich poufności.

Bezprawne wydanie dokumentów

Przestępstwo określone jako bezprawne wydanie dokumentów może być popełnione tylko w spółce z ograniczoną odpowiedzialnością. Polega ono na tym, że członek zarządu lub likwidator faktycznie lub tylko formalnie umożliwia wydanie dokumentów, którymi najczęściej są imienne papiery wartościowe, czyli świadectwa, certyfikaty, weksle, czeki czy dowody składowe. Przestępstwo to może być popełnione tylko umyślnie. Ratio legis tej regulacji ma na celu między innymi ochronę interesu spółki przed niekontrolowanym obrotem udziałami spółki, a tym samym ochronę majątkową spółki i samych wspólników. Kodeks spółek handlowych przewiduje za ten czyn karę grzywny, ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do sześciu miesięcy.

Przyzwolenie na bezprawne głosowanie

Umożliwienie bezprawnego głosowania oraz udział w bezprawnym głosowaniu korespondują ze sobą oraz wzajemnie się uzupełniają, dlatego też zostaną omówione łącznie. Po pierwsze należy podkreślić, że dotyczą one tylko spółki akcyjnej oraz komandytowo-akcyjnej. Ochronie podlega w tych przypadkach zgodne z prawem wykonywanie prawa z akcji na walnym zgromadzeniu wspólników. Z uwagi na fakt, iż na walnym zgromadzeniu podejmowane są najważniejsze decyzje dotyczące spółki, dlatego też prawidłowość działania tego organu jest niezwykle istotna. Nie można bowiem dopuścić, aby osoba nieuprawniona, której najczęściej zależy na niekorzystnych rozstrzygnięciach, brała udział w głosowaniu nad najważniejszymi decyzjami. Powodowałoby to istotne naruszenie interesów spółki i wspólników a niekiedy także szkodę w majątku spółki. Karze podlega wystawienie lub posługiwanie się sfałszowanym dokumentem umożliwiającym głosowanie, a także korzystanie z dokumentu innej uprawnionej osoby bez jej wiedzy. Kara przewidziana za te przestępstwa jest taka sama i może polegać bądź na pozbawieniu wolności do roku bądź na ograniczeniu wolności, bądź też orzeczeniu grzywny.

Nieuprawnione wydanie akcji

Bezprawne wydanie akcji dotyczy tylko i wyłącznie członka zarządu oraz odnosi się tylko do spółki akcyjnej – w szczególności w trakcie procesu tworzenia kapitału zakładowego spółki lub podczas podwyższania kapitału zakładowego. Działanie członka zarządu może polegać na wydaniu akcji niedostatecznie opłaconych lub przed zarejestrowaniem spółki, ewentualnie przed zarejestrowaniem podwyższenia kapitału zakładowego. Za takie zachowanie członkowie zarządu ponoszą nie tylko odpowiedzialność karną, ale i także odpowiedzialność cywilną odszkodowawczą. Przepis penalizujący bezprawne wydanie akcji ma na celu ochronę prawidłowego obrotu gospodarczego oraz szeroko pojętego interesu spółki. Kara przewidziana za bezprawne wydanie akcji jest analogiczna jak w przypadku przestępstw związanych z głosowaniem na walnym zgromadzeniu.

Wystawienie fałszywych zaświadczeń (art. 590 kodeksu spółek handlowych)

Przepis artykułu 590 kodeksu spółek handlowych dotyczy odpowiedzialności karnej osób, które wystawiły fałszywe zaświadczenie o złożeniu dokumentu akcji uprawniającej do głosowania lub użyczają dokumentu akcji, która nie uprawnia jej właściciela do głosowania, a także wystawia fałszywe zaświadczenie o prawie uczestnictwa w walnym zgromadzeniu spółki publicznej, a także przekazuje lub udostępnia fałszywy wykaz akcjonariuszy uprawnionych do uczestnictwa w walnym zgromadzeniu spółki publicznej, a wszystko to w celu umożliwienia bezprawnego głosowania na walnym zgromadzeniu lub bezprawnym wykonywaniu praw mniejszości. Celem przepisu wskazanego powyżej jest zapobieganie sytuacjom nadużycia praw udziałowych na walnym zgromadzeniu lub w fazie go poprzedzającej oraz zagwarantowanie poprawnego wykonywania praw mniejszości.

Nadużycie obowiązków i przekroczenie uprawnień

Zgodnie z treścią art. 296 a par. 1 kodeksu karnego, karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do 5 lat podlega ten, „kto pełniąc funkcję kierowniczą w jednostce organizacyjnej wykonującej działalność gospodarczą lub mając, z racji zajmowanego stanowiska lub pełnionej funkcji, istotny wpływ na podejmowanie decyzji związanych z działalnością takiej jednostki, przyjmuje korzyść majątkową lub osobistą albo jej obietnicę w zamian za zachowanie mające wyrządzić tej jednostce szkodę majątkową albo za czyn nieuczciwej konkurencji lub za niedopuszczalną czynność preferencyjną na rzecz nabywcy lub odbiorcy towaru, usługi lub świadczenia". Analogiczną karę za udzielenie lub tylko obietnicę udzielenia korzyści majątkowej lub osobistej w zamian za zachowanie mające wyrządzić szkodę majątkową, czyn nieuczciwej konkurencji lub niedopuszczalne preferencje na rzecz nabywcy lub odbiorcy towaru, usługi czy świadczenia przewiduje paragraf 2 tego artykułu. Tak więc zarówno przekupstwo, jak i sprzedajność między innymi członków organów spółek jest przestępstwem zagrożonym karą pozbawienia wolności. Przepis ten dla przyjęcia odpowiedzialności danej osoby wymaga jednak, aby udzielona korzyść lub jej obietnica miała na celu podjęcie przez konkretną osobę, tj. osobę mającą wpływ na decyzje związane z działalnością gospodarczą firmy, następujących czynności: 1) mogących wyrządzić jednostce organizacyjnej prowadzącej działalność gospodarczą szkodę majątkową; 2) będących czynem nieuczciwej konkurencji; 3) podjęcie niedopuszczalnych czynności preferencyjnych na rzecz nabywcy lub odbiorcy towaru, usługi lub świadczenia. Realizacja, którejkolwiek z tych czynności sprawczych jest wystarczająca dla przyjęcia, że popełnione zostało przestępstwo korupcji gospodarczej. Taka sytuacja będzie miała miejsce w przypadku świadomego podpisania przez osobę reprezentującą firmę umowy jednoznacznie niekorzystnej dla firmy.

Oszustwo kredytowe z art. 297 kodeksu karnego

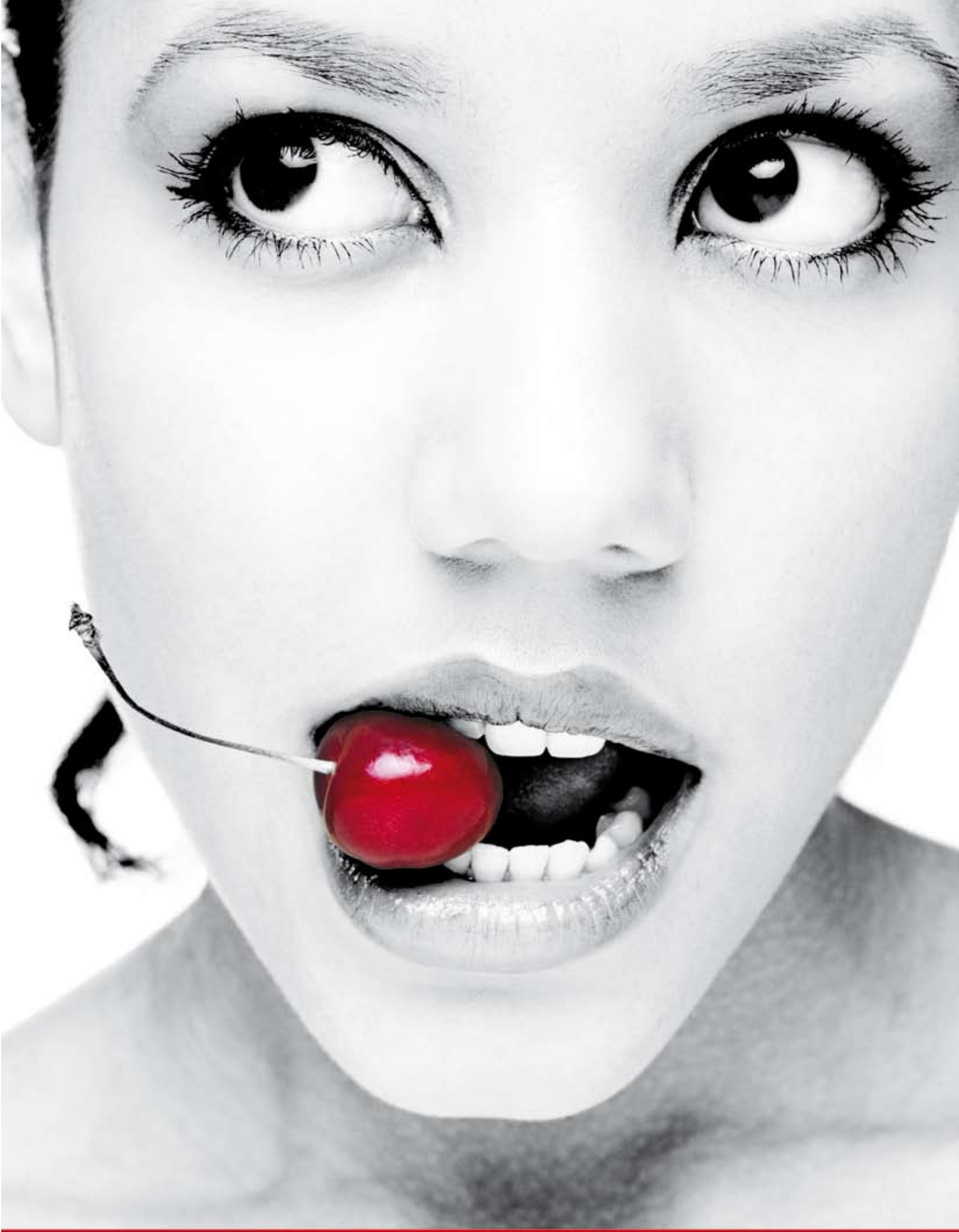
Wśród przestępstw związanych z obrotem gospodarczym, kodeks karny wymienia przestępstwo związane z tzw. oszustwem kredytowym. Zgodnie z treścią art. 297 kodeksu karnego „kto dla siebie lub kogo innego, w celu uzyskania środków finansowych przedkłada podrobiony, przerobiony, poświadczający nieprawdę albo nieczytelny dokument, albo nierzetelne, pisemne oświadczenie dotyczące okoliczności o istotnym znaczeniu dla ich uzyskania, podlega karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do 5 lat." Przepis powyższy ma na celu przeciwdziałanie otrzymaniu środków finansowych z banku lub innej jednostki dysponującej środkami publicznymi w formie kredytu, pożyczki pieniężnej, poręczenia, gwarancji, akredytyw, dotacji, subwencji, potwierdzenia przez bank zobowiązania wynikającego z poręczenia lub gwarancji, lub podobnego świadczenia pieniężnego na określony cel gospodarczy, a także elektronicznego instrumentu płatniczego czy także zamówienia publicznego, na podstawie fałszywych dokumentów lub oświadczeń.

Nierzetelne traktowanie wierzycieli

Bardzo istotne z uwagi na interesy osób prowadzących działalność gospodarczą, w tym członków organów spółek handlowych i ich wspólników są przepisy związane z przestępstwami związanymi z niewypłacalnością lub upadłością. Zachowanie więc polegające na usuwaniu, ukrywaniu, zbywaniu, darowaniu, niszczeniu, obciążeniu lub uszkodzeniu składników majątku, które to prowadzi do udaremnienia lub uszczuplenia zaspokojenia wierzyciela w sytuacji, gdy spółka zagrożona jest niewypłacalnością bądź upadłością, grozi odpowiedzialnością karną określoną w treści przepisu art. 300 par. 1 kodeksu karnego. Zgodnie z postanowieniem SN z dnia 3.06.2002 roku II KKN 220/00 zagrożonym niewypłacalnością może być każdy dłużnik podmiotu prowadzącego działalność gospodarczą, natomiast co najmniej jedna ze stron zobowiązania rodzącego wierzytelność musi prowadzić działalność gospodarczą.

Przeniesienie majątku do innej spółki

Rodzącym odpowiedzialność karną zachowaniem jest również tworzenie nowej jednostki gospodarczej i przeniesienie na ten nowy twór składników majątkowych, z których mogliby się zaspokoić wierzyciele. Jeśli te działania udaremniają lub ograniczają zaspokojenie wierzycieli sprawca podlega karze od 3 miesięcy do lat 5. Tej samej karze podlega dłużnik, który swoim zachowaniem doprowadza do swojej upadłości bądź niewypłacalności i działa na szkodę kilku wierzycieli. Łagodniejszą odpowiedzialność ponosi osoba, która doprowadza do takiej sytuacji w sposób lekkomyślny, w szczególności poprzez trwonienie majątku, zaciąganie zobowiązań lub zawieranie transakcji oczywiście sprzecznych z zasadami gospodarowania. Uznać jednak należy i podkreśla to wielu komentatorów, iż udowodnienie takiego stanu rzeczy, a mianowicie lekkomyśl-



Media Publishing Polska

więcej niż drukarnia...

www.mediapp.pl

ności działania sprawcy może sprawiać trudności.

Nieprowadzenie lub nierzetelne prowadzenie dokumentacji gospodarczej art. 303 kodeksu karnego

Przestępstwo określone w treści przepisu art. 303 kodeksu karnego polega na wyrządzeniu szkody majątkowej poprzez nieprowadzenie dokumentacji działalności gospodarczej, bądź też prowadzenie jej w sposób nierzetelny. Dokumentacja jest prowadzona nierzetelnie, jeżeli nie daje prawdziwego, jasnego i zupełnego obrazu działalności gospodarczej danej jednostki, jej interesów, długów oraz obrotu wierzytelnościami. Nawet rażące odstępstwo od obowiązującej formy jej prowadzenia nie stanowi jeszcze prowadzenia nierzetelnego, dopóki jej całość daje zupełny i jasny obraz działalności danej jednostki.

Przestępstwa których popełnienie wyklucza pełnienie funkcji organu spółki

Niezmiernie istotną jest treść pozakarnego przepisu art. 18 kodeksu spółek handlowych. Przewiduje on bowiem skutki skazania czyli inaczej rzecz ujmując skutki prawne kary. Nie orzeka ich sąd skazujący sprawcę, lecz są one wynikiem skazania z mocy prawa, ustanowionym w innych działach aniżeli karny. Zgodnie bowiem z treścią art. 18 § 2 kodeksu spółek handlowych „nie mogą być członkami organów spółek osoby skazane prawomocnym wyrokiem między innymi za przestępstwa określone w rozdziałach XXXIII – XXXVII kodeksu karnego: przestępstwa przeciwko ochronie informacji, przestępstwa przeciwko wiarygodności dokumentów, przestępstwa przeciwko mieniu, przestępstwa przeciwko obrotowi gospodarczemu, przestępstwa przeciwko obrotowi pieniędzmi i papierami wartościowymi". Ten sam przepis pozwala na ograniczenie tego zakazu bądź jego uchylenie przez Sąd w razie skazania za przestępstwo nieumyślne.

Kary grzywny o charakterze dyscyplinującym

Charakter czysto dyscyplinujący członków zarządu spółek handlowych mają postanowienia przepisu art. 594 kodeksu spółek handlowych, który stanowi o nałożeniu kary grzywny na członka zarządu spółki w wysokości do 20.000,00 zł w sytuacji, gdy członek zarządu wbrew obowiązkom dopuszcza do tego że 1/ zarząd nie składa sądowi rejestrowemu listy wspólników, 2/ zarząd nie prowadzi zgodnie z przepisami księgi udziałów, 3/ nie zwołuje zgromadzenia wspólników bądź walnego zgromadzenia 4/ zarząd odmawia wyjaśnień osobie powołanej do rewizji lub nie dopuszcza jej do pełnienia obowiązków, 5/ nie przedstawia sądowi rejestrowemu wniosku o wyznaczenie biegłych rewidentów 6/ zarząd nie ogłasza wzmianki o złożeniu opinii przez biegłego rewidenta w sądzie rejestrowym. Tej samej karze grzywny podlega ten, „kto będąc członkiem zarządu dopuszcza do tego, że spółka przez czas dłuższy niż trzy miesiące wbrew prawu bądź umów pozostaje bez rady nadzorczej w należytym składzie". Grzywnie do 10.000 zł podlega członek zarządu spółki handlowej, który „dopuszcza do tego, iż pisma i zamówienia handlowe kierowane do oznaczonej osoby nie zawierają firm spółki, jej siedzib i adresu, oznaczenia sądu rejestrowego i numeru pod którym spółka wpisana jest do rejestru".

Podsumowanie i uwagi końcowe

Każda więc osoba podejmująca kluczowe decyzje w firmie powinna mieć świadomość, iż kierowanie i zarządzanie spółką kapitałową opiera się na ściśle określonych regułach sankcjonowanych przepisami prawa, a brak poszanowania tych zasad może doprowadzić do bardzo dotkliwych konsekwencji prawnych, nie tylko cywilnych, ale przede wszystkim karnych, a te mogą na wiele lat uniemożliwić działanie w organach spółek. Z uwagi na to, iż zakres normowania przepisu art. 585 kodeksu spółek handlowych i art. 296 kodeksu karnego krzyżują się, celem przywrócenia spójności pomiędzy tymi dwoma normami (chyba najważniejszymi z punktu widzenia odpowiedzialności karnej osób podejmujących kluczowe decyzje w firmie) trwają obecnie prace legislacyjne celem wprowadzenia stosownych zmian w przepisach prawa. Złożony charakter uregulowań nowej kodyfikacji powoduje, iż ich bliższe przedstawienie w krótkiej zwartej formie, li tylko informacyjnej nie jest możliwe i mijałoby się z celem. Poza zakresem niniejszego krótkiego opracowania pozostają także kwestie związane z odpowiedzialnością karną podmiotów zbiorowych, tzn. spółek handlowych, a także spółek w fazie organizacji za czyny popełnione przez osoby fizyczne. Przytoczenie całości regulacji objętej ustawą z dnia 28 października 2002 roku nie byłoby możliwe, jednakże należy mieć świadomość, iż pewien krąg osób, w tym także członków organów spółek, może swoim działaniem narazić na taką odpowiedzialność samą spółkę, a odpowiedzialność ta jest uzależniona od ustalenia braku należytej staranności w wyborze osoby fizycznej dopuszczonej do działania lub działającej w imieniu lub w interesie podmiotu zbiorowego.

Z|Z|G KONSORCJUM PRAWNE
Katowice, ul. Kościuszki 25/1
www.zzg-konsorcjum.pl

GOLD PARTNER

BIZNES INWESTYCJE ROZWÓJ

Tworzymy innowacyjne i profesjonalne środowisko współpracy biznesowej
Zapewniamy dogodne warunki rozwoju osobistego
Pokazujemy drogę do wolności finansowej
Umożliwiamy budowanie pasywnego dochodu

Zapraszamy osoby zainteresowane rozwojem wiedzy na temat finansów
i inwestycji kapitałowych na nasze Seminaria Biznesowo-Inwestycyjne

Szukamy najlepszych. Dołącz do nas!

Infolinia: 534 534 000, 0801 003 155

GOLD PARTNER Sp. z o.o.
ul. Zygmuntowska 15, 33-300 Nowy Sącz
NIP 734-337-68-37 | Regon 120933523 | nr wpisu do KRS 0000330461
kontakt@gold-partner.pl | www.gold-partner.pl

Najważniejszy Plan w życiu

FINANSE

Dariusz Muszyński.
Manager specjalista
do spraw inwestycji w firmie Aegon
Towarzystwo Ubezpieczeń na Życie S.A.

Czy wiesz, że jeżeli w wieku 30 lat zaczniesz odkładać miesięcznie na swój program emerytalny, mając 65 lat możesz być milionerem?

Parafrazując kota Dziwaka z „Alicji w Krainie Czarów", jeśli nie wiesz, dokąd zmierzasz, żadna droga cię tam nie zaprowadzi. Zazwyczaj różnica między ludźmi zadowolonymi na emeryturze a tymi sfrustrowanymi polega na tym, iż ci pierwsi wiedzieli, co chcą osiągnąć, byli świadomi celu i konsekwentnie postępowali, na ogół takie działanie daje lepsze rezultaty niż improwizacja, a inni w ogóle nie podjęli zainteresowania tematem. Ludzie unikają najpierw uświadamiania sobie, a później planowania bezpieczeństwa finansowego na emeryturze z obawy, że ich na to nie stać. W praktyce jest tak, jeśli z góry uznamy, iż cel finansowy jest nieosiągalny i być może odczujemy krótkotrwałą ulgę, ale w dalszej perspektywie rozczarujemy się sobą i swoim życiem.

Dlaczego nie lubimy myśleć o własnej emeryturze? Ponieważ kojarzy nam się ona z czymś, co wy-

daje nam się zazwyczaj bardzo odległe, czyli starością, a często również z brakiem pieniędzy, czy nawet biedą. Poczucie bezpieczeństwa finansowego związane jest z osiąganym dochodem, wraz z utratą źródła dochodu znika nasze dobre samopoczucie, a więc człowiek będzie się czuł bezpiecznie, gdy będzie miał pewny i nieprzerwany dochód. Oczywiście zdrowie też jest ważne, jednak, gdy mamy bezpieczeństwo finansowe nie martwimy się o nie tak bardzo.

Co więc powinniśmy zrobić, aby zacząć myśleć o emeryturze jako o czasie zasłużonego odpoczynku i stabilizacji finansowej? Życie i to, co będziemy robili jest związane z dochodem, cały czas mówimy o dochodzie na emeryturze, o dochodzie w trudnych sytuacjach życia, o zwiększaniu dochodu poprzez biznes. Chodzi o to, aby w składnikach majątku budować aktywa, a nie tylko pasywa (dom samochód, itd.), które są majątkiem, przecież nikt nie chce ich sprzedać. Aktywa to instrumenty, które wkładają co miesiąc pieniądze do kieszeni, a pasywa je z niej wyjmują.

Wychodząc z domu sądziłem, że emerytem można być tylko po przekroczeniu magicznej biologicznej bariery 65 lat. Otto Eduard Leopold von Bismarck sankcjonując obecny kształt wypłacanych emerytur, przy ówczesnej średniej życia dla wszystkich ubezpieczonych pracowników 45 lat, wprowadził gwarantowany system emerytur wypłacanych przez państwo dopiero po 70 roku życia, a pracowało się wtedy od 15 roku życia. Teraz wiem, że to pojęcie czysto techniczne mając na myśli rachunki oszczędnościowe moich klientów. Obecnie znam emerytów w wieku dziewiętnastu lat. A zatem drodzy Państwo okazuje się, że nie da się pewnych rzeczy zrealizować, jeżeli wcześniej się tego nie zaplanuje.

Fundamentem niezależności finansowej na emeryturze nie są programy emerytalne zakładane za pięć dwunasta, tylko te tworzone na etapie budowania kariery zawodowej. Powiem więcej, inwestowanie jest podstawową rzeczą, którą powinno uczyć się dzieci od pierwszej klasy szkoły podstawowej, pojęcie procentu składanego nadal jest mgliste, nawet wśród młodzieży w szkołach o profilu ekonomicznym.

Czyli co daje nam bezpieczeństwo finansowe? Posiadanie pieniędzy i umiejętność zarządzania nimi. Prawdziwe bezpieczeństwo osiąga się wtedy, gdy posiada się nie majątek…, a kapitał i wiedzę jak nim zarządzać, aby osiągać taki dochód, który zabezpieczy przynajmniej miesięczne koszty.

A kiedy będziemy wolni finansowo?

Kiedy tego kapitału będzie tyle, że zysk z tego kapitału, pozwoli nie tylko realizować bieżące zobowiązania, ale będzie pokrywał koszty, Państwa miesięcznych marzeń. Jeżeli ktoś będzie miał odpowiedni kapitał, czy będzie się martwił o emeryturę, o zabezpieczenie finansowe dla rodziny na wypadek gdyby go zabrakło? Nie, on jest zabezpieczony na ryzyku własnym, na swoim kapitale. Każdy w przyszłości poniesie skutki decyzji finansowych podejmowanych w teraźniejszości. Jedyne, czego możemy być pewni na sto procent, to kosztów odłożenia tej decyzji w czasie.

To jak będzie wyglądało Twoje życie na emeryturze zależy głównie od tego, kiedy podejmiesz decyzję by o nią zadbać.

Wszelkie pytania proszę kierować na adres e-mail:
dariusz.muszynski@aegonpolska.pl

Marcin DANIEC

KULTURA

Na jego widok publiczność umiera... ze śmiechu

Kiedy wchodzi na scenę lub estradę widownia umiera... ze śmiechu. Publiczność bawi się znakomicie zanim on wypowie pierwsze słowo. Kiedy rozpoczyna monolog ludzie śmieją się do łez, a na koniec nie milkną brawa. Publiczność dosłownie nie pozwala mu zejść ze sceny. Mowa o jednym z najlepszych polskich satyryków i artystów kabaretowych Marcinie Dańcu.

W młodości wybierał między sceną a sportem. Paradoksalnie karierę artystyczną rozpoczął na krakowskiej Akademii Wychowania Fizycznego. Współpraca z kabaretami „Wały Jagiellońskie" i „Pod Egidą" dała mu przepustkę nie tylko na krajowe sceny i estrady. Od 1994 roku pracuje na własny rachunek, odnosząc sukcesy, zdobywając nagrody i rozkochując w sobie coraz to nową publiczność. Prawdziwą popularność przyniosły mu programy i występy w TVP. „Wykorzystuje" ją pomagając innym. Rocznie daje kilkadziesiąt koncertów charytatywnych.

- W polityce też jest miejsce dla artysty kabaretowego i to pełniącego tak ważną funkcję jak minister uśmiechu. Mówiąc o polityce mam na myśli oczywiście „Partię Dobrego Humoru", której Pan jest członkiem...

- „Partia Dobrego Humoru" to żart sprzed wielu lat. Dziś po tej akcji zostały jedynie wspomnienia…

- Na Śląsku też doceniono Pana twórczość. W 1997 roku odebrał Pan statuetkę Hanysa – nagrodę przyznawaną w Rudzie Śląskiej. Jak ważne dla Pana jest to wyróżnienie?

- „Honorowy Hanys", którego dostałem stoi obok „Telekamer", „Meloników Charlego" i wszystkich nagród, które cenię. Od wielu lat występuję dla śląskiej widowni, która ciężko pracuje, ale też zawsze cudownie się bawi. „Honorowy Hanys" jest nagrodą z węgla i jeśli ją mocno ściśniesz, to masz czarną dłoń, jesteś wtedy tak bardzo dumny! Przypominam sobie, że jest warunek, by przy odbiorze nagrody „godać po śląsku" przynajmniej trzy minuty. Podobno poszło mi super…

- Jest Pan określany jako indywidualność estradowa, najpopularniejszy satyryk, satyryk wszechczasów. Jak Pan odbiera te artystyczne komplementy?

- Jeśli mówimy o „indywidualności estradowej" to przypomina mi się nagroda „Prometeusza", którą odbierałem w Hali Ludowej we Wrocławiu, w towarzystwie innych laureatów: Michała Bajora, Zdzisławy Sośnickiej i zespołu „Mazowsze". Nigdy tego nie zapomnę. „Satyryka Wszechczasów" dostałem w plebiscycie „Teletygodnia". Kiedy pomyślę, że w dziesiątce nominowanych byli m.in.: Jacek Fedorowicz, Stuhr z Sobczukiem, Mann z Materną, Laskowik ze Smoleniem i Kabaret Starszych Panów, to do dzisiaj boli mnie głowa!

- Od 1995 r. Kabaret Marcina Dańca co roku wyjeżdża w podróże artystyczne do: USA, Kanady, Niemiec, Wielkiej Brytanii i Australii. Inaczej opowiada Pan o naszej rzeczywistości ludziom, którzy obserwują ją z daleka?

- Nigdy nie marzyłem, że dzięki występom zwiedzę tyle państw. Widownia polonijna reaguje identycznie, jak widownia w kraju. Jest jednak dużo ciszej na sali, kiedy śpiewamy refleksyjne piosenki o kraju… Nie dokonuję żadnych zmian w

SILE
USINES
ww.sil
SIL
BUSINE

programie, wyjeżdżając na występy za granicę.

- Od 1991 roku występował Pan z kabaretem „Pod Egidą" Jana Pietrzaka w towarzystwie m.in. : Janusza Gajosa, Piotra Fronczewskiego, Krystyny Sienkiewicz czy Jana Tadeusza Stanisławskiego. W tym samym czasie dla TVP 1 realizował Pan „Meetingi Cabaretowe". Jak Pan wspomina tamten czas?

- Kiedy pan Pietrzak zaprosił mnie do stałej współpracy w kabarecie ,,Pod Egidą", czułem się rewelacyjnie! Współpraca z takimi gigantami, to więcej niż satysfakcja. Do pani wyliczanki dodałbym jeszcze: Pszoniaka, Szczepkowskiego i Janka Pietrzaka. Mówię Janka, bo po kilku latach przeszliśmy na ,,ty". ,,Meetingi Cabaretowe" były natomiast pierwszymi talk-showami, o czym wtedy nie miałem pojęcia. Pojawiły się w Jedynce dzięki Marcie Piszczatowskiej , która zaufała mi w ciemno, dając wolną rękę. W tych programach przez dwa lata wystąpiło mnóstwo: aktorów, piosenkarzy i satyryków. Nigdy nie zapomnę, że właśnie u mnie Janek Nowicki zaśpiewał… swoją piosenkę, Drozda recytował Hamleta, a Boguś Smoleń skakał przez… płot zwykły!

- W towarzystwie swoich przyjaciół realizował Pan „Marzenia Marcina Dańca". Skąd wziął się pomysł na to artystyczne przedsięwzięcie?

- Proszę nie mówić, że ,,Marzenia Marcina Dańca" były… One nadal są! Od 15 lat robię ten program. Patronem była Nina Terentiew, która po obejrzeniu mojego recitalu w teatrze ,,Komedia" w Warszawie powiedziała, że cokolwiek sobie wymarzę, mogę realizować w Dwójce. Przez wszystkie lata zapraszała do ,,Marzeń" swoich przyjaciół, których pojawiło się około pięćdziesięciu. Artyści z najwyższej półki, z którymi grałem skecze, pastisze spektakli teatralnych i śpiewałem piosenki w duetach. Jestem dumny, że widownia lubi ,,marzyć" ze mną i moimi gośćmi.

- Z czym kojarzy się Panu dzieciństwo?

- Dzieciństwo, mimo że żyliśmy skromnie, miałem cudowne. Występowałem na scenie już od przedszkola, graliśmy w piłkę nożną, siatkówkę do wieczora, pływaliśmy w rzece, jeździliśmy na sankach i rowerach. Najwięcej czasu spędzałem w Domu Kultury u pana Stasia. To on nauczył nas pracy z mikrofonem, opracowywał z nami piosenki, nutka po nutce, przygotowywał programy rozrywkowe, z którymi odbywaliśmy trasy koncertowe do pobliskich miejscowości. Zdobywałem nagrody na konkursach.

- Ukończył Pan studium teatralne, zdobył dyplom aktorski i reżyserski. Nie myślał Pan o bardziej „konkretnym" zawodzie, np. inżyniera?

- Do studium teatralnego zdawałem dlatego, że nie przyjęli mnie na rehabilitację na AWF w Katowicach i po prostu uciekałem przed wojskiem. Wyobraża sobie pani, że gdyby nie te dwa ,,głupie" punkty, to dziś mówiłbym o sobie ,,katowicki satyryk"? W studium teatralnym mieliśmy zajęcia z kilkoma gigantami. Na pewno nigdy nie zapomnę Jana Machulskiego, który uczył nas, jak zachowywać się na scenie, jak mówić, by wszyscy doskonale słyszeli i jak grać bez słów.

- Powrócił Pan jednak do pierwotnych planów i został studentem Akademii Wychowania Fizycznego…

- Na krakowską AWF zdawałem, bo nie wiedziałem do końca, czy chcę być artystą, czy sportowcem. Nie umiem sobie wyobrazić, co by było, gdybym nie dostał się na studia w Krakowie. Jestem sprawny, więc szedłem, jak burza. Organizowałem też na AWF-ie tysiące imprez i po trzecim roku zrozumiałem, że trener to bardzo niewdzięczny zawód, i jakaś ogromna siła ciągnie mnie na scenę. Od dziecka, każdy nauczyciel, wychowawca i opiekun doskonale wiedział, czy jestem na zajęciach, czy mnie nie ma…

- Ubrany w płaszczyk z darów, zagubiony szary obywatel Pan Ignacy, a obok niego cwaniaczek Waldemar K., Marcinek pozostający dużym dzieckiem i Góral z charakterystyczną swadą…

- Zawsze lubiłem w kabarecie grać różne osoby, by nie być od pierwszej do ostatniej minuty tym samym facetem na scenie. Postacie, w których się wcielam są charakterystyczne dla dużej grupy ludzi. Nie muszę się przebierać od stóp do głów. Wystarczy element kostiumu, ale postać musi być mocno zarysowana. Chciałbym, by przy dużej porcji autoironii, każdy odnalazł siebie. Na razie polscy widzowie łatwiej dostrzegają, że gram ich szwagra, albo sąsiada… Publiczność musi wiedzieć, że śmiejemy się z siebie.

- Ma Pan niesamowity kontakt z publicznością. Jak czuje Pan jej obecność podczas występu?

- Lubię słuchać szumu widowni przed rozpoczęciem programu. Cudnie się bawię, kiedy wchodzę na scenę. Tej serdeczności nie da się kupić, czy załatwić. Najcudowniejsze jest to, że po „dobranoc Państwu" nikomu nie chce się iść do domu… Uwielbiam występować w oparciu o reakcje widowni. Zachęcam widzów do aktywnego udziału. Widzą, że nie mają do czynienia z ,,robotem". Mój program ,,dziś" zawsze różni się od programu ,,wczoraj" i ,,jutro".

- Towarzyszy Panu obawa, że nowy żart nie rozbawi widowni?

- Zawsze mówię na scenie teksty, które w pierwszej kolejności rozśmieszają mnie. Nie mam obsesji, żeby śmiech pointach pochodził z każdego miejsca na widowni. Nie używam wulgarnych słów i głupich gagów, by ,,łatwiej" śmieszyć widza. Przez wiele lat ,,dobierałem" się do widowni, która ,,nadaje na podobnych dla mnie falach."

- Fani Marcina Dańca nie tylko zasiadają na wi-

downi podczas występów, ale też prowadzą Wrocławski Klub Miłośników Dańca „Marcinek". Znajduje Pan dla nich czas poza sceną?

- Spotykam się z nimi bardzo często. Kiedyś zapraszałem członków fan klubu na lody, dziś spokojnie mogą pójść ze mną na piwo. Oprócz Wrocławia prężny fanklub działa w Gorzowie Wielkopolskim, Dębicy i w Bielsku-Białej. Nie ma mowy, żeby złapała mnie pani na tym, że po zejściu ze sceny, jestem diametralnie innym facetem. Na pewno w życiu niczego nie udaję. Ale też nigdy, przed wejściem na scenę nie muszę trenować min.

- Czy możemy porozmawiać o kobiecie Pana życia?

- W połowie mojego życia poznałem fantastyczną kobietę. W tym roku będziemy obchodzić dziesiątą rocznicę ślubu. Prawie cztery lata temu urodziła się nasza córeczka Wiktoria. Jeśli zapyta pani Wiktorię i moją dorosłą już córkę Karolkę, to powiedzą pani, że jestem chyba najlepszym ojcem na świecie. Jedna i druga może zaświadczyć, że przed snem potrafię przeczytać 30 bajek z podziałem na role. Jestem trenerem pływania i gry w tenisa. W zimie jeździmy na sankach, robimy ,,orły" na śniegu, a w ogrodzie zawsze stoją trzy bałwany. W lecie godzinami pływamy z córeczką w morzu. Dochodzą jeszcze piosenki, zabawy w sklep, zoo itp. A z żoną uzupełniamy się rewelacyjnie. Zakochany mężczyzna dobrowolnie staje się pantoflarzem.

- Choć nie lubi Pan o tym mówić to jednak zapytam o działalność charytatywną. W Pana kalendarzu estradowym na stałe wpisane są dwie imprezy w Krakowie: „Daniec i jego goście" oraz „Wieczór z Dańcem".

- Rzeczywiście wolę bardziej pomagać bezinteresownie, niż o tym mówić. Od 20 lat jestem scenarzystą, reżyserem i głównym wykonawcą ,,Wieczorów z Dańcem". Całkowity dochód z tego koncertu przekazujemy dla świetlicy o.o. Pijarów, w której dzieci z zagrożonych środowisk bawią się, myją, jedzą i uczą do momentu, aż ich ojcowie zasną, by ich nie bili. Dzięki temu dzieci wyjeżdżają nad morze, którego nigdy nie

widziały. Dostaję od nich pocztówkę z podpisami wszystkich. Ja mam wtedy 3 metry wzrostu! Rocznie daję około 20 występów charytatywnych. Publiczność lubi takie występy. Atmosfera zawsze jest cudowna.

- Na koniec odwołam się do jednego z ulubionych Pana kawałów, w którym urzędnik tłumaczy żonie swój późny powrót z pracy. – ***Koledzy zrobili mi głupi żart. Nie obudzili mnie dziś wychodząc z biura".*** **Panu zapewne nie grozi takie podejście do swojej pracy?**

- Mnie ten żart kategorycznie nie dotyczy! Jestem tytanem pracy! Naprawdę! Jeśli biorę się za coś, to mogę nie iść spać, nie jeść i ciężko pracować! Wrzeszczę! Lenie obrażają się, jednak po premierze, albo po nagraniu wszyscy się przepraszają. Nie znoszę „ślizgania się". Zawsze w pracy idę na maxa i… jeszcze trochę.

– Czy kiedyś żałował Pan, że zrobił coś zbyt późno?

- Gdyby mi przyszło opisywać, co zrobiłem zbyt późno i czego żałuję, to powstałyby trzy tomy, ale nie mam aż tyle cierpliwości.

Rozmawiała: Dominika Tkocz

PORSCHE Audi Volkswagen ŠKODA

LELLEK
Group

www.lellek.com.pl

Preferujemy sportowy tryb życia...

911 Carrera 4S Cabriolet
Niezwykle precyzyjny układ kierowniczy.
Niebywale komfortowe zawieszenie z systemem PASM.
Oraz 385KM, dzięki którym w 4,5 sekundy osiągniesz 100km/h.

Zapraszamy do salonów Grupy Lellek.

PORSCHE

Porsche Centrum Sopot

Lellek s.j.
Al. Niepodległości 956
81-861 Sopot
Tel.: 58 550 911 0
Fax: 58 550 911 6
Email: porsche.sopot@lellek.com.pl
Pon. - Pt. 08:00 - 18:00
Sobota 08:00 - 14:00

sopot.porsche.pl

Porsche Centrum Katowice

Lellek s.j.
Ul. Kochłowicka 103
40-818 Katowice
Tel.: 32 39 911 00
Fax: 32 39 911 52
Email: porsche.katowice@lellek.com.pl
Pon. - Pt. 08:00 - 18:00
Sobota 08:00 - 14:00

katowice.porsche.pl

SOFITEL
LUXURY HOTELS

Your Contact is:
H5345@sofitel.com, Tel. +48 71 35 88 300

LOCATION

Opened in September 2001 with room upgrades in 2008, the Sofitel Wroclaw Old Town is at the forefront of contemporary luxury hotels in Wroclaw. With its versatile offering of state-of- the-art meeting space, delectable cuisine and comfortable bedding, the Sofitel Wroclaw Old Town is most attractive hotel for both leisure and business travellers.

The hotel is the closest to the main central square (the second largest in Poland) and metres from the Oder River which is the perfect beginning to visiting the 127 bridges in the city.

The Sofitel Wroclaw Old Town is less than twenty minutes driving from the airport and right in the heart of both the central business district and leisure activities available in Wroclaw.

HOTEL DETAILS

205 'MyBed' spacious rooms in contemporary style including 14 Suites & 1 Presidential Suite.

All non-suite rooms have ADSL, multi-national TV channels, tea & coffee facilities, luxury bathroom amenities, shoe-cleaning services, air-conditioning and are between 25m² & 34m².

Luxury rooms have additional BOSE HiFi system, complimentary internet & daily international newspaper as well as complimentary mini-bar service and silent courtyard location.

Suites vary between 1 & 2 bedrooms and 45m² to 160m².

A lively lounge restaurant and lobby bar as well as separate breakfast restaurant.

11 Meeting rooms with a capacity for up to 300 people all with natural daylight and WiFi.

Underground parking for up to 300.

State-of-the-Art Wellness facilities with sauna, hammam, jacuzzi, massage and fitness room.

Located in the heart of the medieval city centre only metres from all of the city's major attractions and architectural gems with easy access to the international airport (12 kms away).

LOKALIZACJA

Otwarty we wrześniu 2001 i dodatkowo unowocześniony w 2008 roku, hotel Sofitel Wroclaw Old Town jest jednym z najbardziej luksusowych hoteli we Wrocławiu. W swej zróżnicowanej ofercie Sofitel Wrocław Old Town oferuje najnowocześniejsze sale konferencyjne, wyśmienitą kuchnię oraz pokoje zapewniające wysoki poziom komfortu, co sprawia, że spełnia potrzeby zarówno osób podróżujących w celach rekreacyjnych, jak i w interesach.

Hotel położony jest przy samym rynku (drugim, co do wielkości w Polsce) i zaledwie parę metrów od Odry, stwarzając tym samym idealną okazję do odwiedzenia pierwszego ze 127 mostów w mieście. Sofitel Wrocław Old Town znajduje się również niecałe dwadzieścia minut od lotniska, a także w samym sercu wrocławskiego centrum biznesowego i rekreacyjnego.

SZCZEGÓŁY

205 przestrzennych pokoi urządzonych w stylu współczesnym i wyposażonych w łóżka typu MyBed obejmuje również 14 apartamentów oraz 1 apartament prezydencki.

We wszystkich pokojach (których powierzchnia ma od 25m² do 34m²) znajduje się asymetryczna cyfrowa linia abonencka (ADSL), kanały telewizyjne w różnych językach, express do kawy, luksusowa łazienka, przybory do czyszczenia butów oraz klimatyzacja.

Pokoje luksusowe są dodatkowo wyposażone w system nagłaśniający BOSE Hi fi, bezpłatny Internet oraz dostarczana jest do nich codzienna gazeta. Znajduje się w nich również bezpłatny barek, a widok z okna wychodzi na spokojną okolicę.

Powierzchnia apartamentu może mieć (w zależności od tego, czy jest to apartament jedno, czy dwupokojowy) od 45m² do 160m².

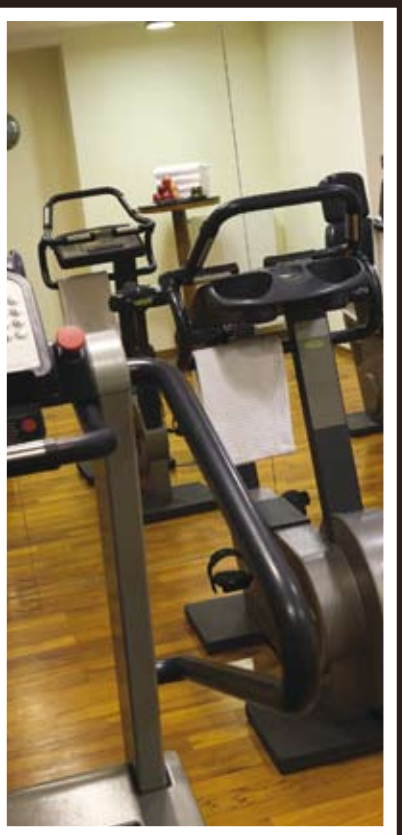
W hotelu znajduje się sala restauracyjna, bar, oraz oddzielny bufet śniadaniowy.

Jest tam również 11 sal konferencyjnych mogących pomieścić 300 osób, wszystkie ze specjalistycznym oświetleniem i sieciami WiFi.

Dla gości hotelu dostępny jest parking podziemny mający 300 miejsc parkingowych.

Wellness hotelowe oferuje takie usługi, jak masaż, kąpiel w jacuzzi, wizytę w saunie, czy w łaźni hamman.

Hotel znajduje się w sercu zabytkowego centrum miasta, w niewielkiej odległości od głównych atrakcji turystycznych i pereł architektury Wrocławia. Bardzo łatwy dostęp do międzynarodowego lotniska, które jest oddalone o zaledwie 12 km.



SOFITEL
LUXURY HOTELS

Kontakt:
H5345@sofitel.com, Tel. +48 71 35 88 300

Profesjonalnie przygotowani i partnersko kierowani

FIRMY REGIONU

Po pierwsze - ciągła praca, budowanie zaufania klientów i umiejętność dostosowania się do potrzeb rynku. Po drugie - szanowanie konkurencji, obserwowanie jej poczynań i stosowanie zasad fair play – to dwie z ważnych zasad, które prezes Elisabeth Lürenbaum wdraża w życie firmy solvadis polska.

Na polskim rynku firma obecna jest od 1993 roku. Dziś jest uważana za jeden z ważniejszych podmiotów gospodarczych, które zajmują się dystrybucją surowców chemicznych oraz środków chemii przemysłowej i specjalistycznej, w tym również chemii bazowej. **Solvadis polska sp. z o.o.** jest częścią międzynarodowej struktury, jaką jest grupa **SOLVADIS HOLDING s.a.r.l.** z siedzibą w Luksemburgu. Grupa ta obsługuje w ramach swoich usług, czyli dystrybucji chemikaliów, wiele europejskich rynków. W naszym kraju miastem, w którym skupia się załoga **solvadis polska** jest Wrocław.

Firma właściwie od początku swojego istnienia zdecydowanie wybrała dwutorową politykę w tworzeniu i zarządzaniu swoją ofertą. Łączy w niej tradycyjne funkcje związane z dystrybucją i handlem, ale równie chętnie i często otwiera się na nowoczesne możliwości zaspokajania potrzeb klientów. Tak więc obok dystrybucji, za pośrednictwem zespołu swoich specjalistów, tworzy drugi tor usług związanych z doradztwem oraz serwisem, a także rozwija globalną sprzedaż produktów Commodity, zatrudniając wysokiej klasy trederów. Każdy członek (tego) zespołu – manager, posiada doświadczenie i wiedzę techniczną oraz utrzymuje stałą współpracę z producentem danego wyrobu. Natomiast tak zwany treder zna się na globalnych produktach i mechanizmach cenowych. Klienci na bieżąco są informowani o nowej ofercie lub też o udoskonaleniach w już istniejącej. Co więcej, potwierdzeniem wysokiej jakości produktów – jako parametru każdej usługi wykonanej przez **solvadis polska**, jest posiadany przez nią certyfikat ISO. Dowodzi on, iż jakość tej marki jest zgodna z normą ISO 90001:2001 w zakresie handlu, dystrybucji i marketingu w obrocie substancjami i preparatami chemicznymi.

Solvadis polska to wyspecjalizowana kadra pracowników w zakresie różnych usług, precyzja ich działania i obsługi klientów oraz polityka inkorporowania do swojej oferty trendów, na które jest zapotrzebowanie. A ujmując to bardziej skondensowanie – specjalizacja, precyzja i innowacyjność. To elementy, których istotę i wartość zna każdy członek załogi firmy. Co więcej, są one kluczem do odczytania znaczenia i roli marki, jaką jest **solvadis polska**. Jej wyznacznikiem są produkty o wysokiej jakości i profesjonalna obsługa. Jej rolą jest zadowalanie nawet najbardziej wymagających klientów.

Marka **solvadis polska** powinna być także utożsamiana z podmiotem, który respektuje zasady fair play, nie tylko na rynku gospodarczym w konfrontacji z konkurencją, ale także w kwestii ekologii. Firma funkcjonuje w oparciu o najwyższe standardy przy jednoczesnym respektowaniu zasad ochrony i potrzeb środowiska. Stosowanie ekologicznych reguł funkcjonowania na rynku czasem jest obarczone nieco większymi kosztami i potrzebą zapoznania się z wytycznymi europejskich norm ekologii. Jednak takie koszty finansowe i czasowe **solvadis polska**, z pełną świadomością, odpowiedzialnością za swoje działania i dojrzałością w prezentowaniu proekologicznego

solvadis

solvadis polska

Elisabeth Lürenbaum - Prezes Zarządu solvadis polska sp. z o.o.

nastawienia, ponosi. Nie tylko swoją działalnością stara się nie zagrażać środowisku, ale też zawsze, gdy pojawia się potrzeba, ustosunkowuje się do tych problemów. Wynika to z wewnętrznego, niesformalizowanego przekonania firmy, że celem proekologicznej orientacji marki, jest nie tylko unikanie degradacji otoczenia, ale także każde możliwe redukowanie jej skutków.

Firma doskonale sprawdza się też na polu dobroczynności. Zwykle już na etapie planowania budżetu na dany rok ustala następującą pozycję budżetową: „pomoc w ramach akcji charytatywnych". **Solvadis polska** często wspiera różne inicjatywy niosące pomoc ludziom, którzy tego potrzebują. Firma włączyła się między innymi w zbiórkę pieniędzy dla ofiar trzęsienia ziemi na Haiti, wzięła też udział w licytacji przedmiotów na rzecz płockich powodzian w trakcie Gali K1 MMA ANGELS OF FIRES.

Solvadis polska jest też dowodem na sprawne zdywersyfikowanie szeroko pojętej działalności firmy. Rozgałęzienie proponowanych usług lub też poszerzanie swojego pola oddziaływania – zarówno w kontekście dystrybucji, jak i reklamy oraz promocji, przybiera formę aktywności w nietypowych dziedzinach sportu. Taekwon-do czy żużel to dziś dla większości pracowników firmy i samej prezes, po prostu nieodzowny element marki **solvadis polska**. Od wielu lat wspiera ona finansowo mistrzynię świata w taekwon-do Joannę Paprocką. W Mistrzostwach Europy w TAEKWON–DO ITF we Wrocławiu w 2008 roku, **solvadis polska** pełnił rolę sponsora. Na drugim biegunie „sportowej aktywności" firmy jest wspomniany już żużel. Na bieżąco stara się sponsorować drużynę żużlową – Spartę Wrocław, występującą w Ekstralidze. I warto dodać, że jednocześnie dopinguje zawodników, bo przecież **solvadis polska** to także załoga, w której pracuje wielu, zagorzałych kibiców tej dyscypliny sportu. Jak się okazuje, dobra koniunktura firmy na rynku chemicznym doskonale przekłada się na efektywną współpracę tej marki ze światem sportu. W tym roku Elisabeth Lürenbaum postanowiła także zarazić sportem swoich klientów i w ramach organizowanego co roku seminarium, zaprosić ich na wrześniową walkę Tomasza Adamka.

- Na początek zapytam o... „Paprotkę". Prezes tak dużej i poważnej firmy, w tak bezpośredni sposób i z dużą sympatią mówi o relacjach, które łączą solvadis polska z mistrzynią świata w taekwon-do Joanną Paprocką.

- Joannę Paprocką, która jest naszą firmową „Paprotką" – bo tak ochrzciliśmy ją w **solvadis polska** - poznałam podczas mistrzostw polski. Wtedy jeszcze wspieraliśmy innego zawodnika. Właściwie od samego początku byłam pod wrażeniem jej zapału, techniki i sportowego zaangażowania. Już po pierwszej rozmowie wyczułam, że jest to wyjątkowa osoba, pełna pasji i chęci do wyznaczania, a potem osiągania sportowych sukcesów. Przyznam szczerze, że dopiero później dowiedziałam się o jej dotychczasowych osiągnięciach i o tym, że jest mistrzynią Europy i świata w teakwon-do. Tym, co wyznaczyło ramy tych relacji, była nasza chęć pomocy tak utalentowanej zawodniczce. W naszym kraju sportowcy nie posiadają wystarczających środków, zapewniających udział w międzynarodowych zawodach.

- Relacje Joanna Paprocka – solvadis polska i równocześnie Joanna Paprocka – prezes solvadis polska pewnie już dawno są dalekie od formalizmu w kontaktach.

- Rzeczywiście te relacje przybierają bardzo nieformalny kształt i może to będzie zaskakujące, ale właściwie od samego początku taką formę miały. Joasia jest zarówno atrakcyjną kobietą, jak i wspaniałym sportowcem. Jednak szczególnie fakt, że jest kobietą, która stawia sobie cele i próbuje je osiągać jest tym, co mnie z nią w jakiś sposób łączy. Niejednokrotnie zauważyłam, że w branży, w której pracuje, kobietom jest trochę ciężej zdobywać wyznaczone cele. Dlatego

„ Zasady fair-play obowiązują i w sporcie i w biznesie..” Gala ANGELS OF FIRE. Płock 2010. Foto: Bartosz „Bartosław” Tomaszewski

też uważam, że niezależnie, od dziedziny czy branży, w której funkcjonujemy, powinnyśmy się wspierać i dopingować.

- Jak w tym wypadku wygląda to dopingowanie?

- Nie chodzi tylko o wsparcie finansowe, ale w dużej mierze także o pewne dopingowanie duchowe... Staram się brać udział w zawodach Joasi i podtrzymywać ją na duchu w najważniejszych momentach. Zresztą tak naprawdę to jest to wsparcie obustronne. O ile tylko terminarz zawodów w tym nie przeszkadza, Paprotka angażuje się też w eventy firmowe. W ich trakcie organizuje pokazy taekwon-do i rozpowszechnia ten sport. Mówiąc o jego rozpowszechnianiu, mam także na myśli fakt, że Joasia zdołała zarazić swoją pasją nawet kilka osób z załogi.

- Marka solvadis polska z pasją angażuje się w promocję i wspieranie sportu i sportowców, a czy ta pasja przekłada się też na aktywność sportową załogi?

- Mogę chyba powiedzieć, że ze sportem staramy się współpracować nie tylko w bardziej oficjalny i ogólny sposób, ale także prywatnie, indywidualnie. Oficjalnie pojawiliśmy się na Mistrzostwach Europy w Taekwon–do w 2008 roku w charakterze sponsora. Sympatia do Joasi, rosnące zainteresowanie sportem w firmie i chęć pewnej formy promocji marki na szerszą skalę, przyczyniły się do tej decyzji. Mistrzostwa były też świetną okazją do promocji Wrocławia, miasta, w którym mamy siedzibę, a które zachwyca swoim urokiem i klimatem. Natomiast jeśli chodzi o prywatne zaangażowanie, to muszę przyznać, że lubimy aktywność fizyczną. W załodze **solvadis polska** jest wiele osób, które bardzo aktywnie spędzają wolny czas. Zresztą sama próbuję mobilizować do tego moich pracowników. Doskonałym bodźcem do zdopingowania ich do tego są wszelkie spotkania integracyjne – zawsze organizujemy je w oparciu o różne zabawy i rozgrywki sportowe.

- Od 2000 roku nie tylko sportowo, ale także zawodowo i organizacyjnie mobilizuje Pani załogę solvadis polska. Z perspektywy wieloletniego doświadczenia w zarządzaniu tak rozbudowaną strukturą, jaką jest firma, największy problem pojawia się w....

- Największym problem jest czynnik ludzki. Ciągłe podróże służbowe oraz bardzo napięty harmonogram spotkań uniemożliwia pełną i systematyczną kontrolę nad całym zespołem. Stąd też czasem dochodzi do nieporozumień i braku efektywnych działań. Jednak tym, co może w jakiś sposób zneutralizować negatywne skutki tych zjawisk jest wzajemne zaufanie. Ufam swojej załodze, bo niejednokrot-

nie przekonałam się, że potrafi ze sobą świetnie współpracować i osiągać coraz większe sukcesy.

- Czy umiejętność budowania zaufania do pracowników, która jest podstawą sukcesu załogi, zdobywała Pani w swoich wcześniejszych zawodowych doświadczeniach?

- Generalnie od wielu lat jestem związana z branżą chemiczną. Pracowałam w Niemczech jako product manager, następnie jako koordynator specjalistycznych produktów na wschód Europy z centrali w Duisburgu. Bez wątpienia wiedza, którą zdobyłam jeszcze na studiach w Münster, która dotyczyła rachunkowości, finansowania i controllingu, świetnie przydaje się w zarządzaniu firmą. Praca na różnych stanowiskach pozwoliła mi poznać branżę „od podszewki" i mechanizmy, kierujące rynkiem. W tym również mieści się wspomniana umiejętność ufania załodze. Tworząc przez wiele lat różne typy stosunków w pracy, mam chyba pewnego rodzaju wyczucie w odpowiednim ich układaniu. Relacje na poszczególnych szczeblach firmy są równie ważne, jak sukcesy w samym zarządzaniu dystrybucją. Zarówno wiedzą specjalistyczną, jak i tą bardziej pragmatyczną, zdobytą tylko w ramach praktyki, chętnie dzielę się z moją załogą. W kontekście doświadczenia zawodowego dużym atutem są również języki obce.

- Prezes firmy, to osoba, która przede wszystkim musi być...

- Tych elementów, które zapewniają odpowiednie wypełnianie swojej roli, zarówno jako prezesa, jak i też innych funkcji w firmie, jest wiele. Natomiast z perspektywy mojej roli chyba warto wymienić te najważniejsze. Prezes powinien być cierpliwy, wyrozumiały, elastyczny i komunikatywny. To także osoba bardzo dobrze zorganizowana, odporna na stres i potrafiąca skutecznie zarządzać ludźmi.

- Odporność na stres jest chyba priorytetowa, bo odpowiedzialność każdego pracownika firmy jest też częścią składową Pani odpowiedzialności.

- Jak w każdej firmie są gorsze i lepsze momenty. Czasem zawodzi czynnik ludzki, czasem są to niesprzyjające okoliczności. Zdarzają się przypadki, że pomimo napiętej sytuacji, nie można pochopnie podejmować decyzji, a zwyczajnie „przespać się" z pewnym problemem. Potem na spokojnie ocenić sytuację, wziąć pod uwagę wszystkie rozwiązania i w końcu podjąć decyzję. W kontekście odporności i odpowiedzialności ważne jest zrównoważone i racjonalne podchodzenie do tych kwestii. Nie można popadać w skrajności, nie można być uodpornionym na stres w stu procentach czy odpowiedzialnym za każdy ruch pracownika... Regulatorem wszystkich procesów, które toczą się w firmie jest dobra atmosfera i wzajemne zaufanie. Warto pamiętać, że w pracy spędza się większość swojego czasu. W związku z tym, jeśli brakuje odpowiedniego klimatu i nastawienia do pracy, nie można liczyć na sukcesywne osiąganie celów.

- Ten klimat i nastawienie do pracy stanowi też wyrozumiałość dla sporadycznych błędów pracowników i mądre przekuwanie ich w efektywne działanie...

- Każdy z nas może się pomylić w danej sprawie czy sytuacji. Jesteśmy tylko ludźmi. Podstawą jest szczerość i zaangażowanie, które niejednokrotnie potrafi zażegnać kryzysową sytuację. Poza tym jeśli te wartości dostrzega się wśród członków załogi, znacznie łatwiej tolerować ich chwilowe potknięcia. Natomiast jeżeli brakuje mi takiej postawy u pracownika, to uważam, że wspólna decyzja o rozstaniu może przynieść tylko obopólne korzyści.

- Co najlepiej hartuje człowieka do stawiania czoła trudnym, wymagającym i skomplikowanym sytuacjom?

- Człowieka wzmacnia między innymi rozwijanie własnej osobowości, panowanie nad emocjami czy unikanie działań pod wpływem chwili. W stresujących sytuacjach staram się

„Jako solvadis polska staramy się zaspokoić potrzeby naszych klientów na najwyższym poziomie..." Podczas corocznego Seminarium solvadis polska. Wrocław 2010.

nie panikować i zachować zdrowy rozsądek. Jeżeli mam podjąć ważną decyzję, zasięgam opinii mojej załogi – wszelkich argumentów „za" i „przeciw". Niejednokrotnie dzięki takiej „burzy mózgów" zmienia mi się obraz sytuacji i dostrzegam zupełnie inne rozwiązania.

- Pani po konsultacji z załogą dostrzega zupełnie inne rozwiązania, a rynek – konkurencja, od dawna, dostrzega w marce solvadis polska wiodącego dystrybutora. Utrzymywanie się w czołówce stwarza pewnie dużą presję...

- Funkcjonowanie na rynku i zaliczanie się równocześnie do czołówki podmiotów gospodarczych, o określonej specjalizacji, jest rzeczywiście obarczone dużą presją. Co więcej, liczna konkurencja w branży, w której firma prosperuje dodatkowo staje się stresogennym czynnikiem. Z drugiej jednak strony, ta stresogenna konkurencja dopinguje i mobilizuje nasze działania i jednocześnie popycha do coraz lepszych decyzji. Z kolei, to co mnie najbardziej wyprowadza z równowagi zawodowej, to brak rzetelności, niesłowność i nielojalność.

- Co gwarantuje dostanie się do czołówki najlepiej prosperujących firm w danej dziedzinie na rynku?

- Po pierwsze - ciągła praca, budowanie zaufania klientów i umiejętność dostosowania się do potrzeb rynku. Po drugie - szanowanie konkurencji, obserwowanie jej poczynań i stosowanie zasad fair play. Jeśli takie reguły są respektowane przez całą firmę, a dalej są przenoszone na każdą usługę, to stopniowo można stawać się czołowym partnerem na rynku.

- Usługi firmy solvadis polska to dystrybucja szeroko rozumianych produktów chemicznych – Pani firma definiuje je jako produkty „wysokiej jakości". Co to oznacza?

- W naszej ofercie znajdują się produkty o wysokich parametrach i najlepszych właściwościach. Nie tolerujemy sprzedaży towarów, które nie odpowiadają specyfikacji. Zdarza się, że niektóre firmy konkurencyjne sprzedają rozcieńczone produkty jako wysokoprocentowe. W naszym przekonaniu, polityce i działaniu jest to wykluczone. Ponadto „wysoką jakość" określamy też jako dbałość o terminowość, rzetelność i ciągłość usług.

Mistrzyni Świata i Europy w Taekwon-DO ITF Joanna „Paprotka" Paprocka oraz Elisabeth Lürenbaum z narzeczonym Sewerynem Pędzierskim. WROCŁAW 2008.

- Branża surowców chemicznych i środków chemicznych charakteryzuje się określonymi trendami lub tendencjami? Jak ten problem wygląda w Polsce?

- Jak najbardziej można mówić o pewnych trendach na rynku chemicznym. Mówiąc o rynkach międzynarodowych, bardzo popularny jest ostatnio trend ekologiczny. Także w Polsce jest coraz częściej dostrzegany. Nasza marka w pełni go popiera. Zawsze, gdy istnieje możliwość zastąpienia produktu jego łagodniejszą wersją - mniej szkodliwą dla środowiska - jak np. enzymy zamiast chemii - staramy się takie rozwiązania proponować klientowi. Trend ten często jest krótkotrwały w wielu firmach, z racji kosztów wprowadzania ekologicznych reguł. Natomiast **solvadis polska** próbuje w możliwie szerokim zakresie różnych produktów, systematycznie wprowadzać takie rozwiązania.

- Wspomniała Pani o rynkach międzynarodowych. Czy polski rynek – standardy na nim obecne - doganiają te zagraniczne?

- Popyt na takie produkty, jak surowce czy środki chemiczne odpowiada standardom zagranicznym. Znacznie gorzej jest jednak z produkcją takich surowców. Z różnych względów – między innymi finansowych lub też technologicznych, nie

inwestowano akurat w tę dziedzinę chemii i nadal się tego właściwie w dużym stopniu się nie robi.

- Firma z chętnie inwestuje w odpowiednio zorganizowaną i rozlokowaną strukturę. Solvadis polska prowadzi biura regionalne...

- Nie są to typowe biura regionalne, tylko tzw. home Office. Struktura firmy opiera się na podziale na produkty i specjalności. Technolodzy muszą szybko i łatwo dotrzeć do danego klienta. Nie prowadzą oni typowej pracy biurowej. Taka struktura funkcjonuje u nas od wielu lat i działa bardzo sprawnie. Jej fundamentem jest duże zaufanie. Poza tym wymaga też odpowiedzialności i dobrej organizacji pracy. Różnice w zakresie sukcesów finansowych i wysokości sprzedaży w poszczególnych biurach regionalnych, wynikają bardziej z popytu na dane produkty, aniżeli z lepszego lub gorszego zarządzania nimi. W kierowaniu firmą w postaci określonej liczby oddziałów ważna jest praca naszych technologów. Stale podnoszą swoje umiejętności i zdobywają wiedzę w swojej dziedzinie, bo to na nich spoczywa obowiązek kontroli i dbałości o jakość produktu, której domaga się nasz klient.

- W Pani wypowiedziach często pojawia się słowo „klient". Tylko jak go zadowolić w obliczu tak dużej konkurencji?

- Chcąc na stałe przekonać go do swojej marki, należy ciągle podnosić jakość usług i towarów. Dodatkowym atutem jest wychodzenie poza zakres standardowych zobowiązań i powinności wobec klienta. Dobrym rozwiązaniem jest też oferowanie pomocy w niespodziewanych i trudnych sytuacjach, czyli kompleksowa opieka.

- Marketingowe motto brzmi: klient jest najważniejszy. Solvadis polska stawia mocny akcent na marketing.

- Marketing to szerokie spektrum działania i wpływa na podwyższenie jakości obsługi, zadowolenia klienta, a przez to bezpośrednio na sprzedaż produktów. My, jako **solvadis polska** team, staramy się zaspokoić potrzeby naszych klientów na najwyższym poziomie. Dlatego też szukamy ciekawych rozwiązań i jesteśmy otwarci na wszelkie nowe pomysły. Jesteśmy elastyczni, dyspozycyjni i trzymamy się zasady: „nie ma rzeczy niemożliwych".

- Dla prezes firmy solvadis polska chyba rzeczywiście „nie ma rzeczy niemożliwych", bo między zarządzaniem nią, podwyższaniem jakości usług, dbałością o środowisko i sponsorowaniem sportowców, znajduje także czas na dobroczynność, wspieranie akcji charytatywnych.

- Pomoc ludziom w potrzebie wynika z dobroci serca. Są pewne dramaty ludzkie, które nawet obejrzane w telewizji lub usłyszane w radio potrafią bardzo wstrząsnąć. Odczuwa się współczucie i chęć zrobienia czegoś. Jestem osobą wrażliwą na krzywdę ludzką i chętnie staram się udzielać wsparcia poszkodowanym, nie tylko z perspektywy osoby zarządzającej firmą, ale także prywatnie. Tak jak miało to miejsce w czasie aukcji w Płocku, gdzie oddałam swoje osobiste, wartościowe rzeczy.

- Patrząc na długą listę przedsięwzięć, w które firma dodatkowo się angażuje, należy przypuszczać, że w planach są już pewnie kolejne inicjatywy...

- Jestem osobą, która lubi i chce pomagać. Pomoc ta może przybrać postać wsparcia w osiąganiu sukcesów innym ludziom czy też trudnej sytuacji życiowej. W każdej formie daje mi dużo wewnętrznej satysfakcji. A jeśli chodzi o kolejne inicjatywy, to... mam na oku pana, który bardzo chciałby założyć szkółkę piłkarską w Rzeplinie. Firma prowadzi też rozmowy na temat sponsoringu jednej z drużyn piłkarek ręcznych z ekstraklasy...

- Za niedługo kolejne przedsięwzięcie sportowe, a na ten tydzień... Jak wygląda Pani grafik?

- W poniedziałek krajowy wyjazd służbowy, we wtorek jestem w biurze i pracuję z załogą nad aktualnymi projektami, w środę - lot za granicę – udział w branżowej konferencji oraz kolejne zaplanowane spotkania. Jeszcze nie wiadomo czy weekend będzie wolny…

- Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Dominika Tkocz

solvadis
solvadis polska
50-020 Wrocław, ul. Piłsudskiego 74
tel. +48 71-799-55-00, tel./fax +48 71 799-55-55
www. solvadis.pl

- Dziś współczesny, europejski odbiorca sztuki jest wymagający. Dlatego tak długo i precyzyjnie przygotowuję się do każdej wystawy. Cenię swoich odbiorców i nie chcę oszukiwać ich półśrodkami malarstwa. Przed każdą prezentacją moich obrazów pojawia się stres, bo pragnę, by każdy odnalazł w nich pewną, indywidualną wartość dla samego siebie – tłumaczy Andrzej Styrna, artysta, malarz, człowiek od dawna pochłonięty pasją tworzenia w nurcie surrealistycznym.

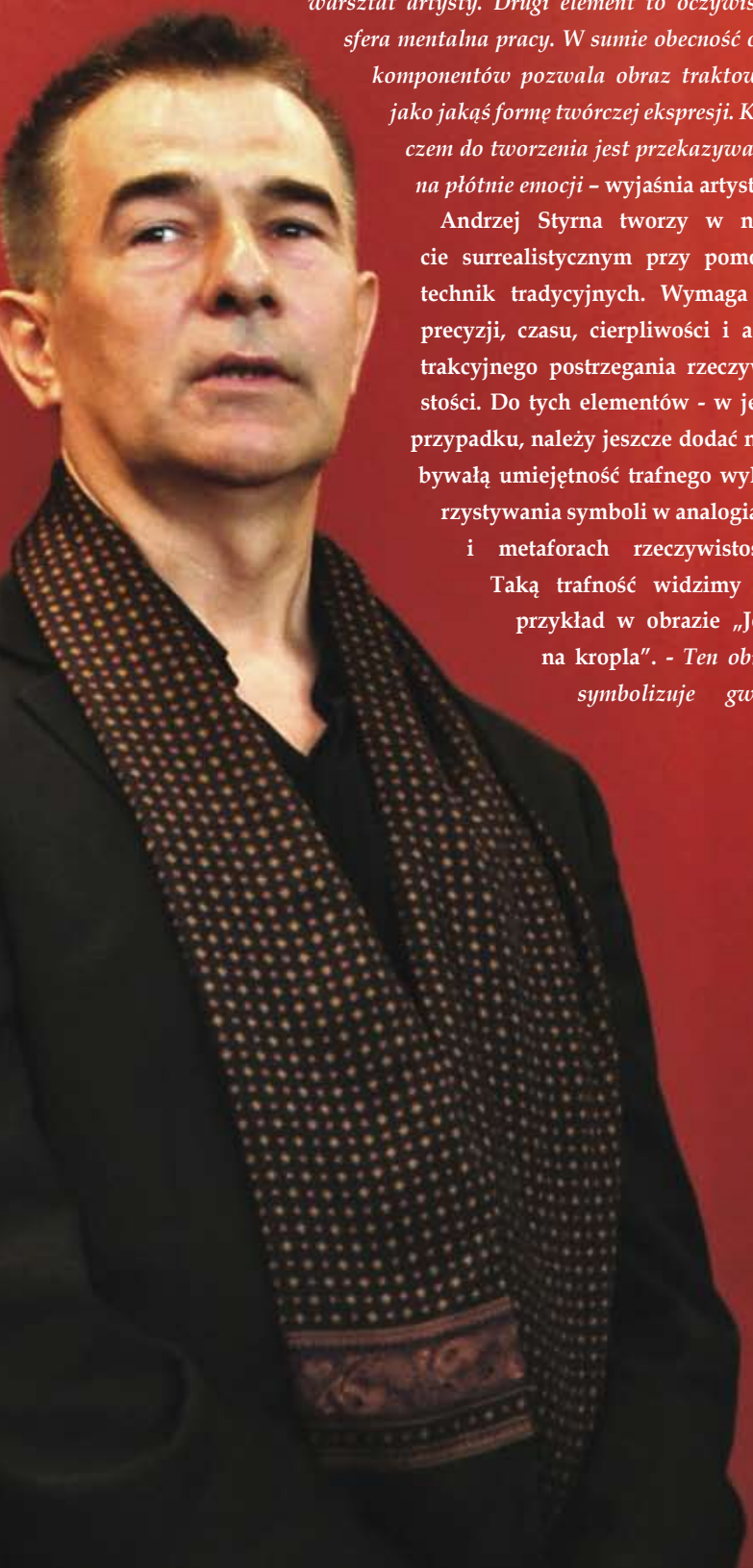
Urodził się w Bytomiu, ale od kilkunastu lat mieszka w Radzionkowie. Jego obrazy można było oglądać już w wielu miastach Polski. W tym roku dwukrotnie Andrzej Styrna zaprezentował się w Warszawie, potem w Olsztynie, a także w Wiedniu. Wśród miast, w których można było zobaczyć prace artysty znalazł się również Radzionków. Władze tej miejscowości poprosiły go o zaprezentowanie swojej twórczości w Centrum Kultury „Karolinka". Była to pierwsza wystawa Andrzeja Styrny w jego własnym mieście. Jak sam przyznaje, pokazywanie swojego dorobku artystycznego w miejscu, w którym się funkcjonuje na co dzień jest pewnym wyzwaniem. Oczywiście zawsze pojawia się pytanie o reakcję odbiorców. Jednak w przypadku tych, których się zna i spotyka codziennie, ta niepewność jest jeszcze większa. Jak się okazało obawy te były bezpodstawne. Na wernisażu sala była przepełniona, a po oficjalnym otwarciu wystawy, autor został otoczony dużą grupą zainteresowanych osób.

Na wystawę złożyły się obrazy, które powstały niedawno, jak i te, które można było podziwiać już na poprzednich

Każdy obraz to historia

SZTUKA

ekspozycjach. W doborze prezentowanych prac Andrzej Styrna korzystał ze swojego uniwersalnego, a jednocześnie osobistego klucza. Uniwersalny dlatego, że artysta wykorzystuje go przy tworzeniu każdego obrazu i przygotowywaniu każdej wystawy. Natomiast osobisty, bo został zdefiniowany przez twórcę na początku jego drogi artystycznej, a brzmi następująco: „każdy obraz powinien być historią, która w percepcji odbiorców choć w jednym swoim elemencie stanowi z nimi nić porozumienia..." - *Moje obrazy zawsze o czymś mówią, coś prezentują. Częścią tej sztuki jest dopracowany warsztat artysty. Drugi element to oczywiście sfera mentalna pracy. W sumie obecność obu komponentów pozwala obraz traktować jako jakąś formę twórczej ekspresji. Kluczem do tworzenia jest przekazywanie na płótnie emocji* – wyjaśnia artysta.



Andrzej Styrna tworzy w nurcie surrealistycznym przy pomocy technik tradycyjnych. Wymaga to precyzji, czasu, cierpliwości i abstrakcyjnego postrzegania rzeczywistości. Do tych elementów - w jego przypadku, należy jeszcze dodać niebywałą umiejętność trafnego wykorzystywania symboli w analogiach i metaforach rzeczywistości. Taką trafność widzimy na przykład w obrazie „Jedna kropla". - *Ten obraz symbolizuje gwałtowną zmianę, która następuje w życiu. Czasem jest to ważne spotkanie, telefon, nagła sytuacja, narodziny czy śmierć. Każdy człowiek kiedyś doświadcza takiego momentu. Tytułowa „kropla" to symbol decyzji podjętej pod wpływem nieoczekiwanego zdarzenia, która zmienia coś w życiu* – mówi o obrazie Andrzej Styrna. Okazuje się, że awangardowość tego kierunku sztuki może być tak naprawdę bardzo bliska rzeczywistości, której doświadcza każdy odbiorca. Wystarczy tylko - jak chce autor prac - spróbować znaleźć w niej coś indywidualnego i istotnego tylko dla siebie samego...

Dominika Tkocz

Monika GAWROŃSKA

KULTURA

W muzyce skłonna do ryzyka

„Nic co warte posiadania, nie da się zdobyć bez ryzyka" – te słowa kiedyś padły z ust irlandzkiego myśliciela, Georga Bernarda Shaw'a. Był indywidualnością twórczą, outsiderem i zdystansowanym obserwatorem rzeczywistości. Na polskiej scenie muzycznej też można znaleźć artystów, którzy chcą być indywidualnościami w swojej twórczości. Jednak zwykle niewielu ich zna, bo często funkcjonują na marginesie show-biznesu i trudniej im się przebić wśród komercyjnej konkurencji. Na pierwszym miejscu stawiają twórczość zgodną z ich przekonaniem i wrażliwością. Nie chcą zaistnieć na kilka sekund, jednym utworem, eksponując tylko swój wizerunek, a potem zniknąć i nigdy nie pojawić się w świadomości odbiorców. Są wymagający względem samych siebie – pragną zaistnieć przez wyrazistość muzyczną i sceniczną, unikatowość i przede wszystkim w symbiozie z wewnętrznym głosem twórczym. Dlatego też ci artyści często ryzykują swoje „być albo nie być" na rynku muzyki.

Monika Gawrońska ryzyko podejmuje od dawna, bo od dawna tworzy muzykę, którą czuje i którą chce tworzyć. Dziś ma pełną świadomość tego, co znaczy być artystą niezależnym. Dziś też wie, ile pracy, cierpliwości, odwagi i samozaparcia wymaga taka osobowość muzyczna skłonna do ryzyka.

O tym, jak budować tożsamość muzyczną w oparciu o indywidualne emocje, pomysły i przekonania, a przy tym zaistnieć dla publiczności tylko i wyłącznie ze względu na swoją muzykę, subtelnym, lekko przyciszonym głosem, ale z pasją w oczach, opowiada Monika Gawrońska...

- „W klatce" – czego tkwisz? Mam na myśli utwór „In a cage"...

- Zaczęłabym od tego, że pisząc jakiś tekst mam własną jego wizję i tak też było w przypadku utworu „In a cage". Odwołuję się w nim do uniwersalnych spostrzeżeń dzisiejszej rzeczywistości. Żyjemy w świecie teoretycznie wolnym, a praktycznie zniewolonym. Świat nie jest w pełni wolny i każdy z nas żyje w jego klatce. Ten brak wolności, to pewne sytuacje, rzeczy, których nie da się zmienić, pokonać czy ominąć.

- Uważasz, że każdy z nas tkwi w takiej klatce?

- Ten brak wolności dotyczy każdego człowieka, bez wyjątku. Poza uniwersalnym znaczeniem tytułu singla, ma on także wymiar bardziej spersonifikowany. Klatka, to także wnętrze, nasza psychika. Ludzie przechodzą różne etapy w życiu, w trakcie których ich stan ducha czasem może być dla nich więzieniem. Myśli, refleksje, emocje, które pojawiają się w trudnych momentach stają się klatką, z której często trudno się nam uwolnić.

- Mówisz o wartości jaką jest wolność, a jakie jeszcze wartości dla Ciebie, jako artystki, są ważne?

- Bardzo cenię sobie czyjąś konstruktywną krytykę, która mnie zresztą motywuje :). Doceniam, gdy ktoś potrafi „trzeźwo" spojrzeć na daną sytuację i ocenić ją, taką jaką jest naprawdę. Dużą wartością jest dla mnie również niewymuszona, bezinteresowna, ludzka życzliwość. Niesamowicie miłe są chwile, gdy ktoś, zupełnie obcy, pisze bądź mówi, że trzyma za ciebie kciuki, kibicuje czy też nie może doczekać się twojej płyty. Nazywam to taką niewidzialną siłą napędową. Dzięki takim gestom czuję, że chcę tworzyć muzykę i bardzo je doceniam.

- Swoją osobowość i wrażliwość przekładasz na twórczość w stosunku 1:1?

- Można to tak określić. Po prostu staram się swoje wnętrze lokować w swoich utworach. Zresztą inna forma twórczości dla mnie nie istnieje.. W pełni utożsamiam się z tym, co robię w sferze muzycznej.

- Czy tworząc tekst piosenki, w pewien sposób celebrujesz tę chwilę, czy po prostu siadasz i piszesz?

- Tworzenie tekstów w moim przypadku zawsze rozpoczyna się od usłyszenia melodii. Muszę najpierw usłyszeć jakiś jej fragment, bo to on jest moją inspiracją. Słysząc

Śpiewa od najmłodszych lat, choć nigdy nie uczęszczała do szkoły muzycznej. Wobec możliwości osiągnięcia szybkiego sukcesu zawodowego – stania się z nieznanej wokalistki „masową" piosenkarką - zawsze ryzykowała i z tej szansy rezygnowała. Jej muzyczną twórczość można zaliczyć do dziedziny, która łączy w sobie głównie nurt muzyki pop, elektronicznej oraz mieszankę innych stylów. Wokalistka czasem nazywa się „Monyą", czasem po prostu Moniką Gawrońską. Jak sama twierdzi, jej pseudonim artystyczny może się jeszcze zmienić, ale nie chce, by kiedykolwiek to on stał się jej jedyną wizytówką artystyczną. Wśród jej utworów można wymienić takie, jak „In a cage" czy „Ayo". Ostatnia z wymienionych piosenek, to jej najnowszy singiel, a tytułowe „Ayo", w języku Yoruba (Afryka Zachodnia) oznacza radość. Kiedy Monika Gawrońska nie śpiewa, to zajmuje się tańcem. Obecnie jest instruktorką tańca Lady Styling w szkole tanecznej.

określoną melodię, buduję w głowie zarys tematu utworu. Dany dźwięk łączę z konkretnym uczuciem czy refleksją i dzieje się to w sposób naturalny. Oczywiście to dopiero początek drogi, bo potem musi nastąpić przełożenie tego pomysłu na poszczególne wersy i zwrotki.

- Dobry tekst można napisać w... W jakim przedziale czasowym?

- Dobry tekst to tekst, który można pisać w samotności i mając czas na refleksję nad nim. Czasem napiszę coś, ale wiem, że potrzebuję przynajmniej kilku dni, by dojrzeć do obiektywnej jego oceny. Nie jestem zawodową tekściarką, dlatego też pracy w tym zakresie nie traktuję mechanicznie, a raczej czekam na naturalną potrzebę napisania czegoś.

- W końcu pojawia się potrzeba, czyli inwencja twórcza, która pozwala na napisanie całego utworu, a czas obiektywnie to zweryfikuje, wtedy…

- Po napisaniu tekstu i ewentualnych jego poprawkach, układam linię muzyczną. Potem następuje etap aranżacji piosenki i produkcji...

- Kończysz tekst, linię muzyczną i oddajesz całość w dobre, zaufane ręce... W kwestiach aranżacji czy produkcji też zabierasz głos?

- Zawsze uczestniczę w tych pracach, bo to tak naprawdę dalszy proces tworzenia utworu. Zgłaszam swoje uwagi, często wspólnie z moimi współpracownikami - muzykami nad nimi dyskutujemy i w końcu wybieramy najlepszą wersję.

- Spośród różnych stylów muzycznych sięgasz po nurt muzyki pop i elektronicznej. Dlaczego?

- Generalnie w dzisiejszej muzyce rozrywkowej trudno odwołać się tylko do jednego jej typu. Jest to taka sfera muzyczna, która daje duże możliwości łączenia różnych odmian. Chciałam wykorzystać w swoich utworach nie tylko żywe instrumenty, ale także motywy dźwięków elektronicznych. W elektronice jest możliwe wykreowanie za pomocą odpowiednich programów muzycznych niesamowitych dźwięków. Te w zestawieniu, z tymi wydobywającymi się z normalnych instrumentów dają bardzo ciekawe brzmienie.

- Ale nie zawsze muzyka rozrywkowa jest wysoko ceniona...

- W każdej dziedzinie życia można robić coś wartościowego lub też nie. Wszystko zależy od chęci i podejścia. Tak również jest z muzyką - niezależnie od jej gatunku. Ważne jest, aby to co robisz lub tworzysz było zgodne z tobą. Dziś sztuką jest wykonanie muzyki rozrywkowej na wysokim poziomie, która jednocześnie trafi do milionów odbiorców. Natomiast łatwo uzyskać efekt w postaci muzyki rozrywkowej - masowej i tworzonej „pod publikę". Jeśli ktoś krytykuje tego rodzaju twórczość muzyczną, to pewnie ma właśnie tę na myśli.

Przemysł muzyczny to wielki i opłacalny biznes. Często produkuje się „coś" i promuje się „kogoś" tylko i wyłącznie dla zysku. Jest to też pewnego rodzaju manipulacja masowa - poprzez wielką, nachalną promocję wmawia się ludziom czego powinni słuchać. Mimo, że nie wszyscy są na to podatni, to duża część odbiorców temu ulega... Poza tym sama nazwa „muzyka rozrywkowa", sugeruje, że ma ona służyć rozrywce. Wszystko zależy od osoby, która ją tworzy i jaki ma w tym cel. Na „bycie cenionym" można zasłużyć tylko poprzez ciężką pracę. Osobiście sądzę, że lepiej być szanowanym niż lubianym.

- A z kim chciałabyś, by odbiorcy Cię utożsamiali?

- Bardzo chcę, aby utożsamiali mnie z Moniką Gawrońską :). Tworzę i będę tworzyć muzykę, którą czuje, a jeśli trafi ona do szerokiej rzeszy publiczności, będzie mi niezmiernie miło.

- Przeszłaś długą drogę w muzyce – pierwsze utwory wykonałaś w studio mając piętnaście lat...

- Przeszłam długą drogę, bo nigdy nie chciałam robić tego, co ktoś mi narzucał. Być może, gdybym pewnego razu się ugięła, dziś byłabym popularna na tzw.- pięć minut. Mam świadomość, że wiele razy mogłam po prostu w bardzo krótkim czasie nagrać parę łatwych, chwytliwych piosenek i nagle moja kariera nabrałaby tempa...

- A jak to było z tą piętnastoletnią śpiewającą Moniką?

- Już wtedy czułam, że chcę śpiewać. Problemem było tylko to, czy wystarczająco dobrze umiem to robić i w jaki sposób mogę to robić... Wtedy wiedziałam, że mam dwa wyjścia – muzyka lub taniec. Alternatywnie zakładałam, że jeśli nie potrafię śpiewać, to zacznę tańczyć. Postanowiłam pójść do pierwszego lepszego radia w moim mieście. Drzwi rozgłośni otworzył mi jakiś pan, któremu oświadczyłam, że chciałabym wykonywać taką muzykę, jaką mam na płycie, którą trzymałam w ręce(uśmiech)...

- To była płyta...

- Miałam wtedy przy sobie płytę zespołu Jackson Five. Po chwili ten pan wręczył mi numer telefonu do osoby, która zajmowała się podkładami i tak właśnie wyglądał początek mojej muzycznej drogi… Potem

www.burgundia.com.pl

winiarnia Burgundia

www.burgundia.com.pl

winiarnia Burgundia

Winiarnia i sklep

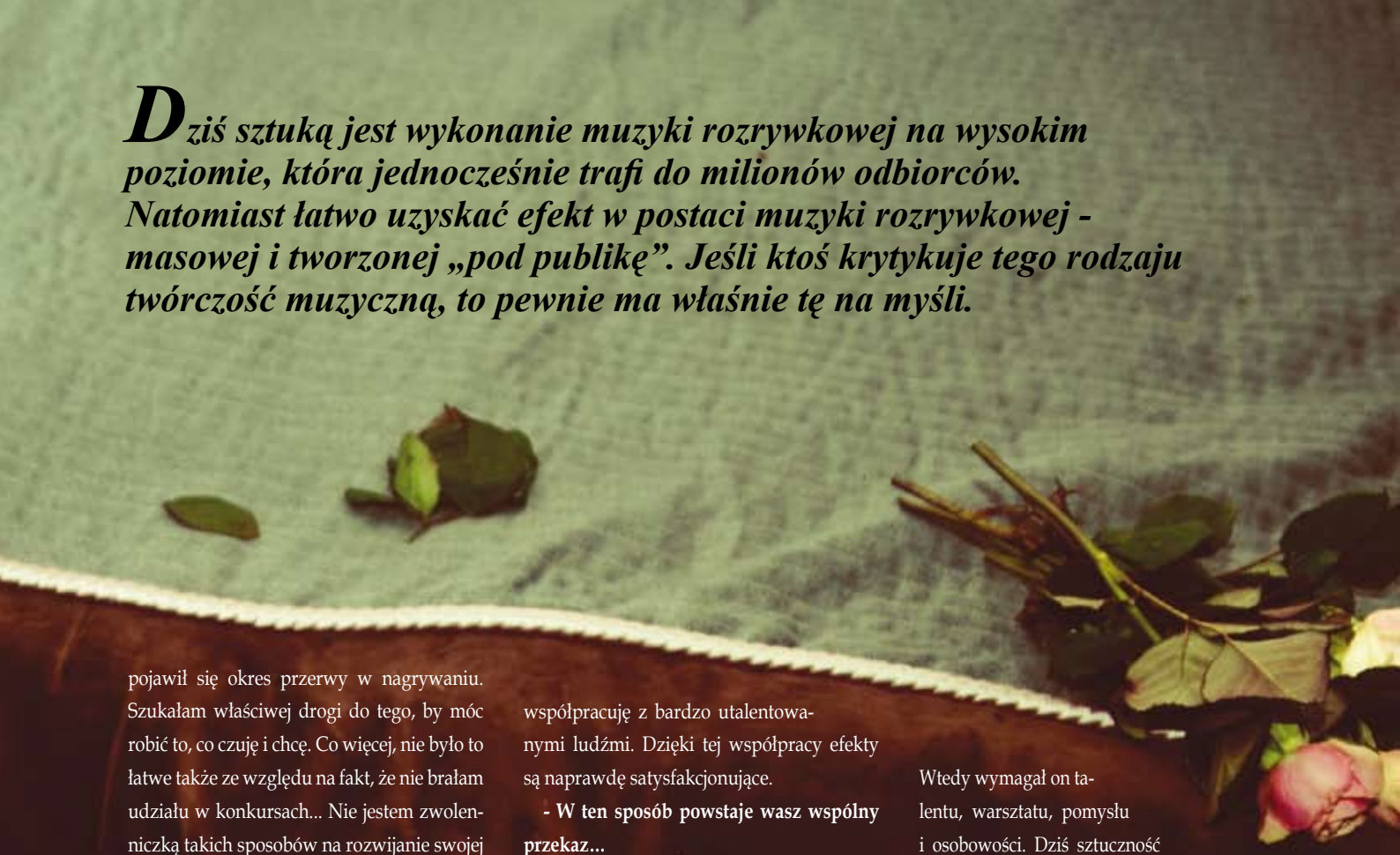
Centrum Handlowe Altus
ul. Uniwersytecka 13
40-097 Katowice
tel: 32 603 01 37

Winiarnia i sklep

ul. 3-go Maja 23
40-097 Katowice
tel: 32 253 75 19
winiarnia@burgundia.com.pl

www.burgundia.com.pl

Dziś sztuką jest wykonanie muzyki rozrywkowej na wysokim poziomie, która jednocześnie trafi do milionów odbiorców. Natomiast łatwo uzyskać efekt w postaci muzyki rozrywkowej - masowej i tworzonej „pod publikę". Jeśli ktoś krytykuje tego rodzaju twórczość muzyczną, to pewnie ma właśnie tę na myśli.



pojawił się okres przerwy w nagrywaniu. Szukałam właściwej drogi do tego, by móc robić to, co czuję i chcę. Co więcej, nie było to łatwe także ze względu na fakt, że nie brałam udziału w konkursach... Nie jestem zwolenniczką takich sposobów na rozwijanie swojej kariery. Choć w ten sposób zamykałam sobie, i nadal to robię, wiele drzwi, za którymi teoretycznie mogła być szansa.

- Ale szansa w końcu się pojawiła...

- Po pewnym czasie zadzwonił telefon. To był muzyk, który zainteresował się współpracą ze mną. Początkowo miałam mieszane uczucia odnośnie tego, na ile uda nam się porozumieć muzycznie. Trudno trafić na człowieka, który podobnie czuje i rozumie muzykę. Dużym zaskoczeniem był dla mnie fakt, że po kilku spotkaniach w studio stwierdziłam, że mimo odmiennych poglądów muzycznych, potrafimy komfortowo współpracować. Nasze pomysły często spotykają się w tym samym punkcie.

- Dziś współpracujesz nie tylko z jednym muzykiem, ale z wieloma i na różnych etapach tworzenia utworów... Jak odnajdujesz się w tych relacjach artystyczno-zawodowych?

- Każdy typ współpracy ma inny charakter i wymaga innych warunków. Pewne etapy tworzenia różnią się od siebie diametralnie i w nich także moja rola jest inna. Na początku generalnie określam jaki typ utworu chcę stworzyć, w którą stronę muzycznie chcę pójść. Dlatego też słucham różnych fragmentów melodii, aż wreszcie natrafię na taką, która mi odpowiada. Czasem to może trwać bardzo długo i często zupełnie przypadkowo odkrywam ciekawe dźwięki. Obecnie współpracuję z bardzo utalentowanymi ludźmi. Dzięki tej współpracy efekty są naprawdę satysfakcjonujące.

- W ten sposób powstaje wasz wspólny przekaz...

- Zwykle mówi się, że artysta stworzył utwór, ale tak naprawdę to często efekt jego współpracy z różnymi muzykami (choć nie zawsze). Utwory często powstają przy udziale wielu ludzi. W czasie nagrań, nie jestem w stanie czasem usłyszeć pewnych niuansów dźwiękowych, podczas gdy realizator nagrania słyszy je natychmiast. Ważna jest wiedza i doświadczenie, ale również talent i zaangażowanie w dany projekt.

- Artysta XXI wieku to...

- Przypomnę, że nie każdy wokalista jest artystą. Natomiast jeżeli mówimy już o prawdziwych artystach, to dzisiaj stawia się im mniejsze wymagania niż kiedyś. Możliwości, jakie daje technika, pozwalają na tworzenie tzw. „towarów" w muzyce. Nie trzeba zbyt wiele umieć (chodzi tu oczywiście o umiejętności wokalne), by nagrać płytę i zacząć nazywać się „artystą". Jednak wracając do tych wymagań… Choć z drugiej strony poprzeczka ustawiana dziś artystom jest wysoka, bo historia muzyki dowodzi, że chyba wszystko w niej już było... Trudność polega na tym, by stworzyć coś, co mimo wszystko będzie świeże, nowe oraz uzyska uznanie wśród publiczności.

- Nasuwa się mało odkrywcza konkluzja, że łatwo dziś zostać pseudoartystą, ale trudno być prawdziwym twórcą.

- Pewnie tak... Jestem zwolenniczką artyzmu, z jakim mieliśmy do czynienia w przypadku muzyków z lat 50, 60, 70, 80. i 90. Wtedy wymagał on talentu, warsztatu, pomysłu i osobowości. Dziś sztuczność i pewna oprawa wizerunkowa odgrywają najważniejszą rolę. Nikt nie pyta o przesłanie utworu, ale o jego sprzedaż...

- Sprzedać można się całkiem nieźle w programie z pogranicza muzyki i reality show. Potrafisz sobie wyobrazić siebie na scenie X-Factor?

- Miałam możliwość wzięcia udziału w tym programie, ale ostatecznie zrezygnowałam. Ta forma, że tak to określę, „wypromowania się" chyba nie jest dla mnie. Jednak nie neguję sensu takich programów, bo pojawiają się w nich także bardzo utalentowani ludzie. Jest to na pewno droga do szybszej popularności. Nie wiem, na ile jest właściwa, a na ile nie. Natomiast z pewnością ja jej nie wybiorę. W tego typu programach zawsze jest konkurencja pomiędzy uczestnikami. A przecież na światowym rynku muzycznym, jest miejsce dla różnych artystów i nie ma tego jednego - najlepszego. Dlatego też wygrana tylko jednego uczestnika jest niesprawiedliwa, bo nie oznacza, że jest on najlepszy. Można oczywiście podchodzić z większym dystansem do tego tematu... Choć nie zmienia to faktu, że tego typu programy, nie zawsze są dobrą drogą dla artystów. Udział w nim to kwestia indywidualnej decyzji.

- Twoją drugą pasją – poza muzyką oczywiście – jest taniec? W końcu jesteś instruktorką tańca...

- Taniec od dziecka mnie pasjonował i w końcu przerodził się także w moją pasję zawodową. Moim ulubionym stylem jest taniec latynoski oraz Lady Styling. W krakowskiej szkole tańca „SEMPRE" jestem instruktorką właśnie tańca Lady Styling.

- Jak tancerka porusza się w tym stylu?

- To taniec bardzo kobiecy i zmysłowy. Pozwala wyzwolić emocje i ruchy, które zwykle kobieta tłumi na co dzień. W Lady Styling może porzucić ograniczenia i odkryć tę inną – bardziej zmysłową część swojej osobowości. Taniec doskonale wpływa na samopoczucie i nastawienie do życia. Widzę to po uczestniczkach kursów, które początkowo z dużym wstydem pozwalały sobie na odrobinę szaleństwa w tańcu. W trakcie kolejnych lekcji ten wstyd stopniowo znikał, a one same stawały się pewniejsze siebie i własnych atutów.

- Taniec, tak jak muzyka, ma wymiar metafizyczny?

- Sądzę, że wykracza poza to, co widoczne i oczywiste. Taniec oddziałuje na wnętrze, otwiera człowieka. Sama kiedyś byłam raczej zdystansowaną osobą, a taniec przybliżył mnie do ludzi. Pomaga również zwalczyć kompleksy. Tańcząc, kształtujemy nie tylko naszą fizyczność – w sensie rzeźbienia sylwetki, ale także psychikę – pozytywne emocje, samopoczucie.

- A moment w Twoim życiu, z którym wiążesz wiele emocji i jakiś szczególny utwór muzyczny?

- Uwielbiam utwór „Smile" Charlie Chaplin'a, który później wykonywało wielu wybitnych artystów, takich jak Barbara Streisand, Nat King Cole czy Michael Jackson. Tekst tej piosenki mówi o tym, że pomimo złamanego serca czy trudnej sytuacji, która cię spotkała, musisz spróbować się uśmiechnąć. Dlatego, że przyjdzie kiedyś dzień, w którym przekonasz się, że życie znowu jest coś warte. Słucham tej piosenki zawsze, gdy mam gorszy nastrój...

- A czy Twoi rodzice od początku byli przekonani, że muzyka to odpowiednia droga dla ich córki?

- Generalnie nieszczególnie chcieli, bym zajmowała się muzyką. Mieli świadomość, że ciężko jest zaistnieć w sferze muzycznej. Tym bardziej, jeśli nie posiada się pewnych rodzinnych kontaktów, które mogłyby przynajmniej na początku pomóc. Tłumaczyli mi, że rynek muzyki to ciężka i ciągła walka. Jednak, gdy spostrzegli, że twórczość muzyczna jest dla mnie czymś więcej, niż tylko pasją, zaczęli mnie wspierać. Moi rodzice to wspaniali ludzie, na których zawsze mogę polegać. Są dla mnie wielkim oparciem.

- Co dziś stawiasz sobie za cel... Po pierwsze?

- Na pewno tworzenie utworów. W tym mieści się oczywiście pisanie tekstów, nagrywanie w studio, a potem promocja i występy.

- Po drugie?

- Nieustanny rozwój w muzyce i nie zamykanie się na nowe inspiracje...

- A po trzecie?

- Starać się być dobrym człowiekiem.

- Każdy artysta ma w swojej świadomości muzycznej kogoś, kto stanowi twórczy punkt odniesienia... Kto Ciebie „prześladuje" muzycznie?

- Jest naprawdę mnóstwo wspaniałych artystów - tych bardzo znanych, jak i tych, którzy nie funkcjonują w mediach. Wielu z nich niezwykle cenię. Od zawsze jednak „prześladuje" mnie Michael Jackson. Postać Jacksona fascynowała mnie już wtedy, gdy byłam małą dziewczynką. W muzycznej mentalności jestem mu wierna praktycznie od zawsze.

- I od zawsze wierna jesteś także swoim muzycznym przekonaniom... Dziękuję za rozmowę.

- Zgadza się. Pozdrawiam wszystkich czytelników magazynu Silesia Business&Life:).

Rozmawiała: Dominika Tkocz

Hair: Maciej Maniewski, Maniewski Klub Fryzjerski hair & body, Kraków - Pasaż 13
Make up: Anna Rojek
Stylizacja: Katarzyna Matusik
Zdjęcia: Maniewski Klub Fryzjerski hair & body
Dziękuję Maciejowi Maniewskiemu za profesjonalizm i fantastyczną atmosferę podczas pracy.
Podziękowania również dla Klaudiusza Sevkovica, który jest niezwykle otwartym i pozytywnym człowiekiem, jak również świetnym organizatorem.
Dziękuję również Dominice Tkocz za zaangażowanie i przemiłą rozmowę.
Serdeczne podziękowania dla hotelu „Pod różą", który, dzięki swojej uprzejmości, udostępnił jeden ze swoich wspaniałych apartamentów na cele sesji zdjęciowej.
Hotel „Pod różą", Kraków, ul. Florjańska 14

WEDAL LINE

BOUTIQUE LUISA

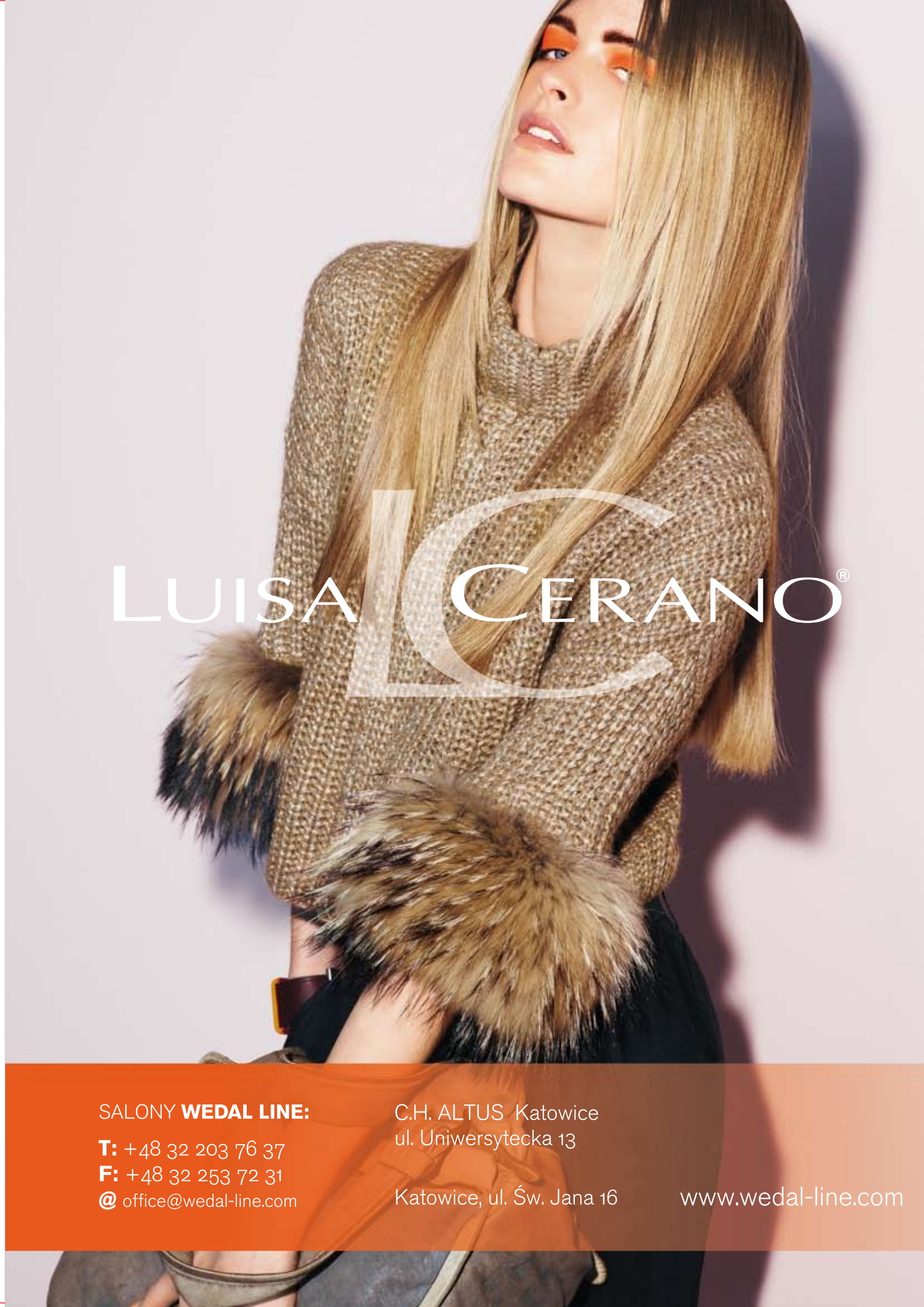
1 czerwca Galeria ALTUS wzbogaciła się o BOUTIQUE LUISA. Uroczyste otwarcie miało szczególną oprawę - jak przystało na firmę WEDAL LINE.

Nowoczesny design i wysoka jakość asortymentu to podstawowy filar firmy. Lata współpracy z renomowanymi firmami zagranicznymi - głównie z Włoch i Niemiec - wzmocniły pozycję firmy na polskim rynku, sprawiając, iż zaistniała w świadomości klientek ceniących sobie niezobowiązujący szyk, jakość i funkcjonalność.

Wychodząc naprzeciw oczekiwaniom klientów, asortyment Boutique Luisa daje nieograniczone możliwości kreowania, pozwala przełamać granice wieku docierając do różnych grup odbiorców. Obecnie jesteśmy wyłącznym przedstawicielem marki LUISA CERANO w Katowicach - Miliony kobiet na całym świecie utożsamiają się z tą marką, o czym świadczy obecność firmy w 48 krajach (tj. Szwajcaria, Liban, USA, Cypr, Emiraty Arabskie, Australia).

Najnowsze propozycje kolekcji mogą Państwo obejrzeć na stronie **www.luisacerano.com**.

Ponadto w butikach **Wedal Line** znajdą Państwo kolekcje firm: Cambio, Gianmarco Lorenzi, Baldinini, Nando Muzi, Giuseppe Zanotti, Sergio Rossi, RED Valentino oraz Gianfranco Ferré.



SALONY **WEDAL LINE:**

T: +48 32 203 76 37
F: +48 32 253 72 31
@ office@wedal-line.com

C.H. ALTUS Katowice
ul. Uniwersytecka 13

Katowice, ul. Św. Jana 16

www.wedal-line.com

Egzotyczne podróże cz. VI

KLAUDIUSZ SEVKOVIC

Zjednoczone Emiraty Arabskie

DUBAJ

Moją pasją są podróże. Pragnę przemierzać świat wzdłuż i wszerz, z północy na południe, ze wschodu na zachód, z jednej półkuli na drugą ... nieodparte poszukiwanie wszelakich doznań, zwłaszcza kulturowych, ale i nie tylko ....

W poprzednich numerach naszego czasopisma „SILESIA ... " chciałem obudzić w tobie pragnienie udania się na Karaiby, dzisiaj biegnę myślą w stronę Zjednoczonych Emiratów Arabskich, a konkretnie do **Dubaju,** które już na pierwszy rzut oka zapiera dech w piersiach.

Jak fatamorgana

Dubaj jest miastem w Zjednoczonych Emiratach Arabskich oraz stolicą emiratu o tej samej nazwie. To niewątpliwie jedna z największych atrakcji nad Zatoką Perską Nie mogę uwierzyć, gdy patrzę na to nowoczesne w najwyższym stopniu miasto, że kilkadziesiąt lat temu była to pustynia, na której żyło ok. 6 tysięcy osób, parających się głównie rybołówstwem i poławianiem pereł , tymczasem teraz jest ich ponad 2,3 miliona. Jak do tego doszło? Co się wydarzyło? Oczywiście odkryto bogate złoża ropy naftowej i Dubaj stał się ekonomiczną potęgą. Na jałowym gruncie dzięki olbrzymim inwestycjom wyrosła nowoczesna, kosmopolityczna metropolia. Kolejny zwrot nastąpił, gdy postanowiono zainwestować w turystykę. Aktualnie jest ona obok handlu i bankowości głównym źródłem dochodów – przychody z ropy to tylko ok. 10% ogółu. Podobno złoża ropy mają się wyczerpać w 2012 roku. Decyzja rządu o przejściu z gospodarki uzależnionej dochodowo od wydobycia ropy na nastawioną na usługi i turystykę uczyniła nieruchomości bardziej wartościowymi i skutkowała boomem budowlanym w latach 2004-2006. Ale i teraz można zobaczyć jak wyrastają niezwykłe budowle. To właśnie one czynią z Dubaju jedno z najszybciej rozrastających się miast, porównywalne jedynie z największymi miastami Chin. Władcą Dubaju jest Mohammed bin Rashid Al. Maktoum, zwany tutaj „the Dream Person" lub po prostu „Sheikh Mo".Mohammedem, który jest też wiceprezydentem Zjednoczonych Emiratów Arabskich. Ma dwie żony: starsza

Zamki na piasku

Gigantyczne, strzeliste budynki wznoszące się ku niebu. Uliczny ruch, dźwięk klaksonów luksusowych samochodów na 14 pasmowej ulicy, Eksplozja ciepłych barw i architektonicznych cudów…

urodziła mu czternaścioro dzieci, ale obecnie pokazuje się publicznie raczej z „junior wife", księżniczką Hussein. Szejk chce, aby Dubaj był najbardziej rozpoznawalnym i najznakomitszym miastem na świecie. Stąd też Dubaj kreuje się jak markę – jako miejsce luksusowego wypoczynku, miejsce, w którym celebryci z całego świata kupują luksusowe rezydencje, w którym dobija się finansowych targów. Prawie 80 proc. mieszkańców Dubaju stanowią obcokrajowcy. Nic dziwnego – w końcu Dubaj jest uważany za raj podatkowy, ale także tutaj zamieszkują robotnicy głównie z Indii, Bangladeszu, Pakistanu i Chin, którzy pracują przy budowie wciąż nowych inwestycji. Z uwagą przyglądam się ludziom, kobiet tu niewiele mogę zobaczyć w porównaniu z mężczyznami. Wielu z nich przechadza się w tradycyjnych strojach: długich, białych dżalabijach i chustach umocowanych na głowach za pomocą dwóch sznurkowych obręczy, które z angielska zwie się tutaj „double zero". Oczywiście dostrzegam także wielu turystów zapewne z całego świata, których tak jak i mnie przyciąga tutaj ciekawość.

Jak Tomcio Paluch

Z podziwem patrzę na te niebotyczne budowle i czuję się jak Tomcio Paluch. Oglądam je najpierw z ziemi, zadzierając wysoko głowę, poruszając się głównie samochodem, ale możesz za 65 USD zwiedzać Dubaj otwartym lub klimatyzowanym autokarem turystycznym. Zdumiały mnie i zupełnie zaskoczyły klimatyzowane przystanki autobusowe, w końcu temperatura tutaj to 40 °C. Potem wybiorę inny środek lokomocji, by wzbić się wysoko i zachwycać się z góry miastem – zafunduję sobie lot helikopterem za jedyne 310 USD. Z lotu ptaka możesz zobaczyć wszystkie najciekawsze obiekty, uwagę przykuwają wyspy w kształcie palm o których opowiem niebawem.

W Dubaju wszystko jest „naj" : najwyższe budynki, najciekawsze obiekty, najdziwniejsze sztuczne wyspy, największe centra handlowe, najdroższe hotele i właśnie wśród nich wyłania się jak żaglowiec na błękitnym niebie – jedyny

na świecie siedmiogwiazdkowy hotel **Burj Al Arab.**

Jak z 1001 nocy

Burj Al Arab to najwyższy i najbardziej luksusowy hotel świata. Stoi na sztucznej wyspie położonej 280 metrów od linii brzegowej i oferuje 202 dupleksowe apartamenty, nie znajdziesz tutaj zwykłych pokoi. Do hotelu spokojnie możesz wejść, ale najpierw musisz zarezerwować stolik w barze. Należy przy tym pamiętać, że trzeba tu zostawić minimum 250 dirham za osobę – to tutejsza waluta.(1 USD = 3,65 dirhama). Oczywiście, gdy już się wejdzie do hotelu, to można go zwiedzać (nie wszystkie pomieszczenia i kondygnacje) i zrobić zdjęcia. Hotel wznosi się ponad 321 metrów nad Zatokę Arabską i jest wizytówką Dubaju, tak jak wieża Eiffla dla Paryża. Jest od niej wyższy i zaledwie 60 metrów niższy niż Nowojorski Empire State Building. Ten innowacyjny zarówno z zewnątrz jak i wewnątrz projekt zdobył uznanie ekspertów z różnych krajów świata. Dla gości, którzy odwiedzą Burj Al Arab pobyt będzie nieporównywalny z żadnym innym hotelem. Burj Al Arab wyznacza nowe horyzonty luksusu, prezentuje nowe poziomy komfortu. Ma ciekawą architekturę, łączy w sobie zarówno elementy nowoczesne jak i tradycyjne. Tutaj najnowocześniejsza i najbardziej zaawansowana technologia przeplata się z tradycją. Fasada żagla została wykonana z dwuwarstwowego włókna szklanego pokrytego teflonem. Taka technologia została użyta po raz pierwszy na taką skalę. Porażający swoją bielą za dnia hotel zamienia się w spektakl różnokolorowego, mieniącego się wszystkimi kolorami tęczy światła w nocy. Są tutaj specjalnie projektowane meble, akwaria z 500 różnymi gatunkami ryb tropikalnych z Zatoki Perskiej oraz unikalna restauracja oferująca owoce morza - Al Mshara. Burj Al Arab to połączenie stylów z różnych er, kultur z futurystycznym pięknem, które w efekcie sprawia niezwykłe wrażenie. Słowa nie są w stanie opisać bogactwa barw, odcieni i kolorów materiałów sprowadzonych z całego świata, użytych przy budowie i wykończeniu hotelu. Tak jak można się spodziewać, wszystko co najbardziej błyszczące w hotelu zostało wykonane z prawdziwego złota. W hotelu znajduje się 2000 metrów kwadratowych złoconych 22 karatowym złotem powierzchni. Al Falak - sala balowa jest praktycznie w całości pokryta złotem. Wielokolorowe, ręcznie robione dywany zostały specjalnie wysegregowane i przywiezione z Indii, Republiki Południowej Afryki i Anglii, granit użyty do wykończenia został wydobyty w Brazylii, a marmur sprowadzano z Włoch, ten sam

którego Michał Anioł używał na materiał dla swoich rzeźb. Płytki mozaikowe, które używane są do wykładania różnokolorowych mozajek zawierają rzadkie szkło Sicis, które można dostać podobno w jedynym na świecie źródle, w północnych Włoszech. Panele ścienne w apartamentach specjalnych zostały ręcznie zdobione malunkami, podczas gdy wszystkie drewniane drzwi, okna i witraże robione ręcznie na zamówienie przez artystów z różnych zakątków świata. Przygoda z Burj Al Arab zaczyna się już w Międzynarodowym Porcie Lotniczym w Dubaju, gdzie goście są witani przez przedstawicieli hotelu i dowożeni do hotelu Rolls Royce'm Silver Seraphs. Goście, którzy przylatują helikopterem, mogą podczas podróży zakończonej lądowaniem na lądowisku umiejscowionym na 28 poziomie wieży podziwiać piękno panoramy dubajskiej. Z kolei Ci, którzy wybrali się do Dubaju jachtem, mogą zacumować go przy The Jumeirah Beach. Samochody gości, którzy chcą do hotelu dotrzeć własnym transportem zostaną zaparkowane w specjalnie przeznaczonym zakrytym parkingu. Goście, którzy docierają do hotelu przez groblę na morzu, są witani przez majestatyczną budowlę tryskającym ogniem i wodą. Centralna fontanna, zwana The Volcano (Wulkan), jest główną sceną zadziwiających pokazów, kiedy to kaskady wody spadają po jej stopniach i są wyrzucane w niebo. W czasie wieczorów wszystko oświetlone jest dodatkowo ogniem emanującym z wnętrza krateru, podczas kiedy jaśniejące kule ognia wydostają się z czterech wież przy wejściu do hotelu. Lobby wyłożone jest kombinacją dywanów w odcieniach pomarańczowym, czerwonym, żółtym, białym i niebieskim. Fotele i sofy są kontynuacją tej linii kolorystycznej. Goście docierają do głównej recepcji znajdującej się na pierwszym poziomie za pomocą schodów ruchomych, po bokach których znajdują się szyby ogromnych akwariów z rafą koralową i mieniącymi się kolorami tęczy rybami morskimi. Ogrom budowli jest doskonale widoczny właśnie z poziomu recepcji. Znajdująca się tam fontanna wyrzuca strumienie wody na wysokość do 32 metrów, prowadząc wzrok w górę na złocone kolumny i na trójkątny sufit 180 metrów powyżej. Piętra dla gości są w świeżych, stonowanych kolorach i odcieniach, które stanowią dopełnienie jasnego atrium, a w nocy zapewniają ciepłą atmosferę. Nad drzwiami do każdego z apartamentów wmontowany jest kolorowy witraż w którym odbijają się wzory dywanów wyścielających korytarze. Chciałbym kiedyś spędzić weekend w tym niesamowitym hotelu. Za jedną noc spędzoną w hotelu zapłacisz od 5 do ponad 20 tysięcy złotych.

Jak na szczycie Szklanej Góry

Docierając do centrum miasta, z zainteresowaniem przyglądałem się wieżowcom, gdzie swoje siedziby mają przedstawicielstwa, oddziały praktycznie wszystkich najważniejszych firm z całego świata… i oto wyrósł przede mną Burj Khalifa inaczej nazywany Burj Dubai - najwyższy budynek świata. Jego budowa trwała prawie 10 lat i została ukończona 4 stycznia 2010. Inwestycja pochłonęła 4 miliardy dolarów, ale wygląda na to, że było warto. Wieżowiec liczy sobie 828 metrów i ma 160 pięter, i może pomieścić 35 000 ludzi. Na 160 poziomach, znajduje się hotel, mieszkania, biura i kilka basenów, z czego jeden (odkryty) na 76 piętrze. Na 158 piętrze znajduje się meczet, oczywiście najwyżej położony na świecie. W przypadku pożaru ewakuacja z obiektu tak wysokiego jest właściwie niemożliwa. Dlatego co 35 pięter (którą to odległość można w miarę szybko pokonać schodami) znajdują się specjalne pomieszczenia ratunkowe, teoretycznie ognioodporne, wyposażone w niezależną wentylację, w których mają schronić się użytkownicy w razie pożaru. Ten najwyższy budynek świata został zaprojektowany przez pracownię Skidmore, Owings i Merrill. SOM jest także autorem warszawskiego wieżowca Rondo 1. Wjechałem na 124 piętro, gdzie znajduje się punkt widokowy, z którego można zobaczyć niesamowitą panoramę Dubaju. Słyszałem, że ma stanąć w centrum nabrzeża Dubaju i z wysokością ponad 1 000 m **The Al Burj.**

Ten drapacz chmur ma przejąć pałeczkę najwyższego wieżowca świata od **Burj Dubaj**. Dzięki wysokości 1200 metrów będzie trzy razy wyższy od Empire State Building. Zobaczymy czy tak się stanie.

Ale co to?

Jak ser szwajcarski

Na pierwszy rzut oka myślałem , że stoję przed ogromną rzeźbą, a okazało się, że jest to „dziurawy" wieżowiec. Nakrapiany budynek o nazwie **O-14** liczy ponad **1000 otworów**. Do tej pory byłem przyzwyczajony do typowego wyglądu wysokościowców, który charakteryzował się przede wszystkim szklaną fasadą z podziałami modułowymi lub elewacją z wertykalnymi elementami. O-14 wyróżnia się swoim pokryciem i kształtem, który przypomina olbrzymi plaster sera z dziurami, owinięty wokół pionowej konstrukcji i powyginany miękko jak tkanina. Mimo nietypowej fasady, jest to bar-

dzo dobrze przemyślana konstrukcja, której najdziwniejsza część jest podstawą stabilności budynku. Kropkowa skorupka pełni rolę układu nośnego, który jednocześnie jest elewacją. Wewnątrz znajduje się rdzeń, który dzięki zewnętrznej konstrukcji, mieści otwarte powierzchnie biurowe bez słupów oraz podpór. Byłem bardzo ciekawy jak wyglądają wnętrza w tak skonstruowanej budowli, ale niestety nie wpuszczono mnie.

Idąc dalej myślę sobie: - Czym mnie jeszcze zaskoczy Dubaj?

Jak ze snu

Atlantis Palm Hotel- tak, to właśnie ten hotel budzi zachwyt i patrząc na niego z brzegu wydaje mi się, że znajduję się w krainie baśni. Mieści się na słynnym skrawku sztucznego lądu, znanego pod nazwą Palm Jumeirah. Palm Island i świat Wysp jeden z najbardziej innowacyjnych struktur zbudowane przez człowieka, jakie kiedykolwiek stworzono. Okazuje się, że widać ją doskonale z satelity. To jeden z najnowszych i najciekawszych hoteli w mieście. Jest tu ponad półtora tysiąca miejsc noclegowych. Ceny za noc liczone są w setkach i tysiącach dolarów. Ten pięciogwiazdkowy ogromny, luksusowy hotel oferuje SPA, restauracje, bary, basen, podwodne oceanarium. Można podziwiać jego ekskluzywne wnętrza. Główną atrakcją jest ogromne akwarium, w którym pływa ponad 63 000 ryb! Akwarium zostało zaprojektowane na wzór zatopionego miasta- Atlantydy.

Zobaczyłem tyle fantastycznych budowli .. pora udać się na zakupy …

Jak w lunaparku

Jestem w Dubaj Mall i oszałamia mnie ilość sklepów, kolorowych witryn butików, galerii handlowych oraz szyldy znanych zachodnich marek: Gucci, Armani, Zara, Adidas, Tiffani, Chanel, Versace, itd. ...

To największe centrum handlowe na świecie o powierzchni prawie miliona metrów kwadratowych i 1200 sklepów zorganizowanych na planie zbliżonym do kwadratu. Dubaj zdobył sobie tytuł shoppingowej stolicy Bliskiego Wschodu. Można tutaj znaleźć praktycznie produkty wszystkich zachodnich marek. Skalę szaleństwa zakupów obrazuje Dubai Shopping Festival – jedyny na świecie trwający miesiąc festiwal zakupów. 15 lutego 1996 roku po raz pierwszy Dubaj był świadkiem narodzin nowej idei - najbardziej spektakularnego wydarzenia rozrywkowego w połączeniu z dotychczas nieznanym na taką skalę Festiwalem Zakupów. Z początku Dubajski Festiwal Zakupów był imprezą czysto handlową. W późniejszych latach przeobraził się w superimprezę związaną nie tylko z handlem detalicznym, ale i zabawą dla dzieci i dorosłych. Inspiracją i tematem przewodnim jest motto: „Jeden Świat, Jedna Rodzina, Jeden Festiwal". Obecnie zakupom towarzyszą rozmaite imprezy kulturalne, w których uczestniczą całe rodziny. Ale największą atrakcją Dubaj Mall bez wątpienia jest **Ski Dubai.**

Jak niemożliwe staje się możliwe

W sercu pustyni – jedno z najnowocześniejszych miast świata. W sercu miasta, gdy temperatura powietrza przy bezchmurnym niebie wynosi 40 stopni Celsjusza możesz pojeździć na nartach, na prawdziwym śniegu, czy jest to możliwe? Oczywiście! Wystarczy, że dotrzesz do centrum handlowego, a w nim do **Ski Dubai .**

To kompleks narciarski, który działa od 2005 roku i jest największym zamkniętym obiektem narciarskim o powierzchni 22 500 metrów kwadratowych. Jak gigantyczna lodówka w samym środku pustyni z prawdziwym śniegiem i prawdziwymi trasami narciarskimi. Jest ich 6, od prostej 60 m do najdłuższej 400 m. Karnet całodzienny to zaledwie 160 zł . Trzy trasy zjazdowe, snowpark dla snowboardzistów i osobna część z placem zabaw dla dzieci. Tutaj możesz pojeździć na nartach, na snowboardzie lub sankach, albo po prostu urządzić zabawy na śniegu. Wszystko oczywiście na prawdziwym śniegu, w kilkustopniowym mrozie, do którego wchodzący są przyzwyczajani stopniowo poprzez przechodzenie przez kolejne etapy od drzwi centrum do właściwego stoku. **Ski Dubai** to pierwsze kryte centrum sportów zimowych na całym Bliskim Wschodzie. Sprzęt oraz odzież zimową można wypożyczyć na miejscu. Dla każdego znajdzie się tutaj coś ciekawego, od początkujących po entuzjastów sportów zimowych.

Popatrz, gdy jesteś zmęczony upałem i wyczerpany robieniem zakupów w Centrum Handlowym, wypożyczasz sprzęt narciarski i szusujesz po śniegu. Czyż to nie jest fantastyczne?

Szkoda, że u nas nie jest odwrotnie: Gdy śnieg sypie i zawierucha, idę do galerii handlowej, a tam znajduje się prawdziwa plaża, słońce, palmy i … marzenia!

Ale nic straconego – wsiadam do samolotu i lecę do Dubaju.

Tańczące fontanny

Udaję się wieczorem na niezwykły pokaz „Tańczących fontann". Pokaz odbywa się codziennie o godzinie 18.oo . Właśnie dopełnieniem kompleksu, na który składa się Dubai Mall i Ski Dubai jest największa na świecie **fontanna,** zdolna wystrzelić wodę na wysokość ok. 140 metrów, mająca setki ruchomych i podświetlonych dysz, znajdująca się na sztucznym jeziorze o powierzchni kilku hektarów. Kompleks wodnych atrakcji rozciąga się na 275 metrów długości - to więcej niż dwa, pełnowymiarowe boiska piłkarskie. Usytuowana jest w pobliżu hotelu **Burj Dubai** i jest o około 1/4 wyższa niż dobrze znana Fontanna **Bellagio w Las Vegas.** Dodatkową atrakcją jest machina audio-iluminacyjna, składająca się z 6 600 świateł i 50 projektorów. Konstrukcji fontanny podjęli się specjaliści z WET Design, którzy mają na swoim koncie podobne projekty, m.in. wspomnianą wcześniej Fontannę Bellagio w Las Vegas. A ja wracam myślą do Barcelony i kaskady podświetlonych wielobarwnych fontann tańczących w rytm muzyki, nieporównywalnie mniejszych niż ta w Dubaju, ale równie pięknych, innych, bardziej swojskich, może dlatego, że patrzyłem na nie z bliska, siedząc na schodach przed Pałacem Narodowym. Teraz również jestem pod ogromnym wrażeniem, gdy teraz oglądam ten niezwykły spektakl, grę świateł ,

iluminacje, strumienie wody wystrzeliwujące w górę , w rytm przepięknej muzyki… Chwilo trwaj ….

Nagle czuję zapach cynamonu i kardamonu, i jeszcze jakiś przypraw … No tak, zapomniałem je wyciągnąć z plecaka, gdy wróciłem z zakupów na niesamowitym targu.

Mieszanka zapachów, smaków, dźwięków

Dubaj to miasto, które każdego dnia pokazuje swoje nowe oblicze. Harmonijne połączenie tradycji z nowoczesnością. I oto znalazłem się na słynnym targu przypraw, do którego dotarłem taksówką wodną przez kanał Dubai Creek W wąskich przejściach pomiędzy straganami, roztacza się intensywny aromat goździków, kardamonu, cynamonu. Suszone owoce i orzechy można tu kupić na wagę prosto z płóciennych worków. Handlarze oferują towary sprowadzane ze wszystkich zakątków Bliskiego Wschodu. Tutaj znajduje się legendarny rynek złota (gold souk), ten drogocenny kruszec można tu kupić pod każdą postacią. Nie bez powodu Dubaj jest nazywany „Miastem Złota" .

Skoro oszołomił mnie zapach przypraw, których nigdzie jeszcze nie widziałem w takich ilościach i różnorodności, to chciałbym parę słów rzec o tutejszej kuchni.

Kuchnia w Dubaju to przede wszystkim tradycyjne, arabskie potrawy. Oczywiście w mieście takim jak to, nie ma żadnego problemu ze znalezieniem najdziwniejszych, najmniej popularnych kuchni świata – restauracji jest tu wiele. Warto jednak próbować lokalnych specjałów. Do najpopularniejszych arabskich dań należą wara enab (tutejsze gołąbki: farsz zawija się w liście winogron), tabbouleh (wegetariańska sałatka z kuskus), hummus (pasta z ciecierzycy), mahallabija (ryżowy pudding z wodą różaną i pistacjami). Dubajczycy, jak wszyscy mieszkańcy Bliskiego Wschodu, z mięs najchętniej jedzą jagnięcinę. Problematyczny jest dostęp do alkoholu, a nawet jeśli znajdziemy gdzieś w sklepie piwo, zwykle jego cena jest astronomiczna. (Spożywanie alkoholu jest tutaj właściwie całkowicie zabronione.) A ja nie mogłem sobie odmówić udania się do słynnej restauracji **BiCE,** która znajduje się w hotelu Hilton Dubai Jumeirah. Rzeczywistość przeszła moje najśmielsze oczekiwania. Stylowe, kolonialne wnętrze, ciepła atmosfera i przede wszystkim wykwintna, znakomita włoska kuchnia oraz wspaniała obsługa, a bukiet smaków- to czysta poezja. Nie żałuję niemalże fortuny, którą wydałem na fantastyczną kolację, o jakiej nawet nie śniłem.

Nieposkromiona wyobraźnia

Wieżowce, luksusowe hotele, trawniki, parki, mnóstwo kwiatów, a wszystko to w 40-stopniowym upale, przy jednej, dwóch ulewach rocznie, na byłej pustyni. Jak to możliwe? Tuż pod powierzchnią przyszłego trawnika układa się gęsto nawadniające rurki. Tam, gdzie cokolwiek rośnie, ciągnie się wodna sieć. Źródłem odsalanej wody jest ocean.

W Dubaju Szejk nieprzerwanie realizuje swoje pomysły i marzenia: Palmowe Wyspy, Dubai Waterfront, Hydropolis - pierwszy podwodny hotel , The Al Burj – nowy drapacz chmur, Dubajland- największy park rozrywki na świecie czy też Ski Dubaj.

Obok ogromnego postępu w mieście mocno zaznaczona jest także kultura islamu i w związku z tym znajdziemy w nim wiele historycznych budowli. Koniecznie należy odwiedzić najstarszą części miasta - **Bastakiya** z charakterystycznymi wieżami wiatrów, zobaczysz tam m.in. Muzeum Dubaju, pokazujące tempo rozwoju i metamorfozy jaką doznało miasto po odkryciu złóż ropy.

Dubaj to miejsce, w którym mieszkają i pracują ludzie praktycznie ze wszystkich państw świata. Wiąże się z tym wielokulturowość i co za tym idzie respektowanie różnorakich kultur, religii, sposobu zachowania, ubierania, myślenia itp. Należy jednak pamiętać, że Emiraty Arabskie to kraj muzułmański. Podobno Dubaj zamieszkuje ok. 140 różnych narodowości.

W Dubaju masz bezchmurne niebo przez cały rok, co daje to wachlarz możliwości na spędzenie każdej wolnej chwili, a atrakcji tutaj co niemiara: wygrzewanie się na słońcu, nurkowanie, uprawianie windsurfingu, szalona jazda po wydmach terenówką czy przejażdżka na wielbłądzie. Możesz także zafundować sobie lot balonem.

Chłonąć to przedziwne miasto, patrzeć na odbijające się w szklanych oknach wieżowców niebo, czuć zapach oceanu… luksusu…

Czy miał rację władca Dubaju, gdy mówił: „Po co zwiedzać cały świat, skoro można cały świat postawić w jednym miejscu"

Odpowiesz sobie na to pytanie , gdy odwiedzisz DUBAJ !

umami - kulinarna celebracja

KULINARIA

Niektórzy definiują ją jako pewną modę lub trend na rynku gastronomicznym. Inni określają ją jako zdrowy styl odżywiania... Czasem mówi się o niej, że jest po prostu nowym wymiarem kulinarnych doznań... Natomiast ci, którzy z rezerwą do niej podchodzą, widzą w niej tylko surową rybę.

Sushi to japońska potrawa, która od dobrych kilku lat zdobywa coraz większe grono zwolenników w Polsce. Choć konfiguracji sushi jest wiele, to zwykle fundament, w postaci określonych składników, praktycznie się nie zmienia. Gotowany ryż, zaprawiony octem ryżowym wraz z różnymi owocami morza bądź warzywami, który zostaje podany z surową rybą, tudzież zawinięty w glon norii (wodorost zawierający smak „umami"). Tak przedstawia się zawartość tego, co zazwyczaj pojawia się na stole w każdym miejscu, gdzie podaje się to japońskie danie.

Tym, kto od dawna zna sztukę przyrządzania sushi i w ten sposób realizuje swoje pasje kulinarne jest Tomasz Czypionka. O japońskiej potrawie z chęcią opowiada godzinami, podając przy tym wiele istotnych i szczegółowych informacji z dziedziny gastronomii, dietetyki czy kulinariów. Dlatego też w zakresie japońskiej kuchni – szczególnie tej związanej z sushi, Tomasz Czypionka jest zarówno praktykiem, jak i teoretykiem. Swoje umiejętności teoretyczno - praktyczne wykorzystuje na bieżąco, będąc właścicielem lokalu Sushi Umami Take Away, który mieści się w Katowicach.

Firma Sushi Umami Take Away specjalizuje się zarówno w obsłudze gości w lokalu jak i w dostarczaniu zamówionych potraw do konkretnego klienta. W ramach jej oferty można również znaleźć profesjonalną obsługę imprez plenerowych, okolicznościowych dla firm lub osób prywatnych, catering, przygotowanie ekskluzywnych bankietów według światowych trendów czy wreszcie pokazy sushi u klienta. Sushi Umami Take Away równie chętnie współpracuje także z różnymi hotelami czy restauracjami, oferując im specjalny zakres usług. W 2010 roku firma otrzymała wyróżnienie w postaci Śląskiego Znaku Jakości, a do ubiegania się o ten tytuł „przekonali" jej właściciela sami klienci... To właśnie miłośnicy japońskiej potrawy sami zgłosili kandydaturę Sushi Umami Take Away do konkursu, który na Śląsku jest wyznacznikiem sprawdzonej jakości.

Nic tak nie odzwierciedla klimatu lokalu jak i charakteru jego oferty, jak menu. Pod tym względem, Sushi Umami Take Away nie tylko nawiązuje do japońskiej potrawy, która tkwi już w samej nazwie firmy. W jej menu poza zróżnicowanymi kombinacjami sushi można sięgnąć po jakąś pozycję z tzw. „Ciepłej kuchni". Tym samym wypróbować na przykład wegetariański makaron czy łososia w aromacie szpinaku i sezamu. Jeśli jednak ktoś zapragnie nieco egzotyczniejszych doznań kulinarnych, to zdecydowanie skorzystać może z „Rajskiego asortymentu produktów na zamówienie". W tym „raju" egzotycznych produktów znajdują się niespotykane owoce morza czy też rozmaite propozycje mięsa z całego świata. Firma zapewnia także pomoc w przyrządzeniu egzotycznych potraw. W menu Sushi Umami Take Away nie tylko miłośnik sushi, ciepłych potraw czy egzotyki na talerzu, może odkryć coś dla siebie. Otóż także zwolennik wersji potraw fit – light lub po prostu preferujący tradycyjny posiłek w nieco bardzie dietetycznej formie, ma szansę skorzystać z oferty firmy. Jej właściciel nawiązał współpracę z jedną z siłowni w Katowicach i w jej ramach Sushi Umami Take Away przygotowuje niskokaloryczne sushi, które można zakupić w fitness klubie. W tej usłudze mieści się

też możliwość zasięgnięcia, w trakcie ćwiczeń na siłowni, opinii specjalisty dietetyki sportowej lub trenera kulturystyki sportowej.

Sushi podane zarówno w wersji fit jak i tej tradycyjnej magnetyzuje swoich miłośników smakiem. Ten jednak, odbiega nieco od podstawowej gamy odbieranej przez nasze kubki smakowe. Odczuwany jest stopniowo, tworząc piąty, niepowtarzalny odcień smaku. Jednak czy każdy człowiek może sobie pozwolić na taką smakową ewolucję? Czy piąty smak – „umami", wynaleziony przez profesora z Uniwersytetu w Tokio jest w zasięgu każdego degustatora sushi? Na te pytania i nie tylko, z entuzjazmem i profesjonalizmem znawcy tematu, odpowiedział Tomasz Czypionka...

- Niezależnie od preferencji kulinarnych każdy człowiek odczuwa pięć smaków – zdanie prawdziwe czy fałszywe?

- Zdecydowanie prawdziwe i już wyjaśniam dlaczego... Zacznijmy od tego, że w języku japońskim „umami" oznacza smak pełny, doskonały, smakowity i mięsny. Generalnie każdy człowiek odczuwa cztery smaki – jak kwaśny, gorzki, słodki czy słony. Tak też dzieje się w przypadku smaku piątego – „umami". Różnica między pierwszymi wymienionymi, a tym ostatnim jest to, że „umami" jest mało wyraziste. W większości potraw, które spożywa się na co dzień jest on prawie niewyczuwalny. Znacznie bardziej intensywną formę „umami" można znaleźć na przykład w parmezanie, wodorostach, a najbardziej w sushi. Jeśli ktoś nie odczuł jeszcze tego piątego smaku, to nie dlatego, że go nie posiada. Najprawdopodobniej nie miał jeszcze okazji trafić na potrawę, która pobudza jego intensywność...

- A jeśli ktoś nie miał okazji sięgnąć do słownika języka japońskiego lub kulinarnej książki orientalnych potraw i trudno mu rozszyfrować propozycje dań, które widnieją w Państwa menu... Jak wyjaśnić laikowi, co kryje się pod tymi nazwami?

- Sądzę, że najlepiej przede wszystkim sklasyfikować sushi. Dzieli się ono na standardowe trzy sposoby podania. Pierwszy z nich jest, pod względem smaku, najtrudniej przyswajany przez klienta, na początku jego przygody kulinarnej z sushi. Jest nim Sashimi.. To nic innego jak właśnie kawałki surowej i niedoprawionej ryby, bez ryżu. Analogią do Sashimi jest na przykład jedzenie tatara. Tradycyjna kuchnia japońska opiera się na daniach właściwie niedoprawionych. Natomiast nasze „smaki Zachodu" zdecydowanie preferują bardziej doprawione potrawy. Stąd też Sashimi jest skierowane do doświadczonych koneserów sushi. Drugi jego typ podawania to Nigiri. Wygląda on następująco... To zwinięta kulka ryżu, na którą jest nałożony plaster ryby. Można również ten plaster posmarować Wasabi, a więc japońskim chrzanem, który podkreśla smak potrawy. Ostatnią rodzajem sushi jest Maki, czyli najbardziej urozmaicona i wysublimowana kompozycja. Są to tak zwane „roladki" składające się z ryżu, ryby, sosu i świeżych, sezonowych warzyw. Wszystkie te składniki w odpowiedni sposób układamy warstwowo, zakręcamy i tworzy się z tego „roladka". Ten rodzaj japońskiej potrawy może łączyć w sobie także różne typy mięs, ryb – smażonych lub surowych czy też owoców morza.. Warto też pamiętać, że do każdej konfiguracji sushi podaje się imbir marynowany, który neutralizuje nasze kubki smakowe, po każdym kęsie danej potrawy. Neutralizując przy okazji także wyostrza smak kolejnego dania.

- Nie włoska, nie chińska restauracja, ale właśnie miejsce, w którym podaje się sushi. Pewnie to nie był wybór losowy...

- Zainteresowanie kulinariami przewijało się przez całe moje życie i tak oczywiście jest do dziś. Do tego dochodził też fakt, że w tej dziedzinie stawiałem już pewne praktyczne kroki. Pracowałem w hotelu Qubus w Katowicach pod okiem wielu naprawdę uznanych specjalistów, kucharzy. Potem także miałem możliwość zdobywania wiedzy w różnych lokalach sushi w Polsce. W sumie moje zamiłowanie i zebrane doświadczenia się skumulowały i w efekcie postanowiłem, że spróbuje przyrządzać czy podawać sushi na mój własny sposób..

- Ten sposób – to pewnie Pana kulinarny sekret i raczej Pan go nie zdradzi.

- Z chęcią opowiem o nim w sposób ogólny, ale faktycznie samej receptury wolałbym nie podawać. Stworzyliśmy własną recepturę na marynowanie ryżu. Samej ryby nie można specjalnie kulinarnie „reformować", bo w Polsce mamy dostęp tylko do jednego jej źródła. Stąd też sekretem tego, co może odróżniać sushi jest zamarynowany ryż oraz świeżość ryby.

- Pana firma pojawia na wielu interesujących, medialnych wydarzeniach, które odbywają się na Śląsku. Benefis Cezarego Pazury, Silesia Expo 2010, pokazy mody...

- Staramy się pojawiać wszędzie tam, gdzie to jest możliwe. Chcemy w ten sposób docierać do zróżnicowanych klientów, ale wszystkim oferować ten sam poziom naszych usług. Silesia Expo to miejsce, w którym pragnęliśmy przede wszystkim pokazać nasze umiejętności i ofertę. Celem było zaprezentowanie kuchni światowej w postaci tzw. „finger food". Jest to taki rodzaj jedzenia, które składa się z małych porcji, bezpośrednio – praktycznie za pomocą palców, degustowanych. Z kolei benefis to było wydarzenie, na którym mogliśmy dotrzeć do ludzi biznesu, kultury, którzy także stanowią sporą grupę miłośników sushi. Generalnie niezależnie od imprezy staramy się oferować potrawy zawsze dobrze i odpowiednio przygotowane. Dodam jeszcze, że zawsze podajemy je na lustrach. Serwowanie dania w taki właśnie sposób jest zgodne ze świato-

wymi trendami, których jestem zwolennikiem w swoim lokalu.

- Firma posiada stałych klientów?

- Frontman zespołu Big Cyc, Krzysztof Skiba zawsze, gdy jest na Śląsku odwiedza nasz lokal... A my często obsługujemy gastronomicznie jego trasy koncertowe. Poza tym oczywiście jest też wielu klientów, którzy prawie codziennie zamawiają sushi na obiad..

- Codziennie? Czy to nie prowadzi już do uzależnienia?

- Brzmi to dosyć zabawnie.. ale można powiedzieć, że niektórzy rzeczywiście uzależnili się od tej potrawy. Natomiast sądzę, że można traktować je jako pozytywne uzależnienie i na pewno z przymrużeniem oka.

- Sushi to chwilowy trend na rynku kulinarnym, zdrowy sposób odżywiania się czy może jeszcze coś innego?

- Sushi jest trendem, który w Polsce funkcjonuje od dziesięciu lat. Jest to też zdrowy styl odżywiania, bo ryba generalnie jest zdrowa i posiada wiele wartości odżywczych. Na samym początku pojawienia się jej na polskim rynku, była potrawą bardziej elitarną. W ten sposób była też kojarzona - jako danie, na które może sobie pozwolić osoba o określonym statusie społecznym. Z czasem, równolegle do upowszechniania się lokali sushi, stała się ona bardziej dostępna dla ogółu klientów. Co ciekawe, nasz lokal – na początku swojego istnienia, oferował dania po stosunkowo niskich cenach. Wtedy specjalizowaliśmy się tylko w sushi na zamówienie, nie musieliśmy opłacać wynajmowania całego lokalu i tym samym ceny były okazyjne.

- Czy ten trend – moda na sushi, pojawia się także na Śląsku?

- Na Śląsku obecnie istnieje mniej więcej piętnaście lokali sushi. Sądzę, że w aglomeracji śląskiej zainteresowanie tą sferą japońskiej kuchni stale rośnie, zarówno po stronie właścicieli lokali jak i klientów. Sushi – tak jak wspomniałem - popularne jest przy okazji ważnych wydarzeń, ale także „modnie" jest go jeść każdego dnia. Codziennie wiele firm zamawia u nas sushi jako lunch dla swoich pracowników. Poza tym mnóstwo klientów indywidualnych traktuje tę potrawę jako równoważnik zwykłego posiłku. Miłośnicy sushi to naprawdę zróżnicowana grupa zawodowa ludzi. Odwiedzają nas politycy, lekarze, biznesmeni, a nawet starsze panie...

- Co w tej potrawie jest magnesem, który przyciąga tak szerokie i zróżnicowane grono zwolenników?

- Sushi to pewien obrządek kulinarny. Lubimy patrzeć jak się je przyrządza i podaje. To jest coś oryginalnego i interesującego. Poza tym często – szczególnie podczas indywidualnych pokazów sushi, zmniejsza się dystans relacji interpersonalnych między kucharzem, a klientem. Zwykle w restauracji relacje obsługa – klient są bardzo sformalizowane, w sushi można ten formalizm zmniejszyć. W czasie wizyty u klienta przyrządzamy potrawę na jego oczach, co tworzy jakąś więź, integruje i zapewnia ciepłą atmosferę, klimat.

- Jak wygląda taki pokaz sushi u klienta?

- Dojeżdżamy do klienta z całym asortymentem produktów oraz „narzędzi pracy" i w jego domu na jego oczach przygotowujemy sushi. Oczywiści takie spotkanie zwykle zaczyna się od rozmowy na temat smaków, rodzajów potraw, sposobu ich przyrządzania... Krok po kroku kucharz pokazuje na czym polega przygotowywanie sushi i tym samym dystans między nim, a klientem się zmniejsza. Często zdarza się, że jakiś sceptycznie nastawiony członek rodziny nagle przychodzi do kuchni i z własnej, nieprzymuszonej ciekawości staje się obserwatorem pokazu... A potem zwykle także degustatorem tego, co kucharz przygotował. Sushi to z jednej strony celebrowanie tworzenia posiłku i jego spożywania, a z drugiej naprawdę dobra zabawa.

- Dziękuję za rozmowę.

Rozmawiała Dominika Tkocz

SUSHI UMAMI
40-114 Katowice, ul. Ściegiennego 45
Tel. 602 11 11 37
www.sushiumami.com.pl

solvadis

solvadis polska

Zawsze gramy fair play

- oleje i smary
- chemia bazowa
- chemia budowlana
- chemia tworzyw sztucznych
- chemia przemysłu spożywczego
- aerozole i inne gazy techniczne
- środki do uzdatniania wody

Wasz dystrybutor produktów chemicznych

solvadis polska sp. z o.o.
ul. Piłsudskiego 74, 50-020 Wrocław
tel. 71 799 55 00, fax 71 799 55 55
e-mail: solvadis@solvadis.pl

www.solvadis.pl

The Silesian Golf Club

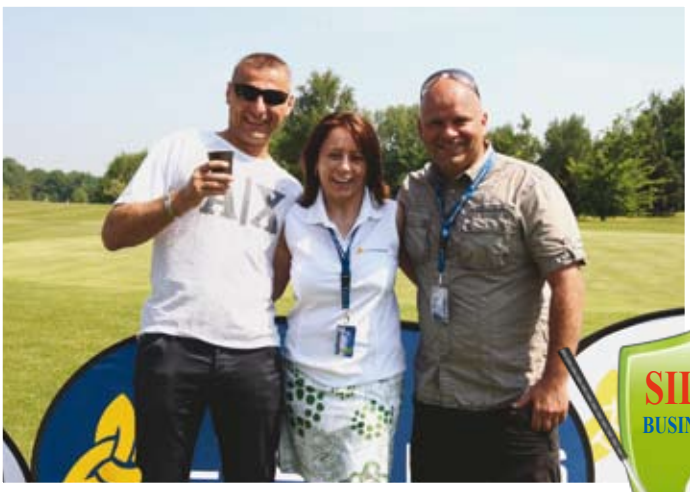
Siemianowice Śląskie

18 Hole Course

www.slaskiklubgolfowy.pl

Profesjonalnie przygotowana impreza z doskonałą obsługą. Organizacja, prowadzenie i atrakcje turnieju golfowego zdecydowanie dorównują imprezom, które realizuje się na Zachodzie...

– tak podsumował I Turniej w Golfa artysta malarz Andrzej Styrna.



SILESIA
BUSINESS&LIFE
22 MAJA 2011
GOLF CUP

Golf w luksusowym opakowaniu

Event, impreza kulturalna, spotkanie towarzysko - biznesowe, wydarzenie sportowe – to wszystko mieści się w definicji turnieju golfowego, który odbył się 22 maja w Śląskim Klubie Golfowym w Siemianowicach Śląskich. Trafność wymienionych określeń na pewno jest stuprocentowa. Jednak chcąc zawrzeć w jednej definicji wszystko, co złożyło się na turniej, trzeba by powiedzieć po prostu - przedsięwzięcie nietuzinkowe.

Przedsięwzięcie nietuzinkowe, bo łączące w sobie sport, biznes, sztukę i rozrywkę. Do tego warto dodać, że również przedsięwzięcie w profesjonalnym wydaniu, spełniające najwyższe standardy i w naprawdę ekskluzywnym opakowaniu.

Golf Cup 2011 to pomysł, który narodził się w redakcji magazynu „Silesia Business & Life" – a chcąc być precyzyjnym – z inicjatywy redaktora naczelnego czasopisma Klaudiusza Sevkovica, który wraz z pozostałymi organizatorami przez osiem miesięcy intensywnie, entuzjastycznie, fachowo, precyzyjnie i konsekwentnie realizował plan przedsięwzięcia. Wizje dotyczące przygotowania turnieju od początku wskazywały cel, który do samego końca towarzyszył imprezie. Unikalnie, ale jednocześnie w odniesieniu do zachodnich standardów. Sportowo, ale także elegancko i wytrawnie. Z domieszką rekreacji i rozrywki, ale również ze szczyptą sztuki i kultury. Zaskoczyć różnorodnością propozycji, a przy tym zachwycić wyrafinowanym ich doborem.

Impreza - Silesia Business & Life Golf Cup - składała się z triady różnego typu przedsięwzięć – I etap: turniej golfowy, + event, II pokaz mody Plicha w hotelu Monopol i III etap: After Party w klubie Sofa&Genesis..

SILESIA
BUSINESS&LIFE
22 MAJA 2011
GOLF CUP

marketing@extremebar.pl

extremebar

INNY WYMIAR ROZRYWKI

SILESIA
BUSINESS&LIFE
22 MAJA 2011
GOLF CUP

W pierwszej części, czyli w rozgrywkach golfowych w sumie wzięło udział około siedemdziesięciu świetnych śląskich i nie tylko, golfistów. Przed rozpoczęciem zawodów każdy uczestnik mógł wzmocnić swoje siły podczas śniadania na świeżym powietrzu. Natomiast tuż przed startem wszyscy otrzymali „golfowe wyprawki" – a więc kilka atrybutów golfisty, które ufundowała firma Lyoness.

Oczywiście oficjalnie turniej otworzył Klaudiusz Sevkovic, zachęcając wszystkich do sportowej rywalizacji: - Wszystkim uczestnikom turnieju, bez wyjątku, życzę powodzenia i połamania kija golfowego... Połamania oczywiście już na mecie i to z radości z wygranej. Nie mam faworyta, więc powiem krótko i dyplomatycznie: niech wygra najlepszy.

Choć przysłowiowego kija nikt na mecie w końcu nie połamał, to i tak radość ze zwycięstwa była naprawdę widoczna oraz długo celebrowana. Rozgrywki toczyły się w czterech kategoriach – kobiet brutto, mężczyzn brutto, kobiet netto oraz mężczyzn netto.

W rękach zwycięzcy znalazł się także obraz namalowany przez Andrzeja Styrnę. Tematyka pracy ściśle nawiązywała do imprezy, bo malarz stworzył ją specjalnie na tę okazję. - *Chciałem, by obraz, który otrzymał zwycięzca, wpisywał się w atmosferę i temat turnieju golfa. Można na nim zobaczyć pewne symbole – plaża, ekskluzywny zegarek - zaczerpnięte z elitarnego świata. Ale mówiąc o elicie, mam na myśli grupę ludzi, którzy mimo swoich możliwości mają pozytywny i zdrowy stosunek do swojej pozycji społecznej* – wyjaśnia artysta.

Na Golf Cup nie mogło także zabraknąć mediów – całą imprezę obsługiwała telewizja interaktywna ComTv. Pojawili się również dziennikarze programu „Co za tydzień" telewizji TVN, Telewizji Katowice oraz Telewizji Silesia. Natomiast najciekawsze i najbardziej ekscytujące chwile turnieju uwiecznił fotograf agencji informacyjno – fotograficznej AKPA Polska Press. Już w czasie trwania Golf Cup, gdy większość uczestników rozgrywek w golfa przemierzała kolejne kilometry pola, pozostali goście korzystali z innych propozycji przygotowanych przez organizatorów. Turniej był także skierowany do tych, którzy nigdy nie trzymali kija golfowego w ręce. Dla początkujących golfistów zorganizowano Akademię Golfa. W odpowiednio oznaczonym miejscu na terenie Śląskiego Klubu Golfowego przygotowano stanowiska z piłeczkami i kijami, przy których zawodowi golfiści uczyli techniki gry. Każdy gość, niezależnie od swojego stroju i obuwia, mógł spróbować sił

DICTADOR
SILESIA
BUSINESS & LIFE

w golfie. Jak się okazało, nawet spódnica czy wysokie obcasy nie są przeszkodą w osiąganiu sportowych sukcesów. Tego dnia częstym widokiem na polu golfowym były panie, które z wielkim zaangażowaniem i determinacją usiłowały pokonać swoich partnerów (Uwaga, tego komentarza nie powinni czytać panowie - ten wysiłek pań często kończył się efektywnym zwycięstwem!). Być może nie powinno się tego mówić głośno, ale panowie nie zawsze wypadali zbyt dobrze na tle płci pięknej.

- Cieszę się, że mogę właśnie w trakcie tej imprezy spróbować gry w golfa. Nie ukrywam, że to moje pierwsze spotkanie z tym sportem, ale już dużą radość sprawiają mi próby uderzania w piłeczkę – tłumaczyła Monika Gawrońska, która w czasie turnieju zaprezentowała swoją twórczość muzyczną. Jak się okazało pierwsze spotkanie z nową dyscypliną sportu od początku może przynosić sukcesy. W przypadku wokalistki tak właśnie było. Na pytanie, czy poza radością z uderzania w piłeczkę, była też radość trafiania w nią, odpowiedziała zdecydowanie: *- Nie tylko próbuję trafić, ale trafiam (śmiech). Przyznam, że pierwsze trzy uderzenia nie były sukcesem, ale już od czwartego mogę się nim pochwalić. Naprawdę golf to interesujący sport, choć wymagający długich ćwiczeń.*

W trakcie pierwszych prób „okiełznania" golfa często w powietrzu oprócz piłeczek przelatywały spore kępy trawy. Niektóre stanowiska Akademii Golfa były wyraźnie oznaczone przez początkujących graczy za pomocą powyrywanej zielonej nawierzchni i prześwitującej ziemi. *- Jeśli chodzi o sposób uderzenia, to miałem pewne kłopoty. Rzeczywiście „wyrwałem" trochę trawy... Kiedyś wychodziło mi to znacznie lepiej. Pewnie gdybym więcej potrenował, to technika uderzenia by wróciła. Dziś, niestety, trochę się skompromitowałem* – tłumaczył z uśmiechem Radosław Majdan swoje bardziej i mniej udane zagrania na polu golfowym. Natomiast o taktyce, która przede wszystkim opiera się na zaskoczeniu przeciwnika, mówił Piotr Świerczewski: ***- Golfistą jestem stosunkowo słabym, co jest dosyć delikatnym określeniem moich możliwości. Spróbuję więc po prostu zaskoczyć przeciwników i jak najdalej wybić piłeczkę.***

Poza Akademią Golfa, od południa, kiedy rozpoczął się etap drugi imprezy, goście mieli do wyboru szerokie spektrum możliwości spędzenia czasu:

· Live cooking – Szafranowy Dwór
· Wine & Golf – degustacja win „WINIARNIA BURGUNDIA"
· Degustacja kaw świata - NESPRESSO
· DICTADOR Presents Select Rum
· Wernisaż wystawy malarstwa Andrzeja Styrny
· Pokazy Mody
· Maryanne Smooth Vocal
· Sushi & Art. – sushi take away UMAMI
· Finlandia Vodka Coctail Bar
· Monika Gawrońska „Monya" live
· Prezentacja luksusowych samochodów marki INFINITI
· Marcin Daniec Show

Teren Śląskiego Klubu Golfowego na czas imprezy przybrał nową topografię, która zapewniła gościom turnieju wygodę i komfort. Mimo obecności dużej liczby osób, chyba nikt nie mógł narzekać na brak przestrzeni. Organizatorzy zaproponowali wiele różnorodnych degustacji oferowanych potraw i trunków. Część gości zasiadając na wygodnych sofach, próbowała wyszukane w kompozycji smaków drinki oraz kolumbijski rum DICTADOR. Inni wybrali bardziej klimatyczne miejsce na lampkę wina serwowaną przez winiarnię BURGUNDIA, tuż obok galerii Andrzeja Styrny. Przy okazji mieli możliwość przybliżenia sobie twórczości tego artysty. Co więcej jeden z obrazów,

który został stworzony specjalnie na tę okazję znalazł się w rękach zwycięzcy przeprowadzonego w trakcie turnieju losowania. Okazał się nim Aleksander Niedzielski, pracownik naukowy Katedry Historii i Teorii Architektury Politechniki Śląskiej. Tematyka obrazu ściśle nawiązywała do charakteru imprezy...

W trakcie imprezy można było również rozwinąć swoją „wrażliwość" kulinarną i spróbować potraw z nutką orientu... A dla gości, którzy nie gustowali w sushi, restauracja Szafranowy Dwór zaoferowała różnorodne przekąski i dania.

Tworząc bogatą w ciekawe propozycje ofertę, Golf Cup, magazyn Silesia Business & Life pomyślał również o miłośnikach ekskluzywnej motoryzacji i luksusowych marek samochodowych. W czasie turnieju goście mieli możliwość zobaczenia najnowszych modeli samochodów Infinity. **Większość zainteresowanych nie odmówiło sobie przyjemności posiedzenia za kierownicą luksusowych pojazdów. Dodatkowym magnesem przyciągającym do ekskluzywnych samochodów były atrakcyjne hostessy, które prezentowały najnowsze propozycje marki Infinity**. I podobnie jak na polu golfowym, tak i tutaj kobiety w zainteresowaniu nowościami motoryzacyjnymi nie ustępowały mężczyznom i bardzo chętnie siadały za kierownicą samochodów. Równie przyjemnym widokiem dla oczu – nie tylko tych męskich - był pokaz mody. Przedstawiał on dwie najnowsze kolekcje firmy GUESS I GUESS BY MARCIANO na wiosnę – lato 2011. Modelki najpierw zaprezentowały kolekcję w stylu marynarskim, nawiązującą do klimatu i kolorystyki nadmorskich kurortów. Potem wystąpiły w pastelowych sukienkach z kolekcji koktajlowej .

W programie I Turnieju Golfa znalazła się także muzyka i duża dawka sprawdzonego humoru. Dźwięki łączące w sobie nurt muzyki pop i elektronicznej w wykonaniu młodej, zdolnej i niezależnej artystki przykuły uwagę publiczności, która zgromadziła się na turnieju. Monika Gawrońska na scenie zaprezentowała swoją osobowość twórczą, w występie pełnym ekspresji i prawdziwych emocji. Pod koniec eventu wystąpił artysta kabaretowy, satyryk i człowiek o charakterystycznym poczuciu humoru - Marcin Daniec. Już w ciągu pierwszych kilku chwil na scenie rozbawił gości dygresjami związanymi z imprezą golfową. **Wyjawił nawet zakulisowe tajemnice organizacji imprezy i zauważył, że to jedna z niewielu, na które dostał zaproszenie z półrocznym wyprzedzeniem.** Jeśli ktoś mógłby pomyśleć, że satyryczne odniesienia do golfa artysta tworzy w oparciu o wiedzę czysto teoretyczną, to jest w dużym błędzie. *- Gram tylko w tenisa i wydawało mi się, że po golfa sięgnę wtedy, gdy już nie podołam na korcie... Sądziłem, że golf jest tylko formą udawania, że uprawia się sport. Po dzisiejszych doświadczeniach na polu golfowym szczerze chcę przeprosić wszystkich golfistów.* – tłumaczył z uśmiechem Marcin Daniec . Co więcej, okazało się, że kij i piłeczka golfowa, być może staną się konkurencją dla jego rakiety i piłki tenisowej. *- Przestrzegam wszystkich przed lekceważeniem golfistów. To naprawdę świetna dyscyplina sportu. Niezależnie od tenisa zamierzam od jutra, od 6 rano zabrać się za naukę gry w golfa.* – Marcin Daniec takie poważne oświadczenie złożył przed kamerą ComTv.

Śledząc program Golf Cup, można było odnieść wrażenie, że znalazło się na nim dosłownie **wszystko, co można znaleźć w dobrej restauracji, luksusowym salonie samochodowym, ekskluzywnym butiku i w uznanej galerii sztuki**. - *Przygotowując turniej, mieliśmy na uwadze ludzi, którzy lubią golfa. Jednak chcieliśmy także, by mieli oni możliwość na turniej przyjść ze znajomymi czy rodziną. Dlatego też poza rozgrywkami przygotowaliśmy również wiele innych propozycji składających się na ofertę Golf Cup. Poza odpowiednią atmosferą naszym celem było*

zaoferowanie gościom wielu, różnych, dobrych produktów – wyjaśnia Piotr Chodak, współorganizator imprezy. Alternatywne formy zagospodarowania czasu uczestników każdego przedsięwzięcia, które spełniają wysokie standardy - przy jednoczesnym wsłuchiwaniu się w potrzeby gości są połową sukcesu. Jednak drugą częścią, która „buduje" pełny sukces jest atmosfera, klimat spotkania. To komponent, który po prostu się czuje od samego rozpoczęcia do zakończenia imprezy. A wymiernie określają go odczucia gości. - *Świetna atmosfera, okazja do spotkania wielu znajomych z boiska i nie tylko. Takie imprezy są bardzo istotne. Każdy z nas ma swoje życie, interesy. Natomiast w trakcie takich imprez jak dzisiejsza można się spotkać. I w dodatku przy tak wielu atrakcjach* – to wrażenia Tomasza Iwana. I chyba nie był odosobniony w swojej opinii.

O tym, że po długim koncercie można zregenerować swoje siły – choć może brzmi to paradoksalnie – właśnie na turnieju w golfa, mówił Krzysztof Skiba: -*Turniej w golfa i cała otoczka tej imprezy to dobry pomysł na to, by trochę odetchnąć. Po szaleństwach, które odbywają się na koncertach, tutaj można zupełnie swobodnie, „chillout-owo" wypocząć.*

Z równie dużą swobodą i zaangażowaniem w trakcie turnieju swoimi umiejętnościami pochwaliły się władze miast. **Prezydenci Chorzowa i Siemianowic Śląskich stoczyli koleżeński bój o możliwość przekazania nagrody dla domu dziecka**. Andrzej Kotala i Jacek Guzy wyposażeni w kije golfowe z rozmachem, ale mając też na uwadze precyzję, usiłowali doprowadzić piłeczkę w odpowiednie miejsce na polu golfowym... Choć dla obu było to pierwsze spotkanie z tym sportem, to tremy nie dało się zauważyć. - *Obiecuję sobie, że nauczę się grać w golfa. W końcu na naukę nigdy nie jest za późno. Oczywiście z racji natłoku obowiązków ta wizja nieco się oddala. Jednak ciągle mam to w pamięci, to jeden z planów, które muszę jeszcze zrealizować w życiu* – wyjaśniał Andrzej Kotala tuż przed rozpoczęciem koleżeńskiej rozgrywki z prezydentem Siemianowic Śląskich. Rozgrywki golfowe prezydentów obserwowała między innymi Elisabeth Lürenbaum, prezes firmy solvadis polska, która ufundowała nagrodę. Telewizor trafił do domu dziecka w Chorzowie. Pani prezes dyplomatycznie oceniła rozgrywkę: - *Turniej był bardzo krótki, ale wyjątkowo efektywny. Andrzej Kotala jednym uderzeniem trafił w odpowiedni punkt. Trudno mi uwierzyć, że wcześniej nie miał styczności z golfem* – skomentowała wygraną prezydenta Chorzowa Elisabeth Lürenbaum. Jednak równie pozytywnie oceniła grę jego przeciwnika: - *Sądzę, że Jacek Guzy zwycięstwo zdobyłby w nie więcej niż dwóch ruchach . Natomiast błyskawiczny przebieg rozgrywki uniemożliwił mu tę wygraną. Dlatego obaj panowie zasługują na gratulacje.*

Silesia Business & Life Golf Cup przejdzie do historii nie tylko jako świetnie zorganizowana impreza z licznymi atrakcjami, ale także jako symbol współpracy miast - Chorzowa i Siemianowic Śląskich. W końcu **golf może łączyć nie tylko ludzi świata biznesu, sportu czy kultury, ale także tych, którzy piastują najważniejsze funkcje w mieście. -** *Bardzo cieszy mnie fakt, że Siemianowice są miejscem, do którego przyjeżdżają utalentowani i znani ludzie kultury, sportu czy biznesu. Co więcej, cieszy mnie też fakt, że w ramach takich przedsięwzięć jak turniej golfowy, nasze miasto może nawiązywać współpracę z Chorzowem* – podkreślił Jacek Guzy.

Po koniec eventu, na scenie pojawił się Klaudiusz Sevkowic, który zaprosił wszystkich na dalszą część imprezy. Przeprowadzona została loteria, jedną z atrakcji były dwie wycieczki ufundowane przez biuro podróży Alfa Star. Nagrody szczęśliwcom wręczył sam prezes firmy w towarzytswie swojej córki. Następnie Klaudiusz Sevkovic przejmując na chwilę od Patrycji Tomaszczyk-Kindla rolę prowadzącego, zaprosił na kolejne atrakcje: ***- Przygotowaliśmy jeszcze dzisiaj dla państwa wspaniały pokaz mody w hotelu Monopol, a po nim oczywiście After Party w lokalu Sofa & Genesis w Katowicach.***

W hotelu Monopol odbył się pokaz mody Plicha. Smukłe sylwetki oraz delikatna uroda modelek doskonale komponowały się z projektami ubrań, które goście podziwiali z zachwytem. Podczas prezentacji można było zobaczyć kolekcję 2011 - „koktajlową". Projekty przedstawiały ulotność, zwiewność i pastelowe barwy. Wszystkie

SILESIA BUSINESS&LIFE GOLF CUP - KOŃCOWA KLASYFIKACJA

Brutto kobiet:
1. Danuta Cesarz
2. Brygida Morańska
3. Grażyna Walos

Brutto mężczyzn:
1. Włodzimierz Pawlik
2. Adam Cesarz
3. Marian Ciaciura

Netto kobiet:
1. Janina Gładki
2. Danuta Cesarz
3. Danuta Buchalik

Netto mężczyzn:
1. Robert Niemirowicz
2. Szymon Wałach
3. Adam Cesarz

- zarówno pod względem koloru, jak i tkaniny - miały malarski charakter, co - jak sam autor przyznał - jest efektem jego pasji. Sztuka jest często źródłem inspiracji twórczych projektanta. - *Inspirację czerpię nie tylko z malarstwa, ale także z muzyki. W przypadku tej kolekcji zainspirowała mnie Renata Przemyk. Poza tym często film czy po prostu dana chwila staje się bodźcem do tworzenia konkretnych projektów...* – tłumaczył Plich.

Po zakończeniu pokazu rozpoczęła się trzecia część Silesia Business & Life Golf Cup – After Party w katowickim klubie Sofa & Genesis. Choć dla gości był to kolejny etap dobrej zabawy i relaksu, to dla samych organizatorów dopiero od tego momentu zaczął się, mówiąc nieco kolokwialnie, prawdziwy relaks.

Obserwując sprawną obsługę imprezy, chyba nikt nie miał wątpliwości, że tym, którzy nad nią czuwali cały dzień, należy się wreszcie wypoczynek. W czasie After Party nikt już tak kurczowo „nie trzymał ręki na pulsie" i nawet organizatorzy chwilami czuli się tak, jakby byli jej uczestnikami, więc zabawa trwała do samego rana. Różnorodna muzyka, odpowiednio przygotowane loże dla gości oraz niepowtarzalna atmosfera zadziałały jak magnes i nie pozwoliły nikomu opuszczać lokalu wcześniej niż o czwartej nad ranem.

Trzy różne etapy Golf Cup, trzy odmienne miejsca, w których odbywał się turniej i trzy typy atrakcji przygotowanych dla gości. Wszystkie te elementy podano we właściwych proporcjach, z odpowiednim wyczuciem, w ekskluzywnej formie i w niezmiennie świetnej atmosferze. Doskonały nastrój panujący na turnieju, choć nie wypisany na zaproszeniu, stale towarzyszył imprezie. I przenosił się razem z gośćmi z pola golfowego do hotelu Monopol, a potem do lokalu Sofa & Genesis... I tak jak uczestnicy imprezy, pozostał z nimi do końca...

- Jak wspominam Golf Cup? Była to właściwie impreza, pozwolę sobie użyć potocznego sformułowania - „od rana do rana". Dla wielu gości zaczynała się od porannego śniadania na polu golfowym, a kończyła na After Party... – tak podsumowuje I Turniej Golfa na Śląsku Kuba Błaszczykowski, zapytany o wspomnienia z udziału w imprezie. Co więcej relacje z turnieju można było znaleźć w prasie i na portalach internetowych. Materiały dziennikarskie pojawiły się między innymi w Dzienniku Zachodnim, Pulsie Miasta, a także na portalu East News i chorzowianin.pl. To nowy rodzaj tego typu przedsięwzięć - eventów, spotkań towarzysko-biznesowych, na których kultura spotyka się ze sportem, modą, biznesem, a towarzyszy im rozrywka i niezapomniane atrakcje. Wszystko to opakowane w estetyczny i luksusowy papier. A wstążka, którą przewiązany jest taki „prezent", precyzyjnym wykończeniem i profesjonalnie dobraną teksturą kusi każdego, kto trzyma ten upominek w ręce.

Naszych Czytelników zapraszamy do odwiedzenia strony internetowej www.silesiaevent.pl, gdzie można znaleźć obszerną galerię zdjęć oraz filmy i teledysk z imprezy.

SILESIA BUSINESS&LIFE GOLF CUP
POKAZ MODY PLICH - HOTEL MONOPOL - KATOWICE

www.silesiaevent.pl

Chcesz spróbować gry w golfa

ŚLĄSKA AKADEMIA GOLFA

ZAPRASZA

NA ZAJĘCIA INDYWIDUALNE

I GRUPOWE NA POLU GOLFOWYM

W SIEMIANOWICACH ŚLĄSKICH

ŚLĄSKA AKADEMIA GOLFA

Zadzwoń już teraz

i umów się na lekcję

TEL. 32 608 33 71

Śląski Klub Golfowy, 41-100 Siemianowice Śląskie, ul. Sowia

Misja, która się sprawdza

Podnieść swoje umiejętności lub nauczyć się od podstaw tej dyscypliny sportu. Utrzymać zdrowego ducha do późnych lat starości lub po prostu nabyć nienaganną kondycję. Nie ulegać stereotypom i chętnie je przełamywać. Zmienić styl życia i poznać ludzi z tą samą pasją.

Argumentów czy powodów, by zdecydować się na odwiedzenie Akademii Golfa, która działa przy Śląskim Klubie Golfa w Siemianowicach Śląskich, może być wiele. To miejsce, w którym przede wszystkim jest okazja do stawiania pierwszych kroków na polu golfowym pod okiem instruktora. Drugą alternatywą jest oczywiście udoskonalenie swojej techniki gry czy też podwyższenie jej poziomu. W obu przypadkach, efektem może być uzyskanie „Zielonej karty", a więc pewnego rodzaju dowodu osobistego każdego golfisty. Widnieje na nim formalne potwierdzenie uzyskania podstawowych umiejętności gry wraz z najważniejszymi zasadami etyki i bezpieczeństwa. Karta ta, nie zobowiązuje jej posiadacza do obowiązku gry tylko na polu golfowym, na którym została uzyskana. Posługując się tym golfowym dowodem tożsamości można korzystać z większości pól w Polsce i za granicą.

Obecnie na Śląsku można wyróżnić trzech w pełni wykwalifikowanych instruktorów gry w golfa, którzy ukończyli trzyletnią szkołę gwarantującą możliwość zawodowego instruktarzu w tym sporcie. Marcin Stelmasiak, Marketa Stelmasiak oraz Sebastian Gardiasz to doświadczeni i zawodowo przygotowani nauczyciele Akademii Golfa w Siemianowicach Śląskich. Instruktarzy ci, od dawna należą także do organizacji PGA Polska - Professional Golfers' Association of Poland, zrzeszającej zawodowych golfistów. PGA Polska jest członkiem międzynarodowych struktur tej organizacji. Akademia Golfa kieruje swoją ofertę – w postaci poszczególnych sekcji, do szerokiego grona odbiorców, zaczynając od dzieci, przez osoby w średnim wieku, a kończąc na osobach starszych. Parytety płci w tym sporcie są zachowane. Akademia organizuje też szkolenia polskiej kadry golfistów. Co więcej szkoła golfa prowadzi specjalny program dla „Juniorów", skierowany do dzieci ze szkół podstawowych. Dzięki temu każde z nich, posiada jące chęć spróbowania swoich sił na polu, bezpłatnie ma szanse zdobyć podstawową wiedzę i praktyczne zdolności pod okiem zawodowej kadry. Jednak niezależnie od sekcji w akademii, każdy młodszy czy starszy uczeń jest traktowany w sposób indywidualny i instruktor zawsze bierze pod uwagę osobiste predyspozycje konkretnej osoby.

- Oczywiście standardowa nauka w golfa przebiega na dwóch płaszczyznach, co jest chyba obligatoryjne przy każdej dyscyplinie sportu. Uczeń zdobywa teoretyczne informacje, które systematycznie wprowadza w praktykę na polu golfowym. Chcemy przekazać podstawowe elementy, ale w neutralny sposób. Neutralność polega na tym, by każdy uczeń zdobywając podstawowe umiejętności mógł potem grać w golfa w taki sposób, który mu odpowiada i jest zgodny z jego predyspozycjami. – wyjaśnia Marcin Stelmasiak. Zapotrzebowanie na takie formy nauki jest dosyć duże, a świadczy o tym fakt powstawania w Polsce kolejnych szkół golfa. Co więcej region śląski także takie potrzeby zgłasza. Śląska aglomeracja to duży i stosunkowo gęsto zaludniony obszar, a sam Śląski Klub Golfowy stale powiększa się o nowych członków. Właśnie te uwarunkowania były głównymi przesłankami decyzji o stworzeniu akademii. Poza tym jak twierdzi Marcin Stelmasiak, w golfie jest ogromny potencjał i nawet, jeśli na Śląsku nie będzie się on tak prężnie rozwijał, jak w innych częściach Polski czy za granicą, to za parę lat i tak będzie kilku tysięczne grono zwolenników tej gry w tym regionie. Natomiast już teraz instruktor wierzy w powodzenie misji, która nakreśliła kierunek działania szkoły golfa od samego jej początku...

- Misją Akademii Golfa, która od początku motywowała nasze działania, to chęć szerzenia tego sportu wśród coraz większej grupy ludzi. Niekoniecznie grupy, która musi spełniać określony status materialny czy posiadać wyraźnie zdefiniowane predyspozycje. Po drugie zależy nam na tym, by po prostu pomagać golfistom uprawiać ten sport. Chcemy gwarantować dogodne miejsce, odpowiednie wyposażenie, wiedzę, doświadczenie oraz dobrą zabawę i ciekawą formę spędzenia wolnego czasu.

Argumentem, który przemawia za rozpoczęciem gry w golfa, jest też zdrowie. Regularne uderzanie piłeczki golfowej zapewnia dobrą kondycję i wytrzymałość. Bowiem czasem, w trakcie jednej gry trzeba przemierzyć dobrych kilkanaście kilometrów. Natomiast nie jest żadną tajemnicą, że odpowiednia forma zawsze neutralizuje lub minimalizuje wszelkie dolegliwości zdrowotne.

Powodów do tego, by sięgnąć po kij golfowy można również upatrywać w chęci przełamania pewnych golfowych stereotypów...

- W Polsce nadal jeszcze, tworzy się negatywny wizerunek tego sportu. Częściowo w ten sposób kreują go same media, ale podobnie jest on postrzegany przez wielu zwykłych ludzi. Pogląd, który mówi, że golf to drogi sport przeznaczony dla elitarnej części społeczeństwa niestety wciąż jest obecny. Oczywiście powoli te mity się burzy, ale na Śląsku dopiero dojrzewamy do nowego – realnego postrzegania golfa. Koszty poniesione na kupno sprzętu czy wynajęcie pola, w sumie nie są wyższe – czasem nawet niższe, niż wydatki narciarzy. – tak definiuje polską tendencję do stereotypów w golfie, Sebastian Gardiasz. Dlatego też jak zgodnie dodają obaj nauczyciele, Akademia Golfa jest także drogą do zmiany mentalności ludzi, którzy nigdy nie mieli styczności z tym sportem. Choć ta reforma wymaga czasu, to jest możliwa. Widać ją na przykładzie Czech czy Słowacji, które kiedyś nie obfitowały w pola golfowe – tak jak Polska. Natomiast od pewnego czasu bardzo prężnie, pod względem infrastruktury i zainteresowania golfem, rozwijają się.

Akademia Golfa może także stać się impulsem do zmiany dotychczasowego stylu życia, ale oczywiście na lepsze. Uprawiając ten sport stopniowo zdobywamy nowe umiejętności i poznajemy ludzi, którzy w podobny sposób lubią spędzać wolny czas. W trakcie gry jest wiele okazji do rozmowy, poznania się czy nawiązania relacji, które potem można przełożyć też na spotkania poza polem. Okazuje się, że połączenie sportu z miłym towarzystwem może stać się nieodzownym elementem harmonogramu każdego dnia. Dodatkowy „obowiązek" w postaci wizyty na polu jest momentem wypoczynku, zmniejszenia stresu i okazją do spotkania ze znajomymi.

- To naprawdę niesamowicie wciągający i towarzyski sport. Choć właściwie to sport stanowiący jednocześnie styl życia. Kiedy rzeczywiście poznamy jego atuty, to zwykle każdy dzień dopasowujemy do golfa.. Ludzie się z nim identyfikują, bo to już nie tylko sport, ale także pasja, przyjemność, relaks i grono znajomych. Ten kto choć raz spróbuje i pojawi się w akademii, to zazwyczaj w niej zostaje... A po pewnym czasie, oczywiście stawia samodzielne kroki na polu. – tak fenomen golfa określa Sebastian Gardiasz.

Niezależnie od pretekstu, który stanie się motywem pojawienia się w Akademii Golfa, można mieć pewność, że zawsze trafi się w niej na doświadczonych i zawodowo przygotowanych instruktorów. Każdy z nich profesjonalnie przekaże swoją wiedzę i umiejętności. Wszystko to będzie przebiegać w swobodnym i przyjemnym klimacie, bo taka właśnie atmosfera obecna jest na każdym polu golfowym.

- Ucząc kogoś gry w golfa, sam czerpię z tego ogromną przyjemność, radość i satysfakcję. Cieszy mnie każdy uczeń, który trafia do akademii i chce nauczyć się tego sportu. Równie miłe są też momenty, w których dowiaduje się, że moi wcześniejsi uczniowie osiągają sukcesy w różnych turniejach... Wtedy wiem, że misja, którą kiedyś sobie wspólnie – z innymi instruktorami, stworzyliśmy naprawdę się sprawdza. – mówi Marcin Stelmasiak. Jednak o tym, czy rzeczywiście golf jest przyjemnym i towarzyskim sportem, najlepiej przekonać się osobiście. Wystarczy tylko wybrać się do Akademii Golfa w Siemianowicach Śląskich i sprawdzić to na własnej skórze.

Rozmawiała Dominika Tkocz

CRONIMET PL

Drugie życie stali stopowych

www.cronimet.com.pl

Cronimet PL Sp. z o.o.
88-100 Inowrocław, Kłopot 10A
tel. +48 52 356 45 00,
fax +48 52 356 45 01
biuro@cronimet.pl

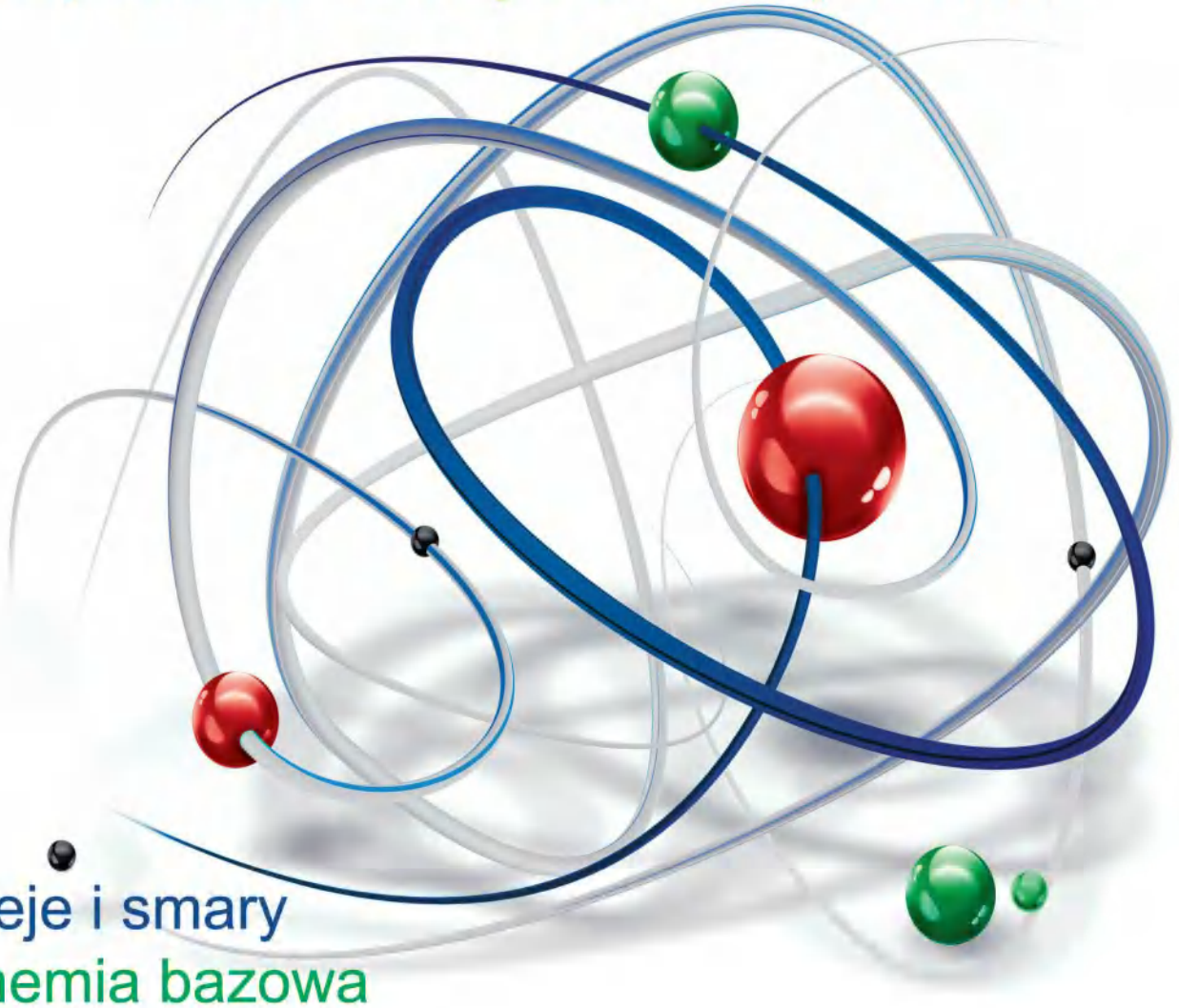
Oddział Herby
42-284 Herby, ul. Lubliniecka 41
tel. +48 34 357 42 44,
fax +48 34 357 42 46
herby@cronimet.pl

Cronimet Ostrava, s.r.o.
721 00 Ostrava – Svinov, Polanecká 820
tel. +420 596 634 711,
fax +420 596 634 711
mail@cronimet.cz

solvadis

solvadis polska

kompleksowo • kreatywnie • kompetentnie



oleje i smary
chemia bazowa
chemia budowlana
chemia tworzyw sztucznych
chemia przemysłu spożywczego
aerozole i inne gazy techniczne
środki do uzdatniania wody

solvadis polska sp. z o.o.
ul. Piłsudskiego 74 • 50-020 Wrocław
tel. +48 71 799 55 00 • fax +48 71 799 55 55
kontakt@solvadis.pl • solvadis@solvadis.pl

www.solvadis.pl

WASZ DYSTRYBUTOR PRODUKTÓW CHEMICZNYCH