



ZAPISKI Z FRONTU

Polski biznes porównuje atak pandemii do kolejnej wojny światowej z tą różnicą, że tym razem człowiek nie występuje przeciwko człowiekowi, lecz walczą ramię w ramię.

ŁUKASZ OSTRUSZKA



Cenna inicjatywa.

Leszek Gierszewski, prezes i założyciel firmy Drutex, zainicjował akcję społeczną, skupiając przedsiębiorców w walce z pandemią COVID-19. Inicjatywa ma charakter otwarty i apolityczny.

Sięgnijmy pamięcią do sylwestrowej nocy. Niektórzy przygotowywali wtedy rankingi i podsumowania minionej dekady, inni złościli się z powodu niewiedzy i wskazywali, że dekada skończy się dopiero, gdy przeżyjemy rok 2020. Zastanawialiśmy się nad skutkami napięć między USA i Iranem lub w kilku innych gorących miejscach. Nikt nie zaprzął sobie głowy pierwszymi doniesieniami z Chin o jakimś wirusie. Ta wojna nas zaskoczyła.

Minął styczeń i luty. Informacji było coraz więcej. Nadal nie wszyscy sądzili, że nadchodzi armagedon, a właściwie dwa armagedony – zdrowotny i gospodarczy. W marcu front dotarł do Polski.

Oko w oko z nieznanym

– Ani ja, ani nikt inny czegoś takiego, na taką skalę i z takimi konsekwencjami nigdy nie doświadczył. Tak naprawdę wciąż nie wiemy, z czym mamy do czynienia i to napawa największymi obawami. Śmiało można to porównać do wojny, z tą tylko różnicą, że tu przeciwnika nie znamy, a w takiej sytuacji trudno jest z nim walczyć. Nie wiemy, co nas czeka i jak długo to potrwa. Nie wiemy, jak się skutecznie bronić – twierdzi Leszek Gierszewski, prezes firmy Drutex, która jest czołowym producentem okien w Europie.

Rząd zaczął wprowadzać kolejne restrykcje, szpitale – błagać o pomoc. Wielu przedsię-



Miliony w miesiąc. Kiedy zamykaliśmy numer, zadeklarowana przez partnerów akcji wartość przekazanej pomocy wyniosła prawie 23,5 mln złotych. I dalej rosta.

biorców zdało sobie sprawę, że będą walczyli o życie zupełnie jak na wojnie. Koronawirus SARS-CoV-2 zaczął pokazywać siłę i atakować. W takiej sytuacji można się zamknąć w domu i liczyć każdy grosz albo postawić na otwartość i współpracę. Leszek Gierszewski wyciągnął milion złotych i skrzyknął kilku ludzi. Doszedł do wniosku, że to dziejowa próba także dla biznesu. Pierwszy telefon wykonał do Radosława L. Kwaśnickiego, prawnika, partnera zarządzającego w kancelarii RKKW – Kwaśnicki, Wróbel & Partnerzy, z którym na co dzień współpracuje.

– Wierzmy, że dzięki wspólnemu działaniu możemy lepiej odpowiedzieć na wyzwania związane z zagrożeniem epidemicznym i wspomóc przede wszystkim szpitale, lekarzy, pielęgniarki i cały personel medyczny na pierwszej linii walki z wirusem – mówi dr Radosław L. Kwaśnicki.

Wolontariat

Zapalił się do pomysłu i zaczął dzwonić, by przyciągnąć do akcji kolejne osoby – prywatnych przedsiębiorców, mniejsze i większe firmy. Szybko skompletowano kilkudziesięcioosobowy zespół specjalistów z różnych dziedzin. Pracując po kilkanaście godzin dziennie na zasadach wolontariatu, zaczęli kojarzyć potrzebujących z darczyńcami. Biznes zrobił to po swojemu, czyli nie po omacku, ale tak, żeby było skutecznie. Wymyśli-

Na czele fundacji.

Koördynatorem generalnym i prezesem zarządu fundacji został Radosław L. Kwaśnicki, który wprawdzie jest doktorem nauk prawnych, ale tym razem stał się również doktorem pomagania.



no nazwę „Jesteśmy razem. Pomagamy”. Logo zaprojektował za darmo znany artysta Wojciech Brevka. Wpada w oko i zostaje w pamięci. Litery „MY” są ze sobą zszyte na tle konturów Polski, co w kontekście dzisiejszej sytuacji społecznej przypomina, że albo

będziemy razem i zszycjemy to, co zostało w nas rozprute, albo nie mamy szans. – Od początku rozwoju epidemii w Polsce pomagamy, przekazując szpitalom nasze środki do pielęgnacji skóry dłoni i twarzy. Leszek Gierszewski wykonał inny ruch,



Dary dla służby zdrowia. Jednym z pierwszych, którzy dołączyli do akcji, był Henryk Orfinger i firma Dr Irena Eris produkująca kosmetyki. Przekazuje nie tylko środki czystości, lecz także kosmetyki do pielęgnacji. Pracownicy służby zdrowia często dezynfekują dłonie, co wysusza i niszczy skórę.



bo trudno, żeby teraz dawał szpitalom okna. Zaoferował pomoc finansową, która przerodziła się w pomysł zorganizowania akcji ogólnokrajowej. Od razu się zgłosiliśmy, gdyż robienie czegoś razem ma zawsze większy sens. Ustaliliśmy, że przekazujemy nie tylko dary rzeczowe produkowane przez poszczególne firmy, lecz także przedsiębiorstwa, które nie mogą w ten sposób pomóc, przekazują konkretne pieniądze potrzebne do zakupu sprzętu specjalistycznego według zapotrzebowania – wspomina Henryk Orfinger, wiceprezes firmy Dr Irena Eris.

Akcja trafiła do mediów, zrobił się rozgłos. Patronat przyznały dziennik „Puls Biznesu”, Krajowa Izba Gospodarcza, Rzecznik Małych i Średnich Przedsiębiorców oraz warszawska Izba Radców Prawnych. Lawinowo zaczęły spływać zamówienia ze szpitali. Organizatorzy wszystko wrzucali do tabelki i okazało się, że prośby dotyczą w gruncie rzeczy tego samego. Brakuje środków ochrony indywidualnej, czyli maseczek, kombinezonów, profesjonalnych masek ochronnych, nieprzemakalnych fartuchów, rękawiczek, okularów, a także środków czystości, kosmetyków – mydeł, szamponów

używanych do mycia rąk – pościeli, sprzętu specjalistycznego – m.in. urządzeń do dezynfekcji, pomp infuzyjnych, kardiomonitorów, czy wreszcie urządzeń, które są na wagę złota niezależnie od szerokości geograficznej – respiratorów. Prośby napłynęły z całej Polski

– od Kielc przez Warszawę na Grudziądzu i Szczecinie kończąc.

Gest solidarności

– Celem akcji jest przede wszystkim faktyczna pomoc przez integrację silnych i gotowych do



Na pomoc medykom.

Kierowana przez Roberta Abramczuka firma **Posnet** przekazała maseczki, przyłbice i sprzęt medyczny kilku szpitalom i zakładom opieki zdrowotnej w Warszawie, Przemyślu, Puławach i Tomaszowie Lubelskim.



działania przedsiębiorstw, osób i instytucji. To się dzieje tu i teraz. To są realne działania i wymierne korzyści dla placówek medycznych. Połączyliśmy siły wielu silnych firm, by pomagać tym, którzy tej pomocy teraz najbardziej potrzebują. Tym, którzy są na pierwszej linii wojny z niewidzialnym wrogiem, który zagroził podstawom naszego świata. Tym, od których w dużej mierze zależy nasz los i nasza przyszłość – podkreśla Leszek Gierszewski.

Zespół kierowany przez Radosława L. Kwaśnickiego i Kamilę Newlin-Lukowicz, wiceprezes Drukarskiego, zaczął kojarzyć szpitale z firmami chętnymi do pomocy. Jeden przedsiębiorca ma szwalnię gotową szyć maseczki lub zakład mogący produkować inny niezbędny sprzęt, a drugi ma pieniądze, które chce mądrze przekazać. Najistotniejszy jest towar, ale liczy się również szybkość i sprawność przekazywania pomocy.

– Duży odzew polskich przedsiębiorców na apel służby zdrowia i idąca za tym pomoc dla będących często w trudnej sytuacji polskich szpitali z pewnością przyspieszą zwycięstwo w naszej wspólnej walce z pandemią koronawirusa. Myślę również, że ten gest solidarności polskiego biznesu wobec medyków dodaje otuchy nam wszystkim w tym trudnym czasie. Warto podkreślić, że przedsiębiorcy decydują się na pomoc, a są to często znaczące kwoty, w momencie zamrożenia gospodarki, kiedy dla większości firm biznesowe perspektywy są bardzo niepewne – mówi Robert Abramczuk, prezes firmy **Posnet**.

Producent urządzeń fiskalnych kupił za milion złotych 300 tys. maseczek ochronnych,

10 tys. przyłbic ochronnych i 10 respiratorów przenośnych oraz kilka tysięcy kombinizonów ochronnych.

Organizatorzy akcji określają swoją pracę jako koordynowanie możliwości i potrzeb albo tworzenie synergii biznesowej, która tym razem nie jest podporządkowana zyskom, lecz wspólnemu działaniu na froncie. Większość firm wykonuje produkty bez marży, często do tego dokładając. Tam gdzie trzeba organizowany jest zakup materiałów za granicą, w czym też pomagają kontakty polskich przedsiębiorców, mających przecież partnerów biznesowych w wielu krajach. Wszystko zaczęło działać jak dobrze zorganizowany oddział armii.

W połowie kwietnia wartość przekazanej pomocy zadeklarowana przez partnerów akcji „Jesteśmy razem. Pomagamy” przekroczyła 20 mln zł.

Kombinat pomocowy

Pojawily się głosy, że biznes szuka splendoru i chce się wylansować na pomaganiu. Radosław L. Kwaśnicki odiera takie zarzuty i mówi wprost: „Dziś nie jest czas, żeby pomagać zakulisowo, lecz właśnie trzeba dawać świadectwo i przykład innym. Wiele osób ma co do tego wątpliwości, ale to naprawdę pora na zachęcanie, wzajemne motywowanie się, bo to wzmacnia system, który potrzebuje pomocy. Używamy wszelkich naszych kontaktów, żeby pomagać. Wszystkie ręce na pokład. Jak już widać, przyjęty modus operandi jest skuteczny – nasze zwarte szeregi dobrych serc są już duże i zwiększają się z każdą godziną”.

Sprzęt dla szpitala.

Ceramika Tubądzin kupiła przez swoją fundację m.in. dwa respiratory wraz z niezbędnymi butlami z tlenem i przekazała je Szpitalowi Wojewódzkiemu im. Prymasa Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Sieradzu. Na zdjęciu z lewej Joanna Wodzyńska, współwłaścicielka firmy.

– Zaangażowanie dobroczynne polskich przedsiębiorstw jest dla mnie rzeczą oczywistą. Właśnie w takich momentach możemy pokazać swoje zjednoczenie i walkę o cel zdecydowanie wyższy niż intensyfikacja przychodów. Myślenie o konkurencyjności w sytuacji, gdy na szali jest życie ludzkie, biznes odkłada na dalszy plan. W tej chwili wszyscy, zwłaszcza duże przedsiębiorstwa, staramy się być społecznie użyteczni, potrzebni lokalnej społeczności – podkreśla Joanna Wodzyńska, współwłaścicielka grupy Tubądzin, producenta płytek ceramicznych, który pomaga na terenie województwa łódzkiego.

Akcja „Jesteśmy razem. Pomagamy” narodziła się spontanicznie, lecz szybko przerosła w kombinat pomocowy, a taki potrzebuje nie tylko solidnego zaplecza. Znowu można zastosować analogię z walką na froncie – ktoś walczy bezpośrednio z zarazą, a inni w tym czasie dbają o logistykę, prowiant itp. W przypadku biznesowej walki z koronawirusem o sprawy niezbędne, ale niewidoczne dbają dwie kancelarie. Obsługę prawną zapewnia kancelaria RKKW – Kwaśnicki Wróbel & Partnerzy, podatkową – kancelaria Ożóg Tomczykowski, a zarządzający nimi Krzysztof Wróbel i Paweł Tomczykowski weszli do rady akcji.

Zawiązano także fundację o takiej samej nazwie jak akcja. Fundacja ma pomóc w lepszym koordynowaniu pomocy, ale przede wszystkim zapewnić transparentność działań, którą gwarantują nie tylko osoby zasiadające w jej organach, lecz przede wszystkim system podejmowania decyzji i działań.



– System jest w pełni transparentny, co znaczy, że po uzyskaniu środków trzyosobowy zarząd analizuje wnioski o pomoc i podejmuje decyzję o przyznaniu pomocy na podstawie rekomendacji uzyskanej od koordynatora akcji. W przypadku wsparcia większej wartości zarząd, zgodnie ze statutem, zwraca się do ośmioosobowego komitetu pomocy z wnioskiem o zatwierdzenie rekomendacji. Decyzja jest więc wieloosobowa, stąd przejrzysta, ale jednocześnie bardzo szybka, bo tego wymaga sytuacja – ujawnia Radosław L. Kwaśnicki.

Zerknijmy na listę nazwisk związanych z fundacją. Prezesem jest Radosław L. Kwaśnicki, wiceprezesami Kamila Newlin-Łukowicz i Anna Turska, przewodniczącym rady Leszek Gierszewski, wiceprzewodniczącymi Andrzej Szumański i Henryk Orfinger, członkami Mariusz Książek, Dariusz Blocher, Karol Szymański, Marek Piechocki, Bartosz Józefiak i Artur Partyka. Do tego dochodzi komitet pomocy i zespół fundacji, czyli ekipa walcząca na co dzień w okopach. Teraz lista zaangażowanych w pomoc firm nazywanych partnerami akcji, oczywiście nie cała, bo zajęłaby połowę strony: Drutex, Dr Irena Eris, LPP, Budimex, Deichmann, Eko-Color, Putka, Nowy Styl, Grupa Nivette, Marvipol, Graal, Citronex, Benefit Systems, British Automotive Holding, CCC, Trell, Pekabex, Vsoft, **Posnet**, Topex, Tubądzin i wiele innych.

– Każda inicjatywa pomocy w obecnej sytuacji kryzysowej jest dobra. To, w jaki sposób przetwarzamy i w jakiej nowej rzeczywistości się obudzimy, zależy od wspólnego wysiłku ludzi, w tym polskich przedsiębiorców.

Dlatego angażujemy się i kibicujemy akcji „Jesteśmy razem”. Równocześnie w 4F szukamy nowych rozwiązań – twierdzi Igor Klaja, prezes spółki OTCF, do której należy marka 4F.

Lokalnie i globalnie

Igor Klaja został honorowym wiceprzewodniczącym akcji. Przyznaje, że firmę spod Krakowa zainspirował do działania warszawski szpital MSWiA, który zwrócił się z prośbą o 300 par gogli. Wkrótce 4F przekazało szpitalom w całym kraju ponad 230 tys. maseczek ochronnych. Firma angażuje się na kilku frontach, więc założyła również własną fundację o nazwie 4F Pomaga. Inni też działają. – Sytuacja, w jakiej wszyscy się znaleźliśmy, pokazuje solidarność zarówno społeczną, jak i biznesową. Niezależnie od tego, czy na co dzień ze sobą konkurujemy czy nie, dziś widzimy, że w obliczu wyzwania potrafimy się zjednoczyć. To bardzo budujące, gdy dotychczas obcy sobie ludzie z pełną otwartością nawiązują relacje, aby wspólnie radzić sobie z sytuacją. Myślę, że obecne obywatelskie ruszenie to dowód zaufania społecznego, jakim jesteśmy w stanie się nawzajem obdarzyć w dobie tak nieprzewidywalnych trudności, z którymi mamy teraz do czynienia – uważa Marek Piechocki, prezes LPP, firmy odzieżowej, do której należy m.in. marka Reserved.

Skuteczna ochrona.

Maseczki są dziś na wagę złota, szczególnie w placówkach służby zdrowia. Odzieżowy potentat LPP nie tylko je zamawia, ale nawet zaczął sam szyc.



LPP angażuje się głównie w pomoc potrzebującym na Pomorzu i w Małopolsce, ale ze względu na rosnące potrzeby sukcesywnie rozszerza wsparcie na kolejne regiony kraju.

– Zawsze mówiłem, że Polak potrafi, a uczestnicząc i obserwując wiele wartościowych inicjatyw pomocowych, wierzę, że poradzimy sobie z sytuacją – przekonuje Marek Piechocki.

Organizatorzy akcji „Jesteśmy razem. Pomagamy” gwarantują darczyńcom, że ich pomoc może w pierwszej kolejności trafić tam, gdzie prowadzą swoje biznesy. Chodzi o wsparcie szpitali i lokalnej społeczności, którą tworzą osoby zatrudnione w firmach, kontrahenci i partnerzy. Wszystko w myśl zasady, że najpierw warto zadbać o swoje podwórko i tych, którzy z niego korzystają, a dopiero później iść w świat z pomocą. W ten sposób możliwe jest też załatwienie dziur na mapie lokalnych potrzeb i uniknięcie skumulowania pomocy w jednym obszarze.

– Jednym z haseł, które przyświeca codziennym działaniom Nowego Stylu, jest „Myślimy globalnie – działamy lokalnie”. Wyraża ono m.in. nasz związek z miejscem, w którym żyjemy i pracujemy. Ponadto od lat angażujemy się w liczne akcje pomocy społecznej. Dlatego odpowiedź na potrzeby służb medycznych, szczególnie w tym trudnym dla wszystkich czasie, była dla nas oczywistą decyzją. Cieszymy się, że możemy działać solidarnie, ramię w ramię z innymi firmami

– zapewnia Jerzy Krzanowski, współzałożyciel i wiceprezes Nowego Stylu, czołowego producenta mebli biurowych w Europie.

Przyznaje, że obecnej sytuacji raczej nie można porównać z czymkolwiek. To coś w rodzaju gigantycznego trzęsienia ziemi, którego skutki trzeba zminimalizować za wszelką cenę.

– Na pewno nie można pozostać biernym i bezczynnie się przyglądać, licząc na cud. Życie i byt materialny wielu ludzi są zagrożone. To samo można powiedzieć o przedsiębiorstwach, dzięki którym gospodarka mogła dotychczas normalnie funkcjonować – podkreśla Jerzy Krzanowski.

Nowa rzeczywistość

Także Marek Piechocki wskazuje, że mamy do czynienia z bezprecedensową sytuacją, która dotyka niemal wszystkie kraje na świecie i bez wątpienia wpłynie na globalną gospodarkę.

– Nie wiemy, jak długo to potrwa, dlatego trudno przewidzieć, jakie skutki ta epidemia przyniesie dla całego społeczeństwa, a w tym biznesu – ocenia prezes LPP.

Zaangażowanie.

Igor Klaja jako szef koncernu produkującego odzież sportową namawia do trenowania w domu. Zapowiedział, że 20 proc. obrotu ze sklepu internetowego 4F przekaże na walkę z koronawirusem.



POMOC Z KAŻDEJ STRONY

Akcja „Jesteśmy razem. Pomagamy” jest przykładem kooperacji różnych przedsiębiorstw, ale pomagają także inni, często na własną rękę. Lista koncernów, które zdecydowały się wyłożyć pieniądze lub swoje produkty i usługi, wydłuża się każdego dnia.

Przykłady? CD Projekt przekazał 4 mln zł na walkę z koronawirusem za pośrednictwem WOŚP, spółka Nałęczów Zdrój podarowała ponad 51 tys. butelek wody Cisowianka, Maspeks przekazał milion swoich produktów do szpitali zakaźnych, Polpharma zakupiła 100 respiratorów, a Deloitte Poland pomógł w sfinansowaniu testów.

Pomagają też państwowi giganci. PGE jeszcze w marcu zdecydowała o wyłożeniu na walkę z koronawirusem 5 mln zł. Oddelegowała też 50 pracowników do wsparcia infolinii NFZ. Lotos również przeznaczył 5 mln zł dla czterech szpitali w Pomorskiem i Zachodniopomorskiem na zakup sprzętu medycznego, m.in. respiratorów, termometrów i leków. Później zaoferował m.in. 2 mln zł na paliwo dla 19 zakaźnych szpitali jednoimiennych.

Enea informuje, że za pośrednictwem jej fundacji do szpitali z terenu działania grupy trafiło 2,1 mln zł na najpilniejsze potrzeby. Wsparcie otrzymało osiem placówek, z czego trzy wskazało Ministerstwo Zdrowia. Orlen na początku kwietnia podał, że na środki higieny i ochrony oraz sprzęt medyczny przeznaczył już 100 mln zł. Produkty trafiają m.in. do Agencji Rezerw Materiałowych i fundacji Orłenu, które decydują o dalszej dystrybucji.

Ekspertki podkreślają, że świat jeszcze nie mierzył się z taką pandemią. Historia zna wiele przykładów dziesiątkowania ludności przez choroby zakaźne, ale wtedy gospodarka nie podlegała globalizacji i nie stanowiła sieci wzajemnych zależności w takim stopniu jak dziś. Mamy więc odmienne reguły działania, a wirus atakuje człowieka na froncie innym niż w przypadku poprzednich wielkich pandemii. Nie wiadomo, jaka będzie rzeczywistość, gdy opadnie wojenny kurz.

– Bez wątpliwości znajdziemy się w zupełnie nowej rzeczywistości, na którą musimy być gotowi. Już widzimy pierwsze zmiany. Na pewno zajdą w relacjach międzyludzkich, bo wizja ryzyka związanego z wirusem oraz efekty obecnej kwarantanny i dystansu społecznego długo się utrzymają w naszej pamięci. Nasza cała codzienność ulegnie zmianie. Rynek handlu i usług w Polsce i na świecie też nie będzie już taki sam. Nie wiemy jeszcze, jaki system biznesowy zastaniemy i będziemy budować lub odbudowywać, lecz zmiany są nieuniknione – przewiduje Igor Klaja.

Razem można więcej. Jerzy Krzanowski, współzałożyciel i wiceprezes Nowego Stylu produkującego meble biurowe, szczególnie cieszy się z tego, że zrodziła się solidarna pomoc różnych firm, które w obliczu pandemii pracują ramię w ramię. Dołączenie do akcji było dla firmy oczywistą decyzją.



Henryk Orfinger twierdzi, że świat będzie zupełnie inny niż dotychczas. Zmienia się relacje międzyludzkie, a więc także biznesowe. Przełoży się to na system pracy, większą powściągliwość w wydatkach, codzienne zwyczaje konsumenckie.

– Mam wrażenie, że wszystko dzieje się teraz szybciej niż kiedyś. Minęło kilka tygodni, a ja czuję, jakby to była połowa naszego życia – przyznaje współwłaściciel firmy kosmetycznej Dr Irena Eris.

– Nie jestem prorokiem, ale myślę, że może być jak po pożarze, a raczej po wojnie. Wszyscy możemy się przez wiele lat odbudowywać i podnosić z kryzysu, czasami od zera. Na pewno znajdziemy się w nowej rzeczywistości. Jeszcze nie wiemy jakiej i to teraz najbardziej napawa wszystkich niepokojem. Choć jedno jest pewne. Na pewno będziemy mieli zupełnie inne priorytety, nie będą już tak ważne dobra luksusowe, samoloty czy nowe modele samochodów. Więcej może znaczyć człowiek. Mam wrażenie, że historia właśnie zatacza koło... O firmę przez pierwsze dwa czy trzy miesiące jestem dość spokojny, ale co dalej? Na to pytanie nikt teraz nie jest w stanie odpowiedzieć – stwierdza Leszek Gierszewski, który zapoczątkował całą akcję.

Jedno jest pewne – polski biznes zdobył doświadczenie wspólnego, szybkiego działania ponad podziałami i branżami. W pewnym stopniu udało się coś, o co w świecie przed koronawirusem było trudno – zżyć słowo „MY”. Biznes powalczył wspólnie. 🌹 ☺ ☺

ŁUKASZ OSTRUSZKA

Z „Pulsu Biznesu” jest związany od 2010 r. Zajmuje się głównie opisywaniem nowych technologii, internetu i gadżetów oraz ich wpływu na człowieka. Porusza też różne tematy, które trafiają na ostatnią stronę naszej gazety, czyli do działu „Po godzinach”. Publikował m.in. w „Polityce”, „Tygodniku Powszechnym”, „Przekroju”, „Metrze” i „Bloomberg Businessweek”.

