

- Dumni konsumenci. Patriotyzm gospodarczy rośnie w siłę
- Polska w G20? W pogoni za największymi graczami
- Wzrasta innowacyjność i produktywność
- Polska odporniejsza na kryzys

# POLSKA GOSPODARKA ROŚNIE W SIŁĘ



Partnerzy dodatku:



## Jeżeli polska gospodarka zdoła szybko powrócić do przedpandemicznego tempa wzrostu, to w ciągu 10 lat nasz kraj może wejść do grona ekonomicznej elity świata

**O**statnie trzy dekady doprowadziły do istotnego wzrostu znaczenia Polski na arenie międzynarodowej. Poza siłą polityczną wzrosła również nasza siła ekonomiczna. Nasz kraj, m.in. dzięki dużej aktywności przedsiębiorców, wprowadzeniu wielu innowacji, otwarciu na nowe technologie oraz większej produktywności, błyskawicznie awansował z ekonomicznej trzeciej ligi do gospodarczej ekstraklasy.

Polska gospodarka to obecnie nie tylko największa wśród członków Unii Europejskiej z krajów byłego bloku wschodniego, lecz także – według tegorocznych danych Eurostatu – siódma największa gospodarka wśród wszystkich krajów Europy. Zdaniem wielu ekonomistów ostatnie trzy dekady to początek złotego wieku Polski.

W skali całego świata Polska pod względem PKB w rankingu Międzynarodowego Funduszu Walutowego zajmuje 22. miejsce, wyprzedzając m.in. Szwecję, Belgię czy Argentynę.

W kwietniu 2019 r. analitycy Polskiego Instytutu Ekonomicznego szacowali, że Polska mogłaby już w roku 2029 wejść do prestiżowego klubu G20 – skupiającego najbogatsze kraje świata, które odpowiadają w sumie za ok. 90 proc. światowego PKB oraz 80 proc. globalnej wymiany handlowej. Ten optymistyczny scenariusz pozostaje realny. Pod względem wielkości PKB Polska już wyprzedza bowiem zarówno Argentynę, jak i Republikę Południowej Afryki – tymczasem oba te kraje są obecnie członkami G20. Zresztą już kilka lat temu o tym, że Polska mogłaby w tym elitarnym klubie zastąpić Argentynę – RPA jest w tym gronie strategicznym reprezentantem Afryki – pisały światowe media, takie jak „Forbes” czy „The Economist”.

### MAŁY CUD NAD WISŁĄ

W rankingu brytyjskiego banku inwestycyjnego HSBC pokazującym kraje świata najlepsze do życia i pracy Polska w 2019 r. awansowała aż o 10 pozycji i zajęła miejsce 13., wyprzedzając m.in.



# Polska w G20?

Irlandię, Hongkong, Francję czy Szwecję. Autorzy raportu podkreślali, że Polska to kraj do życia m.in. ze względu na „możliwość realizacji aspiracji w zakresie rozwoju kariery, doskonalenia umiejętności prywatnych i zawodowych”.

Szybki wzrost gospodarczy sprawił, że niemiecki dziennik „Die Welt” pisał w lipcu 2019 r. o „Silicon Warszawa” – nawiązując do słynnej kalifornijskiej Silicon Valley – i podkreślał, że Polska zdystansowała Niemcy pod względem cyfryzacji, szybkości Internetu czy ułatwień w zakładaniu firmy. „Pod względem technologicznego rozwoju Polska już dawno temu zostawiła Niemcy daleko w tyle” – podkreślał autor tekstu Philipp Fritz.

Nasz kraj chwalił też dziennik „Handelsblatt”, pisząc wręcz o polskim „ma-

łym cudzie gospodarczym”. „Państwo, w którym narodowo-konserwatywny i krytyczny wobec Brukseli rząd pewnie ponownie wygra wybory w październiku, wyróżnia się oczekiwanym wzrostem gospodarczym na poziomie 4,6 proc. PKB. W 2020 r. wzrost ma wynieść 3,7 proc. PKB. Specjalizujący się w regionie instytut WiiW musiał ostatnio podnieść prognozy wzrostu dla całej środkowej i wschodniej Europy” – zauważał w sierpniu 2019 r. „Handelsblatt”, podkreślając, że w tym samym okresie prognozowany wzrost dla Niemiec miał wynieść ledwie 0,6 proc. PKB.

Tak szybkie tempo rozwoju było możliwe, ponieważ nasz kraj zdołał uniezależnić się od spowolnienia w strefie euro. Motorem wzrostu polskiej gospodarki przez ostatnie lata rządów PiS była



UE. W całej Unii eksperci KE spodziewają się spadku PKB o 18,3 proc., a w strefie euro o 8,7 proc. Na tym tle prognozy dotyczące Polski (-4,6 proc.) nie wyglądają najgorzej – w przypadku Polski recesja ma być bowiem najpłytsza spośród wszystkich państw Unii Europejskiej. W dużo ciemniejszych barwach eksperci KE widzą przyszłość Niemiec, Francji, Hiszpanii, Włoch czy Grecji.

Nasza gospodarka okazała się relatywnie odporna na gospodarcze skutki pandemii m.in. dzięki zróżnicowanej strukturze oraz stosunkowo niskim udziałem sektorów najbardziej dotkniętych skutkami kryzysu. Polscy przedsiębiorcy z coraz większym optymizmem patrzą więc w przyszłość. W lipcu indeks PMI – obrazujący kondycję i nastroje sektora przemysłowego w różnych państwach świata – wzrósł w Polsce do 52,8 pkt wobec 47,2 w czerwcu i zaledwie 31,9 pkt w kwietniu (odczyt w szczycie koronawirusowego lockdownu był najniższy w historii).

Według lipcowych danych zlecenia do polskich przedsiębiorstw przemysłowych znów napływają zarówno z kraju, jak i zagranicy. Jeśli podobne odczyty będą miały miejsce w najbliższych miesiącach, to będzie to oznaczać, że polska gospodarka bardzo szybko wraca do normalnego działania.

Stosunkowo mocno w czasach pandemii trzymają się również największe polskie banki. Co prawda ich zyski netto spadły o mniej więcej jedną trzecią, ale i tak udaje im się zarabiać więcej, niż spodziewali się analitycy. Szybkie interwencje Narodowego Banku Polskiego zapewniły z kolei dodatkową płynność w sektorze bankowym, co może się przełożyć na pobudzenie kredytów konsumenckich oraz kredytów dla firm.

Ekspertsi podkreślają jednocześnie, że szczególną rolę w wyciąganiu gospodarki z kryzysu mogą odegrać firmy z sektora rozwiązań teleinformatycznych.

I chociaż poważne ryzyko związane z pandemią COVID-19 nadal istnieje, to może się okazać, że po drugim kwartale 2020 r. – najtrudniejszym w polskiej historii od początku ustrojowej transformacji – nadrabianie strat pójdzie polskim przedsiębiorcom znacznie szybciej i już w przyszłym roku Polska znów znajdzie się na ścieżce wzrostu. Według prezesa Polskiego Funduszu Rozwoju Pawła Borysa Polska może powrócić do poziomu aktywności gospodar-

czej sprzed pandemii koronawirusa w pierwszym lub drugim kwartale 2021 r.

Nasz kraj nadal przyciąga też wielkie zagraniczne inwestycje: w maju 2020 r. Microsoft ogłosił plan zainwestowania nad Wisłą aż miliarda dolarów, co jest największą do tej pory inwestycją technologiczną w Polsce.

Oczywiście, aby móc wejść do grupy G20, sama wartość PKB jednak nie wystarczy. Trzeba być np. regionalną potęgą gospodarczą, eksportową, kapitałową czy surowcową oraz krajem mającym istotny wpływ na losy świata. Na zbyt wiele surowców nie mamy co liczyć.

Dzięki innowacjom, inwestycjom oraz aktywności polskich przedsiębiorców optymistyczny scenariusz ma jednak szansę się ziścić. Polska powinna w tym celu, wzorem np. Korei Południowej, stworzyć zaawansowane technologicznie innowacyjne firmy, które pozwoliłyby nam wyprzedzić takie kraje jak Holandia czy Hiszpania, które wciąż są od nas silniejsze gospodarczo, a które nadal nie mają swego miejsca w klubie G20.

W tym celu rząd opracował m.in. Strategię na rzecz Odpowiedzialnego Rozwoju. Jednocześnie władze oferują ulgi podatkowe dla innowacyjnych firm, dzięki którym mają one większe szanse na osiągnięcie sukcesów nie tylko w Polsce, lecz także na globalną skalę. Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości i Narodowe Centrum Badań i Rozwoju co roku w ramach konkursu „Polski Produkt Przyszłości” nagradzają projekty z obszaru medycyny, chemii, elektroniki czy biotechnologii. Świetnie radzą sobie również krajowi twórcy gier komputerowych. Jeden z nich, firma CD Projekt, stał się w tym roku największym producentem gier komputerowych w całej Europie, wyprzedzając m.in. francuską firmę Ubisoft.

Aby ułatwić gospodarczą pogoń za największymi światowymi graczami nad Wisłą, rząd rozpoczął już także proces wspierania tzw. narodowych czempionów. Są wśród nich np. Grupa PZU, PKN Orlen i Lotos czy też Krajowa Spółka Cukrowa. Dalszy rozwój spółek z narodowym kapitałem może nie tylko zapewnić Polsce większe bezpieczeństwo ekonomiczne, lecz także zmniejszyć ryzyko wpadnięcia w pułapkę średniego wzrostu. Aby dalej rozwijać się w rekordowym tempie, Polacy muszą bowiem zostać gospodarczymi mistrzami świata.

bowiem głównie konsumpcja prywatna, wspierana przez rekordowo niskie bezrobocie (w styczniu 2020 r. stopa bezrobocia wyniosła zaledwie 2,9 proc.), szybko rosnące wynagrodzenia, środki z unijnych funduszy strukturalnych oraz stymulujące popyt transfery socjalne.

Wyższe płace nie zaszkodziły jednak konkurencyjności polskich przedsiębiorstw. Równocześnie z ich podwyższaniem rosła bowiem także wydajność pracy. W latach 1993–2016 wydajność mierzona wielkością PKB per capita liczona w dolarach według parytetu siły nabywczej wzrosła w Polsce prawie dwuipółkrotnie z 12,2 tys. dol. porównywalnych w 1993 r. do 29,1 tys. dol. porównywalnych w roku 2016. Pozytywny efekt przyniosły także zwiększone inwestycje polskich przedsiębiorców.

## PRZEMYSŁ WRACA DO WZROSTÓW

Wybuch epidemii COVID-19 spowodował potężny kryzys gospodarczy na całym świecie. W lipcu 2020 r. Komisja Europejska obniżyła prognozy wzrostu gospodarczego dla większości krajów

FOT. ANDRZEJ STOK



FOT. ADDBE-STOCK

# Konsumenci dumni z Polski

**Polacy coraz chętniej sięgają po rodzime produkty. Przybywa klientów, którzy są gotowi nawet dopłacić, byle tylko kupić towary polskich marek. Dzięki temu nie tylko otrzymują sprawdzoną jakość, lecz także wspierają krajowe firmy oraz narodową gospodarkę**

**C**hęć kupowania polskich produktów i wspierania w ten sposób rodzimych przedsiębiorców to już trwały trend wśród polskich konsumentów. Od trzech lat wyniki badań sondażowych pokazują zaś, że Polacy, robiąc zakupy, na pierwszym miejscu stawiają już jakość usługi lub produktu, a dopiero na drugim jego cenę. W 2019 r. na pytanie, co jest najważniejsze podczas codziennych

zakupów, miejsce pochodzenia produktu podało 34 proc. respondentów (badanie wykonane przez ASM – Centrum Badań i Analiz).

W roku 2020 już ponad połowa Polaków oznajmiła ankieterom, że przykłada wagę do tego, czy produkt jest polski. Z badania ARC Rynek i Opinia przeprowadzonego w tym roku dla firmy Koral wynika, że na pochodzenie produktów podczas codziennych zakupów szczególną uwagę zwracali konsumenci powyżej 45. roku życia, wśród których odsetek ten sięgał 60 proc. Ekonomicznym patriotyzmem w sklepach kieruje się 57 proc. kobiet i 45 proc. mężczyzn.

## SMAK I BEZPIECZEŃSTWO

Kryzys wywołany przez pandemię COVID-19 dodatkowo wzmocnił patriotyzm ekonomiczny Polaków. Ze wspomnianego badania ARC Rynek i Opinia wynika, że ponad 60 proc. Polaków deklaruje chęć pomocy polskim fir-

mom w czasie pandemii koronawirusa, a 90 proc. z nich ma już sposób na to, jak chce to zrobić. W badaniu Polacy podawali jednak jeszcze drugi motyw, dla którego wolą kupować rodzime produkty: to bezpieczeństwo produktów. Połowa ankietowanych jest przekonana, że polskie produkty, zwłaszcza podczas pandemii koronawirusa, są bezpieczniejsze od tych importowanych.

Patriotyzm konsumencki jest widoczny szczególnie w przypadku artykułów spożywczych, Polacy chętnie poszukują zdrowej, polskiej żywności, robią zakupy w mniejszych sklepach, do których produkty dostarczają lokalni rolnicy, a także wybierają restauracje, w których potrawy przygotowywane są z ekologicznych produktów od miejscowych dostawców.

Aż 69 proc. Polaków ankietowanych w październiku 2019 r. deklaruowało, że jest gotowych zapłacić więcej za rodzimą żywność wytworzoną w sposób ekologiczny. Z raportu wchodzącego w skład cyklu

badań opinii publicznej w projekcie Polski Monitor Opinii, inicjatywy PKO Banku Polskiego, Fundacji Instytutu Badań Rynkowych i Społecznych (IBRiS) oraz Forum Zrównoważonej Technologii wynika także, że większość Polaków utożsamia rodzime towary z dobrym smakiem (94 proc.), bezpieczeństwem dla konsumenta (84 proc.) oraz posiadaniem odpowiednich wartości odżywczych (81 proc.).

Polscy konsumenci chętnie kupują również produkty, które nad Wisłą są nie tylko projektowane oraz szyte. Podobnie jak w bogatszych krajach świata metka „Made in China” budzi bowiem coraz większą niechęć wśród konsumentów.

Patriotyczne zakupowe wybory pojedynczych konsumentów zamiast poprawiać wskaźnik PKB obcego kraju, mogą istotnie poprawić stan polskiej gospodarki. Gdy bowiem wydawane przez Polaków na zakupach pieniądze trafiają do polskich rolników, producentów czy usługodawców, większa część tych pieniędzy zostaje w Polsce. To zaś oznacza, że płacone przez nich podatki zasilają polski budżet. Wspierani przez rodzimych konsumentów polscy przedsiębiorcy nad Wisłą tworzą miejsca pracy, w Polsce inwestują również w rozwój swojej firmy, a także wspierają budżety samorządów, sponsorują lokalne zespoły sportowe etc. Z tych samych powodów warto wspierać polskie spółki technologiczne, farmaceutyczne, energetyczne, paliwowe i inne.

Wbrew pozorom świadome dokonywanie zakupów przez pojedynczych konsumentów może mieć ogromny wpływ na kondycję rodzimych firm. Biorąc pod uwagę, że Polacy wydają rocznie 1,2 bln zł, nawet symboliczna zmiana nawyków konsumenckich mogłaby przynieść polskiej gospodarce dodatkowe kilka lub nawet kilkadziesiąt miliardów złotych.

Według wyliczeń firmy doradczo-audytorskiej Grant Thornton jeśli wybieramy towar zagraniczny, to z każdego jednego złotego, który przeznaczymy na taki produkt, aż 75 gr ucieka za granicę, a tylko 25 gr zostaje w Polsce. Kiedy produkt jest polski, wówczas z każdej złotówki aż 79 gr zostaje w Polsce.

## KOD 590

– Kupowanie polskich produktów to najprostszy sposób na wsparcie polskiej gospodarki – przekonywał pod koniec zeszłego roku premier Mateusz Morawiecki. W obliczu globalnej recesji

wspieranie rodzimej gospodarki jeszcze bardziej zyskało na znaczeniu. – Apelujeśmy do wszystkich, aby w czasie robienia zakupów zwracali uwagę na to, gdzie wyprodukowane jest to, co kupują, i aby starali się, mając do wyboru różne produkty, ze sklepowych półek wybierać te, które zostały wyprodukowane w naszym kraju. Wspiera to rozwój gospodarki, walkę z kryzysem, wspiera też naszych przedsiębiorców – powiedział Andrzej Duda, inaugurując w kwietniu akcję „Kupuj świadomie produkt polski”.

Jak na zakupach szybko rozpoznać, czy produkt jest rzeczywiście polski? Najłatwiej zacząć od sprawdzenia kodu kreskowego. Liczba 590 na jego początku w światowym systemie oznaczania produktów jest przypisana naszemu krajowi. Produkt opatrzony takim kodem z pewnością oznacza więc, że producent został zarejestrowany w polskiej gałęzi systemu kodów kreskowych.

Ponieważ wiele polskich firm zostało wykupionych przez zagraniczne koncerny, to aby mieć 100 proc. pewności polskiego pochodzenia kupowanego towaru, można również sprawdzić dane firmy oraz miejsce produkcji. Żeby na zakupach na to sprawdzanie nie tracić zbyt wiele czasu, można skorzystać z pomocy bezpłatnej aplikacji Pola. Wystarczy wówczas zeskanować kod kreskowy produktu, aby zobaczyć szczegóły dotyczące firmy, która go wyprodukowała. Aplikacja poinformuje nie tylko, czy dany towar rzeczywiście jest produkowany w Polsce, lecz także na przykład, czy jest to firma z polskim czy z obcym kapitałem. Dzięki niej łatwo można się też dowiedzieć, czy dany producent prowadzi w Polsce badania i rozwój. Wyświetli się także ocena punkтова w skali od 0 do 100.

Osoby używające smartfonów z systemem Android mogą też zainstalować aplikację Polskie Marki 3.0 – ona również pozwala na sprawdzenie kraju pochodzenia właściciela marki produktowej lub usługowej, a także dostarcza informacji o produkcji w Polsce oraz stopniu, w którym kapitał producenta jest rzeczywiście polski.

Przed zakupami danego producenta można również sprawdzić w komputerze, korzystając z bazy firm lub wyszukiwarki polskich sprzedawców zamieszczonych na stronie naszhandel.pl.

Aby ułatwić klientom dokonywanie świadomych wyborów, od 2017 r. polskie

produkty mogą mieć na opakowaniach specjalne oznaczenie: prostokąt podzielony na pół w barwach biało-czerwonych z napisem „Produkt polski”. Dzięki temu konsumentom łatwiej jest znaleźć wysokiej jakości polskie przetwory, polskie słodczyce czy też szybko podjąć decyzję, czy wolać np. cukier polski czy niemiecki.

Na opakowaniach można również szukać znaków graficznych i napisów „Made in Poland”, „Produkt z Polski” czy „Jestem z Polski”, a także flagi czy mapy naszego kraju. Od niemal 30 lat organizowany jest konkurs „Teraz Polska”, którego godło stało się już rozpoznawalną marką, wzmacniającą konkurencyjność wyróżnionych nim laureatów.

Polskie produkty wspiera również redakcja tygodnika „Do Rzeczy”, która od 2016 r. organizuje plebiscyt „100% Polski Produkt”, adresowany do rodzimych przedsiębiorców, którzy odnoszą sukcesy rynkowe w Polsce i za granicą. W ramach konkursu nagradzane są najlepsze produkty lub usługi, do których wytworzenia użyto komponentów, technologii, know-how oraz polskiego kapitału.

## PATRIOTYZM NA GLOBALNĄ SKALĘ

Gospodarczy patriotyzm rozwija się nie tylko w Polsce. Od wielu lat świadomość zjawicznego wpływu decyzji zakupowych na lokalną gospodarkę mają mieszkańcy wielu krajów rozwiniętych. A hasło „Proudly Local, Going Global” – co w luźnym tłumaczeniu oznacza „działający globalnie, ale dumny z lokalnych osiągnięć” – pojawiło się w raporcie organizacji badania rynku Euromonitor wśród 10 najważniejszych globalnych trendów konsumenckich 2020.

Konsumenci coraz częściej nie tylko wspierają lokalne firmy, lecz także od międzynarodowych korporacji wymagają, aby dostosowały się do lokalnych zwyczajów i korzystały z lokalnych dostawców. Na te zmiany w mentalności kupujących reagują nie tylko małe osiedlowe sklepy, lecz także wielkie centra handlowe. Coraz większą popularnością również w Polsce cieszą się hale handlowe i manufaktury oferujące produkty i usługi lokalnych sprzedawców i rzemieślników czy też biobazary z tradycyjną, ekologiczną żywnością.

Wiele wskazuje więc na to, że popyt na rodzime produkty będzie konsekwentnie rósł. Zarówno na świecie, jak i w Polsce.

**L**OTOS Kolej świadczy usługi dla Grupy Kapitałowej LOTOS oraz dla klientów zewnętrznych. Wykonuje czynności ekspedycyjne na bocznicy kolejowej, a także oferuje wynajem i serwis techniczny taboru kolejowego. W nowoczesnej oczyszczalni wykonywane są usługi czyszczenia cystern kolejowych, a w symulatorze lokomotywy Dragon 2 odbywają się szkolenia maszynistów. Spółka od 2015 r. samodzielnie realizuje przewozy na terenie Republiki Federalnej Niemiec, od 2020 r. ma również licencję oraz rozpoczęła przewozy do Republiki Czeskiej.

## TRANSPORT NOWYM JEDWABNYM SZLAKIEM

Gdańska spółka zaangażowała się w przedsięwzięcie związane z Nowym Jedwabnym Szlakiem. Chodzi o transport kontenerów z Chin do Niemiec, w którym wykorzystuje się swoje nowo zakupione wagony platformy. Pod koniec lipca 2020 r. pierwszy intermodalny skład o długości 600 m (22 platformy) i pojemności 88 TEU pokonał liczącą ponad 1300 km trasę z Małaszewicz (zlokalizowanych przy granicy z Białorusią) do leżącego niedaleko granicy niemiecko-holenderskiej miasta Krefeld.

W sumie LOTOS Kolej planuje mieć aż 324 specjalne wagony platformy. To wynik projektu dofinansowanego przez Unię Europejską. Szacuje się, że koszt całego przedsięwzięcia to ok. 214,7 mln zł, z czego 74,3 mln zł ma pochodzić z unijnych funduszy.

– Dofinansowanie zakupu wagonów wpisuje się w potrzeby rozwojowe spółki. Poprzez inwestycje w tabor stajemy się konkurencyjni wobec przewoźników samochodowych. Wychodzimy również naprzeciw oczekiwaniom klientów, którzy chcą z nami rozwijać przewozy intermodalne – mówi Jaromir Falandyz, wiceprezes Zarządu LOTOS Kolej.

Z optymizmem na tę inwestycję patrzy także prezes Zarządu Grupy LOTOS, Paweł Jan Majewski. Jego zdaniem, dzięki temu spółka może liczyć na zwiększoną liczbę zapytań ze strony zewnętrznych klientów. – Powiększanie taboru LOTOS Kolej to nie tylko wyjście naprzeciw oczekiwaniom klientów spółek naszej Grupy Kapitałowej, lecz także wzmożenie oferty kierowanej do rynku. Jako jeden z największych przewoźników kolejowych w naszym kraju spółka jeszcze bardziej stawia na rozwój i no-



# LOTOS Kolej nie

**Ostatnie lata to dobry czas dla gdańskiej spółki kolejowej. LOTOS Kolej jest drugim przewoźnikiem kolejowym w kraju i liderem w transporcie towarów niebezpiecznych. Spółka eksploatuje ok. 130 lokomotyw i ponad 4 tys. wagonów. Rozwija także międzynarodowe projekty i rozszerza portfolio oferowanych usług. Jednocześnie dynamicznie modernizuje swój tabor**

woczesność. Potwierdzeniem są właśnie inwestycje w transport intermodalny – tłumaczy prezes Zarządu Grupy LOTOS.

## PRZEWOZY W NIEMCZECH I CZECHACH

Intensywna działalność LOTOS Kolej na terenie Niemiec nie byłaby możliwa bez odpowiednich zagranicznych certyfikatów. Niemiecki Federalny Urząd Kolejowy Eisenbahn-Bundesamt wydał spółce nowy certyfikat bezpieczeństwa. Dokument daje gwarancję swobodnego przemieszczania się do 2024 r.

W sumie gdańska spółka działa na terytorium naszych zachodnich sąsiadów

już od przeszło pięciu lat. Imponująco wyglądają również statystyki transportowe. Łącznie przewieziono ponad 550 tys. ton towarów, natomiast praca przewozowa wyniosła 272 mln ntkm.

– Mamy stałych klientów, z którymi współpracujemy za naszą zachodnią granicą i aktywnie poszukujemy nowych partnerów. Obecność LOTOS Kolej na niemieckim rynku znacznie poszerza ofertę spółki, a poprzez możliwości przewozowe możemy w krótkim czasie przewieźć produkty zarówno Grupy LOTOS, jak i klientów zewnętrznych eksportujących swoje towary na rynki zagraniczne. W Niemczech wozimy przede wszystkim



# zwalnia tempa

paliwa – diesel, FAME, a także gaz, węgiel i kontenery – podkreśla Anatol Kupryciuk, prezes Zarządu LOTOS Kolej.

Spółka rozpoczęła także przewozy paliwa do Czech. Przewozy diesla z bocznicy w Gdańsku do miejscowości Sedlnice w Czechach są możliwe dzięki odpowiedniemu Certyfikatowi Bezpieczeństwa. Na jego mocy LOTOS Kolej może realizować przejazdy do 2024 r. Czesi chętnie zamawiają od Polaków paliwo. Pierwszy skład, liczący 22 wagony, dostarczył aż 1200 ton nowoczesnego oleju napędowego.

– Rozszerzenie działalności na Republikę Czeską jest uzasadnione pod względem ekonomicznym. Zamierzamy w większym stopniu realizować międzynarodowe przewozy przez nasze zasoby. Dzięki temu zminimalizujemy konieczność korzystania z podmiotów zewnętrznych – dodaje Anatol Kupryciuk, prezes Zarządu LOTOS Kolej.

Warto spojrzeć na dalekosiężne plany gdańskiej spółki. Firma stara się obsa-

dzać przewozy blisko stacji granicznych z Rosją, Czechami, Słowacją i Białorusią. W przyszłości ma być także rozwijany kierunek litewski. W kontekście ewentualnego przejęcia kapitałowego przez PKN ORLEN oznacza to dodatkowe korzyści. Rozbudowuje się oferowaną sieć połączeń w korytarzu wschód – zachód. Dodatkowo wzmocnia to pozycję firmy jako największego polskiego przewoźnika kolejowego w zakresie transportu towarów niebezpiecznych, w tym przede wszystkim paliw płynnych oraz produktów ropopochodnych i chemicznych.

## WSPÓŁPRACA Z WOJSKIEM POLSKIM

LOTOS Kolej współpracuje też z Wojskiem Polskim – spółka podpisała czteroletni kontrakt na przewozy paliwa lotniczego F-34 dla Sił Zbrojnych RP. LOTOS Kolej będzie brała udział w łańcuchu logistycznym mającym na celu zaopatrzenie w paliwo baz lotniczych na

terenie całego kraju, m.in. w Krakowie, Warszawie, Łasku, Krzesinach i Powidzu. Spółka transportuje paliwo lotnicze dla Sił Zbrojnych RP już od 2016 r. Nowa umowa podpisana z 2 Regionalną Bazą Logistyczną RP przewiduje przewiezienie niemal trzykrotnie wyższego wolumenu.

– Zawarcie umowy ramowej na przewóz paliwa lotniczego F-34 cysternami kolejowymi na potrzeby Sił Zbrojnych RP jest gwarantem zabezpieczenia logistycznego jednostek wojskowych sił powietrznych kraju zarówno w czasie realizacji zadań szkoleniowych, jak również na poligonach. Spółka LOTOS Kolej, jako sprawdzony w realizacji dotychczasowych umów partner logistyczny, jest gwarantem terminowego i profesjonalnego świadczenia usługi, co zapewnia realizację zadań przez siły powietrzne kraju – mówi płk Andrzej Magiera, zastępca komendanta 2 Regionalnej Bazy Logistycznej.

## DOBRA POZYCJA W RANKINGACH I ODPOWIEDZIALNY BIZNES

Spółka LOTOS Kolej zbudowała silną pozycję na rynku usług transportowych, co ma swoje odzwierciedlenie w prestiżowych branżowych zestawieniach. W tegorocznym Rankingu Firm TSL spółka zajęła trzecie miejsce w kategorii: „Przychody z deklarowanej głównej działalności – transport”, plasując się najwyższej spośród wszystkich spółek kolejowych oraz znalazła się w czołówce kategorii „Przychody z działalności TSL”.

LOTOS Kolej, jak cała Grupa Kapitałowa LOTOS, przykładą wagę do społecznej odpowiedzialności biznesu. Za pośrednictwem Fundacji LOTOS spółka przekazała środki finansowe na rzecz Fundacji Grupy PKP. Dzięki temu możliwy był zakup sprzętu komputerowego dla dzieci z najuboższych rodzin kolejarskich. Łącznie zakupiono sprzęt dla 17 rodzin.

– Sytuacja rodzin kolejarskich o niższym statusie materialnym nie jest nam obojętna, dlatego cieszę się, że spółka LOTOS Kolej mogła wziąć udział w akcji charytatywnej zorganizowanej przez Fundację Grupy PKP – mówi Jaromir Falandysz, wiceprezes Zarządu LOTOS Kolej.



# Ile będzie nas kosztować kolejny postęp?

**W** pierwszym półroczu 2021 r. Komisja Europejska ma przedstawić projekt dotyczący tzw. granicznej opłaty węglowej. Rozwiązanie – w dużym skrócie – ma polegać na nakładaniu dodatkowego cła na sprowadzane do UE towary, których produkcja wymagała dużej emisji CO<sub>2</sub>. Jak dużej? Jeszcze nie wiadomo. Wiadomo natomiast, że



Krzysztof Budka, ekspert Rady Gospodarczej Strefy Wolnego Słowa

według eurokratów traktujących europejską politykę klimatyczną, czyli tzw. Zielony Ład, jako nową religię opłata węglowa ma „zapobiegać przenoszeniu produkcji, zwłaszcza wysokoemisyjnego przemysłu, do państw, w których nie trzeba płacić za emisję gazów cieplarnianych” i rocznie przynieść z tego tytułu 14 mln euro.

Zwolennicy takiego rozwiązania nawet nie ukrywają, że graniczny podatek węglowy to kluczowy element koncepcji wspomnianego Zielonego Ładu, który w Brukseli traktuje się z nabożną czcią. Opłata węglowa w ich przekonaniu ma sprawić, że „konkurencyjność UE zostanie zachowana, a jednocześnie pomoże zmobilizować inne państwa do podobnych działań”.

Jakieś szczegóły? O tych na razie cisza poza deklaracjami, że obecnie projekt jest konsultowany przez Komisję Europejską, więc dopiero w przyszłym roku przekonamy się, jaki jest proponowany kształt tego podatku, gdyż stworzenie całego systemu dla całej Unii będzie niezwykle skomplikowane. Niech się jednak nie łudzą ci, którzy myślą, że skoro to takie skomplikowane, to może KE odpuści. Niestety, dla chcącego nic trudnego. Walka z klimatem, która ma dokładnie taki sam sens jak walka z czterema porami roku, by pozamieniały się miejscami, zaostrza się, więc koszty tej walki muszą rosnąć.

No właśnie – koszty. O nich oczywiście nikt głośno nie mówi. Mamy za to narrację, według której chodzi przede wszystkim o zachęcanie przedsiębiorstw do inwestycji w nowe technologie – tak, by z jednej strony ograniczały emisje, a z drugiej stawały się innowacyjne i bardziej konkurencyjne. Bez „pomocy finansowej” te technologie są obecnie zbyt kosztowne, jednak zachęcanie do postępu technologicznego – jak przekonują wyznawcy klimatu – ma sens. KE będzie więc do niego zachęcać, przy okazji windując nam ceny. Trudno. Jak widać, każdy postęp kosztuje, a co dopiero postęp technologiczny...

Tego typu narracje mają to do siebie, że powinny brzmieć zachęcająco, by uspić naszą czujność. Wystarczy jednak zapytać: „Ile?”, by wizja postępu technologicznego napędzana zielonym ładem przestała już być tak zachęcająca. Wystarczy sobie uświadomić, że tego typu polityka doprowadzi do tego, że za szynkę, której kilogram kosztuje dziś 25 zł, za chwilę płacić będziemy 55 zł. Że cena prądu, za który dziś w gospodarstwie domowym płacimy co miesiąc – powiedzmy – 80 zł, pójdzie w górę dwu- albo i trzykrotnie. Że stanie się tak z każdym dosłownie towarem. To

jeden z kosztów „technologicznego postępu”, który trzeba będzie ponieść w imię europejskiej polityki klimatycznej. Uczciwie byłoby ludziom powiedzieć już teraz, że za chwilę w imię „walki z klimatem” będzie drożej. Dużo drożej.

Opłata węglowa to – jak wspominałem – jeden z elementów tzw. Europejskiego Zielonego Ładu, którego celem jest osiągnięcie neutralności klimatycznej w 2050 r. Ile Polskę będzie kosztował cały ten projekt? Według ostrożnych szacunków z ubiegłego roku nieistniejącego już Ministerstwa Energii ok. 900 mld euro. To, że naszego kraju na coś takiego zwyczajnie nie stać, jest oczywistością. Nie zmienia to jednak faktu, że koszt tej całej transformacji ponieść będziemy musieli wszyscy – jako podatnicy, przedsiębiorcy i konsumenci. Wygląda bowiem na to, że tego szaleństwa nie da się już powstrzymać. Polityka klimatyczna niczym jakiś wirus zainfekowała większość unijnych decydentów, którzy prą do dewastacji gospodarek państw członkowskich w imię walki ze zmianami klimatu. A najgorsze w tym wszystkim jest to, że Zielony Ład staje się elementem wojny ideologicznej, więc jego konsekwencje będą znacznie wykraczać poza sferę ekonomiczną.

Inwestowanie w odnawialne źródła energii i szukanie innowacyjnych rozwiązań na tym polu to oczywiście coś, co ma sens, co warto wspierać i do czego warto dążyć. Jednak bez żadnego zadęcia ideologicznego, podszytego pseudoreligią, w której nikt nie liczy się z kosztami.

*Autor jest ekspertem  
Rady Gospodarczej Strefy Wolnego Słowa  
[www.radagospodarcza-sws.pl](http://www.radagospodarcza-sws.pl)  
[www.fpg24.pl](http://www.fpg24.pl)*

**Rada Gospodarcza**  
STREFY WOLNEGO SŁOWA



**D**bałość o środowisko naturalne, transparentne relacje z klientami i kontrahentami, rozwój biznesu z myślą o przyszłych pokoleniach – to fundamentalne zasady, które tworzą podwaliny każdego profesjonalnego biznesu budowanego w sposób odpowiedzialny społecznie i zgodnie z szeroko pojętymi zasadami zrównoważonego rozwoju. W Krajowej Spółce Cukrowej wszystkie te elementy wpisują się w długofalową strategię rozwoju firmy. Jednym z kluczowych aspektów w tym obszarze jest ścisła współpraca z plantatorami, dostarczycielami płodów rolnych i wzajemna wymiana doświadczeń, dla dobra każdej ze stron i całego otoczenia społeczno-gospodarczego.

– Krajowa Spółka Cukrowa jest największym producentem cukru w Polsce i jednym z największych w Europie. Odgrywanie tak istotnej roli w biznesie i gospodarce rolnej zobowiązuje. Jako firma bierzemy pełną odpowiedzialność za to, aby nasze działania były prowadzone w sposób etyczny i uwzględniający potrzeby innych jednostek. Podejście to stanowi fundament aktywności podejmowanych przez nas w zakresie trzech głównych obszarów działalności: rolnictwie, produkcji i handlu – mówi Marek Dereziński, członek Zarządu Krajowej Spółki Cukrowej.

W kluczowym obszarze dla rozwoju Krajowej Spółki Cukrowej, jakim jest rolnictwo, priorytetem jest wzorcowo, jak najlepsza współpraca z plantatorami buraka cukrowego. Przejawia się ona w aspekcie zarówno społecznym, jak i agrotechnicznym. Szereg aktywności w tym zakresie wpisuje się w przyjętą w 2019 r. przez Radę Ministrów „Strategię zrównoważo-



## Rolnictwo i produkcja: dla dobra ludzi i planety

nego rozwoju wsi, rolnictwa i rybactwa 2030”.

– W Krajowej Spółce Cukrowej mamy świadomość tego, jak bardzo istotny i potrzebny jest wkład w gospodarczy rozwój wsi. Równolegle też pamiętamy o tym, by podejmować wszelkie niezbędne działania – rozwijając współpracę z plantatorami, a docelowo naszą produkcję – na rzecz poprawy stanu środowiska naturalnego. Wspieramy naszych kontrahentów, stawiamy sobie nowe wyzwania, dbamy o najwyższą jakość produkcji – podkreśla Marek Dereziński.

W relacjach z plantatorami Krajowa Spółka Cukrowa kieruje się zasadami zrównoważonego rolnictwa. Warto w tym miejscu podkreślić, że eksperci KSC już ponad 12 lat temu współuczestniczyli w stworzeniu publikacji „Kodeks dobrych praktyk w produkcji buraków cukrowych”, która to cała czas stanowi ważny dokument źródłowy z wytycznymi dla plantatorów. Na tym jednak wzajemne relacje i współpraca z kontrahentami spółki się nie kończą. Oprócz publikacji i prasy fachowej ważny kanał

komunikacji z plantatorami stanowią organizowane przez Krajową Spółkę Cukrową szkolenia, konferencje branżowe czy wydawany przez KSC „Kwartalnik Polski Cukier”. W ramach każdej z tych aktywności prezentowane są między innymi aktualne zagadnienia dotyczące zrównoważonego rolnictwa.

Działania te spotykają się z uznaniem plantatorów. Szczególnie cenna jest wymiana doświadczeń w zakresie mechanizacji rolnictwa, nawożenia i ochrony roślin. Wiedza na ten temat z roku na rok jest coraz większa, a eksperci KSC stale aktualizują posiadane informacje z tego obszaru. Spółka współpracuje też z krajowymi i zagranicznymi instytucjami naukowymi. Dział ds. Agrotechniki Krajowej Spółki Cukrowej każdego roku realizuje szereg doświadczeń dotyczących odmian roślin, ich uprawy oraz nawożenia, a także ochrony plantacji przed agrofagami. Dzięki transferowi wiedzy ze świata nauki eksperci KSC mogą rekomendować najlepsze rozwiązania dla konkretnych rejonów upraw.

To jednak nie wszystko. W celu spełnienia wymagań

klientów Krajowa Spółka Cukrowa stale doskonali system zarządzania, podnosi konkurencyjność oferty oraz wdraża najwyższe standardy jakości. KSC jest też posiadaczem wielu certyfikatów. Jednym z istotniejszych na polu współpracy z rolnikami jest certyfikat zrównoważonej uprawy buraków cukrowych REDcert2, który potwierdza, że plantatorzy współpracujący z Krajową Spółką Cukrową spełniają wymagania w zakresie uprawy buraka cukrowego zgodnie z dobrymi praktykami rolniczymi. Istotne jest to, że praktyki weryfikowane w czasie certyfikacji obejmują planowanie upraw i zarządzanie zasobami gospodarstwa, w szczególności glebą, poprzez optymalne wykorzystanie środków produkcji (nawozy, pestycydy, nawadnianie). Ponadto w czasie audytu przeprowadzonego przez jednostkę certyfikującą – Przemysłowy Instytut Motoryzacyjny – plantatorzy potwierdzili, że podejmują działania, które mają na celu zachowanie i poprawę kondycji środowiska naturalnego, w którego otoczeniu prowadzą swoje gospodarstwa.

Skutecznie realizowana przez KSC strategia na polu realizowania zasad zrównoważonego rozwoju otwiera przed firmą też nowe obszary biznesowe. We wrześniu 2019 r. zostały przeprowadzone w Spółce przez jednostkę certyfikującą TÜV Rheinland Polska Sp. z o.o. audyty na zgodność z wymaganiami standardu KZR INIG (Kryteria Zrównoważonego Rozwoju – Instytut Nafty i Gazu). 20 września 2019 r. Spółka otrzymała certyfikat KZR INIG, potwierdzający spełnienie wymagań zrównoważonego rozwoju. Certyfikat ten umożliwia Spółce sprzedaż melasy firmom produkującym etanol na biopaliwa.