

Niestraszna im pandemia ani obce rynki

Polscy eksporterzy i inwestorzy radzą sobie nawet w najtrudniejszych warunkach. Ostatnie lata są tego najlepszym przykładem

Przedsiębiorcy znad Wisły bez kompleksów wkraczają na zagraniczne rynki i systematycznie rozwijają na nich swój biznes. Tych, którzy radzą sobie najlepiej, nagrodziliśmy w dziewiątej edycji konkursu Polska Firma – Międzynarodowy Czempion. Konkursowe zmagania po raz kolejny zorganizowały PwC Polska (jako organizator merytoryczny) i „Puls Biznesu”.

Była to edycja wyjątkowa – tak jak bieżący nieprzewidywalny rok, który postawił przed przedsiębiorcami wiele wyzwań, z którymi nigdy wcześniej nie musieli się mierzyć. Pandemia wyrzuciła życie wielu firm do góry nogami. Sprawila, że przedsiębiorcy musieli szybko podejmować ważne decyzje, zmieniać strategię i przeorganizować działalność. Ale też dzięki pandemii pojawiły się dla rynku nowe szanse. Przedsiębiorcy nagradzani w konkursie Polska Firma – Międzynarodowy Czempion swoją działalnością udowadniają, że są specjalistami od wykorzystywania takich okazji.

– Kolejne edycje konkursu nagradzają wizjonerów i ich przedsiębiorstwa, które z sukcesem podbijają zagraniczne rynki. Firmy te – zwłaszcza w tak trudnym otoczeniu ekonomicznym – mogą być inspiracją dla tych, które chciałyby być ich śladami – zwraca uwagę Maks Kraczkowski, wiceprezes zarządu PKO Bank Polski.

Wzrost mimo barier

A przecież już przed pandemią polskim firmom działającym za granicą nie brakowało problemów. Wyzwaniami, z którymi od dawna muszą się mierzyć, są m.in. spowolnienie gospodarcze, presja płacowa, trudna transformacja cyfrowa i wojny handlowe.

W tych trudnych warunkach, mimo tylu przeszkód, polscy eksporterzy bardzo dobrze sobie radzą. Udział naszego kraju w globalnym handlu towarami i usługami rośnie – i to zarówno jeśli chodzi o towary, jak i usługi. Polska jest jednym z trzech unijnych krajów, które – porównując eksport w sierpniu z wartościami sprzed roku – notują wzrost. Niewielki, ale jednak. Pod tym względem lepsze od nas są w UE tylko Irlandia i Słowacja (patrz wykresy obok). Ten wzrost to zasługa przedsiębiorców – takich jak laureaci konkursu Polska Firma – Międzynarodowy Czempion.

O tym, że polscy inwestorzy i eksporterzy mimo barier nie zwalniali tempa, świadczy choćby liczba zgłoszeń do konkursu. W ubiegłorocznej edycji w pięciu głównych kategoriach (inwestor – duże przedsiębiorstwo i MŚP, Eksporter – duże przedsiębiorstwo i MŚP oraz Debiutant) kapitała otrzymała 110 zgłoszeń. W tym roku ich liczba wzrosła aż do 146. W tym gronie zdecydowaną większość stanowią eksporterzy.

Przypominamy: o tytuł Międzynarodowego Czempiona mogły ubiegać się firmy z polskim kapitałem, które

146

► Tyle zgłoszeń wpłynęło w tym roku do konkursu w pięciu głównych kategoriach. Dla porównania – w ubiegłym roku było ich 110.

w ciągu trzech lat (2017-19) dokonały inwestycji zagranicznej – a więc np. wybudowały poza granicami Polski zakład produkcyjny, centrum usługowe, sieć dystrybucji lub przejęły zagraniczną firmę – albo prowadzą szeroko zakrojoną działalność eksportową i odnoszą sukcesy na zagranicznych rynkach. Ostatecznie decyzją kapituły nagrody główne zdobyło 10 firm. Przyznanych zostało także 17 wyróżnień.

Innowacyjni i elastyczni

Szczególnym zainteresowaniem przedsiębiorców cieszyły się nowe kategorie tegorocznego konkursu. Pierwsza z nich to Globtroter – ten tytuł mogły otrzymać firmy, które decydują się wchodzić na najbardziej odległe geograficznie rynki. Pod uwagę branych było aż 126 zgłoszeń. W tej kategorii szans nie dała konkurentom Grupa Kapitałowa Fasing. Powołanie przez nią spółek zależnych w krajach takich jak Stany Zjednoczone i Chiny umożliwiło bezpośredni dostęp zarówno do lokalnego rynku, jak i dotarcie do klientów na kontynentach Ameryki Północnej i Azji.

Kolejna ciekawie brzmiąca nazwa kategorii to Lider cyfrowego eksportu. Mogła nim zostać firma, która specjalizuje się w e-eksportcie lub wyróżnia się jego wysokim udziałem procentowym w wartości eksportu ogółem. W tej kategorii równych sobie nie miał Senetic. Firma przedstawiła mocne argumenty: jest obecna aż na 151 rynkach świata tylko za pośrednictwem e-eksportu. Senetic ma 82 sklepy internetowe, w których sprzedaż jest prowadzona łącznie w 24 językach. Wszystkie umożliwiają płatności w lokalnych walutach.

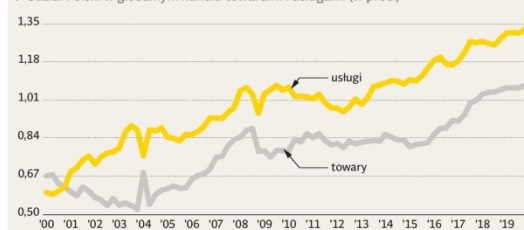
– Nie licząc innowacyjnych produktów i reklam w mediach społecznościowych, naszym kluczem do sukcesu są złożone z profesjonalistów lokalne zespoły handlowe – mówi Marcin Białożyty, prezes spółki Senetic.

Firmy, które miały na koncie imponującą inwestycję zagraniczną typu greenfield, mogły ubiegać się o tytuł Pioniera inwestycji zagranicznych. W grę wchodziła budowa fabryki od podstaw lub założenie spółki sprzedażowej, czyli np. greenfield w działalności usługowej. Główny laur trafił do spółki Ciech. Zdecydowała się ona na inwestycję na wymagającym rynku niemieckim – budowę najnowocześniejszego zakładu produkcji soli w Europie.

Nie zabrakło nagród przyznawanych w uznaniu działalności ekologicznej podejmowanej przez firmy przy prowadzeniu eksportu lub inwestycji zagranicznych. Zdobywcą tytułu w nowej kategorii Promotor ekologii na rynkach zagranicznych została firma VIVE Textile Recycling. Zajmuje się ona recyklingiem używanej odzieży przy wykorzystaniu nowoczesnych, skomputeryzowanych linii do sortowania. Powstają z niej produkty

Przedsiębiorcy napędzają polski eksport

► Udział Polski w globalnym handlu towarami i usługami (w proc.)



► Eksport w sierpniu 2020 r. (w proc., r/r)



w 700 grupach asortymentowych, m.in. paliwo alternatywne.

– Przenosimy recykling tekstyliów na nowy poziom. Dajemy im drugie, trzecie, a nawet czwarte życie dzięki możliwościom gospodarki obiegu zamkniętego. To przyszłość biznesu, która już teraz pokazuje swój ogromny potencjał – podkreśla Bertus Servaas, prezes VIVE Textile Recycling.

Rozwaga i strategia

W tegorocznej edycji przyznano też Nagrodę specjalną, którą jest tytuł Wizjonera ekspansji zagranicznej. Otrzymał ją Arkadiusz Muś, założyciel i prezes grupy Press Glass, największego polskiego i czołowego europejskiego producenta szyb zespolonych. Dość wspomnieć, że firma ma za granicą już dzie-

więc fabryk (m.in. w Chorwacji i Stanach Zjednoczonych), a poza Polską sprzedaje 80 proc. swojej produkcji. Jego sposób na sukces?

– Trzeba umieć przewidywać i nie popełniać podstawowych błędów zarządzania. Rozwaga ponad wszystkim. Dzisiejsze decyzje i działania wywołają określony skutek – za miesiąc, za rok czy za 10 lat. Kto o tym nie myśli, przegrywa – mówi Arkadiusz Muś.

Partnerstwo strategiczne w konkursie o tytuł Polska Firma – Międzynarodowy Czempion sprawuje PKO Bank Polski. Partnerami konkursu są również KUKI, KGHM oraz Polska Agencja Inwestycji i Handlu. Patronat honorowy nad konkursem objęły Ministerstwo Rozwoju, Pracy i Technologii oraz Ministerstwo Spraw Zagranicznych. [SACH] ©

NAGRODY W KATEGORII EKSPORTER – DUŻE PRZEDSIĘBIORSTWA

NAGRODA GŁÓWNA:
Wielton

Ten największy producent i sprzedawca naczew oraz przyczep w Polsce i jeden z wiodących graczy tego sektora w Europie został doceniony przez jury konkursu za rozwój poprzez wzrost organiczny oraz konsekwentnie prowadzone akwizycje, a także za dywersyfikację geograficzną rynków zbytu będącą efektem przejęć. W Grupie Wielton główna spółka, czyli Wielton SA, założona w 1996 r., a od 2006 r. notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych, zajmuje się koordynacją pozostałych spółek: Wielton Agro, Wielton Rosja, Wielton Ukraina oraz Wielton Białoruś. Wielton Logistic natomiast prowadzi usługi transportowe dla spółek grupy oraz firm zewnętrznych.

Grupa ma w portfolio kilkanaście grup produktowych i zatrudnia ponad 3 tys. osób. Jest pionierem pod względem wprowadzania nowoczesnych technologii produkcji w branży naczewowej. Otwarte w lutym 2016 r. Centrum Badawczo-Rozwojowe Wielton SA ma jedną w Polsce i drugą w Europie stację do kaloropajowego badania produktu.

W ciągu ostatnich pięciu lat grupa stała się trzecim pod względem wielkości sprzedaży producentem przyczep i naczew w Europie, jednocześnie wchodząc do grona Top10 producentów tej branży na świecie. W latach 2015-19 zwiększyła sprzedaż wolumenową z 7 tys. sztuk do prawie 21 tys. na koniec ubiegłego roku, jednocześnie sukcesywnie rozwijając eksport. W 2015 r. 44 proc. jej produktów znajdowało nabywców poza granicami Polski – w 2019 r. współczynnik ten wzrósł aż do 82 proc.

– Nasz dynamiczny wzrost osiągamy poprzez rozwój organiczny i akwizycje. Na przestrzeni ostatnich lat przyjęty przez nas model biznesowy oparty na dywersyfikacji geograficznej i strategii multibrandu okazał się skutecznym sposobem rozwoju i wzmocnienia pozycji naszej grupy na arenie międzynarodowej. Działalność na wielu rynkach i przejęcia kolejnych spółek mających unikalny know-how pozwoliły też na poszerzenie portfolio produktowego o specjalistyczne pojazdy i zapewnienie klientom najlepszej oferty na rynku – mówi Paweł Szataniak, prezes Wielton SA.

Pandemia COVID-19 oczywiście nie pozostała bez wpływu na rynek, ograniczając popyt w bran-

ży transportowej. W tym czasie Grupa Wielton postawiła na rozwój i pozostała czolowym producentem w Europie i na świecie.

– W tym roku podjęliśmy wiele inicjatyw dających pozytywny impuls do budowania wartości rynkowej grupy. Wdrożyliśmy m.in. wspólną strategię posprzedażową i powołaliśmy markę Aberg, która ma być jednym z jej filarów. Utworzyliśmy centrum kompetencyjne pojazdów specjalistycznych pod skrzydłami Langendorf i wzmocniliśmy jej moce produkcyjne poprzez powołanie spółki Langendorf Polska. Zmodernizowaliśmy też zakłady Wielton w Wieluniu. Nie zwalniamy tempa. Nieustannie zdobywamy nowe doświadczenia, co pozwala nam z optymizmem patrzeć w przyszłość – dodaje Paweł Szataniak.

WYRÓŻNIENIE:**Sunreef Yachts**

Tę firmę zajmującą się projektowaniem i budową luksusowych katamaranów jury konkursu wyróżniło za sukcesy w wąskiej specjalizacji i innowacyjność technologiczną. Doceniło też stworzenie ogromnego zaplecza szkolącego nowych pracowników w poszczególnych zawodach. Gdańska stocznia jest jedyną na świecie, która personalizuje ofertę na dużą skalę i nie ma bezpośredniej konkurencji. Dużo uwagi przywiązuje też do marketingu i komunikacji, współpracując z przedstawicielami świata sportu, rozrywki i biznesu.

WYRÓŻNIENIE:**Grupa Mlekovita**

Mlekovita to dobrze rozpoznawalna marka, obecna na 167 rynkach zagranicznych z asortymentem liczącym ponad tysiąc produktów dostępnych w ofercie detalicznej. Grupa Mlekovita oferuje największy wybór nabiąhu w Polsce i Europie, jest największym jego producentem i eksporterem w regionie. Jury konkursu podkreśla, że firma jest ceniona za bezpieczeństwo pod względem zdrowotnym i unikatowe wartości odżywcze produktów.



NAGRODY W KATEGORII EKSPORTER – MŚP

NAGRODA GŁÓWNA:
4Kraft

4Kraft to na polskim rynku lider wśród producentów artykułów dziecięcych, a za granicą jeden z najszybciej rozwijających się wytwórców w tym sektorze. W 2019 r. firma podwoiła wartość eksportu w stosunku do 2018 r. i odważnie – jak podkreśliło jury konkursu – planuje dalszą ekspansję zagraniczną. Kapituła zwróciła uwagę także na dbałość o bezpieczeństwo wyrobów, łatwość ich użytkowania i atrakcyjne wzornictwo.

Nazwa 4Kraft nie jest znana konsumentom, ale jej marka Kinderkraft – już tak. W portfolio ma ona: wózki, nosidła, foteliki samochodowe, łóżeczka, maty do zabawy, rowerki oraz szeroką gamę mebli do pokoiw dziecięcych. Jej produkty są dostępne niemal w całej Europie, w większości krajów Azji i w Australii. Plan na 2021 r. to dystrybucja do Ameryki Północnej, Afryki, na Bliski Wschód, co sprawi, że wyroby tej marki będą dostępne łącznie w ponad stu państwach.

Projekty firmy powstają w Polsce, a przy produkcji współpracuje ona z partnerami z Azji i Europy. Misją 4Kraft jest tworzenie innowacyjnych rozwiązań, odpowiadających na zapotrzebowanie klientów, zapewnienie oczekiwanej jakości produktów oraz obsługa na najwyższym poziomie. Efektem tego jest np. autorska kolekcja Freedom, która pojawiła się w tym roku, czy spacerówka Nubi, nagrodzona w międzynarodowym konkursie Red Dot, uznawanym za Oscara w branży designu.

Kinderkraft spotyka się z uznaniem międzynarodowych instytucji certyfikujących, jak ADAC, Stiftung Warentest, ÖAMTC oraz lokalnych, np. niemieckiego AllesBeste. W 2020 r. markę docenili także rodzice za granicą – trzy produkty nagrodzono w konkursie „Mother&Baby” w Wielkiej Brytanii, była też nominacja w konkursie Magic Maman we Francji.

Leszek Krysieniak,
prezes firmy

► **CZAS ROZWOJU:** Zamierzamy wprowadzać gamę nowości produktowych w odpowiedzi na aktualne potrzeby rodziców. Planujemy też akwizycję zagranicznej marki z segmentu premium – zapowiada Leszek Krysieniak, prezes firmy 4Kraft. [FOT. ARC]

4Kraft, podkreśla, że takich sukcesów nie byłoby, gdyby nie wspaniały zespół ludzi, z którymi ma przyjemność współpracować. Firma zatrudnia w centrach ok. 150 pracowników, ma też biura we Frankfurcie oraz chińskim Suzhou.

– Stawiam na partnerskie relacje z zespołem, zostawiam im pole do realizacji ich pomysłów. Drzwi mojego gabinetu są zawsze dla każdego otwarte. Dzięki temu i skupieniu na innowacyjnych rozwiązaniach udało się nam przejść z sukcesem przez trudny 2020 r. – mówi prezes 4Kraft. Nadchodzący rok zapowiada się dla firmy równie dynamicznie.

– Inwestujemy we własne centrum badawcze, które da nam jeszcze lepszą kontrolę nad jakością oferowanych rozwiązań. Zamierzamy wprowadzać całą gamę nowości produktowych, w odpowiedzi na aktualne potrzeby rodziców. Planujemy akwizycję zagranicznej marki z segmentu premium – zapowiada Leszek Krysieniak.

WYRÓŻNIENIE:**Senetic**

Ten globalny dostawca rozwiązań IT dla firm i instytucji publicznych po 11 latach działalności może pochwalić się międzynarodowym zasięgiem usług o dużej skali – podkreśliło jury konkursu. Spółka stworzyła 82 e-strony w 24 językach, a dzięki przeprowadzonym analizom wie, jakie upodobania i potrzeby mają klienci z różnych krajów. Zapewnia im wsparcie 24 godziny na dobę i dzieli się wiedzą, m.in. w ramach Senetic Academy.

WYRÓŻNIENIE:**Zortrax**

Firma jest deweloperem kompleksowych rozwiązań druku 3D. Jej produkty są używane na całym świecie przez jej klientów wiele branż. Jak podkreśliło jury konkursu, konsekwentnie rozbudowuje sieć sprzedaży i realizuje ekspansję do krajów o dużej zdolności absorpcji nowych technologii w przemyśle – dzięki obecności w mediach zagranicznych i podczas eventów branżowych poświęconych rozwiązaniom druku 3D.

NAGRODY W KATEGORII INWESTOR – DUŻE PRZEDSIĘBIORSTWA

NAGRODA GŁÓWNA:
Grupa Asseco

Asseco nie boi się podejmować ryzyka inwestycyjnego. W ciągu 30 lat z lokalnego start-upu zatrudniającego kilka osób stało się globalną grupą kapitałową. Działa w 60 krajach. Zatrudnia ponad 27 tys. pracowników i rocznie osiąga przychody na poziomie ok. 3 mld USD.

– Przyciągnęliśmy do grupy wiele firm informatycznych z różnych krajów i stworzyliśmy lokalną przeciwwagę dla globalnych dostawców IT. Jesteśmy obecnie największą firmą informatyczną w Europie Środkowo-Wschodniej i graczem obecnym na pięciu kontynentach – mówi Adam Góral, prezes Asseco Poland.

Ok. 90 proc. przychodów spółki pochodzi z rynków zagranicznych.

– Specjalizujemy się w różnych obszarach IT. Spółki, które działają w ramach naszej grupy, łączą wspólny cel biznesowy, a przede wszystkim wizję, wartości i partnerskie relacje. Na tym budujemy kapitał naszej grupy – zaznacza Adam Góral.

Dzięki ekspansji zagranicznej Asseco rozwija się i zdobywa przewagę konkurencyjną w sektorze IT.

– Kiedy pojawia się w nowym kraju, czerpiemy z wiedzy i praktyki tamtejszych specjalistów. To w połączeniu z naszym międzynarodowym doświadczeniem umożliwia nam realizację dużych projektów. Inwestycje zagraniczne wymagają dogłębnej i rzetelnej analizy danego rynku i lokalnych spółek IT, które tak jak Asseco są producentami oprogramowania dla kluczowych sektorów gospodarki i mają mocną pozycję w swoim kraju – podkreśla Adam Góral.

Asseco wyruszyło na podbój nowych rynków w 2004 r.

– Jedną z naszych najważniejszych decyzji dotyczących ekspansji zagranicznej było połączenie działającej w Rzeszowie spółki Comp ze słowacką Asset Soft. I tak powstało Asseco. Kolejne akwizycje, których do tej pory było już ok. stu, przyspieszyły dalszą ekspansję zagraniczną. Zakup w 2010 r. udziałów izraelskiej firmy Formula System otworzył nam drogę do Izraela i na rynek amerykański. Przejęcie portugalskiego Exictos dało nam z kolei możliwość rozwoju na rynkach afrykańskich – wylicza Adam Góral.

Przedstawiciele Asseco nie zamierzają spoczywać na laurach. Wciąż badają nowe rynki. Na całym świecie szukają firm, które są dla nich



► **NA PODBÓJ NOWYCH KRAJÓW:** Adam Góral, prezes Asseco Poland, podkreśla, że grupa nie powiedziała ostatniego słowa. W planach jest rozwój na kolejnych zagranicznych rynkach. [FOT. ARC]

atrakcyjne z punktu widzenia biznesowego i pasują do wizji rozwoju. Tylko w tym roku do grupy dołączyło kilkanaście nowych spółek z rynku izraelskiego, amerykańskiego i europejskiego.

– Mimo trudnej sytuacji gospodarczej spowodowanej pandemią nie zwolniliśmy tempa i osiągnęliśmy wzrost przychodów we wszystkich segmentach działalności. Przyspieszona cyfryzacja spowodowała zwiększone zapotrzebowanie na rozwiązania IT. Naszą ambicją jest dalszy międzynarodowy rozwój i promocja polskiego oprogramowania – podsumowuje Adam Góral.

WYRÓŻNIENIE:
Ciech

Grupa Ciech odważnie wchodzi na nowe rynki. Jest jednym z największych koncernów chemicznych w Europie Środkowo-Wschodniej. Eksportuje produkty do ponad stu krajów. Od 2005 r. spółka notowana jest na Giełdzie Papierów Wartościowych w Warszawie, natomiast od 2016 r. na jednej z największych giełd w Europie – Börse Frankfurt.

WYRÓŻNIENIE:
CCC

Grupa CCC jest obuwicznym potentatem w Europie Środkowej i jednym z największych producentów na Starym Kontynencie. Podbiła rynki niemiecki, austriacki i szwajcarski. W ubiegłym roku salony sprzedaży obuwia CCC powstały też w Katarze, Arabii Saudyjskiej, Bahrajnie i Omanie.

NAGRODY W KATEGORII INWESTOR – MŚP

NAGRODA GŁÓWNA:
Summa Linguae Technologies

Do 2015 r. spółka była tradycyjnym biurem tłumaczeń. Rok później przedstawiciele Summa Linguae Technologies przededefiniowali jej strategię biznesową. Dziś ponad 50 proc. przychodów firma osiąga z rozwiązań technologicznych. Zarządza danymi w wielu językach. Pomaga gromadzić dane dźwiękowe, zdjęciowe i wideo dużym, globalnym firmom technologicznym, które działają m.in. w Stanach Zjednoczonych, północnej i zachodniej Europie oraz w Azji. Wspomniane firmy budują na bazie tych danych sztuczną inteligencję. Przedstawiciele spółki skupiają się na obsłudze branży IT, life sciences (w tym sektora farmaceutycznego), multimedialnej i e-commerce.

– Jesteśmy dumni z naszych pracowników, którzy działają zgodnie z wartościami spółki. Są nimi: innowacyjność, kreatywność, elastyczność i efektywne wykorzystywanie dostępnych zasobów – mówi Krzysztof Zdanowski, prezes Summa Linguae Technologies.

Jak przedsiębiorstwo radzi sobie w czasie pandemii?

– Nasze elastyczne podejście do strategii firmy zapewniła jej dynamiczny wzrost. Pomimo pandemii spółka zanotowała w tym roku 20 proc. wzrost przychodów ze sprzedaży. Obecnie jedynie 5 proc. przychodów pochodzi z rynku polskiego – podkreśla Krzysztof Zdanowski.

Podkreśla, że domeną spółki są innowacje. – Gromadzimy i przetwarzamy dane wykorzystywane do budowania sztucznej inteligencji, w tym asystentów głosowych oraz zaawansowanych technologicznie gadżetów, takich jak inteligentne zegarki i pojazdy autonomiczne. Dzięki własnej technologii możemy sprostać każdemu wyzwaniu, które dotyczy danych wielojęzycznych – zaznacza prezes Summa Linguae Technologies.

Przedstawiciele spółki konsekwentnie realizują przyjętą kilka lat temu strategię biznesową. – Mamy odwagę sięgać po więcej, ale nie boimy się też odrzucać propozycji biznesowych, które nie są spójne z naszą strategią. Działamy konsekwentnie i dlatego rozwijamy się globalnie – przekonuje Krzysztof Zdanowski.

Spółka ma apetyt na kolejne zagraniczne akwizycje. Według jej prezesa nie jest sztuką kupić

i przejąć biznes. Sztuką jest – jak mówi – zintegrować pod względem technologicznym.

– Wciąż szukamy synergii przychodowych i kosztowych. Widzimy duży potencjał w przejęciach. Klienci nie odchodzą od nas, kiedy zmienia się właściciel firmy. Już wiemy, jak ten proces po akwizycji poukładać, aby odbiorcy naszych rozwiązań czuli się bezpiecznie – wyjaśnia Krzysztof Zdanowski.

Przedstawiciele spółki wciąż chcą być przed branżowymi konkurentami.

– Odwaga do inwestowania w innowacje i nowe technologie wyróżnia nas na globalnym rynku. Ciągłe poszerzamy bazę klientów i obsługujemy nowe języki. Jesteśmy w stanie realizować usługi dla całego świata. Zdarzają nam się klienci z najbardziej egzotycznych zakątków globu – zaznacza prezes Summa Linguae Technologies.

WYRÓŻNIENIE:
Chespa

Chespa to producent farb, wykrociników i klisz poligraficznych dla branży opakowaniowej.

– Jesteśmy swego rodzaju pośrednikiem między klientem, czyli producentem opakowań lub wyrobów spożywczych i kosmetycznych, a drukarniami. Klient ma wizję swojego opakowania, a naszą rolą jest przygotować je w takie sposób, aby spełniało wszystkie wytyczne – mówi Marek Siekiera, prezes Chespy.

Spółka chętnie podbija nowe rynki. Chespa sprzedaje swoje wyroby do 60 krajów, m.in. afrykańskich i azjatyckich.

WYRÓŻNIENIE:
VirtusLab

Rzeszowska firma jest dostawcą systemów informatycznych i usług związanych z ich utrzymaniem. Ma własny dział badawczo-rozwojowy. Odbiorcami jej usług i produktów są klienci zagraniczni m.in. z branż e-commerce, finansowej i produkcyjnej.

– Specjalizujemy się w rozwiązaniach technologicznych, które poprawiają efektywność wdrażania systemów informatycznych w firmach. Oferujemy też nowoczesne oprogramowanie dla przedsiębiorstw produkcyjnych, które dzięki niemu mogą być bardziej konkurencyjne na rynku – mówi Rafał Pokrywka, prezes firmy VirtusLab.

NAGRODY W KATEGORII DEBIUTANT NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH

NAGRODA GŁÓWNA: DAC

Działająca w branży IT firma DAC pierwsze kroki w ekspansji zagranicznej stawiała w ramach partnerstw w międzynarodowych projektach B+R, rozwijając równoległe swoje produkty i usługi. Umożliwiło to nawiązanie silnych relacji z zagranicznymi spółkami, dzięki czemu zespół firmy mógł uczyć się i korzystać z najnowszych rozwiązań technologicznych. Szefostwo od początku zakładało, że firma powinna rozwijać się globalnie.

– Jeśli produkt czy usługa ma potencjał globalny, nie ma potrzeby tracić czasu na ograniczanie się tylko do polskiego rynku. Rozwijamy się zgodnie ze stwierdzeniem znanego uczonego i ekologa Rene Dubosa – myśl globalnie, działaj lokalnie. Dzisiaj sprzedajemy swoje produkty i usługi m.in. w Niemczech, Francji, Szwajcarii, Serbii, Austrii i USA, a przychody z projektów zagranicznych stanowią więcej niż 70 proc. naszych wszystkich wpływów – mówi Przemysław Szleter, prezes zarządu DAC.

W latach 2018-19 procentowy udział sprzedaży za granicę wzrósł w DAC z 0 do 23 proc. Roczna wartość sprzedaży poza Polskę sięga 2,2 mln zł.

W ostatnim czasie firma otworzyła przedstawicielstwo w Szwajcarii. Rozpoczęła też kampanię marketingową w USA. Kolejny sukces to nawiązanie współpracy z niemiecką firmą, która wprowadza produkty DAC do Niemiec, Austrii, Szwajcarii oraz Francji.

Kapituła konkursu Polska Firma – Międzynarodowy Czempion doceniła spółkę również za innowacyjność. Chodzi m.in. o nowoczesny system informatyczny przeznaczony do wspierania procesów logistycznych w firmach, w których występuje potrzeba nawigacji, organizacji i optymalnego planowania tras. Stworzone przez nią rozwiązania umożliwiające pełne wykorzystanie technologii geoinformacyjnej (GPS) i narzędzi GIS (system informacji geograficznej) do optymalizacji transportu – również w warunkach terenowych, których nie obejmują standardowe systemy nawigacyjne – są unikatowe w skali światowej.

– Najnowszym wyzwaniem, z którym wiążemy duże nadzieje dotyczące ekspansji zagranicznej, jest komercjalizacja technologii cyfrowej notaryzacji danych oparta na blockchainie w branży ubezpieczeniowej i bankowej. Dziś nasza zaledwie 10-miesięczna spółka-siostra, rexs.io,

realizuje wdrożenia pilotażowe z klientami ze Szwajcarii, Niemiec, USA, Włoch i Portugalii – mówi Przemysław Szleter.

Dodaje, że firma od początku działalności starała się pozyskiwać dużych klientów zagranicznych.

– Dzięki temu dzisiaj DAC to biznes międzynarodowy, ale z bazą dowodzenia i z zapleczem technologicznym w Gdańsku. I tego się trzymamy. Wierzymy w mocne kompetencje technologiczne polskich inżynierów. Jesteśmy przykładem tego, że również małe polskie firmy mogą budować swoją silną pozycję na rynku globalnym – mówi Przemysław Szleter.

„ Jeśli produkt czy usługa ma potencjał globalny, nie ma potrzeby tracić czasu na ograniczanie się tylko do polskiego rynku.

► Przemysław Szleter
prezes zarządu DAC

WYRÓŻNIENIE: Seta Hali Europa

Firma zajmuje się produkcją wykładzin i dywanów. Została wyróżniona za imponujące zwiększenie liczby krajów, do których eksportuje swoje towary, a także ambitne planu dalszej ekspansji, również na rynki pozaeuropejskie. Obecnie sprzedaje swoje produkty na 20 rynkach, m.in. w Algierii, Australii, Bośni i Hercegowinie, Czarnogórze, Nigerii i Nepalu.

WYRÓŻNIENIE: Souvre Internationale

Souvre Internationale to producent kosmetyków, który sprzedaje je do 27 krajów. Firma została doceniona przede wszystkim za wykorzystanie unikalnego produktu, jakim jest trudno dostępny kolagen naturalny. Wpisał się on idealnie w potrzeby klientów zagranicznych. Ponadto firma bardzo angażuje się w wsparcie szkoleniowe swoich partnerów biznesowych.

NAGRODA W KATEGORII WIZJONER EKSPANSJI ZAGRANICZNEJ

NAGRODA SPECJALNA: Arkadiusz Muś, Press Glass

Polsko-szwedzkie joint-venture Press Glass bez większego powodzenia zajmowało się produkcją szyb zespolonych. W 1992 r. upadającą firmę z kiepskimi maszynami, zatrudniającą tylko 16 osób, wykupił pochodzący z Częstochowy Arkadiusz Muś, absolwent prawa na Uniwersytecie Śląskim i były prokurator. Jak zaznacza, nic wówczas nie wiedział o szkle. Mimo to szybko wprowadził spółkę na ścieżkę nieustannego wzrostu. W Polsce częstochowskie przedsiębiorstwo oszkliło większość galerii handlowych i biurów oraz wiele reprezentacyjnych obiektów (w tym warszawskie wieżowce Q22, hotel InterContinental, Złota 44 i Q22 oraz wrocławski Sky Tower i poznański Stary Browar).

Równie imponujące sukcesy producent odnosi na arenie międzynarodowej, a za ich symbol można uznać wyposażenie wieżowca 125 Greenwich Street, który znajduje się w dzielnicy finansowej Nowego Jorku na Dolnym Manhattanie. Grupa ma 14 zakładów, z czego połowę poza krajem, w Wielkiej Brytanii, Chorwacji i USA (za oceanem powstaje 15. fabryka). Ponad 90 proc. wyrobów krajowego potentata trafia na rynki zagraniczne, głównie do klientów z trzech branż: budownictwa, energetyki i przemysłu meblarskiego.

Czy pandemia nie zatrzyma Press Glassu? Arkadiusz Muś, właściciel i prezes firmy, mówi, że nie widzi żadnego kryzysu. Tym bardziej że koronawirus to nie pierwsze wyzwanie, z którym musi się mierzyć. Pamięta, jakie zagrożenie dla jego firmy wiązało się z wejściem Polski do UE. Przedsiębiorca obawiał się, że zachodnia konkurencja może zalać jego biznes. Zamiast się bronić, przyjął postawę ofensywną. Efekt? Press Glass stał się jednym z kilku największych producentów szkła zespolonego na Starym Kontynencie. Kolejny trudny moment nastąpił w roku 2008 – i tym razem Press Glass przeszedł przez okres dekonunktury suchą stopą.

– Jak uniknąć porażki? Trzeba umieć przewidywać i nie popełniać podstawowych



► ZGODNIE Z PLANEM: Najważniejsza jest rozważa i strategia – podkreśla Arkadiusz Muś, prezes Press Glassu. Jego firma szklki biurowce po obu stronach oceanu. [FOT. ARC]

błędów zarządzania. Rozważa ponad wszystkim. Dzisiejsze decyzje i działania wywołają określony skutek – za miesiąc, za rok czy za 10 lat. Kto o tym nie myśli, przegrywa – mówi Arkadiusz Muś.

Czy to znaczy, że przewidział obecny kryzys?

– Nikt z rozmysłem nie budował biznesu odpornego na taką pandemię – przyznaje szef Press Glassu.

Nie ukrywa, że jego spółce dopisało w ostatnich kwartałach szczęście – obsługuje ona budowlankę, czyli branżę, która w dużym stopniu ucierpiała niż np. sparaliżowana przez różne obostrzenia turystyka, gastronomia bądź działalność konferencyjnotargowa.

– W budownictwie żadnych decyzji nie można podjąć z dnia na dzień, dlatego mimo pandemii sektor musiał w miarę normalnie funkcjonować – podkreśla Arkadiusz Muś.

Tytuł Wizjoner ekspansji zagranicznej został przyznany w tegorocznej edycji konkursu Polska Firma – Międzynarodowy Czempion jako Nagroda Specjalna.

NAGRODY W KATEGORII PIONIER INWESTYCJI ZAGRANICZNYCH

**NAGRODA GŁÓWNA:
Ciech**

Grupa Ciech jest wiodącym producentem i sprzedawcą sody, soli, krzemianów i środków ochrony roślin. Historia firmy oddaje 70-letnią historię naszej gospodarki. Powstała w 1945 r. jako jedna z tzw. central handlu zagranicznego w PRL. W latach 70. realizowała blisko 95 proc. polskiego eksportu produktów chemicznych, a na przełomie lat 80. i 90. Ciech był monopolistą dostaw ropy naftowej do polskich rafinerii.

W czasie transformacji firma zmieniła charakter działania, podjęła budowę rynkowego przedsiębiorstwa i grupy kapitałowej, skupiającej kolejnych producentów, takich jak Vitrosilicon, Fosfory, Soda Mątwy i Janikosoda, Boruta Kolor, Organika-Sarżyna.

W 2005 r. Ciech zadebiutował na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych.

Pierwsza zagraniczna spółka nabyta przez Ciech – co miało miejsce w 2005 r. – to rumuńska fabryka sody Govora, następnie w 2007 r. firma przejęła Sodawerk Stassfurt, niemieckiego producenta sody.

Wkrótce, m.in. na skutek inwestycji w tzw. opcje walutowe, firma utraciła płynność finansową. Intensywna restrukturyzacja przyniosła rezultaty – w 2014 r. Ciech pozyskał większościowego inwestora w postaci Kulczyk Investments, a od 2016 r. spółka notowana jest na giełdzie we Frankfurcie.

Ekspansja zagraniczna pozostała ważnym elementem strategii również po zmianie właściciela. W 2018 r. Ciech rozpoczął projekt budowy warzelnii soli w Niemczech (łącna wartość inwestycji to ponad 500 mln zł) i kupił hiszpańskiego dostawcę środków ochrony roślin, spółkę Proplan. Jednocześnie trwały prace nad budową nowej linii do produkcji sody oczyszczonej, stosowanej m.in. w farmacji. Wartość zakończony w 2019 r. inwestycji to blisko 100 mln zł.

W 2019 r. wielkość inwestycji w Hiszpanii i Niemczech wyniosła łącznie 203 mln zł, przy przychodach całej Grupy na poziomie 3,5 mld zł.

– Nasza duża aktywność inwestycyjna poza Polską to z jednej strony ważny element realizacji strategii Grupy, z drugiej odzwierciedlenie globalnego charakteru spółki Ciech i obecno-

ści na wszystkich kontynentach. Aktywność ta przybiera różne formy – w Stassfurtcie wybudowaliśmy nową kompletną linię produkcyjną do wytwarzania sody oczyszczonej o najwyższej jakości do zastosowań farmaceutycznych. W Hiszpanii kupiliśmy spółkę Proplan, dysponującą dużym potencjałem R&D w dziedzinie środków ochrony roślin i otwierającą Grupie wejście na rynki południa Europy, Afryki czy Ameryki Południowej – podkreśla Dawid Jakubowicz, prezes spółki Ciech.

Obecnie Ciech zbliża się do finalizacji flagowej inwestycji – jak mówi o niej sam prezes – flagowej inwestycji, czyli wspomnianej budowy warzelnii w Niemczech.

– Wprowadzi nas ona do ekstrakłagi producentów soli warzonej i pozwoli konkurować na rynkach Europy Zachodniej – zaznacza Dawid Jakubowicz.

WYRÓŻNIENIE:**Mercator Medical**

Mercator Medical jest producentem rękawic medycznych i dystrybutorem materiałów medycznych jednorazowego użytku. Sprzedaje swoje produkty do blisko 70 krajów, a jako dystrybutor działa na rynkach Europy i w Rosji. Buduje zakłady produkcyjne w Tajlandii. Wielkość eksportu spółki w 2019 r. wyniosła 14,2 mln zł, przy całkowitych przychodach w wysokości 540,3 mln zł.

” Nasza duża aktywność inwestycyjna poza Polską to z jednej strony ważny element realizacji strategii Grupy, z drugiej odzwierciedlenie globalnego charakteru spółki Ciech i obecności na wszystkich kontynentach. Aktywność ta przybiera różne formy.

► **Dawid Jakubowicz**
prezes spółki Ciech

NAGRODY W KATEGORII PROMOTOR EKOLOGII
NA RYNKACH ZAGRANICZNYCH**NAGRODA GŁÓWNA:
VIVE Textile Recycling**

Firma działa już 28 lat. Zajmuje się recyklingiem używanej odzieży przy wykorzystaniu nowoczesnych, skomputeryzowanych linii do sortowania, które mogą przerobić dobowo 500 ton surowca. Powstają z tego produkty w 700 grupach asortymentowych, trafiające do 70 krajów, oraz do sieci własnych wielkopowierzchniowych sklepów VIVE Profit w Polsce.

VIVE Textile Recycling z tekstyliów produkuje również paliwo alternatywne. Jego głównym odbiorcą jest Cementownia Ożarów. Firma stworzyła innowacyjny kompozyt tekstylny, mający zastosowanie w przemyśle. Produkuje też czystowo przemysłowe wykorzystywane przez przedsiębiorstwa z różnych branż.

Drugim segmentem działalności VIVE Group są międzynarodowe usługi TSL i magazynowe.

Wielkość eksportu spółki w 2019 r. wyniosła 235 mln zł (co stanowiło 92 proc. sprzedaży).

Firma opiera strategię na promowaniu ekologicznych standardów i postaw. Jej działalność skupia się wokół gospodarki obiegu zamkniętego i dawania tekstyliom drugiego życia poprzez ich odsprzedaż i przetwórstwo. Kompozyt tekstylny i paliwa alternatywne wytwarzane są z odpadów tekstylnych oraz zużytych opakowań z tworzyw sztucznych.

– Czujemy się liderem zmiany w tym obszarze, przenosząc recykling tekstyliów na nowy poziom. Dajemy im drugie, trzecie, a nawet czwarte życie dzięki możliwościom gospodarki obiegu zamkniętego. To przyszłość biznesu, która już teraz pokazuje swój ogromny potencjał – dla przedsiębiorstwa, środowiska, społeczności. W międzynarodowej współpracy podkreślamy te aspekty, pokazując, że polski rynek idzie dynamicznie w kierunku eco, zwiększając tym samym swoją wartość. Czujemy dumę, mogąc promować nie tylko swoją organizację, ale też jej ojczyznę – podkreśla Bertus Servaas, prezes VIVE Textile Recycling.

Firma rozwija technologię w ramach filozofii upscale i w ramach obiegu zamkniętego, ponosząc istotne nakłady na B+R. Zużyty produkt lub jego zniszczone fragmenty mają pełną zdolność do ponownego wykorzystania – zagospodarowania kompozytów po zakończeniu ich użytkowania. Można z nich wyprodukować kolejne produkty bądź przekształcić w paliwo alternatywne.



► **W KIERUNKU EKO:** Czujemy się liderem zmiany, przenosząc recykling tekstyliów na nowy poziom – mówi Bertus Servaas, prezes VIVE Textile Recycling. [FOT. ABC]

Kompozyt charakteryzują doskonałe parametry, w tym niska nasiąkliwość, wysoka odporność na niskie temperatury oraz – w porównaniu z drewnem – nieporównywalnie większa trwałość.

– Z satysfakcją przyjąłem informację o nagrodzie przyznanej w konkursie w kategorii Promotor ekologii na rynkach zagranicznych, tym bardziej, że spółki VIVE Group od zawsze opierają swoją misję, a w konsekwencji działanie, na promowaniu ekologicznych standardów i postaw – podkreśla Bertus Servaas.

WYRÓŻNIENIE:**Biotrem**

Produkty Biotrem są alternatywną opcją dla przedmiotów jednorazowego użytku wyprodukowanych z tworzyw sztucznych. Do ich wytworzenia firma wykorzystuje jedynie surowce pochodzenia roślinnego, które podlegają szybkiej biodegradacji. Wielkość eksportu spółki w 2019 r. wyniosła 2,4 mln zł, co stanowiło 70 proc. całej sprzedaży.

WYRÓŻNIENIE:**Grupa Kapitałowa LUG**

Grupa Kapitałowa LUG wytwarza energooszczędne oprawy oświetleniowe LED, projektując je w sposób, który umożliwia ich naprawę i modernizację. Stosuje przy tym materiały nadające się do powtórnego wykorzystania lub przetworzenia. Wielkość firmowego eksportu w 2019 r. wyniosła 102 mln zł, co stanowiło 60 proc. całej sprzedaży.

NAGRODY W KATEGORII GLOBTROTER

NAGRODA GŁÓWNA:
Grupa Kapitałowa Fasing

Grupa Kapitałowa Fasing zajmuje się produkcją łańcuchów m.in. do przemysłu górniczego, energetyki, transportu i przeladunku, budownictwa czy przemysłu stoczniowego.

Działa na 48 rynkach na całym świecie – i zapowiada, że to nie koniec ekspansji.

– Nie chcemy na tym poprzestać. Rozpoznamy różne modele wejścia na nowe rynki zagraniczne w zależności od regionu. Od lat dążymy do znacznej dywersyfikacji naszej działalności, pozwala nam to dostarczać produkty do nowych branż i odbiorców – mówi Zdzisław Bik, prezes grupy Fasing.

Dodaje, że każdy nowy rynek wymaga od firmy nauczenia się schematu działania na nim. Bywa, że to, co w jednym z krajów jest oczywistym standardem, w drugim może zupełnie się nie sprawdzić.

– Mamy jednak znakomitą kadrę doświadczonych i zaangażowanych handlowców oraz ekspertów, dla których spotkanie z nową kulturą biznesową nie jest barierą, a wyzwaniem, które chcą podjąć – mówi Zdzisław Bik.

Jego zdaniem nie ma jednego przepisu na sukces za granicą. Aby być skutecznym, trzeba indywidualnie podchodzić do każdego rynku i każdego odbiorcy o nowym profilu.

– Na nasz międzynarodowy sukces składa się doświadczona kadra, elastyczność działania, ponad stuletnie doświadczenie w nieprzerwanej produkcji oraz niekwestionowana jakość naszych rozwiązań – mówi Zdzisław Bik.

W 2019 r. wartość eksportu Grupy wyniosła 93,63 mln zł. Eksport stanowi 61,5 proc. sprzedaży firmy. Najwięksi odbiorcy to Chiny, Ukraina, Szwecja, Rosja, Niemcy, Białoruś, Australia, Kazachstan, Belgia i Turcja.

Grupa Fasing ma swoje spółki zależne w Niemczech, Czechach, Rosji, na Ukrainie oraz tak odległych rynkach jak Chiny i Stany Zjednoczone. To umożliwia jej bezpośredni dostęp do tamtejszego rynku i ułatwia dotarcie do konsumentów na całym kontynencie.

– Dzięki temu jesteśmy zawsze blisko klientów – zarówno w zakresie dostaw naszych rozwiązań, jak i usług serwisowych – podkreśla Zdzisław Bik.

Dodaje, że z każdym klientem firma utrzymuje partnerskie relacje. Wspiera konsumentów zarów-

” Mamy znakomitą kadrę doświadczonych i zaangażowanych handlowców oraz ekspertów, dla których spotkanie z nową kulturą biznesową nie jest barierą, a wyzwaniem, które chcą podjąć.

► **Zdzisław Bik**
prezes Grupy Kapitałowej Fasing

no w procesie podejmowania decyzji o wyborze danego rozwiązania, jak i jego instalacji. Oferuje również obsługę posprzedażową.

– Opracowaliśmy własny model współpracy z naszymi partnerami, który jest satysfakcjonujący na każdym etapie dla każdej ze stron – zaznacza Zdzisław Bik.

WYRÓŻNIENIE:
Fabryka Obrabiarek Rafamet

Ta spółka, działająca w przemyśle elektromaszynowym, eksportuje swoje produkty do 80 krajów. Jury doceniło jej odważne działania na odległych rynkach, takich jak Arabia Saudyjska, Argentyna, Australia, Azerbejdżan, Pery, Tajlandia, Japonia i Indonezja. Wielkość firmowego eksportu w ubiegłym roku wyniosła 57,27 mln zł, co stanowiło 68 proc. całej sprzedaży.

WYRÓŻNIENIE:
Polska Wytwórnia Papierów Wartościowych

Polska Wytwórnia Papierów Wartościowych eksportuje swoje produkty do 53 państw. Odważnie zdobywa odległe rynki, mimo że w jej przypadku wiąże się to ze szczególnymi wyzwaniami, takimi jak konieczność dostosowania się do wymogów dotyczących jakości i bezpieczeństwa klienta oraz organizacja transportu specyficznych produktów. Firma produkuje m.in. banknoty, dokumenty, systemy do personalizacji i zabezpieczone druki.

NAGRODY W KATEGORII LIDER CYFROWEGO EKSPORTU

NAGRODA GŁÓWNA:
Senetic

Nie do wiary. Choć o śląskim start-upie mało kto słyszał, sprzedaje on sprzęt i programy IT oraz rozwiązania chmurowe w 150 krajach, a w prawie 30 ma swoje oddziały. Kolejne zdziwienie: Senetic powstał w kryzysowym 2008 r., kiedy wiele firm technologicznych ogłaszało bankrutwa i zwalniało tysiące pracowników. Zaczęło się od małego sklepu internetowego, uruchomionego w Katowicach przez Marcina Białozyta. Mimo że placówka z początku skupiała się tylko na polskim rynku, już w pierwszym roku działalności osiągnęła 800 tys. zł obrotu. Następne lata przekroczyły oczekiwania założyciela – obroty rosły do 7, a potem 33 mln zł. W 2010 r. przedsiębiorca ruszył na podbój świata, otwierając przedstawicielstwo na Wyspach Brytyjskich.

– Pierwszym kierunkiem eksportowym miały być Niemcy, ale z powodu dużej konkurencji musieliśmy się stamtąd wycofać. Więcej szczęścia mieliśmy w Wielkiej Brytanii, a później w Rumunii, Hiszpanii i Włoszech.

Kolejne lata upłynęły pod znakiem pozyskiwania dalszych geograficznie rynków. Nie licząc Rosji, były to Brazylia, Indie, Meksyk i Singapur – wymienia Marcin Białozyt.

W Polsce i za granicą Senetic zatrudnia 200 osób, prowadzi 92 sklepy online, obsługuje 2 mln klientów rocznie. W 2018 r. przedsiębiorstwo osiągnęło 340 mln zł przychodu, z czego aż 75 proc. pochodziło z eksportu. Największe profity przynoszą mu oddziały we Francji, Włoszech, Hiszpanii i Wielkiej Brytanii. Obecującym rynkiem jest Izrael.

Jeśli chodzi o naszych zachodnich sąsiadów, Marcin Białozyt nie odpuścił i w końcu dokonał udanej ekspansji rynku niemieckiego: w latach 2016-18 Senetic zwiększył tam obroty... dwukrotnie.

– Nie licząc innowacyjnych produktów i reklam w mediach społecznościowych, naszym kluczem do sukcesu są złożone z profesjonalistów lokalne zespoły handlowe – ujawnia szef spółki Senetic.

Początkowo firma ze Śląska oferowała urządzenia Cisco, HP oraz oprogramowanie Adobe i Symantec. Dziś w jej ofercie znajdują się m.in. usługi cloudowe Office 365 i Microsoft Azure. Katowicki start-up jest też znaczącym dostawcą urządzeń sieciowych renomowanych światowych marek. Oferuje także rozwiązania serwerowe, sprzęt komputerowy, systemy zasilania awaryjnego i oprogramowanie znanych producentów, m.in. Ubiquiti, MikroTik, Cisco, VMware czy HPE.

WYRÓŻNIENIE:
Answer.com

Krakowska spółka e-commerce, której założycielem, prezesem i głównym akcjonariuszem jest Krzysztof Bajolek. Działa od 2011 r. Oferuje 90 tys. produktów 350 światowych marek. 70 proc. przychodów firmy pochodzi z rynków zagranicznych (Czechy, Słowacja, Rumunia, Węgry, Ukraina, Bułgaria).

WYRÓŻNIENIE:
Spizarnia

Lubelski dystrybutor towarów z branży FMCG (słodczyce, przetwory, wędliny, nabiał i artykuły chemiczno-kosmetyczne). Spółka powstała w 2004 roku. Działa w Wielkiej Brytanii, Irlandii, Holandii i Belgii. Dostarcza produkty bezpośrednio do klientów. Właścicielami firmy są Dariusz Jeleniewski i Karol Wroński.

► **PRZYSZŁOŚĆ W TECHNOLOGII:**
Firma Senetic założona przez Marcina Białozyta sprzedaje sprzęt i programy IT oraz rozwiązania chmurowe w 150 krajach, a w prawie 30 ma swoje oddziały. [FOT. ARC]

