

realestate

MAGAZINE



**10-lecie firmy
Innovative Facility
Management Polska**





OPEN ENERGY

Business & Industry Energy Solutions

- Kompleksowe utrzymanie techniczne nieruchomości i sieci obiektów
- Przygotowanie budżetów operacyjnych i remontowo-budowlanych
- Zarządzanie mediami i kontrola kosztów
- Utrzymanie techniczne instalacji: BMS, HVAC, SAP, DSO, AKPiA itp.
- Realizacja inwestycji PV w obiektach komercyjnych
- Zarządzanie energią w nieruchomościach
- Audyty efektywności energetycznej

Open Energy Polska Sp. z o.o.

Puławska 2, bud. B, 02-566 Warszawa

NIP 701-049-53-14, REGON 362027263

kontakt@oenergy.pl

Od redakcji

Drodzy Czytelnicy,

Jesienny numer „Real Estate Magazine” rozpoczynamy rozmową z członkami zarządu Innovative Facility Management Polska. Firma – jeden z największych dostawców usług technicznego utrzymania nieruchomości – świętuje 10. urodziny. W imieniu redakcji „REM” serdecznie gratuluję i życzę dalszych sukcesów! Wywiad z Pawłem Rozpończykiem i Rafałem Łaszczewskim dostępny w ramach tematu numeru.

12 października odbył się Real Estate Management Congress – konferencja poświęcona szerokiemu tematowi nieruchomości komercyjnych. Stanowiła doskonałą okazję do wymiany doświadczeń, wysłuchania ekspertów i poznania nowych perspektyw. Dziękujemy wszystkim Uczestnikom – mamy nadzieję, że wiedza uzyskana podczas Kongresu zaowocuje rozwojem Państwa działalności, a poznane trendy na rynku zainspirują do podejmowania kolejnych wyzwań. Ci, których w tym roku zabrakło... Cóż... Niech żałują!

W październikowo-listopadowym wydaniu Kuba Jedliński, Head of eMobility w E.ON Drive, prezentuje innowacyjne projekty dotyczące ładowania pojazdów elektrycznych. Jest to kolejny krok w ekologicznej rewolucji, która zachodzi na naszych oczach – tak bardzo potrzebnej naszej (jeszcze) zielonej planecie. Na kolejnych stronach nowego numeru ekspertka o wieloletnim doświadczeniu i obyciu w branży opowiada o trendach w utrzymaniu czystości w budynkach komercyjnych. Cyfryzacja z przytupem przejmując niemal każdy znany rynek, usługi nie są wyjątkiem. Czy jednak nowoczesna technologia może zastąpić umiejętności człowieka? O tym i nie tylko w artykule Joli Sergot-Kowalskiej.

Czy w Polsce opłaca się inwestować w nieruchomości komercyjne? Jakie są możliwości inwestycyjne na naszym rynku? Czym cechuje się proces najmu? Na te pytania odpowiada Agnieszka Sławomirska, znawczyni i doradczynie branży nieruchomości komercyjnych. Do scharakteryzowania tego sektora mogą okazać się przydatne także badania konsumenckie. Michał Miazek pokazuje wartość analiz rynku, odbiorców i zapotrzebowania na dany produkt, a także uniwersalność takich statystyk.

Na ostatnich stronach jesiennego wydania jak co roku publikujemy zestawienie firm consultingowych i doradczych. Znajdą w nim Państwo wiodące i polecane przez nas organizacje, które pomogą nie tylko „ujarzyć” świat nieruchomości komercyjnych, lecz także poznać jego tajniki i go polubić. Jestem przekonana, że wspomniane treści i całe nowe wydanie przygotowane przez naszą redakcję będą dla Państwa interesujące.

Życząc przyjemnej lektury

Maria Bajan
Redaktor prowadząca

WYDAWCA I REDAKCJA

Forum Media Polska sp. z o.o.,
ul. Polska 13, 60-595 Poznań

Wydział VIII Gospodarczy KRS Poznań,
wysokość kapitału zakładowego:
300 000 zł

NIP 781-15-51-223
KRS nr 0000037307

Sąd Rejonowy Nowe Miasto i Wilda
w Poznaniu

PREZES ZARZĄDU
Magdalena Balanicka

CZŁONEK ZARZĄDU
Paulina Hinz-Żurawska

CZŁONEK ZARZĄDU
Radosław Lewandowski

DYREKTOR WYDAWNICZA I ROZWOJU

Edyta Żmuda

REDAKTOR PROWADZĄCA

Maria Bajan
tel. 513 855 913
maria.bajan@forum-media.pl

NADZÓR GRAFICZNY

Maria Podemska,
Klaudia Stanisławiak-Kurdzieko

KOORDYNATOR WYDAWNICZA

Aleksandra Dziurla

WSPÓŁPRACA I REKLAMA

Justyna Kapsa
Brand Manager
tel. 692 056 807
justyna.kasjaniuk@forum-media.pl

OBSŁUGA KLIENTA I PRENUMERATA

Monika Madaj
tel. 61 628 70 27
monika.madaj@forum-media.pl

PROJEKT LAYOUTU

www.rozmiaruniwersalny.com
Lena Wójcik

SKŁAD i DTP

P76 Advertising

DRUK

Poligrafia Janusz Nowak

SERWISY ZDJĘCIOWE

Adobe Stock

ZDJĘCIA NA OKŁADCE:

Paweł Rozpończyk i Rafał Łaszczewski –
zarząd IFM PL

▶ TEMAT NUMERU

- 4 10-lecie firmy Innovative Facility Management Polska

▶ REM CONGRESS

- 8 Real Estate Management Congress 2023

▶ FACILITY

- 11 Czy twój parking jest gotowy na eMobility?
- 13 Szybciej i taniej? Da się! Automatyzacja procesów w obiektach logistycznych
- 15 Utrzymanie czystości – prosta usługa czy skomplikowana procedura?

▶ PROPERTY

- 19 Zarządzanie nieruchomościami komercyjnymi na fali zmian: dekarbonizacja, AI i nowe możliwości
- 28 Zarządzanie Efektywnością Energetyczną (ZEE) na przykładzie stacji paliw
- 32 „Wciąż kryzys czy już nie?” – kilka słów o zarządzaniu centrum handlowym



Nowoczesne biuro to pomieszczenia o stylowym wystroju, ale też takie, w których praca jest przyjemnością. Dobrze, jeśli są przeszklone, jest dużo zieleni i miejsc do wypoczynku. Aby sprostać tym założeniom, producenci mebli, klimatyzacji itp. stają na wysokości zadania i dostarczają produkty spełniające oczekiwania projektantów. Bardzo często piękne wyobrażenia mają rozwiązania architektoniczne i materiały wykończeniowe niedostosowane do obciążenia budynku. Architekci bardzo rzadko zastanawiają się nad kosztami eksploatacji.

Jolanta Sergot-Kowalska

Utrzymanie czystości – prosta usługa czy skomplikowana procedura? s. 15-18

INVESTMENT & CONSTRUCTION

- 35** Zamość szuka inwestora z wizją
- 36** Inwestycje w nieruchomości komercyjne – jak to można zrobić w Polsce?
- 43** Budynki jako banki materiałów. W jaki sposób budowy i renowacje mogą wspierać gospodarkę obiegu zamkniętego
- 48** Wpływ podziału nieruchomości na pozwolenie na budowę

ADMINISTRATION & BUSINESS

- 53** Big Data w świecie badań konsumenckich
- 58** Ekspansja JM na Słowacji to klucz do sukcesu w CEE

PRZEGLĄD FIRM

- 62** Przegląd firm consultingowych i doradczych 2023



Energy Management to proaktywne, systematyczne monitorowanie, kontrola i optymalizacja zużycia energii. Metoda ta zakłada ścisłą współpracę danej organizacji z firmą oferującą tę usługę. Uwzględnia sytuację wyjściową, projekty badawcze i strategię zarządzania efektywnością energetyczną w rozproszonych obiektach. W ramach działań tworzone są prognozy finansowe dotyczące uruchamiania usług w zakresie energii odnawialnej oraz w wprowadzenie innych ulepszeń dotyczących zużycia energii i obniżki jej kosztów w nadchodzących latach.

Marta Dworak

Zarządzanie Efektywnością Energetyczną (ZEE) na przykładzie stacji paliw s. 28-31

10-lecie firmy Innovative Facility Management Polska

10 LAT DOŚWIADCZENIA, 2 REGIONALNE BIURA, KILKASET ZREALIZOWANYCH PROJEKTÓW, PONAD 170 EKSPERTÓW RYNKU I TECHNIKÓW W ZESPOLE ROZSIANYM PO CAŁEJ POLSCE, WSPÓŁPRACA Z NAJWIĘKSZYMI HOLDINGAMI INWESTYCYJNYMI, ZARZĄDCAMI ORAZ SPÓŁDZIELNIAMI MIESZKANIOWYMI, A TAKŻE SZEROKI ZAKRES USŁUG WYBIEGAJĄCYCH POZA STANDARDOWĄ OBSŁUGĘ TECHNICZNĄ – TAK W KILKU SŁOWACH MOŻNA OPISAĆ IFM POLSKA, JEDNĄ Z CZÓŁOWYCH POLSKICH FIRM NA RYNKU Z SEKTORA FACILITY MANAGER (FM). SPÓŁKA ZARZĄDZA I DORADZA W PROCESACH CAŁEJ BRANŻY UTRZYMANIA INFRASTRUKTURY BUDYNKOWEJ. W ZALEŻNOŚCI OD PROJEKTU DZIAŁA M.IN. JAKO STACJONARNE WSPARCIE TECHNICZNE ŚCIŚLE ZWIĄZANE Z OBIEKTEM, POMOC DORAŻNA W POSTACI POGOTOWIA TECHNICZNEGO 24/7 LUB JAKO AUDYTOR I PARTNER REALIZUJĄCY PRZEGLĄDY I DORADZTWO TECHNICZNE, DUE DILIGENCE, ENERGETYCZNE, SANITARNE. W JAKI SPOSÓB WSPÓŁPRACA WŁAŚCICIELI I ZARZĄDCÓW NIERUCHOMOŚCI Z IFM POLSKA ZMIENIA OBLICZE BRANŻY?

Działają państwo na rynku od 2013 roku. Jak wyglądały początki i rozwój IFM Polska?

Paweł Rozpończyk i Rafał Łaszczewski – Zarząd IFM PL: Kiedy 10 lat temu powstawała IFM Polska, na rynku dominowały globalne marki, często z zaplecza firm budowlanych z kapitałem zagranicznym (aktualnie niewiele się w tej materii zmieniło). Z naszych analiz wynikało, że potrzebujemy rodzimych przedsiębiorstw. Już wtedy wiedziałem, że chcę realizować projekty nietuzinkowe, zmieniać oblicze polskiego FM-u i wyznaczać nowe trendy. Początki nie są łatwe, gdy tworzy się polską markę od zera i nieprzypadkowo mówi się, że najtrudniej zarobić pierwszy

milion. Jest to doświadczenie, którym nie wszyscy w branży mogą się pochwalić. Dzięki temu mogliśmy bardziej się wsłuchać w potrzeby klientów, co przekłada się obecnie na naszą współpracę. Klienci, zarówno wówczas, jak i dziś, potrzebują firm elastycznych, znających realia naszego rynku – partnerów biznesowych, którzy także wsłuchują się w potrzeby inwestorów, ale też najemców.

W ciągu pierwszych 3 lat skupialiśmy się na budowaniu marki z mniejszymi projektami, spotykaniu się z klientami i wsłuchiowaniu w ich potrzeby. Musieliśmy udowodnić, że potrafimy dobrze realizować obsługę techniczną nieruchomości (bo tak ciągle większość postrzega nasze

usługi) na poziomie międzynarodowym. Operacyjnie IFM rozkręciła się mocniej w 2016 roku. Tym samym moglibyśmy powiedzieć, że jej wzrost i rozwój w dużej mierze realizowany był w ostatnich 7 latach.

Co – oprócz wiedzy i kontaktów – trzeba mieć, aby wejść na rynek FM, który jest w Polsce silnie obsadzony przez międzynarodowe korporacje?

P.R. i R.Ł. – Zarząd IFM PL: Facility management to usługi realizowane w dużej mierze przez ludzi, którzy są największą wartością – ich doświadczenie i potrzeby dalszego rozwoju. Dlatego w tym zakresie odbyliśmy wiele spotkań, aby nie tylko



przekonać ich do naszej wizji, lecz także pokazać im możliwości rozwoju, których do tej pory być może nie mieli. Wykorzystać ich potencjał i kreatywność. Razem mogliśmy na początku naszej drogi zbudować fundamenty, których nie dało się już zmienić w naszych poprzednich podmiotach, często dużych międzynarodowych korporacjach, gdzie kultura, struktury i procesy często wywodzą się z innych krajów. W naszej firmie stawiamy mocno na komunikację, nasze obiekty są bowiem rozproszone po całej Polsce, tym bardziej więc musimy kłaść nacisk na dostępność do informacji oraz do wiedzy, nie tylko w centrali, lecz

także z innych obiektów. Poza telekonferencjami, zespołami branżowymi postawiliśmy na newslettery z wymianą informacji zarówno o dobrych, jak i złych praktykach, co przyniosło wymierny efekt w czasie pandemii i nie tylko. Klienci, z którymi zaczynaliśmy z jednym projektem, powierzali nam kolejne ze swojego portfela, widząc umiejętność szybkiego wdrażania wspólnych jednolitych procedur, szybkość w reagowaniu na bieżące potrzeby.

Dla nas jako właścicieli to także determinacja oraz wiara w sukces, cierpliwość i pokora. Cierpliwie budowaliśmy biznes

z polskim kapitałem, który będzie budził zaufanie naszych klientów, znających nas z branży, choć pod innymi szyldami.

Na czym opiera się strategia IFM Polska?

P.R. i R.Ł. – Zarząd IFM PL: Przez dekadę zbudowaliśmy zespół utożsamiający się z firmą, a ponadto tworzący jej wartości, którymi dziś się kierujemy. To nasza największa inwestycja w budowanie strategii. Dzięki zaangażowaniu, wspólnym celom i wartościom aktywnie uczestniczą w życiu IFM, są bardziej kreatywni, mają własne pomysły i inicjatywy.

Strategia to także uświadamianie klientów, że nasze usługi, czyli facility management, to nie tylko obsługa techniczna nieruchomości, lecz także strategiczna sfera w organizacji, integrująca przestrzeń, procesy i ludzi, dzięki którym wpływamy na efektywność całej organizacji i ją poprawiamy. Nasza praca to oprócz pozycji kosztowych w budżetach naszych klientów również wartości, dzięki którym wspieramy aktywa, podnosimy ich wartość, dajemy spokój i bezpieczeństwo rozwoju biznesu naszych i klientów, i najemców.

Strategia to także dywersyfikacja portfela nieruchomości – mamy w swoim portfolio centra handlowe, magazyny, biurowce (także wysokościowe), osiedla mieszkaniowe, laboratoria, przemysł, obiekty użyteczności publicznej, np. uczelnie, obiekty w sektorze zarówno prywatnym, jak i publicznym, co pozwala nam być mocno odpornym na koniunkturę, pandemię czy bieżące potrzeby rynku.

Obecnie duży nacisk kładziemy na wsparcie naszych klientów w zakresie raportowania ESG (environmental, social and corporate governance), wykonujemy audyty z zastosowaniem sztucznej inteligencji w celu zobrazowania i zaraportowania możliwości optymalizacji energetycznych i nie tylko.

Czy w trakcie rozwoju firmy były przełomowe momenty lub projekty, które



z jakiegoś powodu były dla państwa wyjątkowe lub szczególnie ważne?

P.R. i R.Ł. – Zarząd IFM PL: Przełomowy dla IFM Polska był zapewne 2019 rok, co widać po wzroście obrotów o 69% w stosunku do 2018 roku.

Jeśli chodzi o projekt biurowy, to na pewno znaczący był nowoczesny obiekt łączący pasaż handlowy ze strefą biznesową w ekologicznym stylu, czyli plac Unii Lubelskiej. Natomiast pierwszym projektem handlowym był nieistniejący już obiekt Kraków Plaza, który podczas naszej obsługi zmieniał trzy razy właściciela. Potem wchodziły stopniowo pierwsze hale logistyczne. Każdy pierwszy projekt powstały w innym typie nieruchomości był dla nas przełomowy.

Z założenia firma miała obsługiwać tylko podmioty komercyjne, dlatego warto wspomnieć o rozszerzeniu modelu biznesowego w 2016 roku o obsługę lokali mieszkaniowych. Naszym pierwszym

klientem był Lux Dom, z którym do dziś współpracujemy. W tamtym okresie byliśmy jednym z nielicznych przedsiębiorstw, które jakość oraz procesy z obiektów komercyjnych wdrażały do obiektów mieszkaniowych. To my jako pierwsi obsługiwaliśmy je kompleksowo, bez rozgraniczania na branże. Dzięki temu dziś nie boimy się obsługi modeli PRS, ponieważ mamy doświadczenie zarówno komercyjne, jak i mieszkaniowe.

IFM Polska to wsparcie techniczne skierowane ku nieruchomościom komercyjnym i mieszkaniowym. Dlaczego zdecydowaliście się na tak różnorodne typy obiektów, a tym samym usług?

P.R. – Zarząd IFM PL: Na pewno duży wpływ na uruchomienie działu residential miał mój wspólnik Rafał Łaszczewski, który jako właściciel firmy zarządzającej nieruchomościami mieszkaniowymi o ugruntowanej pozycji na rynku szukał innowacyjnych rozwiązań do dalszego rozwoju biznesu. Rynek mieszkaniowy

miał duży potencjał dla takich firm jak nasza, osiedla były ciągle obsługiwane przez przysłówiowego pana Kazia, podmioty specjalistyczne obsługiwały wąskie zakresy. Była firma od węzłów cieplnych, inna od elektryki, a jeszcze inna od instalacji pożarowych. Okazuje się, że w zarządach wspólnot są ludzie, którzy nie tylko oczekują jakości, bezpieczeństwa, schludności i rozpoznawalności pracowników, lecz także standardów, które my wprowadzaliśmy, bazując na doświadczeniu zdobytym w obiektach komercyjnych. Potrzebują firm z doświadczeniem kompleksowej obsługi technicznej.

Dlaczego czołowe firmy zarządzające portfelami nieruchomości decydują się na współpracę z firmą z zakresu facility management jak IFM Polska? Jaka jest państwa rola w projektach?

P.R. i R.Ł. – Zarząd IFM PL: Każdy klient, a nie tylko czołowe firmy zarządzające, potrzebuje partnerów do prowadzenia biznesu. Niemniej to one nauczyły nas, aby

nasze działania były zgodne w zakresie zrównoważonego rozwoju, dlatego nasze wizje w tym zakresie są spójne. Budując spółkę od zera, wsłuchiwalimy się w ich potrzeby i być może dziś jest nam łatwiej ich zrozumieć. Naszym partnerom zależy, by nasze działania były etyczne, stąd duży nacisk na wprowadzoną strategię dotyczącą: przeciwdziałania nadużyciom i korupcji, procedury weryfikacji kontrahentów, procedury zgłaszania naruszeń oraz wewnętrzną procedurę w zakresie przeciwdziałania praniu brudnych pieniędzy oraz finansowania terroryzmu.

Wszystkim zależy na transparentności przy jednoczesnym szybkim zarządzaniu procesami u naszych klientów. Jako zarząd czy właściciele jesteśmy blisko i klientów, i naszych pracowników, którzy nie muszą wyczekiwać na decyzje. Ułatwia to także płaska struktura firmy. Nasi ludzie są blisko klientów, tzn. w regionach mamy menedżerów projektu, którzy wywodzą się z lokalnych środowisk, co ułatwia nie tylko komunikację, lecz także zarządzanie ludźmi. Z projektami rozporoszonymi związani są specjaliści do spraw kluczowych klientów (KAM – key account managers).

W dużej mierze wpływ na zmiany upodobań klientów miał też kryzys, który zmusza do zmiany nawyków, ponieważ siła przyzwyczajenia była zbyt duża. Kryzys uczy wdzięczności i doceniania, a małe i średnie firmy czy to w pandemii, czy w kryzysie inflacyjnym pokazały, że potrafią dbać o klientów, service charge czy zdrowie odwiedzających obiekty, a przede wszystkim o ludzi, którzy są ich największą wartością. W naszym przypadku utrzymaliśmy całą kadrę i rozwijamy się dalej.

Branża FM jest specyficzna i bywa niełatwa. Jaki jest przepis na sukces według IFM Polska?

P.R. i R.Ł. – Zarząd IFM PL: O tym, że nasza branża nie jest łatwa, mogliśmy się przekonać w zeszłym roku. Większość umów na rynku FM była indeksowana na podstawie danych GUS za 2021 rok.

Inflacja wystrzeliła w 2022 roku o średnio 14%, a nasze umowy indeksowane były na poziomie średnio 5%. Aby zatrzymać pracowników, którym koszty życia diametralnie wzrosły, musieliśmy podnieść ich wynagrodzenia do ok. 15% w całej firmie. To chyba był jeszcze trudniejszy rok niż 2020 w pandemii. Ale jak widać, przetrwali najmocniejsi, co pokazuje konsolidacja naszego rynku ze strony dużych koncernów, funduszy z kapitałem zagranicznym.

W tym roku firma obchodzi jubileusz 10-lecia działalności firmy. Jakie są plany rozwojowe na kolejne lata?

P.R. i R.Ł. – Zarząd IFM PL: W najbliższym czasie chcemy się skupić nie tylko na powiększaniu portfela obsługiwanych nieruchomości, lecz także na dalszym rozwoju działu project management, którego udział w obrotach firmy z roku na rok coraz bardziej rośnie. Działu, który ma wspierać naszych pracowników w obiektach w ofertowaniu usług dodatkowych, a także i w szczególności oferować usługi dodatkowe dla naszych klientów, takie jak fit-outy, modernizacje czy naprawy, oferować audyty w celu optymalizacji czy oszczędności.

Jeśli chodzi o powiększanie portfela nieruchomości, to oprócz organicznego rozwoju spółka zainteresowana jest akwizycją. Już dziś obserwujemy rynek w celu zakupu firm o podobnym profilu jak nasza, choć nie tylko, ponieważ także tych, które mogą wnieść innowacyjne rozwiązania i uzupełnić nasze obecne usługi.

Bardzo dużo w planach wszystkich podmiotów, nie tylko naszych, zmieniło raportowanie ESG i w tym zakresie także mocno się rozwijamy dzięki współpracy z doświadczonymi partnerami, szkoleniom naszych pracowników i aktywnemu udziałowi w stowarzyszeniach, takich jak PLGBC. Zależy nam na działaniach w zakresie zrównoważonego rozwoju.

Dużym wyzwaniem są dla nas galopująca inflacja, a tym samym potrzeby płacowe naszych pracowników, dlatego mocno



PRZEZ DEKADĘ
ZBUDOWALIŚMY ZESPÓŁ
UTOŻSAMIAJĄCY SIĘ Z FIRMA,
A PONADTO TWORZĄCY JEJ
WARTOŚCI, KTÓRYMI DZIŚ
SIĘ KIERUJEMY. TO NASZA
NAJWIĘKSZA INWESTYCJA
W BUDOWANIE STRATEGII.

postawiliśmy na cyfryzację firmy oraz proptech, którego celem jest ułatwianie działań i poprawienie produktywności i efektywności.

Problemem naszej branży jest ciągle to, że nie jesteśmy jeszcze do końca gotowi do wprowadzania zaawansowanych innowacji ani eksperymentów, jeśli chodzi zarówno o środki, jak i mentalność.

Jak w kilku słowach można podsumować te mijające 10 lat istnienia firmy?

P.R. i R.Ł. – Zarząd IFM PL: Jest taki cytat z Henry'ego Forda: „Jeśli jest w ogóle jakiś sekret sukcesu, leży on w umiejętności przyjęcia punktu widzenia innych i patrzenia na rzeczy z pozycji zarówno rozmówcy, jak i własnej”. Te słowa dobrze oddają ducha naszej organizacji. Patrzymy na to, co nas otacza przez pryzmat ludzi, którzy nas otaczają, ale też sumy doświadczeń naszego zespołu. Ten punkt widzenia staramy się zrozumieć dzięki naszym pracownikom, klientom, partnerom i mentorom. Tego się trzymamy i w to wierzymy.

W tym miejscu chcielibyśmy serdecznie podziękować naszym kolegom i koleżankom, pracownikom byłym i obecnym, naszym klientom – za wkład w te 10 lat naszego funkcjonowania. A naszym rodzinom za wsparcie i wyrozumiałość.

Bez was na pewno by się nie udało.

Dziękuję za rozmowę.

Real Estate Management Congress 2023 – innovation, challenges and opportunities: the future of industry

12 PAŹDZIERNIKA 2023 ROKU W NOVOTEL WARSZAWA AIRPORT ODBYŁA SIĘ KOLEJNA EDYCJA REAL ESTATE MANAGEMENT CONGRESS ORGANIZOWANEGO PRZEZ REDAKCJĘ „REAL ESTATE MAGAZINE”. MIELIŚMY PRZYJEMNOŚĆ SPOTKAĆ SIĘ W GRONIE NAJLEPSZYCH EKSPERTÓW BRANŻY NIERUCHOMOŚCI KOMERCYJNYCH, ABY PODZIELIĆ SIĘ SPOSTRZEŻENIAMI ODNOŚNIE PRZEMIAN NA RYNKU, KTÓRE JUŻ ZASZŁY I KTÓRE NAS CZEKAJĄ. KONFERENCJI PRZYŚWIECAŁO HASŁO: „NOWE TECHNOLOGIE, INNOWACYJNE PODEJŚCIE I DOŚWIADCZONA KADRA”. TE TRZY SFERY SPOTYKAJĄ SIĘ WŁAŚNIE W BRANŻY NIERUCHOMOŚCI KOMERCYJNYCH, A NASZYM ZADANIEM JEST ODPOWIEDNIO JE POŁĄCZYĆ I STWORZYĆ POWIERZCHNIĘ DOPASOWANE DO POTRZEB UŻYTKOWNIKÓW – ATRAKCYJNE, FUNKCJONALNE I WPROWADZAJĄCE W POZYTYWNY NASTRÓJ.



Redakcja Real Estate Magazine



Na uczestników REM Congress czekały merytoryczne panele dyskusyjne i inspirujące prelekcje. Był czas na rozmowy o wyzwaniach i trendach, zarządzaniu i obsłudze budynków oraz zrównoważonym budownictwie. Po zakończeniu części konferencyjnej goście wzięli udział w warsztatach, na których Michał Kwinta, City Lead Poland w Mindspace, zaprezentował ideę coworkingu i przedstawił praktyczne wskazówki na temat tworzenia przestrzeni przyjaznej współpracy. Dzięki badaniom wiemy, że współpraca może zwiększyć efektywność pracowników, dlatego ten temat staje się coraz popularniejszy.

Podczas kongresu byli z nami wyjątkowi prelegenci i liderzy z branży, którzy podzielili się swoją wiedzą i spostrzeżeniami. Gościem specjalnym był Dominik Strzelec, jeden z czołowych polskich projektantów ogrodów. Rozpoznawalność zyskał jako prowadzący programy telewizyjne „Usterka”, „Odlotowy ogród” oraz „Polowanie na ogród” stacji TVN, TVN Style i HGTV.

W programie konferencji znalazły się również:

Panele dyskusyjne:

- **Optymalizacja kosztów obiektów komercyjnych**

Moderator: Agnieszka Sławomirska



Goście panelu:

- Robert Gołębiowski
- Paweł Szymczak
- Szymon Śliwiński
- Adam Paderewski

- **Jak nowoczesne technologie i rozwój AI mogą pomóc w tworzeniu budynków i przestrzeni biurowych sprzyjających zdrowiu i dobremu samopoczuciu**

Moderator: Marek Bienias

Goście panelu:

- Michał Kozłowski
- Kamil Bąk
- Maciej Markowski
- Magdalena Cebula

- **Profesjonalne utrzymanie czystości – innowacje, trendy i zagrożenia**

Moderator: Jolanta Sergot-Kowalska

Goście panelu:

- Wiesław Tereszko
- Robert Rompalski
- Dariusz Rataj
- Hanna Bartnicka
- Joanna Olszewska



NA UCZESTNIKÓW REM CONGRESS CZEKAŁY MERYTORYCZNE PANELE DYSKUSYJNE I INSPIRUJĄCE PRELEKCJE. BYŁ CZAS NA ROZMOWY O WYZWANIACH I TRENDACH, ZARZĄDZANIU I OBSŁUDZE BUDYNKÓW ORAZ ZRÓWNOWAŻONYM BUDOWNICTWIE. PODCZAS WARSZTATÓW, GOŚCIE WYSŁUCHALI MICHAŁA KWINTA, KTÓRY ZAPREZENTOWAŁ IDEĘ COWORKINGU.

Prelekcje:

- Rola ogrodów w kreowaniu przestrzeni zewnętrznej i wewnętrznej obiektów komercyjnych (Dominik Strzelec)
- Czy można stworzyć zdrowy wieżowiec? Warsaw UNIT i jego droga do certyfikacji WELL Platinum (Daniel Hojniak)



PODCZAS KONGRESU WYJĄTKOWI PRELEGENCI I LIDERZY Z BRANŻY PODZIELILI SIĘ SWOJĄ WIEDZĄ I SPOSTRZEŻENIAMI. GOŚCIEM SPECJALNYM BYŁ DOMINIK STRZELEC, JEDEN Z CZÓŁOWYCH POLSKICH PROJEKTANTÓW OGRODÓW. ROZPOZNAWALNOŚĆ ZYSKAŁ JAKO PROWADZĄCY PROGRAMY TELEWIZYJNE „USTERKA”, „ODLOTOWY OGRÓD” ORAZ „POLOWANIE NA OGRÓD”.

- Budynki modernizowane – klucz do zrównoważonej przyszłości (Bartosz Marcol)
- Psychologia przestrzeni a inkluzywność budynków (Liza Lilla Pakulska Okraska)
- Zarządzanie usługą i optymalizacja kosztów za pomocą IoT oraz narzędzi IT (Artur Kamiński, Krzysztof Zieliński)
- Jak zaplanować infrastrukturę do ładowania samochodów na parkingu biurowym? (Kuba Jedliński)
- Wybór odpowiedniej strategii zarządzania powierzchniami w budynkach biurowych (Adrian Hołub)
- Fundacja rodzinna – korzyści dla deweloperów (Kamil Bąk)
- Grunt rodzimy jako wciąż funkcjonujący element definicji powierzchni biologicznie czynnej w MPZP. Jak radzić sobie z takim ograniczeniem i maksymalizować zysk z inwestycji? (Karol Gorzkowski, Aleksandra Hyska)
- Zmiany w ustawie o planowaniu i zagospodarowaniu przestrzennym (Łukasz Kułaga)

Po każdym panelu dyskusyjnym oraz prelekcjach był moment na zadawanie pytań, a w przerwach czas na rozmowy i wymianę

doświadczeń. Mieliśmy również przyjemność wysłuchać *power speech*, którym Agnieszka Sławomirska zainspirowała wszystkich gości i rzuciła nowe światło na tematykę ESG w nieruchomościach komercyjnych.

Partnerzy Kongresu:

Dussmann Polska, CLAR System, E.ON Drive, SPIE, IFM Polska, Rowerado, Rośliny dla Biura

Partnerzy medialni:

INVESTOR Real Estate Expert, Polska Federacja Rynku Nieruchomości, Polskie Stowarzyszenie Zarządców Nieruchomości w Warszawie, TOP Woman in Real Estate, niepełnosprawni.pl, Fundacja Integracja

Dziękujemy wszystkim Partnerom, Prelegentom, a przede wszystkim Uczestnikom za obecność. Do zobaczenia na kolejnych eventach organizowanych przez „Real Estate Magazine”!

Codzienne narzędzia do dobrej komunikacji z dzieckiem.

NASTOLATKI NA ZAKRĘCIE. JAK WSPIERAĆ ZDROWIE W GŁOWIE MŁODYCH LUDZI?



Dowiedz się więcej na: www.nazakrecie.pl

Czy twój parking jest gotowy na eMobility?

DO ŁADOWANIA SAMOCHODÓW ELEKTRYCZNYCH NA PARKINGACH FIRMOWYCH WYKORZYSTUJE SIĘ 3-KROTNIĘ WIĘCEJ ENERGII NIŻ W STACJACH OGÓLNODOSTĘPNYCH. ZARZĄDCY NIERUCHOMOŚCI WCIAŻ RZADKO ZDAJĄ SOBIE SPRAWĘ Z TEGO, JAK WAŻNĄ ROLĘ ODGRYWAJĄ W ELEKTRYFIKACJI TRANSPORTU.

W modelu ładowania eMobility „60:30:10”, który E.ON Drive zbudował na bazie własnych doświadczeń zdobytych na innych rynkach, 60% energii do samochodów pochodzi z ładowania w domu, 30% z ładowania na parkingu biurowym i tylko 10% z publicznych stacji ładowania. Na podstawie danych z różnych krajów Europy wiadać, że ładowanie w biurach jest trzy razy ważniejsze niż ze stacji ogólnodostępnych.

W Europie Zachodniej, Skandynawii, a nawet w Czechach czy na Słowacji zarządcy nieruchomości są już partnerami dla menedżerów flot firmowych. W Polsce wciąż

jeszcze rzadko jesteśmy gotowi na rozwój infrastruktury w biurach. Jeśli nawet parkingi mają kilka ładowarek, to rzadko kiedy są plany dotyczące dalszego rozwoju tej infrastruktury.

Za kilka lat ogromna większość samochodów firmowych będzie elektryczna, bo 8 na 10 nowych elektryków trafia właśnie do firm. Czy nowy najemca sprowadzi się do biura, które nie będzie umożliwiała ładowania jego pojazdów? Rotacja samochodów we flotach jest wciąż częstsza niż najemców w budynkach, więc może się okazać, że to właśnie przez brak ładowarek część z nich będzie szukać nowych siedzib.



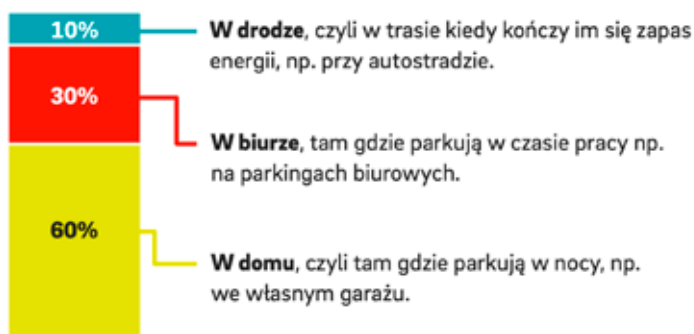
Kuba Jedliński

Head of eMobility, E.ON Polska

Kieruje zespołem eMobility E.ON Drive w Polsce, który wdraża systemy do zarządzania infrastrukturą do ładowania na prywatnych parkingach. W przeszłości kierował zespołem operacyjnym innogy go! – największego w tym czasie w Europie, w pełni elektrycznego carsharingu. Dzięki temu ma unikalny wgląd w bariery w rozwoju infrastruktury ładowania dla dużych flot. Przy wsparciu i z doświadczeniem grupy E.ON w Niemczech (największy rynek eMobility w Europie) i w innych krajach w regionie opowiada o przyszłości eMobility, która nas niebawem czeka.

Gdzie kierowcy uzupełniają energię do samochodów elektrycznych?

(podział pod względem ilości ładowanej energii)



źródło: model własny E.ON Drive, oparty o obserwacje z rynku europejskiego



ŁADOWANIE NA PARKINGU BIUROWYM JEST AŻ TRZY RAZY WAŻNIEJSZE NIŻ ŁADOWANIE ZE STACJI PUBLICZNYCH.



SAMOCCHODY FLOTOWE NA PARKINGU BIUROWYM ZMIENIAJĄ SIĘ CZĘŚCIEJ NIŻ NAJEMCY, A NAJEMCY ZMIENIAJĄ SIĘ CZĘŚCIEJ NIŻ INFRASTRUKTURA DO ŁADOWANIA ELEKTRYKÓW.

Według statystyk najemcy zmieniają biura średnio co 7 lat, natomiast firmowe samochody – co 2–5 lat. Nawet jeśli dziś mają tylko kilka elektryków, to możliwe, że w czasie jednego najmu flotę wymienią 2-krotnie, a udział elektryków w sprzedaży nowych aut flotowych rośnie bardzo szybko. Zgodnie z ostatnim raportem Polskiego Stowarzyszenia Paliw Alternatywnych (PSPA) ich sprzedaż wzrosła w tym roku aż o 57%.

Z kolei żywotność ładowarek do samochodów elektrycznych wynosi ponad 10 lat. Instalację elektryczną modernizuje się co 25–40 lat, a czasem nawet nigdy, ponieważ wyburza się ją razem z budynkiem. Oznacza to, że kable i systemy do zarządzania energią projektowane dziś będą funkcjonować jeszcze długo po 2035 roku, czyli od kiedy w Unii Europejskiej (UE) w salonach sprzedaży nowych samochodów będą wyłącznie elektryki.

W czasie niedawnego REM Congress w Warszawie zwracałem na to uwagę słuchaczy. Wyczułem wówczas pewną obawę: czy to znaczy, że muszą dziś okablować cały parking? Na szczęście nie trzeba się od razu rzucać na głęboką wodę, zwłaszcza że to się wiąże ze sporym CAPEX-em. Ja zalecam rozbudowę etapami. Co to znaczy?

Na początek niezbędny jest plan infrastruktury do ładowania. Powinien on sięgać do granic możliwości budynku i zakładać, że np. 50% miejsc parkingowych

Jak długo...

e-on
Drive

Najem lub leasing samochodów: 2-5 lat



Ładowarki do samochodów elektrycznych: 10-12 lat



Najem biura: 1-10 lat (średnio ok 7 lat)



Wymiana lub gruntowny remont windy: 15-25 lat



Modernizacja instalacji elektrycznej: 25-40 lat



będzie potrzebować własnego punktu ładowania. Pod taki plan należy zaprojektować instalację elektryczną – nie tylko kable, lecz także system IT do nowoczesnego zarządzania energią, a samą rozbudowę wdrażać etapami, wraz ze wzrostem liczby elektryków.

Przede wszystkim zarządcy nieruchomości potrzebują pomysłów i planów. To dlatego wszystkim klientom E.ON Drive polecamy audyt eMobility. Za relatywnie niewielką cenę – w tym roku to ok. 3,5 tys. PLN netto, eksperci ds. rozwiązań energetycznych i ładowania samochodów oceniają, zalecają i piszą raport o możliwościach parkingu. Taki raport dodatkowo służy później jako załącznik do zapytania ofertowego, by poznać ceny wykonania takiej instalacji.

Na koniec – dziękuję, że czytasz ten artykuł. W czasie kongresu REM w prezencje dla uczestników przygotowaliśmy bonus rabatowy. Nie ma powodu, by takiego bonusu nie dostali Czytelnicy. Jeśli na stronie

eondrive.pl do końca listopada 2023 roku aktywujesz kod bonu „REM1000”, otrzymasz od nas rabat 1000 PLN na dowolną usługę eMobility E.ON Drive. Do zobaczenia na Waszym parkingu!



DOCELOWĄ INFRASTRUKTURĘ DO ŁADOWANIA SAMOCCHODÓW ELEKTRYCZNYCH WARTO ZAPROJEKTOWAĆ Z WYPRZEDZENIEM I W CAŁOŚCI, ALE INSTALACJĘ MOŻNA PODZIELIĆ NA ETAPY, OPTIMALIZUJĄC KOSZTY.

Szybciej i taniej? Da się! Automatyzacja procesów w obiektach logistycznych

AUTOMATYZACJA I DIGITALIZACJA W PRZEMYŚLE I PRODUKCJI JEST JUŻ DLA NAS NORMĄ. ZASTĘPOWANIE LUB WSPIERANIE LUDZI ROBOTAMI ORAZ SZEROKIE KORZYSTANIE Z TECHNOLOGII, PRZYSPIESZAJĄCE PRODUKCJĘ I ZWIĘKSZENIE PRZEPUSTOWOŚCI ORAZ WOLUMENÓW, JEST CODZIENNOŚCIĄ.

Tym bardziej zaskakujące jest, jak wiele przedsiębiorstw, pomimo bardzo zaawansowanych procesów produkcyjnych i przemysłowych, nadal korzysta z tradycyjnych rozwiązań logistycznych. A na rynku istnieje kilka interesujących i wartych rozważenia systemów, które przeniosą awizację do XXI wieku.

Jedną z firm oferujących innowacyjne narzędzia optymalizacji procesów logistycznych jest międzynarodowe przedsiębiorstwo M2C, obecne także w Polsce. Oferuje ono na naszym rynku efektywne połączenie e-Recepcji (automatycznej recepcji i awizacji) i systemu mLog (kompleksowego oprogramowania zapewniającego wydajniejsze procesy bezpieczeństwa i operacyjne w budynkach), poświęcone obiektom logistycznym i produkcyjnym. Jest to rozwiązanie dla wizjonerów, którzy chcą usprawnić każde pole działalności swojego obiektu i zintegrować awizację z systemami yard management.

E-recepcja pozwala na obcięcie kosztów związanych z osobistą obsługą i awizacją ciężarówek. Dostawcy mogą skorzystać z „kiosku” awizacyjnego, w którym

skanują swój dokument lub otrzymany wcześniej kod QR, a następnie wjeżdżają na parking. Dzięki kamerom z automatycznym rozpoznawaniem tablic rejestracyjnych oraz tablicom informacyjnym podającym kierowcom numer rejestracyjny pojazdu, godzinę załadunku i rozładunku oraz dok bądź bramę, osiągamy w pełni automatyczny proces wjazdu i wyjazdu oraz efektywnie zarządzamy czasem kierowców. Co więcej, na bieżąco mamy dostęp do wszystkich tych danych i możemy w każdej chwili sprawdzić, który pojazd i o jakiej godzinie wyładowywał towar w konkretnym doku.

Realne skrócenie czasu awizacji to niższe koszty oraz – co cenniejsze – większa przepustowość. Zaoszczędzone minuty, dotychczas poświęcane na ręczne weryfikowanie kierowców i kierowanie ich na plac na cały dzień, tydzień czy miesiąc, dają nam przestrzeń na dodatkowe dostawy.

Automatyzacja to także poprawa bezpieczeństwa. Poza wspomnianym już zbieraniem i dostępem do danych w czasie rzeczywistym możemy zwiększyć bezpieczeństwo naszego obiektu na kilka sposobów:



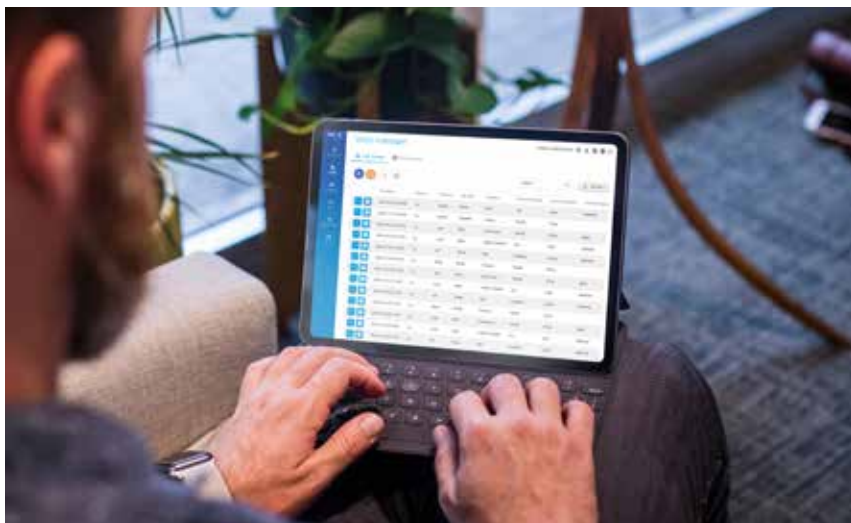
Filip Grzegorek

International Product Specialist

Praktyk i teoretyk, od dziecka związany z technologiami. Ma zarówno wiedzę, umiejętności, jak i doświadczenie, dzięki czemu potrafi analizować potrzeby klienta wielopoziomowo i proponować odpowiednie rozwiązania.

f.grzegorek@m2c.eu
www.m2c.eu





- wykorzystując kamery, wideoanalitkę i zdalne centrum monitoringu zamiennie z fizyczną ochroną;
- wspierając pracowników ochrony fizycznej dzięki zastosowaniu powyższych rozwiązań;
- dopełniając systemy ochrony o ochronę perymetryczną, opartą na wideoanalityce.

Dlaczego wideoanalitka jest tak istotna? Ponieważ pozwala na bieżąco monitorować ruch osób, pojazdów, zasobów oraz wszystkie procesy logistyczne i bezpieczeństwa. Dzięki intuicyjnemu panelowi wirtualnemu użytkownik ma wgląd w aktualną sytuację, niezależnie od tego, gdzie się znajduje. Elektroniczne rejestry pozwalają ponadto łatwo znaleźć potrzebne informacje w dowolnym momencie.

Szukając odpowiedniego systemu, warto wziąć pod uwagę kwestię osób, które go tworzą lub współtworzą. Program opracowany we współpracy z ekspertami ds. bezpieczeństwa, w oparciu o ich wieloletnie praktyczne doświadczenie i znajomość specyfiki obszarów produkcyjnych i logistycznych, będzie brał pod uwagę kwestie, które podmioty nieposiadające fizycznej styczności np. z magazynami, mogą pominąć. Przykładem firmy, która wywodzi się z ochrony i obsługi obiektów logistycznych oraz która tworzy pod ich kątem specjalistyczne technologie, jest

np. M2C Facility Solution Polska. System mLOG powstał z udziałem departamentów ochrony M2C, zapewniających bezpieczeństwo procesów w zakładach produkcyjnych i logistycznych w Polsce, Czechach oraz innych krajach europejskich. Tak szerokie doświadczenie i perspektywa pozwalają spojrzeć na optymalizację działalności sektora logistycznego z poziomu pracowników zarówno ochrony, jak i recepcji czy zarządzania ruchem oraz łańcuchem dostaw. Znamy więcej punktów, które można usprawnić lub które wymagają większej uważności.

Co jeszcze warto wziąć pod uwagę, wybierając dostawcę systemu optymalizacji? Jeżeli użytkownikowi zależy na personalizacji i elastyczności systemu, powinien sprawdzić, czy usługodawca korzysta z licencji, sam tworzy lub współtworzy program i czy posiada własny dział IT do spraw obsługi programu automatyzacji logistyki. Dlaczego ma to znaczenie? Każda nieruchomości jest inna. Pomimo wielu wspólnych mianowników, obiekty logistyczne, produkcyjne, przemysłowe różnią się między sobą chociażby lokalizacją, specyfiką otoczenia czy materiałami i konstrukcją. To wszystko może mieć wpływ na większe lub mniejsze ryzyko strat oraz kradzieży, mniejszą przepustowość itp. Znając słabe i mocne strony poszczególnych obiektów, dostawca mający własny zespół informatyków może

dowolnie modyfikować system, zgodnie z aktualnymi potrzebami klienta.

Czasem ta elastyczność ogranicza się do podstawowych opcji personalizacji: wersji językowych, liczby raportów, poziomów dostępu. Może jednak też oznaczać taką modyfikację systemu, która 100-procentowo odwzorowuje dział logistyczny, doki i w pełni automatyzuje wjazd, rozładunek i załadunek. Firmy polegające na podwykonawcach mogą nie być w stanie odpowiedzieć na indywidualne potrzeby albo będą one wymagać dużych nakładów finansowych i czasowych.

Co jeszcze daje automatyzacja procesów? Elektroniczny obieg dokumentów. Nie jest to decydująca wartość, dla której decydujemy się na zastosowanie systemu optymalizacji, natomiast z pewnością jest to wartość dodana. Przejście z papierowej awizacji na elektroniczną pozwala zaoszczędzić mnóstwo czasu, a tym samym i pieniędzy, oraz ułatwia dostęp do dokumentów. Dane generowane w czasie rzeczywistym i dostępne w wygodnej aplikacji pozwalają również menedżerom na szybkie reagowanie w razie wszelkich nieprawidłowości.

Korzyści wynikające z wdrożenia systemów automatyzacji procesów obejmują kilka zakresów, a wszystkie finalnie przekładają się na obniżenie kosztów oraz zwiększenie efektywności. Co dokładnie może zyskać przedsiębiorstwo decydujące się np. na system mLOG? Są to m.in.:

- automatyczne zarządzanie przestrzenią składowania,
- automatyzacja wjazdu ciężarówki,
- skrócenie czasu awizacji,
- optymalizacja pracy pracowników ochrony fizycznej,
- elektroniczny obieg dokumentów.

Te oraz inne systemy optymalizacji procesów i ochrony dostarcza np. M2C Facility Solution Polska. Synergia kilku systemów bądź integracja już istniejących z dodatkowymi wznosi nasz biznes na nowy – wyższy poziom.

Utrzymanie czystości – prosta usługa czy skomplikowana procedura?

NA ZESZŁOROCZNEJ KONFERENCJI REM USŁYSZAŁAM, ŻE BIUROWCE MUSZĄ BYĆ PRZYJAZNE DLA LUDZI W NICH PRACUJĄCYCH, TZN. NOWOCZESNE I BEZPIECZNE. JEDNYM SŁOWEM – MA SIĘ W NICH DOBRZE PRACOWAĆ. OSOBIŚCIE NIE MAM NIC PRZECIWKO TAKIM WYMAGANIOM, ALE OD RAZU NASUWA SIĘ MYŚL, ŻE UTRZYMANIE TAKIEGO BUDYNKU W CZYSTOŚCI BĘDZIE O WIELE DROŻSZE.



Jola Sergot-Kowalska

Wieloletni ekspert branżowy, Dyrektor Cleaning Consulting. Autorka książek o profesjonalnym utrzymaniu czystości. Ostatnia wydana w 2022 roku „Kompedium wiedzy o profesjonalnym sprzątanii – pocovidowa redefinicja”. Współorganizator z MPT targów Cleaning EXPO i Forum EXPO. W branży profesjonalnego utrzymania czystości pracuje od roku 1991. W 2008 roku, jako pierwsza w Polsce została biegłym sądowym w zakresie utrzymania czystości obiektów.

Estetyka czy funkcjonalność?

Nowoczesne biuro to pomieszczenia o stylowym wystroju, ale też takie, w których praca jest przyjemnością, a u klientów i gości wzbudzą uznanie. Dobrze, jeśli są przeszklone, a w pokojach nie czuć dziwnych zapachów, jest dużo zieleni i miejsc do wypoczynku. Aby sprostać tym założeniom, producenci mebli, sprzętu agd, klimatyzacji itp. stają na wysokości zadania i dostarczają produkty spełniające oczekiwania projektantów. Niestety, bardzo często piękne wyobrażenia mają rozwiązania architektoniczne i materiały wykończeniowe niedostosowane do obciążenia budynku czy ruchu w nim. Dla architektów ważne jest przyjęcie projektu, natomiast bardzo rzadko zastanawiają się oni nad kosztami eksploatacji.

Jednym z nagminnych błędów jest brak systemu mat wejściowych. To nie jedna wąska mata, źle ułożona. Biegi schodów o konstrukcji utrudniającej szybkie mycie, posadzki, które ze względu na wytrzymałość mechaniczną czy chemiczną bardziej nadają się na ściany lub takie o różnych strukturach. Wyposażenie łazienki uniemożliwiające szybkie, dokładne sprzątnięcie z dozownikami do materiałów higienicznych papieru i mydła zainstalowanych niezgodnie ze standardami i o przestarzałej konstrukcji niedostosowanej do potrzeb to w zasadzie codzienność. Te błędy projektowe można jeszcze długo wymieniać. Gdy pytam skąd te pomysły to słyszę, że „to ładne!”. Tylko że klient nie musi się na tym znać, mało który przed realizacją dokona weryfikacji. Problemy pojawiają się później. Posadzka porysowana, coraz trudniejsza w utrzymaniu, niedomyta łazienka przez problem z odpływem lub użycie materiałów niewodoodpornych. Cała usługa staje się znacznie droższa i zmniejsza się też wydajność pracy.

Zgodzimy się przecież, że bez względu na to jak wysoki będzie standard nieruchomości i ile włożymy w nie środków, to efekt będzie niezadowolający, gdy w pomieszczeniach znajdziemy poplamione wykładziny, niedomytą posadzkę, pomazane przeszklone czy nieładnie pachnącą



łazienkę. Kiedy deweloper inwestuje dużo, jego oczekiwania również rosną. Wymaga od administratora, a on wywiera presję na serwisy, aby ich praca była nienaganna. Wielokrotnie audytując albo chociaż odwiedzając zawodowo takie nieruchomości, już po paru minutach słyszę pytanie: „jest czysto?”. Odpowiedź wcale nie jest prosta. Najpierw należy ustalić, jakie były oczekiwania, co jest zapisane w umowie, jaka jest stawka za metr kwadratowy itd.

Po wielu latach pracy w branży wiem, że jednoznaczna odpowiedź robi więcej złego niż dobrego. Nie wszędzie jakość usługi musi być najwyższa, bo przecież nie każdego na nią stać.

Jakość przede wszystkim!

Jakość to jeden z najistotniejszych aspektów utrzymania czystości w biurach. Niemal każdy administrator zaczyna rozmowę od przedstawienia konieczności zachowania wysokiego poziomu usługi. To pojęcie nie jest tworem współczesnych czasów. Od wieków ludzie zauważali różnicę w poziomie usług i stopniu wykonania, wykończenia oraz rodzajów użytych materiałów. Zawsze pewne wyroby były bardziej cenione i polecane, wyróżniały się spośród tych przeciętnych.

Na jednym ze szkoleń organizowanych przez Cleaning Consulting prosimy uczestników o odpowiedź na pytanie: „Co oznacza

„jakość w usługach utrzymania czystości?”. Odpowiedzi są różne. Większość osób uważa, że to spełnianie oczekiwań klienta. Zdecydowanie się z tym nie zgadzam, szczególnie gdy umowa zawiera tylko obowiązki dla wykonawcy, a zakres prac jest bardzo lakoniczny. Inne odpowiedzi są bardziej rozbudowane. Znalazłam jednak kiedyś odpowiedź, która mnie zainteresowała.

Nic dodać, nic ująć. Dokładnie tego dzisiaj oczekuje od nas klient: precyzyjnie wykonanej usługi, którą zamówił, z pełnym szacunkiem dla niego, środowiska i wszystkich pracowników.

Jeżeli administrator zatrudnia do sprzątnia firmę outsourcingową – z definicji wyspecjalizowaną – to od samego początku powinien podejść do współpracy jak do partnera, który na swojej pracy się zna. Jeśli oczekuje usługi opartej na najnowszych technologiach, np. urządzeniach autonomicznych, to musi też mieć świadomość, że taki serwis będzie znacznie droższy. Chyba że...

Odpowiedź na wymagania: cyfryzacja

... pozwoli na zmianę organizacji pracy, bezwzględne zmniejszenie liczby pracowników i dostosuje swoje oczekiwania do faktycznych potrzeb. Czy tak można? Oczywiście, że tak – nawet trzeba! Obecnie obserwujemy rosnące zapotrzebowanie na usługę opartą na odpowiedzialności, przejrzystości, identyfikowalności oraz informacjach zwrotnych w czasie rzeczywistym. Klienci coraz częściej oczekują tego, że ich usługodawcy będą w stanie przewidywać potrzeby użytkowników i proponować usługi na zamówienie. Aby osiągnąć te wszystkie cele, potrzebny jest innowacyjny serwis, ale w tym przypadku nie oznacza on „puszczenie robota”, a cyfryzację całego rynku.

Koordinator wysyła serwisy w te części nieruchomości, w których jest największe obciążenie. Wie o tym w czasie rzeczywistym, dzięki urządzeniom rejestrującym ruch osób – w końcu to ludzie generują

zanieczyszczenia. Częstotliwość usługi w obszarach o małym ruchu może być minimalna. Można również otrzymywać informacje, w których łazienkach kończą się wkłady eksploatacyjne i to tam w pierwszej kolejności przekierować serwis. Wnikliwe zrozumienie oczekiwań klienta pomaga w przejściu od relacji usługodawcy opartej na zasobach, do relacji opartej na personalizacji, interwencji na żądanie, a nawet przewidywania potrzeb oraz wspólnego planowania usług.

Chociaż interwencja człowieka z pewnością nie zostanie wyeliminowana, obecność robotów będzie coraz większa. Ludzie z odpowiednimi kompetencjami będą za to potrzebni do zarządzania, monitorowania i konserwacji urządzeń. Ta przyszłość nie dotyczy wyłącznie sprzętu, ale sprytnych kombinacji narzędzi i ludzkiej siły roboczej. Dlatego umowy z klientami mają coraz częściej charakter umowy SLA – kluczowe dla nich jest zdefiniowanie KPI.

Nowoczesne sprzątanie to sprzątanie dynamiczne, oparte na zasadzie „we właściwym czasie, we właściwym miejscu”: czyszczenie tylko tego, co niezbędne. Profesjonalna firma powinna posiadać umiejętność oceny, które obszary należą do tych koniecznych. Dzięki temu możemy polegać na współpracy „win-win”. Zamawiający ma wymagać profesjonalnej usługi, ale jednocześnie szanować profesjonalną wiedzę wykonawców i odpowiednio za tę pracę wynagradzać.



„JAKOŚĆ W PROFESJONALNYCH USŁUGACH TO JUŻ NIE TYLKO JAKOŚĆ SAMEJ USŁUGI MIERZONA OCENĄ, CZY JEST CZYSTO. TO TAKŻE OBSŁUGA PRZEDSPRZEDAŻOWA I POSPRZEDAŻOWA. TO RELACJA, ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA SŁOWA, DEKLARACJE. ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA PRACOWNIKA, ŚRODOWISKO – BUDOWANIE MARKI NIE TYLKO WŁASNEJ, ALE I KLIENTA”.

Czy optymalizacja kosztów sprzątnia jest możliwa?

Parę lat temu na konferencji nt. utrzymania nieruchomości w czystości miałam przyjemność być prelegentem, wspólnie z Martinem Lutrzem z FIGR oraz Svenem Dekkerem z IFMA Holandia. Przytoczyli oni swoje wyliczenia dotyczące kosztów utrzymania w czystości nowoczesnych budynków biurowych. Pierwszy stwierdził, że opłaty te wynoszą przeciętnie 40–50% wszystkich wydatków bieżących. Drugi ujął to inaczej. Według niego, w ciągu 25 lat użytkowania budynku koszty utrzymania go w czystości wynoszą 15% początkowej całkowitej inwestycji. Obaj zgodzili się, że jest to warunek ograniczenia



do minimum standardu nieruchomości i kosztów remontowych. Jak to wychodzi w złotych? Dużo? No cóż! Koszt inwestycji w Polsce już specjalnie nie odbiega od tych na zachodzie Europy. Z całą pewnością materiały wykończeniowe kosztują tyle samo i mają nawet takie same warunki gwarancji. Jedno jest jednak pewne – koszt utrzymania nieruchomości jest zawsze wprost proporcjonalny do jej wartości. Umowy natomiast często nie zbliżają się nawet do sumy tych równań.

Ceny usług profesjonalnego utrzymania czystości w ostatnim czasie znacznie wzrosły i wciąż rosną, to fakt. Jest to spowodowane głównie zmianami prawnymi, wysokością płacy minimalnej, brakiem pracowników, bo koszty pracy to w tej branży 70–80%. Ale to, co dla zamawiających usług powinno być szczególnie istotne, to wykwalifikowany personel, zapewniający wymagany standard, który potrafi wykorzystać nowoczesny sprzęt i środki. W dzisiejszych czasach, szczególnie w obiektach nowoczesnych, to nie praca dla każdego, bo nie chodzi tylko o klasyczne „posprzątanie”, ale o taką działalność, która nie spowoduje zniszczeń i uszkodzeń majątku klienta. Kluczowe w profesjonalnym utrzymaniu czystości, tak jak w innych branżach w XXI wieku, są kompetencje.

Rewolucja technologiczna w utrzymaniu czystości

Jak zmienia się wyposażenie serwisów sprzątających sądzę, że widzimy, ale mało kto zdaje sobie sprawę, ile to wszystko kosztuje. To bardzo często jest powodem zbytnej roszczeniowości administratorów, którzy „gdzieś coś zobaczyli i też tak chcą”. Zgadza się z tezą, że to głównie wymagania klienta zmuszają wykonawców do rozwoju, zakupu nowych technologii. Muszą one być określone przed złożeniem oferty, a nie już w trakcie usługi. To na podstawie oczekiwań, wizji lokalnej i rozmów kalkulowany jest koszt serwisu. Niestety, często w trakcie jego trwania administrator zgłasza kolejne żądania, strasząc karami umownymi za ich

niewykonanie. To naprawdę nie są pojedyncze przypadki. Dlatego namawiam wszystkich do bardzo dokładnego przygotowania umowy, najlepiej SLA, aby to wskaźniki, a nie subiektywna ocena były podstawą wyceny usługi.

W związku z wchodzącymi w życie przepisami ESG i coraz większą świadomością środowiskową, rozwiązania proekologiczne stają się koniecznością. Od dawna namawiam do wybierania technologii opartej na certyfikowanych ekologicznie (Eco Label, Nordic EcoLabel itp.) środkach chemicznych, materiałach higienicznych, narzędziach. Tylko atestowane produkty dają gwarancję ekologicznej usługi. Do tej grupy zaliczamy urządzenia wykonane z tworzyw z recyklingu czy takie, które po zużyciu mogą być poddane recyklingowi, oszczędzające energię i wodę, ale również takie, które w całości poddają recyklingowi używany papier ręcznikowy. To już dzisiaj nie fanaberia, ale konieczność.

Mimo szybkiego rozwoju branży usług profesjonalnego utrzymania czystości przesadne jest stwierdzenie, że wszystkie firmy świadczą usługi na wysokim poziomie jakości. Klient szukający firmy, która posprząta biurowiec nie ma pewności, czy usługa zostanie zrealizowana zgodnie z najlepszymi praktykami i rozwiązaniami technicznymi. Niechlubna praktyka wybierania przez klientów najtańszych ofert często nie pozwala przedsiębiorcom na szkolenie personelu i wdrażanie nowoczesnych technologii. Wciąż brakuje jednolitych standardów profesjonalnego utrzymania czystości, które są znane zarówno firmom sprzątającym, jak i ich klientom.

Wychodząc naprzeciw klientom

Aby ułatwić zamówienie profesjonalnych usług utrzymania czystości i wybór oferty obarczonej jak najmniejszym ryzykiem, kilkanaście lat temu powstała Kapituła, która wspólnie z TÜV Rheinland stworzyła wytyczne do certyfikacji branżowej. Połączenie wiedzy i doświadczenia osób



OSTATNIO CZĘSTO
MOŻNA USŁYSZEĆ
STWIERDZENIE KLIENTA,
ŻE DO SPRZĄTANIA NALEŻY
UŻYWAĆ INNOWACYJNYCH
TECHNOLOGII. Z DEFINICJĄ
TEGO WYMAGANIA JEST JUŻ
TRUDNIEJ – WSZYSCY JEDNAK
WIEMY, ŻE NOWOCZESNOŚĆ
KOSZTUJE.

znających specyficzne wymagania branżowe oraz zasady zarządzania organizacjami i prowadzenia ocen, pozwoliło na stworzenie unikatowego programu pod nazwą „Gwarant Czystości i Higieny”.

Idee, które od początku przyświecają autom programu, to: integracja środowiska firm profesjonalnego utrzymania czystości, wyznaczanie standardów jakości, ciągłe podnoszenie jakości usług poprzez wdrażanie innowacyjnych technologii, reagowanie na charakterystyczne dla branży problemy oraz promocja firm, które wyróżnione certyfikatem „Gwarant Czystości i Higieny”, mogą zostać obdarzone zaufaniem rynku.

Firmy profesjonalne dobrowolnie poddają się audytowi przeprowadzanemu przez TÜV Rheinland, który musi być odnawiany co rok. Dzięki unikatowemu numerowi ID, każdy certyfikat TÜV Rheinland może być wyszukany i zweryfikowany na platformie internetowej Certipedia. Zawiera ona wszystkie istotne informacje na temat produktów, systemów i technologii, które są badane, audytowane i certyfikowane przez TÜV Rheinland.

Z całą pewnością można stwierdzić, że utrzymanie nieruchomości w czystości nigdy nie było proste. Dzisiaj wymaga profesjonalnej, bardzo specjalistycznej wiedzy, która ze względu na dynamiczną zmianę potrzeb musi być cały czas uzupełniana.

Zarządzanie nieruchomościami komercyjnymi na fali zmian: dekarbonizacja, AI i nowe możliwości

W CZASACH CIĄGŁYCH ZMIAN, DOTYKAJĄCYCH NIEMAL KAŻDEGO Z OBSZARÓW BIZNESU, ZARZĄDZANIE NIERUCHOMOŚCIAMI KOMERCYJNYMI RÓWNIEŻ NABIERA ZUPEŁNIE NOWEGO WYMIARU. DZISIAJ ZARZĄDCY BUDYNKÓW NIE TYLKO KONCENTRUJĄ SIĘ NA DBANIU O UTRZYMANIE NIERUCHOMOŚCI W DOBREJ KONDYCJI I ZAPEWNIENIU OPTYMALNEGO POZIOMU KOSZTÓW, ALE RÓWNIEŻ NA ZASPOKAJANIU ROSNĄCYCH OCZEKIWAŃ NAJEMCÓW – ZARÓWNO POD WZGLĘDEM KOMFORTU I WELLBEINGU UŻYTKOWNIKÓW BUDYNKÓW, JAK I W ZAKRESIE SPEŁNIANIA WYMOGÓW SZEROKO POJĘTEGO ESG. LICZY SIĘ KOMPLEKSOWOŚĆ I PROAKTYWNOŚĆ DZIAŁAŃ TU I TERAZ, KTÓRA PRZYGOTUJE NAJEMCÓW I WŁAŚCICIELI NIERUCHOMOŚCI DO FUNKCJONOWANIA W PRZYSZŁOŚCI.



Agnieszka Krzekotowska

Senior Partnerka, Dział Asset Services,
Colliers



Zmiana roli

Pandemia COVID-19 upowszechniająca nowe modele pracy, inwazja Rosji na Ukrainę powodująca utrudnienia w łańcuchach dostaw, co przełożyło się na znaczący wzrost cen energii, a także liczne regulacje prawne nakładane przez Unię Europejską (UE), których celem jest osiągnięcie zeroemisyjności do 2050 roku – to kluczowe czynniki, które w ostatnich latach wywarły ogromny wpływ na rynek nieruchomości komercyjnych i wymusiły zmiany w strategiach biznesowych firm. Spowodowało to także zmianę roli zarządców nieruchomości – ich obowiązki wykraczają dziś daleko poza obszar nieruchomości.

Oczywiście do zadań zarządcy nieruchomości należą kompleksowa opieka nad nieruchomością, dbanie o jej stan techniczny, obsługa finansowa i utrzymywanie relacji z najemcami. To zarządcy przygotowują



MNOGOŚĆ WYZWAŃ, Z KTÓRYMI MIERZĄ SIĘ WŁAŚCICIELE BUDYNKÓW I NAJEMCY, WYMUSIŁY KOMPLEKSOWOŚĆ DZIAŁAŃ W RÓŻNYCH SFERACH BIEŻĄCEJ DZIAŁALNOŚCI. ICH REALIZACJĘ UMOŻLIWIA WIELE NOWOCZESNYCH TECHNOLOGII, KTÓRE BUDUJĄ POZYTYWNE DOŚWIADCZENIA UŻYTKOWNIKÓW BUDYNKU I UŁATWIAJĄ W NIM ICH FUNKCJONOWANIE.

budżety dotyczące bieżącego utrzymania nieruchomości oraz inwestycyjne dla swoich klientów oraz odpowiadają za ich realizację. Od kilku lat ważnym aspektem ich działalności jest także troska o użytkowników budynku – ich dobrostan i samopoczucie, aranżowanie przedsięwzięć mających na celu integrację najemców, a także lokalnych społeczności, poprawa dostępności obiektów, które coraz częściej „żyją” także po godzinach pracy. Mnogość

wyzwań, z którymi mierzą się dziś właściciele budynków i najemcy, jeszcze bardziej rozszerzyły ten zakres i wymusiły kompleksowość działań w różnych sferach – doradztwie (szczególnie w zakresie zakupu energii i ESG), bieżącej działalności i komunikacji. Ich realizację umożliwiają wiele nowoczesnych technologii, które wspierają pracę zarządców, budują pozytywne doświadczenia użytkowników budynku i ułatwiają w nim ich funkcjonowanie.



Więcej aktywów, większe kompetencje

Co ważne, rozwój rynku nieruchomości i zmiany zachowań użytkowników spowodowały, że w Polsce pojawiły się nowe aktywa komercyjne, które potrzebują specjalistycznej wiedzy zarządców. Przykładem mogą być parki handlowe, których z roku na rok przybywa (na koniec I połowy 2023 roku aż 70% nowej podaży powierzchni handlowej powstało właśnie w ramach tego formatu), obiekty wielofunkcyjne (tzw. mixed-use'y, których w Polsce jest już 18, a kolejne 42 znajdują się w trakcie realizacji lub są na etapie planowania) oraz PRS-y, czyli mieszkania do najmu instytucjonalnego (ich podaż wynosi obecnie ok. 13 tys.). Do tego dochodzą domy studenckie, a także domy dla seniorów, których w Polsce jest jeszcze stosunkowo mało, ale na które – jak można przypuszczać – pojawi się popyt wraz ze starzeniem się społeczeństwa, co przełoży się na wzrost liczby

zarządców specjalizujących się w tego typu aktywach.

Każdy typ nieruchomości ma swoją specyfikę, co wymaga indywidualnego podejścia do zarządzania poszczególnymi aktywami. Są jednak aspekty, które są wspólne – zarządca musi zwracać uwagę na optymalizację kosztów, utrzymując jednocześnie wysoką jakość usług, a także pozostawać na bieżąco z aktualnymi trendami oraz innowacjami technologicznymi. Zarządzanie budynkami biurowymi, centrami logistycznymi i galeriami oraz parkami handlowymi wymaga szybkiej reakcji na problemy techniczne, aby nie przeszkadzały one najemcom w prowadzeniu biznesu. Kluczowa jest tutaj pełna współpraca na linii zarządca–najemca. W PRS-ach natomiast najważniejsze jest tworzenie poczucia wspólnoty wśród mieszkańców, np. przez zapewnianie przestrzeni do integracji lub coworkingu. Jeszcze inaczej należy podejść do zarządzania obiektami wielofunkcyjnymi łączącymi przestrzeń biurową, handlowo-usługową i mieszkalną lub hotelową, gdzie zarządca musi pogodzić oczekiwania najemców z różnych branż, mieszkańców kompleksu i lokalnych społeczności. Dlatego zarządzanie takimi projektami wymaga od niego zdolności do inicjowania wielu zróżnicowanych aktywności oraz zrozumienia, jak harmonijnie łączyć różne typy przestrzeni.

W Colliers, aby oddać złożoność i wszechstronność działań naszych ekspertów, a także szeroką gamę nieruchomości, którymi zarządzamy, zdecydowaliśmy się na stworzenie platformy Asset Services. Jej celem jest budowanie długotrwałych i wszechstronnych relacji z klientami i oferowanie im dodatkowych usług przygotowujących ich na wyzwania, jakie niesie przyszłość. A tych jest sporo.

Doradztwo energetyczne poszukiwane

Ceny energii, a te od IV kwartału 2021 roku wzrosły w Polsce aż 3,5-krotnie, to wciąż jedno z największych wyzwań, z którymi borykają się zarówno właściciele, jak



KAŻDY TYP NIERUCHOMOŚCI
MA SWOJĄ SPECYFIKĘ,
CO WYMAGA
INDYWIDUALNEGO PODEJŚCIA.
ZARZĄDCA MUSI JEDNAK DBAĆ
O OPTYMALIZACJĘ KOSZTÓW,
UTRZYMUJĄC JEDNOCZEŚNIE
WYSOKĄ JAKOŚĆ USŁUG,
A TAKŻE POZOSTAWAĆ
NA BIEŻĄCO Z AKTUALNYMI
TRENDAMI ORAZ INNOWACJAMI
TECHNOLOGICZNYMI.

i najemcy nieruchomości. Obecna sytuacja nie pozwala firmom na długoterminowe planowanie budżetów, prowadzenie stabilnych inwestycji ani opracowanie wiarygodnych cenników. Dlatego tak pożądaną usługą w zakresie zarządzania nieruchomościami stało się doradztwo energetyczne, które włączyliśmy do naszej oferty na początku bieżącego roku.

Eksperci z rynku energii przy wsparciu zarządców szczegółowo monitorują i analizują profile zużycia energii w budynkach w taki sposób, by dostosować dla nich indywidualny plan jej zakupu, uwzględniając oczywiście poziom awersji do ryzyka i zapewniając możliwość korzystania z rynku SPOT oraz produktów terminowych – tylko miks kontraktów zapewnia dzisiaj możliwość uzyskania optymalnych cen energii. Myśląc ponadto o strategii ESG klientów długofalowo, podejmują działania zmierzające do zakupu energii bezpośrednio z odnawialnych źródeł, takich jak elektrownie wiatrowe czy farmy fotowoltaiczne. Część właścicieli budynków decyduje się również na budowę własnych źródeł zielonej energii czy to w postaci paneli fotowoltaicznych montowanych na dachu, czy to inwestując w farmy zlokalizowane poza terenem nieruchomości, w modelu *off site on grid*.



Dodatkowo wraz z rosnącą świadomością najemców coraz więcej właścicieli nieruchomości rozważa wprowadzenie modelu OSDn (tzw. lokalnego dystrybutora energii), znanego do tej pory głównie z galerii handlowych. Daje on najemcom możliwość indywidualnego decydowania o zakupie energii, a tym samym realny wpływ na źródło jej pochodzenia i większą kontrolę nad wydatkami.

Na ścieżce dekarbonizacji

Doradztwo energetyczne nierozzerwalnie wiąże się z inną istotną kwestią z zakresu zrównoważonego rozwoju i zarządzania budynkami – z dekarbonizacją narzuconą przez Unię Europejską. Jej celem jest zarządzanie i minimalizacja zużycia energii w procesie wznoszenia i eksploatacji budynku. A w tym temacie jest wiele do zrobienia, ponieważ jak na razie budynki w UE generują 40% zużycia energii oraz 36% emisji gazów cieplarnianych (nie uwzględnia to jednak rzeczywistych



CORAZ WIĘCEJ WŁAŚCICIELI NIERUCHOMOŚCI ROZWAŻA WPROWADZENIE MODELU OSDN, ZNANEGO DO TEJ PORY GŁÓWNIEM Z GALERII HANDLOWYCH. DAJE ON NAJEMCOM MOŻLIWOŚĆ INDYWIDUALNEGO DECYDOWANIA O ZAKUPIE ENERGII, A TYM SAMYM REALNY WPŁYW NA ŹRÓDŁO JEJ POCHODZENIA.

emisji z produkcji, budowy, renowacji i rozbiórki). W styczniu 2023 roku weszła w życie unijna dyrektywa dotycząca raportowania zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw (CSRD), która zobowiązuje ok. 50 tys. firm w całej Europie do

informowania o swoim śladzie węglowym i ograniczenia emisji CO₂ do 62% do 2030 roku w sektorach objętych systemem ETS (*emissions trading system*). Dodatkowo w ramach reformy unijnego systemu handlu emisjami (EU ETS) branża nieruchomości komercyjnych stanie się jego częścią od 2027 roku. Przekroczenie dopuszczalnych norm będzie skutkowało dodatkowymi kosztami.

Aby uchronić klientów przed dodatkowymi wydatkami, kompetentny zarządca powinien zachęcać klientów do wprowadzenia zmian w strategii zarządzania nieruchomościami już dziś, zakupu energii bezpośrednio z OZE (np. w ramach umów PPA) oraz uświadamiać im konsekwencje zbyt późnego podjęcia działań lub wręcz ich braku.

Aby jednak podjąć optymalne decyzje, trzeba wiedzieć, gdzie na ścieżce dekarbonizacji znajduje się nasza nieruchomości. W Colliers opracowaliśmy w tym

celu Kalkulator Emisyjności Budynków dedykowany właścicielom nieruchomości. Bazuje on na kluczowych wskaźnikach obiektu, takich jak emisje z ciepła i energii elektrycznej, pomagając przy obliczaniu emisji CO₂, planowaniu strategii i ocenie ryzyka związanego z brakiem działań w tym zakresie. Na podstawie posiadanych danych właściciel we współpracy z ekspertami z działu ESG oraz zarządcą nieruchomości może zaplanować wiele działań (np. instalację paneli fotowoltaicznych na nieruchomościach, chłodzenie adiabatyczne, wprowadzenie monitorowania i optymalizacji wykorzystania energii cieplnej w budynku), które nie tylko skierują jego budynek na ścieżkę zrównoważonego rozwoju, ale pozwolą także zachować konkurencyjność w oczach najemców i inwestorów.

Digitalizacja i nowe technologie

W realizacji założeń zrównoważonego rozwoju budynków ogromną rolę odgrywają nowe technologie. Wykorzystywanie ich do automatyzacji i robotyzacji procesów pozwoliło firmom skupić się na zbieraniu i analizie danych, dostrzeganiu trendów i wyciąganiu wniosków. Coraz więcej właścicieli nieruchomości wprowadza je również w swoich budynkach do zarządzania systemami oświetlenia, ogrzewania, wentylacji czy klimatyzacji. Kluczowe stają się rozwiązania, które pozwalają na kontrolę zużycia energii w budynkach w perspektywie całego obiektu oraz przez poszczególnych najemców. Dzięki temu właściciele budynków oraz zarządcy są w stanie lepiej zrozumieć, w jaki sposób ich nieruchomości i poszczególne części są wykorzystywane, a co za tym idzie – jak można optymalizować zużycie energii.

Wiele podmiotów dąży do pełnego zautomatyzowania procesów zarządzania budynkami. Wśród testowanych rozwiązań najbardziej obiecujące wydają się technologie oparte na sztucznej inteligencji (AI). Ma ona potencjał do

Leszek Zalewski

Services & Innovations Director Sodexo Polska



Funkcjonujemy w okresie ciągłych zmian. Dotyczą one również branży facility management, z uwzględnieniem sfer, takich jak dekarbonizacja czy digitalizacja. W obliczu obecnych oczekiwań rynkowych i wymogów prawnych niezbędne w działalności FM jest skupienie się na kryteriach ESG (*environmental, social and corporate governance*).

Strategia rozwoju oparta na działaniu zgodnym z trzema filarami ESG wymaga kompleksowego podejścia do zarządzania przedsiębiorstwem. Odpowiednie przygotowanie do nadchodzących zmian usprawni ich przeprowadzenie, przede wszystkim dzięki budowaniu świadomości liderów oraz zespołów. Podnoszenie kwalifikacji personelu jest dobrą, ale kosztowną opcją. Efektywnym wyborem będzie jednak otoczenie się partnerami, którzy już działają w tym zakresie dla wielu przedsiębiorstw z branży.

Do zarządzania danymi czy do transformacji łańcucha dostaw w zakresie emisyjności lub energii konieczne są zaawansowane narzędzia informatyczne. Często nie będą one związane wprost z prowadzoną działalnością, stanowiąc dodatkową pozycję w budżecie firmy. Outsourcing tych sfer pozwoli na efektywne kosztowo wykorzystanie już istniejących rozwiązań dostarczonych przez wykwalifikowanych partnerów.

W przypadku zarządzania zmianami związanymi z ESG nie sposób pominąć unijnej dyrektywy w sprawie sprawozdawczości w zakresie zrównoważonego rozwoju korporacyjnego (CSRD – *Corporate Sustainability Reporting Directive*). Wiąże się ona z koniecznością ujawnienia wpływu m.in. na klimat i środowisko – nie tylko w zakresie bezpośredniej działalności przedsiębiorstwa. Należy zwrócić uwagę również na otoczenie, z którym współpracujemy, uwzględniając partnerów biznesowych. Oznacza to, że wybór dostawców może mieć wpływ nie tylko na raportowane wyniki, lecz także – przez ich jawność – na wartość przedsiębiorstwa i jego wiarygodność.

W związku z tym, że na szali są takie kwestie jak dobre imię przedsiębiorstwa, warto wprowadzać wspomniane zmiany bez zbędnej zwłoki. Należy uwzględnić je w całościowej strategii zarządzania organizacją, działając w sposób systemowy.

nauczenia się funkcjonowania budynku i przełożenia tej wiedzy na aktywne zarządzanie nim. Dzięki temu system mógłby zarządzać instalacjami w danym obiekcie, dostosowując je do pory dnia czy godzin pracy użytkowników budynku. Pomimo zaawansowanego poziomu technologii AI w procesie zarządzania nieruchomościami wciąż konieczna

jest jednak ingerencja człowieka. Choć sztuczna inteligencja może nauczyć się zarządzać budynkiem na podstawie analizy danych oraz trendów, zawsze zdarzać się będą sytuacje nietypowe, wymagające podjęcia szybkiej i czasem trudnej decyzji lub odpowiedzi na niestandardowe zapotrzebowanie najemców. Najbliższa przyszłość zarządzania

nieruchomościami komercyjnymi opiera się więc raczej na ścisłej współpracy człowieka z AI niż na całkowitej automatyzacji.

Od aplikacji budynkowych do pełnej automatyzacji

Także innowacyjne narzędzia, które pomagają najemcom w organizacji pracy biura, stają się nieodłącznym elementem codziennej pracy zarządców. Należą do nich m.in. aplikacje i platformy budynkowe. Umożliwiają one zarządzanie różnymi aspektami funkcjonowania budynku, począwszy od dostępu do biura, przez rezerwację miejsc parkingowych, aż po wybór miejsca do pracy na dany dzień – a to wszystko za pomocą smartfonów. Jest to szczególnie przydatne w dobie pracy hybrydowej, gdy pracownicy korzystają ze wspólnych biur, a pracodawcy potrzebują elastycznych rozwiązań. Dzięki aplikacjom w niektórych budynkach możemy ponadto regulować różne parametry w danym pomieszczeniu, np. oświetlenie, chłodzenie i ogrzewanie.

Część aplikacji i platform do zarządzania budynkiem oferuje również dodatkowe funkcje, które mają na celu poprawienie wellbeingu pracowników budynku, np. obsługę recepcji (od wysłania zaproszenia do gościa przez umożliwienie mu rezerwacji miejsca parkingowego, aż po QR kod, który umożliwi mu przejście przez bramki i przywoła odpowiednią windę), a także możliwość zamawiania dodatkowych usług (sale konferencyjne, zajęcia na siłowni, posiłki w okolicznych restauracjach) czy poszerzenia informacji na temat zdrowia i dobrostanu.

W dobie rosnącej popularności samochodów elektrycznych coraz bardziej istotna staje się też możliwość ładowania pojazdu w miejscu pracy. Dzięki inteligentnym systemom użytkownicy mogą zarezerwować miejsce do ładowania, dowiedzieć się, jak długo będzie ono trwało i kiedy powinniśmy odebrać auto.

Udogodnienia

Mobilność i dostępność w dzisiejszych czasach stały się absolutną koniecznością – i nie jest to tylko kwestia tzw. dobrych praktyk, ale coraz częściej wymóg prawny i społeczny. W odpowiedzi na te zmiany coraz więcej właścicieli budynków dąży do uzyskania certyfikatu „Obiekt bez barier”, co jest dowodem na ich świadomość i zaangażowanie w tworzenie przestrzeni dostępnych dla wszystkich. Szerokie drzwi, windy dla osób na wózkach, wyraźne oznaczenia dla osób niewidomych czy specjalne parkingi – wszystko to jest projektowane i wdrażane z myślą o poprawie komfortu korzystania z budynku przez osoby z niepełnosprawnością. Tworzenie bezbarierowych przestrzeni to obowiązek i odpowiedzialność społeczna, etyczna i prawna.

Oczywiście, niezmiennie ważną rolę odgrywa również infrastruktura dla rowerzystów – dostępność stojaków rowerowych, szatni, w których można się przebrać i wziąć prysznic. Kiedyś był to wyróżnik, a od wielu lat jest to absolutny standard, który spełniać muszą budynki, które chcą być konkurencyjne.

Rośnie też znaczenie wspomnianych wyżej stacji do ładowania samochodów elektrycznych, których z roku na rok przybywa i które coraz częściej stają się warunkiem koniecznym przy wyborze przez najemcę konkretnego budynku.

Możliwości i wyzwania na przyszłość

Zarządzanie nieruchomościami komercyjnymi w ciągu zaledwie kilku lat istotnie zmieniło swój charakter. Od skupiania się na podstawowym utrzymaniu budynku ewoluowało w zarządzanie projektami o różnorodnych funkcjach – od biurowych, przez mieszkalne i handlowe, aż po rekreacyjne. Dodatkowo coraz ważniejsze stają się aspekty takie jak energetyka i szeroko pojęte ESG. Jednym z największych wyzwań, a zarazem możliwości stojących przed zarządcami jest więc konieczność ciągłego uczenia się



CENY ENERGII, A TE OD IV KWARTAŁU 2021 ROKU WZROSŁY W POLSCE AŻ 3,5-KROTNIEM, TO WCIAŻ JEDNO Z NAJWIĘKSZYCH WYZWAŃ, Z KTÓRYMI BORYKAJĄ SIĘ ZARÓWNO WŁAŚCICIELE, JAK I NAJEMCY NIERUCHOMOŚCI. OBECNA SYTUACJA NIE POZWALA FIRMOM NA DŁUGOTERMINOWE PLANOWANIE BUDŻETÓW, PROWADZENIE STABILNYCH INWESTYCJI ANI OPRACOWANIE WIARYGODNYCH CENNIKÓW. POŻĄDANĄ USŁUGĄ W ZAKRESIE ZARZĄDZANIA NIERUCHOMOŚCIAMI STAŁO SIĘ DORADZTWO ENERGETYCZNE.

i adaptacji do nowych trendów i technologii. Wśród nich dwa wydają się być szczególnie istotne. Pierwszy to sztuczna inteligencja, która ma szansę istotnie zmienić sposób, w jakim zarządzane są budynki, zautomatyzować wiele zadań, przewidywać problemy, zanim się pojawią. Drugim kluczowym trendem jest analiza danych. Zarządcy nieruchomości już teraz gromadzą ogromne ilości danych z różnych źródeł – od systemów HVAC do czujników ruchu i aplikacji mobilnych. Wykorzystanie tych danych do lepszego zarządzania budynkami, poprawy efektywności energetycznej i dostarczania lepszych usług dla najemców jest kolejnym kluczowym wyzwaniem na przyszłość. Zarządzanie nieruchomościami komercyjnymi ewoluuje w kierunku większej złożoności i technologicznego zaawansowania. Jest to droga pełna wyzwań, ale także możliwości. Dla podmiotów, które są gotowe się uczyć, adaptować i rozwijać, przyszłość zarządzania nieruchomościami komercyjnymi wydaje się być niezwykle obiecująca.

CZYN SZ I OPŁATY SERWISOWE W NIERUCHOMOŚCIACH KOMERCYJNYCH

- podsumowanie roku 2023 i przewidywania na 2024

Warsztaty prowadzi Mariusz Majkowski



ONLINE
12.12.2023 r.
9:00-15:00

To szkolenie jest dla Ciebie, jeśli chcesz dowiedzieć się:

Jak szacować wysokość opłat z uwzględnieniem obowiązujących ograniczeń w prowadzeniu działalności spowodowanych czynnikami zewnętrznymi

Jak zabezpieczyć interes najemcy i właściciela nieruchomości, wprowadzając elastyczne zapisy w umowie najmu

Jak przeprowadzić szczegółowy audyt finansowy nieruchomości, aby uwzględnić wszystkie koszty i na tej podstawie ustalić wysokość czynszu

Jak wystrzegać się najczęstszych błędów w naliczaniu opłat serwisowych, aby uniknąć wejścia na drogę sądową

Jakie są przewidywania zmian przepisów i regulacji w obszarze czynszu i opłat serwisowych na rok 2024

Po warsztatach online:

- Zyskasz praktyczne wskazówki niezbędne w czasie tworzenia regulacji wewnętrznych (umowy i uchwały), dzięki którym prawidłowo rozliczysz koszty czynszu i opłat serwisowych,
- Dowiesz się, jak liczyć koszty powierzchni wspólnej i pustostanów przy jak najwyższej ich optymalizacji,
- Poznasz zasady tworzenia raportów kosztowych i przejrzystych komunikatów, dzięki którym zapobiegiesz powstawaniu niejasności i pomyłek,
- Jakie elementy składają się na service charge, a jakich nie wolno tam zawrzeć,
- Poznasz przewidywania eksperta na kolejny rok, co umożliwi Ci przygotowanie się na nadchodzące zmiany i bycie o krok przed innymi.

Nastolatki na zakręcie

Opracowanie: **AGNIESZKA GRUSZCZYŃSKA**

Oferujemy praktyczne wsparcie dla rodziców w walce o zdrowie psychiczne młodzieży oraz głębokie i trwałe relacje z nastoletnimi dziećmi.



Zdjęcie: archiwum Charaktery

W

W ramach współpracy magazynu „Charaktery”, Fundacji TVN oraz firmy Amazon powstał poradnik – kompendium wiedzy dla tych, którzy chcą zrozumieć problemy nastolatków i pomóc im w trudnych chwilach, a także wspierać siebie w roli rodzica.

O tym, jak wspierać dobrostan psychiczny dzieci zmagających się z trudnościami okresu dojrzewania, ale także ich rodziców, redaktorka naczelna magazynu „Charaktery” rozmawiała z psycholożką i psychoterapeutką Katarzyną Kucewicz oraz prezeską Fundacji TVN Katarzyną Kolenką-Zaleską w Dzień Dobry TVN. Rozmówczynie podkreślały konieczność bycia uważnym na potrzeby dziecka, ale też swoje jako rodzica.

„Poradnik *Nastolatki na zakręcie* powstał dzięki współpracy ponad dwudziestu specjalistów praktyków oraz w oparciu o doświadczenia rodziców, którzy niejednokrotnie zadają sobie pytanie, co to znaczy być obecnie wystarczająco dobrym rodzicem, i potrzebują fachowego wsparcia w rozwiązywaniu codziennych trudności oraz tworzeniu wartościowej relacji ze swoim nastoletnim dzieckiem” – mówi redaktor naczelna czasopisma „Charaktery”, Edyta Żmuda.

„Część dochodu ze sprzedaży książki wspiera akcję Fundacji TVN #zdrowiewgłowie, która ma na celu tworzenie gabinetów psychologiczno-psychiatrycznych w szpitalach w całej Polsce oraz edukowanie rodziców w zakresie sięgania po pomoc w przypadku problemów zdrowia psychiczne-



Zdjęcie: archiwum Charaktery

go” – informuje Katarzyna Kolenka-Zaleska.

„Cieszę się, że powstała ta książka jako kompendium wiedzy przygotowane przez fachowców. Bardzo często rodzice proszą o szybkie i proste rozwiązanie na to, jak się

dogadać z dzieckiem. Zawsze mówię, że nie chodzi o jeden ważny komunikat, (...) tylko trzeba stworzyć relację z dzieckiem opartą na szacunku” – podkreślała Katarzyna Kucewicz podczas spotkania w Dzień Dobry TVN. ●

Codzienne narzędzia do dobrej komunikacji z dzieckiem. NASTOLATKI NA ZAKRĘCIE. JAK WSPIERAĆ ZDROWIE W GŁOWIE MŁODYCH LUDZI?



Dowiedz się więcej na: www.nazakrecie.pl

Zarządzanie efektywnością energetyczną (ZEE) na przykładzie stacji paliw

ZARZĄDZANIE EFEKTYWNOŚCIĄ ENERGETYCZNĄ TO TEMAT BARDZO AKTUALNY – KAŻDA FIRMA PRAGNIE WPROWADZIĆ OSZCZĘDNOŚCI W TYM ZAKRESIE ORAZ PRZEKONAĆ SIĘ, CZY OPTYMALNIE WYKORZYSTUJE SWOJE MOŻLIWOŚCI. PROCES OPTYMALIZACJI WYMAGA NA PEWNO CZASU, ALE JUŻ PO 2–3 LATACH PROWADZI DO ZMNIEJSZENIA KOSZTÓW ZUŻYCIA ENERGII ELEKTRYCZNEJ NAWET O 15%, Z ZAŁOŻENIEM KOLEJNYCH REDUKCJI W PRZECIĄGU NASTĘPNYCH LAT. SAMEJ METODZIE PRZYGLĄDAMY SIĘ NA PRZYKŁADZIE RYNKU STACJI PALIW.



Marta Dworak

Project manager z ponad 15-letnim doświadczeniem we współpracy z markami premium. Jej główne obszary zainteresowań to PR, Marketing, Event Management, a dziennikarsko – szeroko rozumiane tematy społeczne i biznesowe, w tym CSR i ESG.



Energy Management

Energy Management to proaktywne i systematyczne monitorowanie, kontrola i optymalizacja zużycia energii w celu osiągnięcia oszczędności. Metoda ta zakłada ścisłą współpracę danej organizacji z firmą oferującą tę usługę. Najlepiej, gdy ta ostatnia uwzględni wnikliwą analizę sytuacji wyjściowej, dodatkowe projekty badawcze oraz innowacyjne metody zarządzania efektywnością energetyczną w rozproszonych obiektach. W ramach działań tworzone są prognozy finansowe dotyczące uruchamiania usług w zakresie energii odnawialnej oraz w wprowadzenie innych ulepszeń dotyczących zużycia energii i obniżki jej kosztów w nadchodzących latach.

Prace rozpoczynają się od przeglądu możliwości pozyskania redukcji bazującej na konkretnych parametrach z umów z zakładami energetycznymi. Układy pomiarowe firmy zajmującej się ZEE umożliwiają monitorowanie dopasowania taryfy energetycznej do profilu energetycznego obiektu, a także weryfikację mocy zamówionej względem realnego wykorzystania i występowanie energii biernej.

Uwzględnienie różnego rodzaju procesów

Kolejny etap to zagłębienie się w procesy, które zachodzą na stacji paliwowej, tj. w cykl życia obiektu, ale i pewne przyzwyczajenia personelu. Rozgranicza się tu stacje dzienne od tych funkcjonujących całą dobę, uwzględnia się tryb ich pracy oraz to, co wpływa na konsumpcję energii – w jakim stopniu oświetlenie, a w jakim ogrzewanie czy chłodzenie.

Następnie Energy Manager przygląda się pewnym procesom biznesowym, czyli na przykład temu, kiedy najczęściej jest tankowań, ruchu na myjniach, usług gastronomicznych etc. Sprawdza też, czy wszystkie obszary są rentowne. Na tej podstawie klientowi przedstawione zostają dziesiątki rekomendacji i procedur. Wytyczne dotyczą na przykład tego, co trzeba sprawdzić, otwierając czy zamykając obiekt. Ustalone zostają również temperatury graniczne, które nie zaburzają komfortu termicznego, a jednocześnie nie mnożą niepotrzebnie kosztów.

Firma zarządzająca efektywnością energetyczną powinna opracować także



NA EFEKTY PIERWSZYCH DZIAŁAŃ TRZEBA CZEKAĆ OD KILKU DO KILKUNASTU MIESIĘCY. DOBRY MOMENT NA WIĘKSZE PODSUMOWANIE TO 2–3 LATA. WAŻNE JEST, ABY PO TYM CZASIE UTRZYMAĆ SPRAWDZONE ROZWIĄZANIA, A JEDNOCZEŚNIE UZUPEŁNIĆ JE O NOWE AKTYWNOŚCI ZWIĄZANE Z EWOLUOWANIEM OBIEKTÓW I WYZWANIAMAMI, KTÓRE NIESIE PRZYSZŁOŚĆ.

cykliczny system celów. I tak na przykład raz w tygodniu do każdej stacji wysyłane są tzw. targety (paczki energii do wykorzystania w danym tygodniu) – w ten sposób kierownicy otrzymują od Energy Managera predykcję zużycia energii. Jeżeli następują przekroczenia, to stacja musi je zdiagnozować i argumentować nadmierną konsumpcję. Czasami powody są banalne, jak ludzka nieuwaga, zapominalstwo czy nienaprawiona usterka, niemniej jednak wszystko to generuje możliwe do uniknięcia koszty.

Monitoring stanu urządzeń

W ramach umowy przejrzany zostaje również stan wszystkich urządzeń elektrycznych i sposób ich kalibrowania. W ten sposób diagnozowane są wszelkie braki wydajności i ubytki energetyczne typu niedostosowywanie się parametrów klimatyzatorów do zmian temperatury otoczenia.

Energy Manager przygląda się także stolarcze okienno-drzwiowej, poszyciom dachowym, stanowi budynków i na tej bazie tworzy rekomendacje do poprawy i ewentualnego doinwestowania. Może to oznaczać dodanie izolacji lub ulepszenie sprzętu HVAC w celu optymalizacji wydajności energetycznej. Klienci





zazwyczaj mają swoje wieloletnie plany remontowe, w których w miarę możliwości uwzględniają te wytyczne.

Przede wszystkim właściciele stacji benzynowych mają świadomość, że handel paliwami kopalnymi się kończy. Mocno rozbudowują więc obiekty pod kątem punktów gastronomicznych i mikromarketów. W rezultacie pojawiają się nowe urządzenia do przygotowania posiłków, obsługi zaplecza etc. Widać, że stacje benzynowe coraz bardziej stają się punktami świadczenia innych usług, a to będzie generowało większe zużycie energii.

Wykorzystanie fotowoltaiki

Drugie wyzwanie to pójście w kierunku OZE, czyli bardzo duża inwestycja w fotowoltaikę, a, co za tym idzie, nowy rodzaj energy managementu.

Paradoksalnie przestaje nam zależeć, aby stacja zużywała mało energii, a chodzi o to, żeby konsumowała jej jak najwięcej wtedy, kiedy jest ona wytworzona przez OZE – tzw. „energia zielona” a jak najmniej, gdy pochodzi z sieci operatora (tzw. „energia czarna”). W polskich warunkach fotowoltaika pracuje średnio kilka godzin na dobę, więc wtedy właśnie powinno się zadział maksymalnie dużo procesów z wykorzystaniem zielonej energii. Jednocześnie konsumpcja energii czarnej, tj. poza działaniem fotowoltaiki, powinna być wyplaszczana. Jest to przede



ENERGY MANAGER PRZYGLĄDA SIĘ PEWNYM PROCESOM BIZNESOWYM, NP. TEMU, KIEDY NAJWIĘCEJ JEST TANKOWAŃ, RUCHU NA MYJNIACH CZY USŁUG GASTRONOMICZNYCH. SPRAWDZA TEŻ, CZY WSZYSTKIE OBSZARY SĄ RENTOWNE. NA TEJ PODSTAWIE KLIENTOWI PRZEDSTAWIONE ZOSTAJĄ DZIESIĄTKI REKOMENDACJI I PROCEDUR.

wszystkim wyzwaniem analityczne, gdyż trzeba nauczyć się to mierzyć, ale i organizacyjne - żeby realizacja miała miejsce. – mówi Bartłomiej Gawin, Energy & Digital Director w Sescom, specjalista od zarządzania efektywnością energetyczną.

Dodatkowe kroki

Kolejne wyzwanie to elektryfikacja, czyli ładowarki samochodowe, które powstają przy stacjach. Pojawia się coraz większe zainteresowanie systemem telemetrycznym w tym zakresie. Chodzi tu o wiedzę na temat rzeczywistej konsumpcji energii, zarządzanie zamówioną mocą

w odniesieniu do parametrów z umów oraz sprawdzanie, czy ładowarki na siebie zarabiają. Zalety urządzeń pomiarowych do ZEE to także podpięcie pod całościowy system obserwacji stacji bez konieczności zatrudniania do tego dodatkowych osób.

Tym sposobem kolejne dwa lata współpracy można poświęcić nowym procesom, rozszerzeniu działań gastronomicznych stacji, OZE, ładowarkom elektrycznym, panelom fotowoltaicznym itp. Jeden z możliwych dalszych pomysłów to pójście w kierunku bardziej świadomych zakupów energii – przekształcenie zakupów z rynku „dnia następnego” w formułę zakupów „na bieżąco”. To kolejny obszar oszczędności do rozwinięcia w przyszłości.

Wsparcie sztucznej inteligencji

W tych wyzwaniach przyszłości pomocna może okazać się sztuczna inteligencja. I tak predykcje zużycia energii, targety, cele opracowywane są już na podstawie algorytmów AI. Można powiedzieć, że Energy Managerowie w oparciu o dane historyczne próbują przewidzieć przyszłość. Powstają predykcyjne narzędzia, które na razie jeszcze wymaga obsługi przez człowieka, ale posiadają silne podstawy do wykorzystania w całkowitej automatyzacji wybranych procesów decyzyjnych.

Co oczywiste zarządzanie efektywnością energetyczną chętnie wykorzystuje nowe technologie. I tak oprogramowanie do śledzenia mediów może przewidywać przyszłe zużycie energii i planować budżety energetyczne firmy. Idąc dalej, przydatny okazuje się także tzw. internet rzeczy, tj. zbieranie, gromadzenie, przetwarzanie i wymiana danych między różnymi urządzeniami, które „komunikują się” ze sobą. To na ich podstawie wypracowuje się optymalne zarządzanie obiektami pod kątem energetycznym.

Jednym z proponowanych przez nas rozwiązań jest system telemetrii do monitorowania zużycia mediów w rozproszonych obiektach, który w połączeniu z autorskimi narzędziami analitycznymi bazującymi na algorytmach sztucznej inteligencji oraz wsparciem dedykowanego Energy Managera pozwala na skuteczną optymalizację kosztów zużycia energii elektrycznej w obiektach. Na przestrzeni lat potwierdziliśmy wysoką skuteczność tego procesu, wypracowując realne korzyści w obiektach takich jak sklepy odzieżowe, hipermarkety, magazyny i stacje paliw. Sescom Energy obsługuje obiekty na terenie całej Polski i za granicą. – mówi Sławomir Halbryt, prezes Sescom S.A.

Nowy model zarządzania efektywnością energetyczną

W najbliższym czasie konieczne będzie wypracowanie nowego modelu ZEE uwzględniającego także udział energii z OZE i konieczność zarządzania miksem tzw. energii czarnej i zielonej. To podstawa do dalszych oszczędności. Dochodzą do tego efekty płynące ze zwiększenia świadomości energetycznej pracowników stacji benzynowych. Gdy tylko przekonają się o codziennym znaczeniu decyzji nawet jednostkowych osób, nie trzeba ich namawiać do działania. Idealny model to doprowadzenie do tego, aby oszczędzanie energii było w genotypie, w DNA danej firmy, aby wszyscy o to dbali. Pomocne mogą tu być procesy gratyfikacyjne oparte na efektach ZEE. Efekt końcowy

Mateusz Buczkowski

członek zarządu Grandmetric
Head R&D Souly



W obliczu rosnących kosztów energii elektrycznej i ciepłej rośnie znaczenie innych źródeł energii niż tylko z sieci operatora. Podmioty bardzo często są zainteresowane wykorzystaniem zielonej energii pochodzącej z odnawialnych źródeł energii (OZE). Obecnie OZE nie jest w stanie wypełnić w całości potrzeb obiektów, konieczne jest zatem korzystanie z obu źródeł jednocześnie. Konieczność ta jest jednocześnie szansą na odejście od tradycyjnego modelu, w którym minimalizuje się zużycie energii za wszelką cenę. Zamiast tego można zarządzać, kiedy z energii korzystamy intensywniej, a kiedy mniej.

Istotną rolę w tym procesie odgrywają dwa aspekty. Jednym z nich jest monitorowanie parametrów i zdarzeń. To dzięki informacji o tym, jakie są przyzwyczajenia ludzi (zarówno pracowników, jak i klientów), jakie występują między nimi relacje (np. czasowe), jesteśmy w stanie reagować i optymalizować pewne procesy. Dodatkowo dzięki monitorowaniu wykorzystanej energii możemy określić, czy zmiany, które wprowadzamy, pozwalają osiągać założone cele i czy z czasem się do nich przybliżamy.

Drugim czynnikiem jest automatyzacja, która pozwala na wyeliminowanie lub zdecydowane zmniejszenie wpływu błędu ludzkiego na ogólny wynik. W naszych rozwiązaniach, które pozwalają na oszczędzanie energii ciepłej, kładziemy bardzo duży nacisk właśnie na automatyzację i zdjęcie z pojedynczych osób odpowiedzialności za generowanie oszczędności. Dzięki temu system oszczędza energię nawet wówczas, gdy pracownicy czy klienci nie są tego świadomi.

Oczywiście w zakresie automatyzacji można wyszczególnić istotną rolę sztucznej inteligencji i algorytmów uczenia maszynowego, które pozwalają na dopasowanie parametrów systemu do potrzeb i charakterystyki danego klienta lub podążają za zmianami tego charakteru wraz z upływem czasu.

to połączenie właśnie samodyscypliny pracowników, kierowników stacji, codziennej pracy z właścicielami obiektów oraz obustronnego zaangażowania.

Nie znaczy to bynajmniej, że redukcja kosztów nie ma końca. W pewnym momencie dochodzi się do masy krytycznej, jednak w całym procesie równie ważne jest utrzymanie osiągniętych efektów poprzez codzienną i konsekwentną pracę, obustronne zaangażowanie oraz monitorowanie postępów. Tylko w ten sposób można zrealizować nawet najbardziej ambitne założenia.

Zarządzanie efektywnością energetyczną i potrzeba oszczędzenia energii mają wpływ na ceny oraz cele w zakresie emisji gazów cieplarnianych przyczyniających się do globalnego ocieplenia, którego efekty coraz częściej obserwujemy na własne oczy lub wręcz doświadczamy na własnej skórze. ZEE ma także docelowo zmniejszyć naszą zależność od coraz bardziej ograniczonych paliw kopalnych. Nie do pominięcia jest też samo ustawodawstwo, które ma przecież wpływ na nas wszystkich i pojedyncze gospodarstwa domowe.

„Wciąż kryzys czy już nie?” – kilka słów o zarządzaniu centrum handlowym

WŁAŚCICIELE I ZARZĄDCY OBIEKTÓW HANDLOWYCH Z PEWNOŚCIĄ CZĘSTO ZADAJĄ SOBIE TO PYTANIE, NIEZALEŻNIE OD SZEROKOŚCI GEOGRAFICZNEJ, W KTÓREJ DZIAŁAJĄ, BO JAK WIEMY, OBIEKTY HANDLOWE PRZESZŁY OSTATNIO GŁĘBOKĄ I TRUDNĄ METAMORFOZĘ. ZMIENIŁY SIĘ WARUNKI FUNKCJONOWANIA, ZMIENILI SIĘ KLIENCI – ZMIENIAJĄ SIĘ TEŻ ICH POTRZEBY. O TYCH WYZWANIACH W WYWIADZIE DLA IMCR OPOWIADA SHANNON QUILTY, MIĘDZYNARODOWA SPECJALISTKA DS. NIERUCHOMOŚCI KOMERCYJNYCH.

Anna Zachara-Widła

IMCR Co-Founder

Michał Miazek

IMCR Co-Founder

W zależności od poziomu panującego kryzysu ekonomicznego przeformowują się możliwości nabywcze konsumentów, a co za tym idzie, sposób korzystania z obiektów handlowych oraz cele ich odwiedzania. Do tego wszystkiego dochodzą relacje z najemcami oraz odpowiednio dobrany *tenant mix*, który jednocześnie spełni potrzeby swoich klientów, a także pozwoli wyróżnić się na tle konkurencji. Pojawia się także pytanie: co dalej? Jaką obrać strategię w zarządzaniu obiektem na najbliższe lata? Te ostatnie przed pandemią COVID-19 skupiały się przede wszystkim na rozwoju dodatkowej oferty,





JESTEŚMY W STANIE DOWIEDZIEĆ SIĘ WIĘCEJ O NASZYCH OBIEKTACH I UŻYTKOWNIKACH. ZROZUMIENIE I WYKORZYSTANIE DANYCH DO ZARZĄDZANIA I PROMOWANIA CENTRUM HANDLOWEGO TO JEDNO Z NASZYCH NAJWIĘKSZYCH WYZWAŃ, ALE TAKŻE JEDNA Z NAJWIĘKSZYCH MOŻLIWOŚCI.

tj. rozrywki i gastronomii. Czy to dziś wystarczy? To trudne pytanie, ale z pewnością bacznie przyglądając się działaniom na rynku, możemy czuć się lepiej przygotowani na zmiany.

Centrum handlowe to na co dzień duża i skomplikowana machina z szeregiem naczyń połączonych, nad którymi trzeba sprawnie panować. To m.in. rola osoby, która zarządza obiektem. Wymaga to dużych umiejętności, doświadczenia oraz kompetencji na pograniczu wielu dziedzin. Warto mieć wiedzę z zakresu zarządzania obiektem, leasingu czy też marketingu, promocji itp. Opłaca się również czerpać z doświadczenia najlepszych praktyków, którzy przez lata zdobywali je w różnych obiektach i w różnych częściach świata. Oprócz teorii i praktyki związanej z lokalnym środowiskiem dobrze jest sięgać dalej – po wzory mistrzów branży i na nich się uczyć, nimi inspirować i z ich wiedzy korzystać.

Osobą, o której z pewnością można powiedzieć, że z niejednego pieca jadła chleb, zarządzając obiektami handlowymi w wielu tak różnych miejscach na świecie, jest Shannon Quilty. Dziś spotkamy ją na Bliskim Wschodzie, a dokładnie w Iraku, gdzie zarządza centrum handlowym Family Mall Sulaimany. Wcześniej natomiast nadzorowała obiekty w USA, Turcji

czy Rosji. Przeprowadziliśmy z Shannon rozmowę, w której zapytaliśmy o jej obecną perspektywę i o sytuację w branży centrów handlowych. Bezpośrednio od Shannon Quilty mogą uczyć się podopieczni jej wyjątkowego programu mentoringowego „Shopping Centre Management” oferowanego przez International Mentoring Community of Real Estate.

IMCR: Czy centra handlowe nadal przeżywają kryzys? A może już teraz możemy stwierdzić, że branża nieruchomości wyszła z kryzysu wywołanego globalną pandemią COVID-19?

Shannon Quilty: Odpowiedź na to pytanie brzmi: „to zależy” – zależy od tego, gdzie na świecie znajduje się dane centrum handlowe i do jakiej kategorii należy. Na przykład w USA prężnie rozwijają się centra handlowe klasy A (zarówno galerie, jak i inne typy). Powrócono do wyższych czynszów (czasami nawet wyższych niż poziomy sprzed COVID-19), a wskaźnik pustostanów jest bardzo niski, więc trudno jest do nich wejść. Z drugiej strony, centra klasy B i C nadal walczą o obsadzenie wakatów i zniesienie wprowadzonych rabatów. Przypuszczam, że to samo można powiedzieć o europejskich centrach handlowych.

IMCR: W jaki sposób zmieniły się Twoim zdaniem relacje między wynajmującymi a najemcami w ciągu ostatnich 3 lat (pandemia, kryzys na Ukrainie)?

SQ: Ponownie odpowiem: to zależy od lokalizacji centrum handlowego i tego, jak sobie radzi. W przypadku nieruchomości, które borykają się z trudnościami, bardziej prawdopodobne jest, że najemca i właściciel współpracują jako partnerzy, aby obie strony mogły utrzymać swój biznes. Niemniej w centrach odnoszących większe sukcesy wynajmujący jest mniej elastyczny ze względu na solidną grupę potencjalnych najemców czekających w kolejce na powierzchnię w obiekcie. Mniej wtedy martwią się o pustostany, mogą zatem być bardziej wybredni w doborze najemców.

IMCR: Wojna na Ukrainie ma zasięg globalny. Jakie są implikacje tego konfliktu dla branży nieruchomości na Bliskim Wschodzie?

SQ: Mogę odnieść się jedynie do małej części Bliskiego Wschodu, mianowicie rynku irackiego. Tutaj obserwujemy większe zainteresowanie ze strony rosyjskich marek, które chcą kontynuować międzynarodową ekspansję. Ponieważ na wielu rynkach utraciły one możliwość działania, są bardziej otwarte na sektory, których w innej sytuacji nie wzięłyby w ogóle pod uwagę. Poza tym, szczerze mówiąc, nie odczuliśmy dużego wpływu tej sytuacji na nasz rynek. Spodziewam się jednak, że rynki takie jak Zjednoczone Emiraty Arabskie odczuwają to znacznie silniej.

IMCR: Jak obecnie zarządza się centrami handlowymi? Jest to łatwiejsze czy trudniejsze niż jeszcze kilka lat temu? Co się przede wszystkim zmieniło?

SQ: Technologia ma obecnie największy wpływ na zarządzanie centrami handlowymi – od nadzoru nad obiektami, przez analizę odwiedzających, po media społecznościowe i nie tylko. Obecnie jesteśmy w stanie dowiedzieć się o wiele więcej o naszych obiektach, klientach i najemcach. Sprawilo to, że pod wieloma względami jesteśmy bardziej wydajni. Z drugiej strony często nie wiemy, w jaki sposób najefektywniej wykorzystać zebrane informacje. Zrozumienie danych i sposób ich wykorzystania do lepszego zarządzania i promowania centrum handlowego to jedne z naszych największych wyzwań, ale także jedne z największych możliwości.

IMCR: Jakie są największe wyzwania, z którymi na co dzień mierzą się menedżerowie centrów handlowych?

SQ: Bezpieczeństwo jest obecnie jednym z największych wyzwań na całym świecie. Problem w postaci zapewnienia bezpiecznego środowiska, które jednocześnie nie przytłacza i jest zorientowane na klienta.

Shannon Quilty

Doświadczona międzynarodowa specjalistka ds. nieruchomości, specjalizuje się zarówno w rozwijających się, jak i dojrzałych centrach handlowych. Aktywna wieloletnia członkini International Council of Shopping Centers (ICSC) oraz Middle East Trade and Retail Council (MECS+R). Współpracuje ze szkołami doskonalenia zawodowego RICS, MECS+R i ICSC.



W swojej karierze pracowała zarówno po stronie klienta, jak i doradcy przy różnych projektach w ramach organizacji CBRE, JLL i Pradera (m.in. w Portland w Oregonie, kalifornijskim Beverly Hills, Moskwie czy Istambule). Obecnie jest dyrektorem generalną Family Mall Sulaimany w Iraku, gdzie zajmuje się repozycjonowaniem dużego centrum handlowego. Shannon jest mentorem IMCR z własnym programem mentorskim.

To trudne do osiągnięcia. Zespoły do spraw bezpieczeństwa muszą być stale wyczulone na zagrożenia i ryzyko, a jednocześnie pozostawać przystępne i przyjazne dla klienta. Kadra zajmująca się zarządzaniem i bezpieczeństwem musi ściśle ze sobą współpracować, aby funkcjonariusze ochrony, zwłaszcza ci na stanowiskach mających bezpośredni kontakt z klientem, byli w stanie sprostać temu wyzwaniu każdego dnia.

IMCR: Czy rozrywka i gastronomia nadal przyciągają klientów do centrów handlowych?



WAŻNE, ABY BYĆ KREATYWNYM I OFEROWAĆ RZECZY, KTÓRYCH NIE MOŻNA ŁATWO ZNALEŻĆ GDZIE INDZIEJ. ROZRYWKA TO STREFA, W KTÓREJ CENTRUM MOŻE WYRÓŻNIĆ SIĘ NA TLE INNYCH. NALEŻY POZNAĆ SWOJĄ SPOŁECZNOŚĆ, ABY ZAPEWNIĆ JEJ DOŚWIADCZENIA, KTÓRE JĄ ZAANGAŻUJĄ.

SQ: Tak... Jednak ważne jest, aby być kreatywnym i oferować rzeczy, których nie można łatwo znaleźć gdzie indziej. Preferowana jest równowaga między restauracjami a fast foodami lub modelem typu food court. Jeśli chodzi o rozrywkę, aby odnieść prawdziwy sukces, musi to być coś więcej niż typowe kino, centrum dla dzieci czy lodowisko. To strefa, w której centrum handlowe może się naprawdę wyróżnić na tle konkurencji. Należy poznać swoją społeczność, aby zapewnić jej doświadczenia, które ją zaangażują.

IMCR: Jak myślisz, jaka jest recepta na stworzenie idealnej struktury najmu (tenant-mix)?

SQ: Idealny dobór najemców jest inny dla każdego centrum w zależności od społeczności, w której funkcjonuje. Zdecyduj, jaka ma być rola obiektu, i idź w tym kierunku. Pamiętaj, nie każde centrum handlowe musi być dla wszystkich.

IMCR: Jak z Twojej perspektywy będzie wyglądał następny rok w branży nieruchomości?

SQ: Myślę, że z konieczności starsze centra handlowe przekształcą się z typowego modelu działalności w coś bardziej

zróżnicowanego pod względem oferty i budowania doświadczeń klientów. Duża liczba pustostanów w centrach handlowych kategorii B i C wymusi kreatywne rozwiązania, co moim zdaniem jest ekscytujące.

IMCR: Gdyby pokusić się o przewidywanie przyszłości, jakie miejsce w hierarchii potrzeb konsumentów za 10 lat zajmą centra handlowe?

SQ: Wierzę, że galerie handlowe staną się mniej nastawione na transakcję w sposobie prezentowania się odwiedzającym. Staną się bardziej częścią swoich lokalnych społeczności. Widzimy to już w nowych centrach „lifestylowych” czy projektach wielofunkcyjnych – i wierzę, że branża nadal będzie ewoluować w tym kierunku.

IMCR: W ramach IMCR stworzyłaś unikalny program mentoringowy „Shopping Center Management”. Dla kogo jest ten program i jakie mogą być główne korzyści dla jego uczestników?

SQ: Program mentoringowy „Shopping Center Management” jest przeznaczony dla każdego, kto jest zainteresowany pracą w zakresie zarządzania obiektami handlowymi lub już to robi. Właściwe zarządzanie to podstawa sukcesu każdego centrum handlowego. W związku z tym jego menedżer, bardziej niż jakikolwiek inny członek zespołu, musi po trochu zrozumieć każdy z elementów składających się na działanie obiektu. Mój program to także idealna propozycja dla osób pracujących w innych sferach działalności galerii handlowych – leasingu, marketingu, finansach, operacjach itp. Dla każdego cenne jest zrozumienie wpływu ich pracy na bieżące zarządzanie i późniejszy sukces obiektu. Im więcej wiesz, tym stajesz się cenniejszy jako ekspert w branży!



Więcej na: www.imcre.eu

Zamość szuka inwestora z wizją

ZAMOJSKA STARÓWKA JAK MAGNES PRZYCIĄGA TURYSTÓW Z CAŁEGO ŚWIATA. WCIAŻ JEDNAK ODCZUWALNY JEST NIEDOSYT PRESTIŻOWEJ INFRASTRUKTURY HOTELOWO-KONFERENCYJNEJ, KTÓRA POZWALAŁABY ZASPOKOIĆ POTRZEBY PRZYBYWAJĄCYCH GOŚCI, PRZY PEŁNYM WYKORZYSTANIU UNIKATOWYCH W SKALI EUROPY WALORÓW ARCHITEKTONICZNYCH. INWESTYCJA W ZABYTKOWYCH MURACH PAŁACU ZAMOYSKICH MA SZANSĘ STAĆ SIĘ LŚNIĄCĄ NOWYM BLASKIEM PERŁĄ STAREGO MIASTA.



Zainwestuj w unikatowy, zabytkowy obiekt znajdujący się na terenie Starego Miasta, wpisanego na Listę Światowego Dziedzictwa UNESCO.

- około 250 000 gości z Polski i zagranicy odwiedzających rocznie zamojską starówkę,
- zróżnicowana infrastruktura turystyczna, handlowa, usługowa i oświatowa,
- w najbliższym otoczeniu: muzea, sklepy, punkty usługowe, kawiarnie, restauracje, park.

Przeznaczony do rewitalizacji na zasadach PPP (partnerstwo publiczno-prywatne) dawny pałac, należący niegdyś do rodziny Zamoyskich, z uwagi na swoją lokalizację oraz powierzchnię (6570 m²) z dwoma przyległymi dziedzińcami, daje możliwość zaoferowania gościom i mieszkańcom znacznie więcej niż pokoje hotelowe. Ma szansę stać się zauważalnym nie tylko w regionie, ale też na mapie Polski „miejscem z klimatem”. Studium architektoniczno-konserwatorskie dopuszcza między innymi koncepcję zadaszenia dziedzińca wewnętrznego, zamieniającą go tym samym w użytkowe atrium o powierzchni 1074 m². Dziedziniec główny to blisko 10 000 m² reprezentacyjnej przestrzeni ze starodrzewiem i wyeksponowanym centralnie pomnikiem Jana Zamoyskiego, stwarzający warunki do realizacji podziemnego parkingu, tak bardzo potrzebnego na terenie starówki.

Miasto czeka na pomysły i oferuje współpracę i wsparcie. Zaprasza inwestorów do wypracowania partnerskiej umowy, która umożliwi optymalizację podziału obowiązków, kompetencji i ryzyka. Jesteśmy gotowi na wyzwania związane z rewitalizacją tego ważnego dla miasta miejsca – mówi Andrzej Wnuk, Prezydent Zamościa.

Oferta inwestycyjna Partnerstwa Publiczno-Prywatnego Zespołu Rezydencjalnego Pałacu Zamoyskich została umieszczona w bazie Polskiej Agencji Inwestycji i Handlu nr oferty 06-286: www.baza.paih.gov.pl

Zapraszamy na naszą stronę Invest in Zamość: www.investin.zamosc.pl



Inwestycje w nieruchomości komercyjnej – jak to można zrobić w Polsce?

CHCESZ ZAINWESTOWAĆ W NIERUCHOMOŚCI W POLSCE? ZASTANAWIASZ SIĘ, JAKIE MASZ MOŻLIWOŚCI? Z JEDNEJ STRONY OPCJE SĄ PROSTE, A Z DRUGIEJ... MOCNO SKOMPLIKOWANE. DLACZEGO TAK JEST? O TYM W PONIŻSZYM ARTYKULE.



Agnieszka Sławomirska

Propagatorka wiedzy o nieruchomościach komercyjnych. W ramach prowadzonej własnej działalności gospodarczej szkoli z nieruchomości i doradza w sprzedaży produktów i usług dla branży. Jest autorką licznych publikacji na temat nieruchomości komercyjnych, w tym książki *Poradnik dla zarządcy budynku biurowego*. Jest też autorką *Galaktyki Nieruchomości*, programu w telewizji BIZNES24 i kanału na YouTube pod tym samym tytułem.



Gdyby maksymalnie skrócić odpowiedź na pytanie, jak można inwestować w nieruchomości w Polsce, to brzmiałaby ona: można wybudować, kupić lub zostać współnikiem spółki z ograniczoną odpowiedzialnością. W praktyce oznacza to, że aby zainwestować w nieruchomości, trzeba dysponować kapitałem o wysokości minimum pół miliona złotych. Dlaczego? Bo tyle kosztuje niewielkie mieszkanie z drugiej ręki. A mieszkania to w Polsce od lat najpopularniejszy sposób na lokowanie kapitału w nieruchomościach. Z czego to wynika?

Słowo o historii rynku nieruchomości komercyjnych w Polsce

Pierwsze nieruchomości komercyjne pojawiły się w Polsce po upadku reżimu komunistycznego w latach 90. ubiegłego wieku. Wraz z napływem do Polski kapitału zagranicznego, niczym grzyby po deszczu, zaczęły wyrastać pierwsze biurowce, obiekty handlowe, hotele, magazyny. W ciągu kilkunastu lat rynek wysycił się obiektami komercyjnymi. Jednak

wraz z rozwojem rynku nie nastąpił rozwój legislacji umożliwiającej inwestowanie w nieruchomości komercyjne. Brzmi to wręcz absurdalnie, bo jak to możliwe, że stworzyliśmy rynek nieruchomości komercyjnych i przez ponad dwadzieścia lat jego istnienia nie zadaliśmy o to, żeby w Polsce istniały realne, praktyczne możliwości inwestycyjne dla Polaków? A jednak. Nie mamy przepisów pozwalających na stworzenie tzw. wehikułów inwestycyjnych umożliwiających inwestowanie różnych nominalnie kwot w nieruchomości.

A gdyby istniały REITY?

Dobrym przykładem wehikułu inwestycyjnego umożliwiającego inwestowanie w nieruchomości jest REIT. Nazwa REIT to skrót od angielskiego *Real Estate Investment Trust*. REIT wywodzi się ze Stanów Zjednoczonych. Jest to specjalny rodzaj funduszu, którego celem jest inwestowanie w nieruchomości. Pierwszy REIT powstał w USA w 1960 roku, a pierwszy fundusz tego typu w Europie pojawił się w Holandii w 1969 roku. Obecnie REIT-y działają w ponad 40 krajach na świecie.



FUNDUSZE REIT DAJĄ
MOŻLIWOŚĆ ALOKOWANIA
KAPITAŁU NA RYNKACH
NIERUCHOMOŚCI
POPURZEC ZAKUP PAPIERU
WARTOŚCIOWEGO
UPRAWNIAJĄCEGO DO
UDZIAŁU W ZYSKACH
GENEROWANYCH PRZEZ
REIT. W REIT MOGĄ
INWESTOWAĆ INWESTORZY
INSTYTUCJONALNI, CZYLI
W UPROSZCZENIU: INSTYTUCJE,
FIRMY, ORGANIZACJE ORAZ
INWESTORZY INDYWIDUALNI.

REIT powstaje, gdy korporacja lub trust korzysta z pieniędzy inwestorów, żeby kupować i obsługiwać nieruchomości inwestycyjne. REIT-y są kupowane i sprzedawane na parkietach głównych giełd, tak jak zwykle akcje. Pole inwestowania w REIT-y jest szerokie. REIT-y mogą bowiem inwestować w różne rodzaje nieruchomości, jak biurowce, centra handlowe, magazyny, budynki mieszkalne, grunty, infrastruktura parkingowa, które są następnie wynajmowane lub sprzedawane potencjalnym klientom lub inwestorom. Zwykle REIT-y zarabiają na nieruchomościach poprzez udział w dwóch strumieniach pieniężnych. Po pierwsze, są to przychody z najmu, czyli z czynszów płaconych przez najemców – zwykle pomniejszone o koszty zarządzania tymi nieruchomościami i koszty związane z ich finansowaniem (kredyty bankowe). Po drugie, są to zyski ze sprzedaży wybranych nieruchomości. W praktyce fundusze REIT dają możliwość alokowania kapitału na rynkach nieruchomości poprzez zakup papieru wartościowego uprawniającego do udziału w zyskach generowanych przez REIT. W REIT mogą inwestować inwestorzy instytucjonalni, czyli





w uproszczeniu: instytucje, firmy, organizacje oraz inwestorzy indywidualni, czyli tzw. Jan Kowalski. I to jest bardzo ważna cecha i funkcja REIT-ów.

W Polsce próby powołania do życia REIT-ów sięgają 2016 roku. Wtedy pojawiły się pierwsze inicjatywy ustawodawcze dotyczące tej formy inwestowania w nieruchomości. Niestety pomimo wielu prób uchwalenia przepisów pozwalających na tworzenie REIT-ów nie udało się doprowadzić ścieżki legislacyjnej do końca. To powoduje, że jedynymi możliwymi inwestycjami w nieruchomości są budowa, zakup lub udział w spółce z ograniczoną odpowiedzialnością.

O stanie legislacji i świadomości inwestycyjnej Polaków

Najbardziej popularnym nieruchomościowym aktywem inwestycyjnym w Polsce są mieszkania. Powód jest prosty – Polacy nie znają innych możliwości inwestowania w nieruchomości,



NAJEM JEST W POLSCE STOSUNKOWO MAŁO ROZWIINIĘTY. WYNIKA TO Z SYTUACJI EKONOMICZNEJ I MENTALNOŚCI POLAKÓW. 80% ANKIETOWANYCH TWIERDZI, ŻE NIE MOŻE SOBIE POZWOLIĆ NA ZAKUP NIERUCHOMOŚCI, A BLISKO 20% NIE CHCE ZACIĄGAĆ DŁUGOTERMINOWEGO KREDYTU HIPOTECZNEGO.

bo nie znają nieruchomości komercyjnych, a prawo – o czym była mowa wcześniej – ogranicza możliwości inwestowania. Kiedy ktoś spoza branży słyszy, że pracuję w nieruchomościach, to kolejne pytanie brzmi: „Po ile będą teraz mieszkania?”. Część czytających te słowa uśmiecha się teraz pod nosem, przypominając sobie podobne sytuacje z własnego życia. Niestety nie ma tu nic zabawnego. Takie pytania dobitnie świadczą o tym, jak niska jest świadomość polskiego społeczeństwa na temat nieruchomości. A dokładniej mówiąc, że tej świadomości brak. Dla Polaków

nieruchomości to domy i mieszkania, a inwestycyjnie prawie wyłącznie te drugie. Z czego to wynika? Odpowiedź brzmi: z braku edukacji. Polski system edukacyjny nie przewiduje nauki o nieruchomościach. W szkołach opowiadamy dzieciom, że mogą zostać prawnikami, lekarzami, strażakami, ale nie mówimy ani słowa o tym, że w przyszłości mogą zajmować się nieruchomościami. Nie wspominamy, że mogą zostać wynajmującymi lub najemcami, agentami, asset lub property managerami, facility managerami, rzeczoznawcami. Nic. O tym cisza. Nie wspominając o wyjaśnianiu



dzieciom, czym w ogóle są nieruchomości, że to nie tylko budynki, w których mieszkają, że to także obiekty handlowe, hotele, szpitale, biurowce, magazyny i wiele innych. Gdyby dzieci już w szkole były edukowane na temat nieruchomości, a następnie miały możliwość wyboru kilkuletnich studiów kierunkowych z nieruchomości komercyjnych, wówczas mielibyśmy w Polsce grupę profesjonalnie wykształconych specjalistów branżowych. Część z nich poszłaby w kierunku tworzenia legislacji, przepisów dotyczących nieruchomości. I ci ludzie, mając odpowiednią bazę edukacyjną wiedzieliby, jak te przepisy stworzyć, żeby nie były oderwane od rzeczywistości. Zaryzykuję stwierdzenie, że mając tak wykształconą kadrę profesjonalistów, mielibyśmy już wehikuły inwestycyjne. A ludzie wiedząc, czym są nieruchomości komercyjne i jakie są mechanizmy ich działania, inwestowaliby nie tylko w mieszkania na wynajem. Czasu cofnąć nie możemy, ale możemy i powinniśmy jako przedstawiciele tej branży już teraz zacząć zmieniać

rzeczywistość. Mamy na nią realny wpływ. To od nas zależy kształt branży i jest to ostatni dzwonek na dokonanie zmian. Dlaczego? Bo branża się starzeje. Ludzie, którzy zaczynali ją tworzyć ponad dwadzieścia lat temu, powoli zaczynają z niej odchodzić, a następców brakuje. Brakuje, bo jak wspomniałam wcześniej, tworząc nieruchomości komercyjne w Polsce, nie zadbałszy o platformę edukacji, inspiracji, wymiany doświadczeń dla młodszych pokoleń. To naprawdę ostatni moment, żeby tę sytuację zmienić. Osobiście podejmuję w tym celu szereg inicjatyw. Swoim zakresem i charakterem wybiegam ją one poza zakres niniejszego opracowania, dlatego w tym miejscu zostawiam Państwa z przemyśleniami i przechodzę do kolejnej części niniejszej publikacji, czyli wyjaśnienia, w co inwestują i jakie możliwości inwestycyjne mają w Polsce Polacy.

W co inwestują w Polsce Polacy?

Zdecydowana większość Polaków inwestuje w mieszkania. Polacy kupują mieszkania pod wynajem zarówno jako osoby indywidualne, jak i jako przedsiębiorcy. Tutaj ustawodawca dostarczył nam aż trzy rodzaje umów najmu lokali mieszkalnych. Na czym one polegają i czy są w praktyce przydatne?

Rodzaje umów najmu lokali mieszkalnych

Polskie prawo wyróżnia trzy rodzaje najmu dotyczące lokali mieszkalnych: tradycyjny, okazjonalny i instytucjonalny (bez dojścia do własności i z dojściem do własności). Najem tradycyjny jest uregulowany w ustawie Kodeks cywilny. Zgodnie z definicją kodeksową wynajmujący zobowiązuje się oddać najemcy rzecz do używania przez czas oznaczony lub nieoznaczony, a najemca zobowiązuje się płacić wynajmującemu umówiony czynsz. Umowa najmu tradycyjnego może być zawarta na dowolny czas (oznaczony lub nieoznaczony). Czynsz może być określony w pieniądzech lub w świadczeniach innego rodzaju. Umowa

najmu nieruchomości lub pomieszczenia na czas dłuższy niż rok powinna być zawarta na piśmie. Bez tej formy uznaje się ją za zawartą na czas nieoznaczony. Najem okazjonalny został uregulowany w Ustawie z dnia 21 czerwca 2001 roku o ochronie praw lokatorów, mieszkaniowym zasobie gminy i o zmianie Kodeksu cywilnego. W przypadku tej umowy właściciel, będący osobą fizyczną, która nie prowadzi działalności gospodarczej w zakresie wynajmowania lokali, zawiera umowę najmu lokalu mieszkalnego na czas oznaczony, nie dłuższy niż 10 lat. Najem okazjonalny zobowiązuje najemcę do wyrażenia zgody na dobrowolne poddanie się egzekucji. W skrócie, oznacza to zgodę na eksmisję, gdyby lokator nie wywiązywał się ze swych obowiązków lub nie opuścił mieszkania po wygaśnięciu umowy. Aby te postanowienia miały moc prawną, notarialnej umowie najmu okazjonalnego towarzyszą załączniki: oświadczenie najemcy o dobrowolnym poddaniu się egzekucji oraz zobowiązanie do opuszczenia i opróżnienia wynajmowanego lokalu po wygaśnięciu umowy, oświadczenie najemcy wskazujące lokal, do którego będzie mógł się przeprowadzić po opuszczeniu wynajmowanej nieruchomości, oświadczenie właściciela wskazanego mieszkania, zawierające zgodę na zamieszkanie tam najemcy w przypadku wykonania egzekucji, protokół zdawczo-odbiorczy mieszkania. Najem instytucjonalny opiera się natomiast na zawarciu umowy najmu lokalu mieszkalnego przez osobę fizyczną, osobę prawną lub jednostkę organizacyjną niebędącą osobą prawną, prowadzącą działalność gospodarczą w zakresie wynajmowania lokali. Umowa najmu instytucjonalnego jest zawierana na czas oznaczony, który nie ma określonej przepisami granicy. Do umowy najmu instytucjonalnego załącza się oświadczenie najemcy w formie aktu notarialnego, w którym najemca poddał się egzekucji i zobowiązał się do opróżnienia i wydania lokalu używanego na podstawie umowy najmu w terminie wskazanym w żądaniu właściciela oraz przyjął do wiadomości, że w razie konieczności



SYTUACJA, W KTÓREJ CENY NIERUCHOMOŚCI PRZEKRACZAJĄ MOŻLIWOŚCI PRZECIĘTNYCH MŁODYCH DOROSŁYCH, A RYNEK NAJMU SIĘ PROFESJONALIZUJE MOŻE PRZYNIĘŚĆ PRZYSPIESZONĄ EWOLUCJĘ ROZLUŻNIENIA SIĘ PRZYWIĄZANIA DO WŁASNOŚCI. SPRZYJA TEMU MENTALNOŚĆ MŁODYCH POKOLEŃ, KTÓRE SĄ BARDZIEJ OTWARTE NA WSPÓŁDZIELENIE.

wykonania powyższego zobowiązania prawo do lokalu socjalnego ani pomieszczenia tymczasowego mu nie przysługują. Umowa najmu instytucjonalnego z dojściem do własności lokalu mieszkalnego, dla którego została założona księga wieczysta, jest zawierana przez osobę fizyczną, prawną lub jednostkę organizacyjną nieposiadającą osobowości prawnej, prowadzącą działalność gospodarczą w zakresie wynajmowania lokali, będącą właścicielem lokalu mieszkalnego i zawiera: zobowiązanie najemcy do nabycia lokalu mieszkalnego będącego przedmiotem tej umowy oraz zobowiązanie wynajmującego do przeniesienia na najemcę prawa własności lokalu mieszkalnego wraz z prawami niezbędnymi do korzystania z tego lokalu najpóźniej w dniu zakończenia umowy najmu po zapłacie ceny za lokal.

Mieszkania na wynajem – co można, czego nie można i z czego korzystają Polacy

Zacznijmy od charakterystyki najmu w Polsce. Ciekawy raport na ten temat dostarczyła firma ThinkCo: „Najem 2023 kierunki rozwoju mieszkań w Polsce”. W niniejszej publikacji pisząc o charakterystyce najmu, posiłkuję się wybranymi danymi z tego opracowania.

Czym cechuje się obecny najem?

Najem jest w Polsce stosunkowo mało rozwinięty. Wynika to głównie z sytuacji ekonomicznej i mentalności Polaków. Blisko 80% ankietowanych twierdzi, że nie może sobie pozwolić na zakup nieruchomości, a blisko 20% nie chce zaciągać długoterminowego kredytu hipotecznego. Natomiast jedynie 9% decyduje się na najem z uwagi na fakt, że ich życie wymaga dużej mobilności. Zgodnie z danymi Eurostatu w 2022 13% mieszkańców Polski korzystało z najmu, podczas gdy średnia unijna wynosi 31%. Blisko 90% ankietowanych mieszkańców Polski preferuje zamieszkiwanie w nieruchomości posiadanej na własność. Kolejną cechą polskiego najmu to rozdrobnienie – osoby fizyczne są właścicielami 80% mieszkań w kraju. Najem publiczny jest coraz trudniej dostępny, a komercyjny zdominowany przez wynajmujących posiadających jedno lub kilka mieszkań. Kilka lat temu nad Wisłą pojawiły się pierwsze mieszkania w formie najmu instytucjonalnego, czyli tzw. PRS (będzie o nim mowa w dalszej części publikacji). Obecnie PRS to ok. 12 tysięcy mieszkań, a więc znikomy procent zasobu mieszkaniowego. Oferta PRS na koniec 2022 wynosiła 11 600 lokali, a to mniej niż 1% zasobu komercyjnego. Najem w Polsce jest również mało profesjonalny – oparty na osobach fizycznych będących właścicielami pojedynczych mieszkań. Zgodnie z wynikami badania wykonanego na zlecenie Otodom, 50% ankietowanych deklaruje, że mieszka w nieruchomości, której jest właścicielem lub współwłaścicielem, 24% mieszka w nieruchomości, której właścicielem jest ktoś z rodziny bądź znajomy, 12% wynajmuje od osoby prywatnej, natomiast na samym końcu zestawienia znajdują się TBS-y – Towarzystwa Budownictwa Społecznego (1%), akademiki (0,1%) i mieszkania służbowe (0,1%). Najem w Polsce jest zjawiskiem typowo miejskim i jest skupiony na budownictwie wielorodzinnym w dużych miastach. Jest też nieprzystosowany do potrzeb potencjalnych najemców i ignorowany przez

państwo – wydatki budżetu państwa na sferę mieszkaniową w Polsce należą do najniższych w Unii Europejskiej, a gminy i miasta aktywnie angażujące się w mieszkalnictwo stanowią wyjątek. Najem jest też stosunkowo drogi. Gwoli ciekawostki za przeciążone kosztami mieszkaniowymi uznaje się gospodarstwa domowe wydające ponad 40% swojego miesięcznego dochodu na zaspokojenie potrzeb mieszkaniowych. W Polsce według danych Eurostatu na koniec 2022 roku co piąty najemca na rynku komercyjnym był przeciążony kosztami mieszkaniowymi. Polski najem ma także tymczasowy charakter. Standardowy czas obowiązywania umowy najmu w Polsce to dwanaście miesięcy. Ale polski najem także ewoluuje – wynajmujący coraz liczniej podpisują umowy najmu okazjonalnego.

PRS – public rented sector, czyli rynek najmu instytucjonalnego

Umowę najmu instytucjonalnego przybliżyłam we wcześniejszej części artykułu. Czym jest natomiast i na czym polega rynek najmu instytucjonalnego? W dużym uproszczeniu, w tej formule budowy pod inwestycje deweloperzy budują i sprzedają mieszkania lub całe bloki funduszom, fundusze natomiast je wynajmują i czerpią w ten sposób zysk. Przykładowo fundusz inwestycyjny A wyłania do obsługi firmę B i zarządcę – firmę C. Firma B ma za zadanie wykreowanie marki inwestycji i jej komercjalizację, czyli wynajęcie mieszkań. Firma C natomiast zajmuje się bieżącym zarządzaniem nieruchomością.

PRS – Polska vs Europa

Do najbardziej dojrzałych rynków najmu instytucjonalnego należą Niemcy, Holandia, Szwajcaria oraz kraje skandynawskie. Na tle tych krajów Polska znajduje się w tym segmencie rynku nadal w początkowej fazie rozwoju. Najem instytucjonalny stanowi zaledwie 1% całkowitych zasobów na wynajem. Według szacunków firmy doradczej EY na koniec 2022 roku łączne zasoby PRS w Polsce

wynosiły ok. 8 500 mieszkań, a kolejne 55 500 może trafić na rynek w perspektywie od 5 do 7 lat. Dla porównania w Danii na sektor najmu instytucjonalnego przypada niemal 50% rocznego wolumenu wszystkich transakcji na rynku nieruchomości. Znaczenie sektora PRS na rynkach innych krajów w porównaniu do polskiego jest na podobnym poziomie. Rynek najmu instytucjonalnego jest atrakcyjną alternatywą dla osób, które z uwagi na rosnącą inflację oraz wzrost stóp procentowych musiały odłożyć plany zakupu własnego mieszkania na później. W ciągu ostatniego roku dodatkowy popyt generowany był również przez uchodźców z Ukrainy. Do tego dochodzą aspekty społeczne i psychologiczne. W Polsce posiadanie mieszkania jest wyznacznikiem statusu i jest kojarzone z poczuciem bezpieczeństwa. Należy także pamiętać, że do niedawna rata kredytu była niższa niż czynsz w porównywalnym mieszkaniu, a rynek najmu nie był uważany za poważną alternatywę. Sytuacja, w której ceny nieruchomości przekraczają możliwości przeciętnych młodych dorosłych, a rynek najmu się profesjonalizuje, może przynieść przyspieszoną ewolucję rozluźnienia się przywiązania do własności. Sprzyja temu mentalność młodych pokoleń, które są bardziej otwarte na współdzielenie i często przedkładają doświadczenia nad posiadanie. Powyższe aspekty wpływają na wzrost zainteresowania segmentem PRS ze strony inwestorów instytucjonalnych, liczących na wzrost cen najmu w dłuższej perspektywie.

Inne sposoby inwestowania

Poza kupnem mieszkania, najbardziej popularne i wykorzystywane w Polsce metody inwestowania w nieruchomości to zakup lokalu handlowego, pokoju w apartotelu, condohotelu lub akademiku. W dalszej kolejności znajdują się, wspomniane na wstępie publikacji, zostanie współnikiem w spółce z ograniczoną odpowiedzialnością, zakup lub budowa budynku o charakterze biurowym, handlowym lub o innym komercyjnym przeznaczeniu. Do wyjątkowej

rzadkości należy zakup lokali w biurach – zarówno z uwagi na brak podaży, jak i na brak zainteresowania ze strony potencjalnych kupujących. Apartamenty hotelowe to lokale, które kupowane są w celach rekreacyjno-zarobkowych. W sezonie wakacyjnym służą ich właścicielom za bazę wypadową, a poza sezonem są wystawiane na rynek na wynajem. Inną, podobną do zakupu apartamentu hotelowego, inwestycją jest zakup lokalu w tzw. condohotelu. Nazwa condohotel pochodzi od połączenia słów condominium (zbiór jednostek) i hotelu. Z uwagi na fakt braku objęcia condohoteli tzw. ustawą deweloperską zakup lokalu w tego typu nieruchomości obarczony jest ryzykiem, które polega na tym, że w razie niewybudowania nieruchomości i ogłoszenia upadłości dewelopera pieniądze wpłacone na poczet lokalu przepadają. Co do wejścia do spółki z ograniczoną odpowiedzialnością to w tym przypadku zyski uzyskane z nieruchomości pomniejszone o koszty jej utrzymania wypłacane są wspólnikowi w postaci dywidendy. Na uwagę zasługuje tutaj fakt odpowiedzialności właściciela nieruchomości, zarówno jako współnika spółki, jak i jako właściciela nieruchomości, na którym ciążyą określone przepisami i standardami rynkowymi obowiązki prawidłowego zarządzania. Dodatkowo warte uwagi są formy transakcji sprzedaży-zakupu nieruchomości komercyjnej. Nieruchomości inwestycyjne zwykle trzymane są w osobnych „koszyczkach”, czyli spółkach z ograniczoną odpowiedzialnością. Stąd wyjście z inwestycji może oznaczać nie tylko sprzedaż samej nieruchomości, lecz także sprzedaż spółki, która jest jej bezpośrednim właścicielem. W ten sposób docieramy do podstawowego rozróżnienia transakcji nieruchomościowych – *asset deal* vs *share deal*. Nieruchomość może zostać sprzedana jako pojedyncze aktywo. Może zostać też sprzedana jako tzw. biznes – to ścieżka adekwatna dla niektórych „pracujących” nieruchomości o pewnym stopniu skomplikowania operacji. Te dwa typy sprzedaży w branży określa się terminem *asset deal*. Może też

dojść do sprzedaży nieruchomości w ramach spółki i jest to ścieżka powodująca najmniej zawirowań wokół biznesu z uwagi na fakt, że bezpośredni właściciel nieruchomości się nie zmienia – nadal jest nią zbywana spółka. Ta metoda określana jest w branży terminem *share deal*. Każda z wymienionych powyżej form transakcji pociąga za sobą określone obowiązki dla jej uczestników, głównie podatkowe.

Podsumowanie

Brak przepisów umożliwiających szerokie spektrum inwestowania w nieruchomości, zmniejszenie możliwości finansowania nabycia własnego lokalu oraz niepewna przyszłość ekonomiczna sprawiają, że najem mieszkania staje się wyborem wielu osób. Odpowiedzią na nadal niezaspokojone potrzeby mieszkaniowe jest najem instytucjonalny realizowany przez profesjonalne podmioty w ramach modelu PRS. Sektor ten może z jednej strony zaspokoić zapotrzebowanie rynku na mieszkania, a z drugiej – stanowić realny zysk kapitałowy firm zainteresowanych powiększeniem swojego portfela inwestycyjnego. Dodatkowo problemy kredytowe nabywców indywidualnych popchnęły wielu niechętnych wcześniej deweloperów do dywersyfikacji i przynajmniej częściowego budowania na potrzeby funduszy. Indywidualne inwestowanie w mieszkania na wynajem jest atrakcyjną formą lokowania kapitału. Głównym aspektem analizowanym przez inwestorów będą nominalne ceny mieszkań, nie sama rentowność najmu. A ceny od dekad rosną co najmniej w tempie inflacji, czasami szybciej. Bezapelacyjnie konieczne są w Polsce zmiany legislacyjne umożliwiające szerokie inwestowanie w nieruchomości za pomocą wehikułów inwestycyjnych typu REIT. Powstanie tego rodzaju platform zdemokratyzowałoby inwestowanie w nieruchomości i przyczyniło się do pozostania dużej ilości polskiego kapitału w polskich nieruchomościach w Polsce. To w dalszej kolejności przyczyniłoby się do rozwoju polskiej gospodarki. I takich zmian na koniec tej publikacji wszystkim nam życzę.

Certyfikowane szkolenie online live

Cyfrowa Książka Obiektu Budowlanego 2023

Online
20 listopada 2023 r.
Godz. 10:00 – 16:00

Szkoleni
poprowadzi
Michał Substyk

Korzyści ze szkolenia:

- **Uczestnicy** dowiedzą się jakie zmiany w prowadzeniu KOB wprowadziła nowelizacja ustawy Prawo budowlane.
- **Powiemy** do kiedy prowadzimy KOB na dotychczasowych zasadach, a od kiedy wyłącznie cyfrową KOB (c-KOB).
- **Wyposażymy Państwa w praktyczną wiedzę, jaką dokumentację obiektu** należy skompletować i rejestrować w KOB i c-KOB.
 - **Pokażemy jak strona po stronie (ekran po ekranie)** założyć i prowadzić c-KOB
 - Dzięki indywidualnym konsultacjom z ekspertem uzyskają Państwo odpowiedzi na wszystkie nurtujące pytania podczas prowadzenia KOB i c-KOB.

Czy wiesz:

- jakie zmiany w prowadzeniu książki obiektu budowlanego wprowadziły nowelizacje ustawy Prawo budowlane z IV kwartału 2022 i Rozporządzenie Ministra Rozwoju i Technologii z dnia 15 grudnia 2022 r. w sprawie książki obiektu budowlanego oraz systemu Cyfrowa Książka Obiektu Budowlanego (Dz.U. 2022 poz. 2778),
- od kiedy obowiązuje cyfrowa książka obiektu budowlanego (c-KOB)?
- czy trzeba będzie robić inwentaryzację posiadanej dokumentacji?
- czy konieczne będzie przepisanie dotychczasowej KOB dla istniejącego budynku do wersji cyfrowej?
- jak zakłada się i prowadzi cyfrową KOB?
- kto może dokonywać wpisów w c-KOB?
- w jaki sposób dokumentować w c-KOB poszczególne etapy remontów oraz innych robót budowlanych?
- gdzie rejestrować przegląd instalacji klimatyzacyjnych, elektrycznych, kontrole gaśnic, hydrantów i innych - czy wszystkie muszą być uwzględnione w c-KOB?

www.fmp.pl/KOB

Budynki jako banki materiałów

W jaki sposób budowy i renowacje mogą wspierać gospodarkę obiegu zamkniętego

ZŁOŻA WIĘKSZOŚCI SUROWCÓW NIEZBĘDNYCH W BUDOWNICTWIE SĄ OGRANICZONE, A O NIEKTÓRYCH MÓWI SIĘ, ŻE JUŻ SĄ NA SKRAJU WYCZERPANIA, JAK NP. ALUMINIUM, LUB ICH WYDOBYCIE JEST NA TYLE TRUDNE, ŻE WYMAGA OGROMNYCH NAKŁADÓW ENERGII I WODY, A PRZEZ TO JEST NIEEKOLOGICZNE. BUDOWANIE W SPOSÓB UMOŻLIWIAJĄCY ŁATWIEJSZĄ ADAPTACJĘ BUDYNKÓW I ICH PÓŹNIEJSZĄ DEKONSTRUKCJĘ STAJE SIĘ DZIŚ KONIECZNOŚCIĄ, A NIE TYLKO OPCJĄ CZY WYBOREM.



Beton i stal zawierające elementy pochodzące z recyklingu zostały wykorzystane przy wznoszeniu warszawskiego biurowca P180.



Veronika Themerson

Kierowniczka projektów w sektorze nieruchomości biurowych, architektka i liderka zespołów z 20-letnim doświadczeniem w łączeniu technicznych, organizacyjnych i menedżerskich umiejętności w procesie tworzenia zrównoważonych oraz ponadczasowych przestrzeni. Na obecnym stanowisku odpowiada za kształtowanie i wdrażanie strategii zrównoważonych oraz innowacyjnych rozwiązań w spółce z Grupy Skanska, będącej deweloperem biurowym w Europie Środkowo-Wschodniej. Z wykształcenia jest architektką, ukończyła studia o specjalizacji architektura i planowanie urbanistyczne na Politechnice Krakowskiej.



W kompleksie Nowy Rynek w Poznaniu materiały z recyklingu zostały wykorzystane do budowy konstrukcji naziemnej, izolacji, elewacji i bram.

W Polsce istnieją już budynki, w których częściowo wykorzystano materiały pochodzące z recyklingu, na razie jednak to wyjątki. Wśród nich są także biurowce Skanska: Centrum Południe we Wrocławiu, Nowy Rynek w Poznaniu, P180 w Warszawie, High5ive w Krakowie oraz Wave w Gdańsku.

Unijna taksonomia w dziale dotyczącym środowiska w kategorii poświęconej właśnie GOZ stawia dla rynku nieruchomościowego, a dokładniej firm budowlanych i deweloperskich, wymóg projektowania budynków i stosowania technik budowlanych wspierających cyrkularność i pokazywania możliwości rozbiórki lub dostosowania budynków, aby projekty mogły być bardziej efektywne pod kątem wykorzystywania zasobów, elastyczne i rozbiieralne w sposób umożliwiający ponowne wykorzystanie i recykling.



IDEĄ GOZ JEST WIĘC TAKIE PROJEKTOWANIE I WZNOSZENIE BUDYNKÓW, ABY JAK NAJDŁUŻEJ FUNKCJONOWAŁY W SPOSÓB ZRÓWNOWAŻONY (PRZEZ MĄDRE UŻYTKOWANIE). A KIEDY KOŃCZY SIĘ ŻYWOTNOŚĆ BUDYNKU W DANEJ FUNKCJI, MOŻLIWE POWINNO BYĆ ŁATWE ZAADOPTOWANIE GO DO NOWEJ LUB DEMONTAŻ, W CELU PONOWNEGO UŻYCIA ELEMENTÓW BUDOWALNYCH.

Czy jesteśmy cyrkularni?

Luka cyrkularności, czyli odsetek surowców nieodnawialnych znajdujących się poza obiegiem zamkniętym, wynosi na świecie 92,8% [1]. Jednocześnie konsumujemy wiele więcej zasobów, niż pozwalają na to możliwości regeneracyjne Ziemi [2]. Zdecydowana większość budynków zrealizowanych w Unii Europejskiej (UE) nie spełnia wymogów wpisujących się w zasady zrównoważonego rozwoju [3]. Polska jako kraj jest cyrkularna w nieco ponad 10% [4] – te wszystkie dane znalazły się w raporcie ThinkCo „Cyrkularne. Gospodarka

obiegu zamkniętego w miastach i nieruchomościach”, którego Skanska – jako firma, dla której ESG jest kluczowym elementem strategii rozwoju biznesu – została partnerem. W tym właśnie opracowaniu wspólnie analizowaliśmy sektor nieruchomości w kontekście GOZ.

Nieruchomości kluczowe dla GOZ

Produkcja i konsumpcja dóbr, jak wskazało we wspomnianym raporcie, przebiega obecnie w sposób liniowy: wydobywamy surowce, wytwarzamy produkty, które następnie są sprzedawane i używane,



a ostatecznie większość z nich ląduje na wysypisku śmieci. Celem gospodarki o obiegu zamkniętym, zwanej też gospodarką cykliczną, jest jak najdłuższe utrzymanie wartości produktów, komponentów i materiałów oraz ograniczenie odpadów i zanieczyszczeń.

W skali świata sektor budowlany odpowiedzialny jest za 35% konsumpcji energii, 38% emisji CO₂ związanych z energią oraz za 50% zużycia zasobów [5]. Tylko w samej UE odpady budowlane i rozbiórkowe stanowią ok. 30% wszystkich śmieci [6]. Zdajemy sobie sprawę z tego, że nieruchomości są jednym z istotniejszych zakresów GOZ, a umiejętność nadania im drugiego życia nabiera ogromnego znaczenia.

Ideą GOZ w kontekście rynku nieruchomości jest więc takie projektowanie i wznoszenie budynków, aby jak najdłużej funkcjonowały w sposób zrównoważony, co możemy osiągnąć przez dobrze przemyślany projekt oraz mądre użytkowanie. A kiedy kończy się żywotność budynku w danej funkcji, możliwe powinno

być łatwe zaadoptowanie go do nowej funkcji lub demontaż w celu ponownego użycia elementów budowlanych.

Recykling na budowie

Światowym liderem cyrkularności materiałów budowlanych jest Szwajcaria. Zacytowane w raporcie ThnikCo badania z 2021 roku wykazały, że jedynie 5% pierwotnych materiałów trafia tam na wysypiska [7]. W Polsce są już budynki, w których częściowo wykorzystano materiały z obiegu zamkniętego. Należą do nich m.in. wspomniane przeze mnie wcześniej budynki biurowe Skanska.

Do budowy naszego kompleksu biurowego Centrum Południe we Wrocławiu wykorzystaliśmy wiele materiałów z recyklingu (ok. 30%), takich jak beton, stal, aluminium, szkło i wełna mineralna. Z ich wykorzystaniem powstają konstrukcja podziemna, konstrukcja nadziemna, elewacja, konstrukcja stalowa, drzwi stalowe, drzwi przeciwpożarowe czy też bramy przeciwpożarowe i szybkiebieżne.

Za inny przykład może posłużyć kompleks Nowy Rynek w Poznaniu, gdzie materiały z recyklingu zostały wykorzystane do budowy ścian szczelinowych, konstrukcji nadziemnej, izolacji, elewacji i bram.

Beton i stal zawierające elementy pochodzące z recyklingu zostały wykorzystane również przy wznoszeniu naszego warszawskiego biurowca P180. W sumie przy budowie tego biurowca ponad 20% materiałów stanowiły te z recyklingu.

Ambitne cele

Szacuje się, że w Europie wprowadzenie gospodarki o obiegu zamkniętym do 2030 roku mogłoby zwiększyć PKB o 7% [8]. Powstanie całej gałęzi gospodarki dotyczącej tego właśnie tematu jest więc ogromną szansą, także na stworzenie nowych miejsc pracy, według szacunków Komisji Europejskiej (KE) nawet ok. 700 tys. do 2030 roku [9], i jeszcze szybszy rozwój innowacji. W obecnych czasach już dysponujemy szerokim dostępem do informacji,

zaawansowaną technologią i zasobami eksperckimi, co daje nam niemal nieograniczone perspektywy, jeśli wykażemy się odpowiednim zaangażowaniem.

Na rynku już powstają platformy umożliwiające handel materiałami budowlanymi, których potencjał i wartość odzysku znajdziemy w paszportach materiałowych. Dostępne technologie usprawniają proces renowacji, począwszy od strategicznego planowania rozbiórki, a skończywszy na ciągłym monitorowaniu stanu budynku. To nie tylko szansa na ogromny postęp i rozwój, lecz także odpowiedź na ograniczone już zasoby. Inicjatywy te wymagają kompleksowych i długofalowych działań, ale pozostają w naszym zasięgu.

Mamy też ambitne cele klimatyczne, zarówno jako Unia Europejska, jak i w Skanska. W ramach nowego planu działania UE na rzecz gospodarki o obiegu zamkniętym (CEAP) do końca trzeciej dekady XXI wieku ma zostać podwojony wskaźnik ponownego wykorzystania materiałów. W ramach m.in. tzw. fali renowacji (zestawu programów mających na celu usunięcie barier utrudniających renowację budynków) konieczne jest zwiększenie wskaźnika renowacji energetycznej budynków ze średniego poziomu 1% do co najmniej 2% rocznie [10]. Jest to niezbędne, by już istniejące budynki były wydajne energetycznie i służyły jak najdłużej.

Potrzeba stałej nauki

Już wiemy, że cyrkularności gospodarki nie uda się zwiększyć bez daleko idących zmian w sektorze nieruchomości. Zakłada się, że działania zgodne z zamysłem GOZ mogą doprowadzić do zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych o niemal 60% w całym cyklu życia budynków [11].

Ale by tak się działo, nowo projektowane budynki powinny powstawać w ramach stale doszkalcących się zespołów złożonych z architekta, konstruktora, inwestora i wykonawcy. Bardzo trudno jest projektować budynki, które są zgodne z obecnymi trendami i potrzebami, a jednocześnie



Do budowy naszego kompleksu biurowego Centrum Południe we Wrocławiu wykorzystaliśmy szereg materiałów z recyklingu, takich jak: beton, stal, aluminium, szkło i wełna mineralna.

możliwe do rozłożenia w przyszłości na kawałki i – najlepiej – zaprojektowane tak, aby dało się je rozebrać oraz złożyć z powrotem w innym miejscu. Dlatego tylko współdziałające ze sobą świadome strony procesu inwestycyjnego są w stanie przynieść najszybciej oczekiwane rezultaty zmiany ku cyrkularności gospodarki.

Nowy kierunek w renowacji budynków

W raporcie wskazano również nowy kierunek rozwoju renowacji i adaptacji budynków. „Istnieją trzy podstawowe strategie, które będą szczególnie często wdrażane w nadchodzących latach” – prognozuje na łamach publikacji ThinkCo. I jak tłumaczy autorzy raportu, strategia adaptacyjna oznacza zmianę funkcji obiektu na nową, co niesie za sobą przekształcenia w jego strukturze i wyposażeniu. Mowa o niej w przypadku zamiany starzejących się biurowców na mieszkania czy budynków

postindustrialnych pod funkcje handlowe, kulturalne czy biurowe. Strategia ekspansyjna to szersze wykorzystanie budynku przez dodanie w przemyślany sposób nowych przestrzeni obok istniejącej struktury, nad lub pod nią. Z kolei w strategii proaktywnej budynek jest w użyciu i działamy prewencyjnie w celu uniknięcia utraty funkcjonalności dzięki modernizacji, wdrażaniu nowych technologii i punktowej naprawie problematycznych obszarów. Spektakularnym przykładem jest Empire State Building w Nowym Jorku, który od niemal 100 lat nieustannie pozostaje biurowcem.

Upgrade nie zawsze uzasadniony

Należy jednak mieć na uwadze, że adaptacja danego obiektu do dzisiejszych wymogów może się również okazać nie tyle niemożliwa, co nieuzasadniona. Inwestycja w jego upgrade nie umożliwi

np. optymalnego wykorzystania przestrzeni, w której się znajduje, ani spełnienia współczesnych wymogów dotyczących efektywności energetycznej. W takim przypadku, projektując nowy budynek w miejscu tego poprzedniego, można dobrać materiały i rozwiązania w najwyższym standardzie i w ten sposób przyczynić się do powstania produktu ponadczasowego, przygotowanego do zmieniających się potrzeb jego użytkowników i zgodnego z zasadami zrównoważonego budownictwa. Jak w każdym działaniu potrzebna jest dobra analiza i wyważenie korzyści zarówno dla środowiska, jak i społeczeństwa.

Przypisy

- [1] The Circularity Gap Report, Circle Economy 2023.
- [2] Circular Economy – Closing loops means being fit for the future, Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen 2019.
- [3] Barometr zdrowych domów, Velux 2022.
- [4] The Circularity Gap Report – Poland, Circle Economy, Innovo, Natural State 2022.
- [5] The Net Zero Carbon Buildings Commitment, WGBC, <https://tiny.pl/w6h8c> (dostęp: 1.04.2023).
- [6] Recykling materiałów budowlanych – na czym polega i jak wygląda w Polsce? KRN, <https://tiny.pl/9gcr7> (dostęp: 2.04.2023).
- [7] Recykling materiałów budowlanych – na czym polega i jak wygląda w Polsce? KRN, <https://tiny.pl/9gcr7> (dostęp: 13.03.2023).
- [8] J. Wróbel, M. Sołtysik, Gospodarka o obiegu zamkniętym – szanse i wyzwania, Instytut Projektów i Analiz, <https://tiny.pl/w8xdq> (dostęp: 13.03.2023).
- [9] A new Circular economy action plan. For a cleaner and more competitive Europe, KE 2020, https://ec.europa.eu/environment/strategy/circular-economy-action-plan_en#ecl-inp-a-ge-878 (dostęp: 3.04.2023).
- [10] Raport Fali Renowacji, Instytut Reform 2022.
- [11] Cutting greenhouse gas emissions through circular economy actions in the buildings sector, EEA, <https://tiny.pl/wk4x7> (dostęp: 12.03.2023).



FORUM DOSTĘPNOŚCI

13-14.11.2023

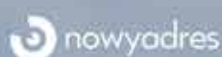
Poznań Congress Center

**ACCESSIBILITY
SMART ACCESS
UNIVERSAL DESIGN**



przestrzeń bez barier
OBIEKTY. ARCHITEKTURA. DESIGN

ORGANIZATORZY:



ForumDostepnosci.com.pl

Wpływ podziału nieruchomości na pozwolenie na budowę

NIERZADKO ZDARZA SIĘ, ŻE WŁAŚCICIEL NIERUCHOMOŚCI DECYDUJE SIĘ NA JEJ PODZIAŁ, NP. W CELACH INWESTYCYJNYCH. PODZIAŁ DZIAŁKI EWIDENCYJNEJ UMOŻLIWIAJĄ PRZEPISY USTAWY Z 21 SIERPNIĄ 1997 R. O GOSPODARCE NIERUCHOMOŚCIAMI. KIEDY ZOSTANĄ SPEŁNIONE WSZYSTKIE WYMIENIONE W NIEJ WARUNKI, DZIAŁKĘ MOŻNA BEZ PROBLEMU PODZIELIĆ. PYTANIE JEDNAK, CO W PRZYPADKU GDY ODNOŚNIE DO DZIAŁKI, KTÓRA MA PODLEGAĆ PODZIAŁOWI, WYDANA JEST JUŻ DECYZJA O POZWOLENIU NA BUDOWĘ?



Aleksandra Hyska

Aplikant radcowski, Junior Associate w Szymańczyk Roman Deresz Kancelaria Adwokacka. Posiada kilkuletnie doświadczenie w zakresie obsługi podmiotów gospodarczych, prowadzenia spraw administracyjnych oraz sądowno-administracyjnych, m.in. z zakresu rynku nieruchomości oraz procedury środowiskowej. Obsługuje deweloperów i inwestorów z rynku nieruchomości mieszkaniowych, retail, biurowych, usługowych i magazynowych. W swojej praktyce zajmuje się również szeroko rozumianym prawem korporacyjnym, ze szczególnym uwzględnieniem prawa spółek, a także prawem rynku kapitałowego.



Podział nieruchomości

Według art. 93 wspomnianej ustawy podział nieruchomości można dokonać, jeżeli jest on zgodny z ustaleniami planu miejscowego. W razie braku takiego planu podziału można dokonać, gdy jest zgodny z warunkami określonymi w decyzji o ustaleniu warunków zabudowy i zagospodarowania terenu lub z przepisami odrębnymi.

Przepisy ustawy regulują ponadto, że podział nieruchomości nie jest dopuszczalny, jeśli projektowane do wydzielenia działki grunty nie mają dostępu do drogi publicznej (art. 93 ust. 3).

W największym uproszczeniu można stwierdzić, że podział posesji musi być dokonany w taki sposób, aby dało się nowo wydzieloną działkę użytkować (np. zabudować) zgodnie z przepisami planu miejscowego lub decyzją o warunkach zabudowy, a także zgodnie z innymi regulacjami, które

mogą mieć zastosowanie do przedmiotowej nieruchomości.

Podział nieruchomości a decyzja o warunkach zabudowy

W pierwszej kolejności należy odpowiedzieć sobie na pytanie, czy podział nieruchomości wpływa w jakikolwiek sposób na decyzję o warunkach zabudowy. Co w sytuacji, gdy decyzja o warunkach zabudowy (WZ) została wydana na całą nieruchomość, która następnie została podzielona?

Odpowiedzi dostarcza orzecznictwo sądów administracyjnych, m.in. wyrok Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Poznaniu z 27 kwietnia 2017 r. (sygn. IV SA/Po 107/16):

„Decyzja o warunkach zabudowy nie jest wydawana dla określonej (oznaczonej geodezyjnie) »działki«, lecz dla określonego

»terenu«. Niewątpliwie nie są to pojęcia tożsame. Teren, dla którego ustala się warunki zabudowy w konkretnej decyzji, może obejmować jedną lub więcej działek geodezyjnych, przy czym wymienienie w tej decyzji owej działki (owych działek) służy przede wszystkim identyfikacji tego terenu oraz wyznaczeniu jego granic. Jest bezsporne, że w wyniku geodezyjnego podziału takiej działki (takich działek) nie przestaje istnieć teren, którego dana decyzja dotyczy, a tylko zmienia się formalny (geodezyjny) »opis« tego terenu”.

Wobec powyższego należy stwierdzić, że podział działki, dla której jest wydana decyzja o WZ, nie wpływa na ważność tej decyzji.

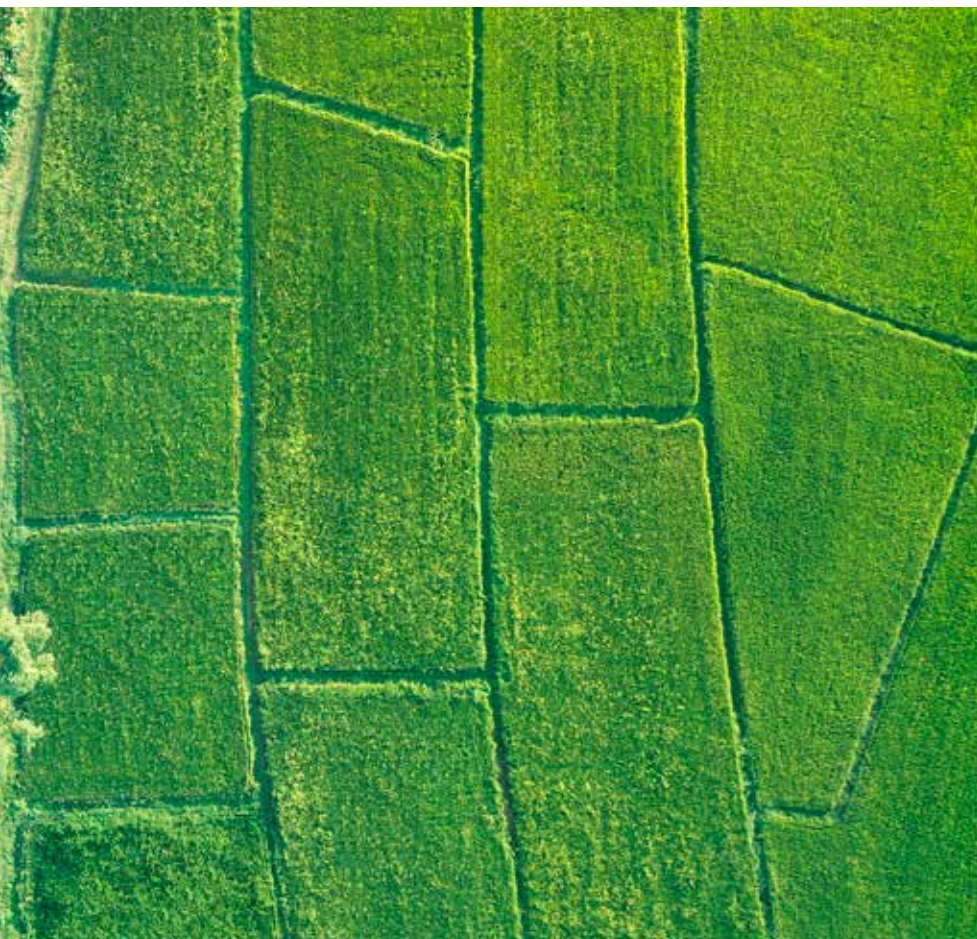
Kwestia wpływu podziału nieruchomości na decyzję o pozwoleniu na budowę

Jeżeli zatem podział nieruchomości nie wpływa na ważność decyzji o warunkach zabudowy, to co w przypadku decyzji udzielającej pozwolenia na budowę? Co gdy inwestycja jest już w realizacji? Czy decyzja o pozwoleniu na budowę powinna zostać wówczas zmieniona?

Zgodnie z artykułem 36a ustawy z 7 lipca 1994 r. Prawa budowlanego należy uzyskać decyzję o zmianie pozwolenia na budowę w przypadku istotnego odstępstwa od zatwierdzonego projektu zagospodarowania działki lub terenu oraz projektu architektoniczno-budowlanego lub innych warunków decyzji o pozwoleniu na budowę.

Trzeba najpierw odpowiedzieć na pytanie, czy podział nieruchomości, na której realizowana jest inwestycja oparta na pozwoleniu na budowę, stanowi istotne odstępstwo w rozumieniu przepisów Prawa budowlanego.

Artykuł 36a ust. 5 Prawa budowlanego określa enumeratywnie, co stanowi istotne odstępstwo od zatwierdzonego projektu zagospodarowania działki, terenu lub projektu architektoniczno-budowlanego czy innych warunków pozwolenia





Z UWAGI NA ISTNIENIE POWYŻSZYCH ROZBIEŻNOŚCI NAJBEZPIECZNIEJSZYM ROZWIĄZANIEM DLA INWESTORA BYŁOBY UZGODNIENIE Z NOWYM NABYWCĄ KWESTII DOTYCZĄCYCH PRZEDMIOTOWEGO POZWOLENIA NA BUDOWĘ, NP. WYRAŻENIE ZGODY NA DYSPONOWANIE NIERUCHOMOŚCIĄ NA CELE BUDOWLANE PRZEZ NABYWCĘ LUB PRZENIESIENIE DECYZJI O POZWOLENIU NA BUDOWĘ W CZĘŚCI NA INNY PODMIOT.

na budowę i jest to m.in. odstąpienie od projektu zagospodarowania działki lub terenu w przypadku:

- zwiększenia obszaru oddziaływania obiektu poza działkę, na której obiekt budowlany został zaprojektowany,
- zmiany charakterystycznych parametrów obiektu budowlanego dotyczących: powierzchni zabudowy w zakresie przekraczającym 5%, wysokości, długości lub szerokości w zakresie przekraczającym 2%, liczby kondygnacji,
- zmiany zamierzonego sposobu użytkowania obiektu budowlanego lub jego części czy ustaleń miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego, innych aktów prawa miejscowego lub decyzji o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu.

Ustawa 6 niniejszego przepisu stanowi jednak, że „projektant dokonuje kwalifikacji zamierzonego odstąpienia od projektu zagospodarowania działki lub terenu lub projektu architektoniczno-budowlanego lub innych warunków decyzji

o pozwoleniu na budowę, a w przypadku uznania, że jest ono nieistotne, dołącza do dokumentacji budowy odpowiednie informacje (rysunek i opis) dotyczące tego odstąpienia. Nieistotne odstąpienie od zatwierdzonego projektu zagospodarowania działki lub terenu lub projektu architektoniczno-budowlanego, lub innych warunków decyzji o pozwoleniu na budowę nie wymaga uzyskania decyzji o zmianie pozwolenia na budowę oraz ponownego zgłoszenia”.

Wziąwszy pod uwagę powyższą regulację, zauważyć można, że „istotne odstąpienie” w konkretnym przypadku może wzbudzać wątpliwości interpretacyjne. Tym samym wydaje się, że do każdego podziału działki i jego wpływu na decyzję o pozwoleniu na budowę trzeba podchodzić indywidualnie.

W tym miejscu warto się zastanowić, jakie skutki może wywoływać podział działki wobec zatwierdzonego projektu budowlanego. Należy zauważyć, że podział działki objętej pozwoleniem na budowę nie wpływa w żaden sposób na zakres zatwierdzonych robót budowlanych. Zmienia on jedynie stan prawny nieruchomości i odnosi się do samego terenu inwestycji. Nie zmienia się więc w tej sytuacji treść zaprojektowanego obiektu. Wydaje się, że podział geodezyjny wpływa jedynie na stan prawny nieruchomości oraz może mieć jedynie wpływ na zachowanie przez budowlany obiekt warunków technicznych. Tym samym, planując podział nieruchomości objętej pozwoleniem na budowę, trzeba w pierwszej kolejności się zastanowić, czy podział nie wpłynie na warunki techniczne usytuowania budynku, co mogłoby zostać uznane za istotne odstąpienie od projektu budowlanego lub warunków pozwolenia na budowę.

Niemniej jednak orzecznictwo sądów administracyjnych, m.in. Wojewódzkiego Sądu Administracyjnego w Lublinie w wyroku z 28 maja 2015 r. (sygn. II SA/Lu 716/14), stoi na stanowisku, że: „w wyniku podziału nie ma potrzeby zmieniać

decyzji o pozwoleniu na budowę. W obrocie prawnym pozostają wówczas dwie decyzje, których postanowienia w odpowiednim zakresie się uzupełniają i modyfikują. Nie ma wątpliwości, że pozwolenie udzielone dla terenu o dotychczasowych oznaczeniach geodezyjnych pozostaje w mocy. Podział nieruchomości nie zmienia warunków udzielonego pozwolenia, zmianie ulegają natomiast oznaczenia działek nim objętych”.

Zbycie nowo powstałej działki po podziale

Rozważając przedmiotowy problem, warto się też zastanowić nad sytuacją, w której inwestor dokonuje podziału nieruchomości z zamiarem jej zbycia. Czy zbywca może nadal kontynuować budowę inwestycji po zbyciu jednej z nowo powstałych działek? Czy nabywca takiej nowo powstałej działki może swobodnie dysponować nieruchomością, uzyskać dla niej WZ, a następnie pozwolenie na budowę? Odpowiedź na pewno również będzie zależała od konkretnego stanu faktycznego – od tego, jak miały przebiegać planowany podział oraz w jakim zakresie projekt architektoniczno-budowlany obejmuje działkę.

Zgodnie z powyższym podział nie wpływa na decyzję o pozwoleniu na budowę. Nowo powstała działka zatem także będzie nią objęta. Tym samym jej zbycie na rzecz osoby trzeciej nie spowoduje wygaśnięcia pozwolenia na budowę. Warto więc rozważyć, jakie potencjalne ryzyko może przynieść taka transakcja.

Prawo do dysponowania nieruchomością na cele budowlane

Zgodnie z artykułem 4 Prawa budowlanego „każdy ma prawo zabudowy nieruchomości gruntowej, jeżeli wykaże prawo do dysponowania nieruchomością na cele budowlane, pod warunkiem zgodności zamierzenia budowlanego z przepisami”.

W świetle artykułu 32 ust. 4 Prawa budowlanego pozwolenie na budowę może

być wydane wyłączenie temu, kto złożył oświadczenie pod rygorem odpowiedzialności karnej o posiadany prawem do dysponowania nieruchomością na cele budowlane.

Zgodnie z artykułem 3 pkt 11 przywoływanej ustawy przez prawo do dysponowania nieruchomością na cele budowlane należy rozumieć tytuł prawny wynikający z prawa własności, użytkowania wieczystego, zarządu, ograniczonego prawa rzeczowego albo stosunku zobowiązaniowego przewidującego uprawnienia do wykonywania robót budowlanych. Tym samym, zbywając część nieruchomości objętej pozwoleniem na budowę, inwestor jednocześnie traci tytuł prawny do dysponowania częścią tej nieruchomości na cele budowlane – a także pozbawia się jednej z obligatoryjnych przesłanek wydania pozwolenia na budowę.

Jakie może to rodzić ryzyko po stronie inwestora? Orzecznictwo i stanowisko doktryny są w tym zakresie rozbieżne. Sądy administracyjne zasadniczo stoją na stanowisku, że utrata prawa do dysponowania nieruchomością na cele budowlane już po wydaniu decyzji nie może stanowić z automatu przesłanki do uznania pozwolenia na budowę za nieważne czy bezprzedmiotowe ani nie uzasadnia wydania decyzji o wstrzymaniu robót budowlanych. W orzecznictwie wskazuje się ponadto, że prawo do dysponowania nieruchomością na cele budowlane jest zasadniczo wymagane tylko w dacie składania wniosku o wydanie pozwolenia na budowę. Nie wynika z nich natomiast to, że w konsekwencji utraty tego prawa powinno nastąpić wygaśnięcie tej decyzji (tak np. Wyrok NSA w Warszawie z 13.05.1991 r., IV SA 366/90; Wyrok WSA w Warszawie z 28.08.2015 r., VII SA/Wa 1764/14, LEX nr 1802454).

Naczelny Sąd Administracyjny w wyroku z 5 lipca 2016 r. (sygn. II OSK 2351/15) stwierdził jednak, że prawo do zabudowy nieruchomości gruntowej jest ściśle powiązane z prawem do dysponowania

nią nieruchomością na cele budowlane. Inwestor powinien więc legitymować się prawem rzeczowym lub obligacyjnym do nieruchomości, z którego wynika prawo do posiadania tej nieruchomości i realizacji na niej danej inwestycji, nie tylko w dacie złożenia wniosku o pozwolenie na budowę, lecz również przez cały okres realizacji inwestycji.

Z uwagi na istnienie powyższych rozbieżności najbezpieczniejszym rozwiązaniem dla inwestora byłoby uzgodnienie z nowym nabywcą kwestii dotyczących przedmiotowego pozwolenia na budowę, np. wyrażenie zgody na dysponowanie nieruchomością na cele budowlane przez nabywcę lub przeniesienie decyzji o pozwoleniu na budowę w części na inny podmiot.

Ryzyko nabycia nowo powstałej po podziale działki po stronie nabywcy

Warto przyrzeć się i temu problemowi z perspektywy nabywcy nowo powstałej działki po podziale działki objętej pozwoleniem na budowę.

Powyższe rozważania oraz fakt, że podział nieruchomości nie powoduje wygaśnięcia pozwolenia na budowę, oznaczają, iż nabyta zostanie działka objęta już taką decyzją. Z praktyki orzeczniczej wynika, że co do zasady nie jest możliwe wydanie decyzji o pozwoleniu na budowę na teren, który jest już objęty taką decyzją, a budowa jest w toku.

Wobec powyższego może się okazać, że nabywca będzie mieć w takiej sytuacji problem z zagospodarowaniem działki w jakikolwiek sposób (przynajmniej do czasu ukończenia inwestycji objętej pozwoleniem na budowę). Niemniej jednak w rozwiązaniu tego problemu mogą pomóc dwie czynności prawa administracyjnego, a mianowicie:

1. przeniesienie pozwolenia na budowę w części na nabywcę;
2. wygaszenie decyzji administracyjnej w części.

Wszystko będzie jednak zależało od konkretnego rodzaju stanu faktycznego sprawy. Jeśli więc nowy inwestor będzie chciał realizować inwestycję na podstawie istniejącego pozwolenia na budowę (i jeżeli w ogóle będzie to możliwe ze względu na projekt inwestycji i jej położenie na działce), to odpowiedź na problem może być przeniesienie pozwolenia na budowę w części (o ile pozwolenie na budowę będzie spełniało warunki do takiego przeniesienia).

Gdy jednak inwestycja nie będzie obejmowała zakresem nowo powstałej po podziale działki, odpowiednią procedurą wydaje się wygaśnięcie pozwolenia na budowę w części.

Podsumowanie

Jak widać, w większości przypadków podział nieruchomości nie wpływa na decyzję o pozwoleniu na budowę. Należy jednak pamiętać, że każdą taką sytuację należy traktować indywidualnie. Przed przystąpieniem do realizowania zamiaru podziału nieruchomości, a także nabycia takiej nieruchomości, należałoby zasięgnąć porady architekta i prawnika, którzy wskażą na ewentualne ryzyko związane z taką transakcją.



PODZIAŁ DZIAŁKI
OBJĘTEJ POZWOLENIEM
NA BUDOWĘ NIE WPŁYWA
W ŻADEN SPOSÓB NA ZAKRES
ZATWIERDZONYCH ROBÓT
BUDOWLANYCH. NIE ZMIENIA
SIĘ WIĘC W TEJ SYTUACJI
TREŚĆ ZAPROJEKTOWANEGO
OBIEKTU. PODZIAŁ GEODEZYJNY
WPŁYWA JEDYNNIE NA STAN
PRAWNY NIERUCHOMOŚCI
ORAZ MOŻE MIEĆ JEDYNNIE
WPŁYW NA ZACHOWANIE
PRZEZ BUDOWANY OBIEKT
WARUNKÓW TECHNICZNYCH.

KONFERENCJA KSIĘGOWO- BIZNESOWA



29 listopada 2023

Formuła online

Formuła stacjonarna:

Hotel Marriott,
Aleje Jerozolimskie
65/79, Warszawa

Jak zagwarantować wzrost firmie w 2024 r. po rewolucyjnych zmianach przepisów podatkowych i walczyć o swoje prawa z coraz bardziej opresyjnym fiskusem

O TYM BĘDZIEMY MÓWIĆ:

- Zmiany przepisów podatkowych w 2024 r. – czy można zminimalizować skutki bomby z opóźnionym zapłonem
- „Urząd nasz Pan” czy jednak przedsiębiorca ma jakieś prawa – jak przygotować się do kontroli i nie dać się w jej trakcie zdominować urzędnikom
- Co nie jest prawem zabronione, jest dozwolone – czyli w jaki sposób Konstytucja Biznesu chroni przedsiębiorcę:
- E-fakturowanie po kolejnej nowelizacji – jak wywiązać się z nowych obowiązków nałożonych ustawą o KSeF
- Dział księgowo-finansowy jako kreator zmian i lider efektywności gospodarowania
- Fundacja rodzinna kontra estoński CIT – która forma jest korzystniejsza podatkowo
- Jak budować dobre relacje w biznesie oraz sztuczna inteligencja chat GPT – gdzie są granice polegania na nowoczesnych technologiach
- Jak argumentować koszty i podatek naliczony VAT, aby fiskus nie szukał powodu do korekty – absurdy orzeczniczo-interpretacyjne rodem z PRL

Rejestracja >> www.konferencja-ksiegowych.pl

Big Data w świecie badań konsumenckich

BADANIA RYNKU BYŁY ZAWSZE INTEGRALNĄ I WAŻNĄ CZĘŚCIĄ POZNAWANIA ŚWIATA KONSUMENCKIEGO. POMAGAŁY ZROZUMIEĆ KLIENTA KOŃCOWEGO, NAPROWADZAŁY NA SPOKOJNIEJSZE WODY, A ANALIZA DOBRYCH I ZŁYCH NAWYKÓW KONSUMENCKICH ZAWSZE POMAGAŁA PODEJMOWAĆ WAŻNE I STRATEGICZNE DECYZJE BIZNESOWE. DZIŚ RÓWNIEŻ SĄ NIEODŁĄCZNYM ELEMENTEM ŻYCIA PRODUKTU. CHOCIAŻ DEFINICJA PRODUKTU NIE ULEGŁA ZNACZĄCEJ ZMIANIE, TO DZIŚ PRODUKTEM MOŻE BYĆ W ZASADZIE WSZYSTKO, CO NAS OTACZA. PRODUKTEM SĄ DOBRA MATERIALNE CZY USŁUGOWE, RÓWNIEŻ ORGANIZACJE BĄDŹ IDEE. PRODUKTEM OBECNIE SĄ TAKŻE MIEJSCA. BEZ WĄTPHENIA KAŻDA RZECZ, W ROZUMIENIU PRZEDMIOTU, KTÓRA MOŻE BYĆ OBIEKTEM RYNKOWEJ WYMIANY, JEST DZIŚ PRODUKTEM.



Michał Miazek

Operations Manager i Sales Manager w Selectiv Data Tank. Ekspert omnichannel i e-commerce, posiada umiejętności poprawienia wydajności kluczowych obszarów organizacji na podstawie analizy rynku. Specjalista ds. sprzedaży, budowania krótko- i długodystansowych strategii, które przekładają się na sukces firmy.



A czym tak naprawdę są badania rynku i które są najlepsze? Wszystko zależy od zaangażowania w proces pozyskania wiedzy i potrzeby jej świadomego posiadania. Podobnie jest z badaniami, część rynku ceni sobie bardziej podejście badań jakościowych, inni wolą zdecydowanie ilościowe. Czy wnioski z danych liczbowych dziś wystarczają? Dlaczego nie skorzystać z dogłębniejszej analizy zjawiska i zbadać mniejszą grupę respondentów? Ale czy lepiej analizować dane pierwotne, a może wtórne?

W dobie wszechobecnej globalizacji, badania i wyniki w nich uzyskiwane pozwalają na precyzyjniejsze odpowiedzi na pytania nurtujące dziś właścicieli produktów. Warto przy tym pamiętać, że nie ma idealnej metody badawczej, która z niemal 100-procentową pewnością trafnie zdiagnozuje „problem” i pomoże nam go rozwiązać. Z możliwości, jakie oferują dziś badania rynku, dowiemy się bardzo dużo. Trafniej określimy grupę docelową dla naszego produktu. Z definicji, wiedza pozyskana podczas realizacji badań konsumenckich



DOTARCIE DO UŻYTKOWNIKÓW KAŻDEJ APLIKACJI MOBILNEJ POZWALA NA REALIZACJĘ BADANIA CIĄGŁEGO. WYNIKI ANALIZ POZWALAJĄ WYKORZYSTAĆ POTENCJAŁ ZEBRANYCH INFORMACJI DO KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ. ANALIZA ZACHOWANIA KONSUMENTA POZWALA ZAPLANOWAĆ KONKRETNE DZIAŁANIA.

ułatwi proces wprowadzenia nowego produktu, pomoże rozwinąć dystrybucję istniejącego produktu czy wreszcie ułatwi dalszą ekspansję, oferując produkt w kierunku nieznanymi miejsc lub obszarów, gdzie może się okazać pierwszą potrzebą konsumencką. Wiedza poparta badaniami jest dziś bezcenna. Buduje przewagę rynkową i pozwala pewniej wkraczać na rynek z każdym produktem.

Skoro nie istnieje idealna metoda badawcza, to w jaki sposób najtrafniej ocenić otrzymane wyniki? Badania na dużych próbach respondentów dają większą

wiarygodność. Badając większą część danej próby, otrzymujemy większe prawdopodobieństwo, że wynik badania jest trafniejszy. W przypadku badań konsumenckich mówimy tu o większej liczbie badanych osób w obrębie danej populacji. Jedynym skutkiem negatywnym w takim rozwiązaniu jest bez wątpienia koszt badania, który rośnie wprost proporcjonalnie do rozszerzania próby badawczej. Ale czy tak jest za każdym razem?

Od jakiegoś czasu rynek badawczy udostępnia rozwiązania łączące najistotniejsze potrzeby przy relatywnie niższych kosztach.



codzienne czynności. Funkcja geolokalizacji, na której między innymi opiera się badanie, pozwala bardzo precyzyjnie określić osobę w konkretnym miejscu.

Świat nadal rozwija się szybko, i chociaż globalna pandemia COVID-19 miała niebagatelny wpływ na przełączenie naszych codziennych zwyczajów na online, to nadal w dużej większości świat rozwija się szybciej niż przed pandemią. Z globalnego raportu „Digital 2022 Global Overview”, opublikowanego we współpracy pomiędzy organizacjami We Are Social i Hootsuite wynika, że ponad dwie trzecie (67,1%) światowej populacji korzysta obecnie z telefonu komórkowego, a liczba unikalnych użytkowników na początku 2022 roku wyniosła 5,31 miliarda. Globalna suma wzrosła o 1,8% w ciągu ostatniego roku – o 95 mln nowych użytkowników telefonów komórkowych (dane za 2022 rok w ujęciu do roku 2021). Ogólnoświatowa tendencja potwierdza, że smartfony są i będą nadal wiodącym urządzeniem mobilnym.

Dziś badanie szerokiej populacji nie jest barierą nieosiągalną, a ponoszone koszty są niskie w odniesieniu do wyniku na jednej przebadanej „N-ce”. Modelem łączącym podejście ilościowe z jakościowym są badania oparte na bezpośrednim badaniu konsumenta w tak zwanym tle. Polega ono na badaniu dobrych i złych nawyków konsumenckich, uzyskując dane bezpośrednio z codziennych zwyczajów samych badanych. Dane uzyskiwane są z monitorowania używanych aplikacji mobilnych i stron mobilnych. Dziś praktycznie każdy korzysta z dostępu do Internetu za pomocą urządzeń typu smartfon i pozostałych przenośnych urządzeń mobilnych.

Nowa jakość badania ilościowego w połączeniu z możliwościami przeprowadzenia badania jakościowego pozwala na uzyskanie bardzo szerokich wyników. Geotrapping®, o którym mowa, to innowacyjna i sprawdzona metoda badawcza, pozwalająca na uzyskanie bardzo szczegółowych danych. Polega na zbieraniu informacji o konsumentach, którzy w danym czasie i w danym miejscu wykonują

Rosnąca popularność urządzeń i aplikacji mobilnych zmieniła też sposób, w jaki korzystamy z telefonów. Jeszcze 10 lat temu z tradycyjnych komórek z klawiaturą korzystało 83% Polaków. Dziś 77% osób ma smartfony – wynika z danych udostępnionych przez Kantar Public na potrzeby raportu Digital Care Group. Tylko 17% użytkowników wykorzystuje telefony przede wszystkim do nawiązywania połączeń głosowych. Dla większości osób to urządzenia do eksploracji Internetu i korzystania z rozmaitych usług online. Z kolei z badania „10 lat Mobilnej Rewolucji” wynika, że 95% osób w wieku 20–29 lat ma smartfon. Wśród 30-latków jest to 93%, a u nastolatków 92%. Świat się zmienia na naszych oczach.

Jak wynika z danych Badania Założycielskiego Krajowego Instytutu Mediów (KIM) zleconego przez Krajową Radę Radiofonii i Telewizji, 75,8% Polaków korzysta ze smartfona. W grupie wiekowej 65 lat i więcej odsetek ten jest najniższy, ale wynosi już 37,4%. Badanie Założycielskie

realizowane przez KIM jest podstawowym badaniem populacyjnym dotyczącym konsumentów mediów elektronicznych w Polsce. Od stycznia do czerwca objęło ono ogólnopolską losową próbę 8474 gospodarstw domowych i 19 611 osób w wieku 4 lata i więcej. Zebrane dane są reprezentatywne dla wszystkich gospodarstw w Polsce i osób w wieku powyżej 4 lat. Badanie realizowane jest na ogólnopolskiej próbie adresowej wylosowanej z operatu TERYT Głównego Urzędu Statystycznego.

Człapiąca globalizacja i wynikające z niej coraz większe potrzeby wymiany informacji i jej pozyskiwania, wpływają bardzo korzystnie na rozwój nowych technologii i Big Data. Świat powoli żegna się z third-party cookies. Dokładność danych uzyskanych z tego kanału szacuje się na blisko 50%. Dla otaczającego nas świata i potrzeb wynikających z pozyskiwania dokładnych informacji na temat konsumentów i zwyczajów rynku konsumenckiego, to już dziś za mało. Badania geolokalizacyjne opierają się na identyfikatorach mobilnych. Tworzone na tej podstawie profile zachowują aktualność nawet do 2 lat. Dzieje się tak dlatego, że zamiast bazować wyłącznie na odwiedzanych witrynach, badanie Geotrapping® wykorzystuje dane lokalizacyjne do badania fizycznego zachowania użytkowników. Do tego celu służy Data Management Platform® (DMP), gdzie są gromadzone cenne informacje na temat użytkowników mobilnych z całego świata. Analizowane są między innymi dane demograficzne, lokalizacyjne, język, dane przeglądarki i kategorie używanych aplikacji oraz stron www. W ten sposób powstały unikalne profile użytkowników i rozbudowana baza „Point of Interest”. Warto zaznaczyć, że dane są zbierane zgodnie z zachowaniem wszelkich regulacji wynikających z przepisów globalnych GDPR oraz lokalnych RODO.

Jakie korzyści może przynieść badanie oparte na geolokalizacji urządzeń typu smartfona w połączeniu z informacją na temat używanych aplikacji i odwiedzanych stron internetowych przez użytkowników? Odpowiedź nie jest jednoznaczna, ale

zakres informacji, jakie otrzymamy w wynikach jest tak obszerny, że pozwala uzyskać precyzyjne dane do wykorzystania nie tylko w celach marketingowych.

Przykładowe badania tematyczne mogą mieć różny charakter, ale za każdym razem pochodzą z tej unikatowej technologii, dokładnie odwierciedlając populację na badanym obszarze i jej zainteresowania.

Badania Populacji to wiedza na temat osób przebywających i mieszkających na danych obszarach. Stanowi niezwykle ważną bazę na przykład do tworzenia strategii rozwoju. Zakres wykorzystanych danych pozwoli na wnikliwą analizę zachowań i stworzenie pełnego, cyfrowego obrazu mieszkańca danego miasta oraz porównania z benchmarkiem ogólnopolskim.

Ciekawym zagadnieniem szczególnie dziś jest Badanie Obcokrajowców, gdzie zbierane są informacje na temat rzeczywistej liczby mieszkańców np. miast. Mają one duże znaczenie w kontekście prowadzenia jak najbardziej efektywnego zarządzania jednostką administracyjną. Znacząca i wciąż wzrastająca liczba obcokrajowców w Polsce powoduje, że wartość wiedzy na temat ich populacji oraz krajów pochodzenia jest coraz większa.

Badanie natężenia ruchu w połączeniu z profilowaniem użytkowników daje ogromne możliwości. Dzięki danym z Badania Przepływu Ludności i danych na temat zwyczajów i przyzwyczajzeń generowanych przez badaną populację, wynik pomoże dokonać wyboru najlepszej lokalizacji pod nową inwestycję lub biznes. Raport z takiego badania obnaży dane, gdzie najlepiej prowadzić zewnętrzne kampanie reklamowe. Oszacuje i uwypukli lokalizacje i pory, w których ruch jest największy. Transport, zarządzanie komunikacją, branża nieruchomości, gastronomii i tak naprawdę każda inna, jest w stanie sporo zyskać dzięki takim analizom.

Geotrapping® to również lokalne Badania Ruchu Turystycznego zakrojone na dużo szerszą skalę. Dzięki wykorzystaniu

pasywnych i deklaracyjnych metod badania ruchu turystycznego, które dają jego pełny obraz, oraz dodając do tego geolokalizację i poznawanie opinii, mamy kompletną strategię badawczą.

Dotarcie do użytkowników każdej aplikacji mobilnej pozwala na realizację badania ciągłego. Wyniki analiz z używalności aplikacji tematycznych pozwalają zbadać i wykorzystać potencjał zebranych informacji do komunikacji marketingowej. Analiza zachowania konsumenta w świecie wirtualnym i rzeczywistym pozwala zaplanować konkretne działania marketingowe, a raport z Badania Aplikacji może być podstawą opłacalnych działań promocyjnych dla produktu czy całej marki.

Jednym z kluczowych i ważnych elementów wykorzystania tej technologii jest możliwość przeprowadzenia Badania Klientów, na przykład centrów handlowych czy retail parków. Badanie zachowania użytkowników urządzeń mobilnych w kontekście odwiedzania badanych lokalizacji oraz potencjału ludnościowego w strefach zasięgu placówek. W ten sposób dowiemy się dokładnie kim są klienci danego odwiedzanego miejsca, jaki jest ich profil oraz co najczęściej kupują. Analizy pasywne użytkowników urządzeń mobilnych stanowią nową jakość w badaniach odwiedzania placówek handlowych oraz dowolnych innych lokalizacji.

Związane jest to między innymi z wielkością analizowanych prób oraz możliwością prowadzenia stałego monitoringu zmian w zachowaniach odwiedzających i ich obserwacji w czasie. Istnieje możliwość porównania wyników z benchmarkiem ogólnopolskim, a dodając pełne profilowanie odwiedzających (np. ze względu na płeć i wiek) oraz z analizą miejsca zamieszkania, finalnie spotykamy się z pomiarem potencjału ludnościowego na obszarze badanych stref zasięgu. Celem badania w tym przypadku może być analiza zachowania użytkowników urządzeń mobilnych w kontekście odwiedzania badanych lokalizacji oraz potencjału ludnościowego w strefach zasięgu

placówek. Dzięki użytej technologii możemy skorzystać z następujących modułów badawczych, jak analiza stref zasięgu badanej placówki oraz bezpośredniej konkurencji, określenie potencjału ludnościowego i jego charakterystyki na obszarze strefy zasięgu, współodwiedzenie oraz lojalność wobec marki czy częstotliwość wizyt i czas pobytu w badanych lokalizacjach handlowych.

Możliwości i zastosowania rozwiązań Big Data są dziś bardzo szerokie. Sam opisany proces zbierania danych mobilnych przy zestawieniu w czasie i miejscu, dzięki geolokalizacji urządzeń mobilnych, pozwala na uzyskanie unikalnej wiedzy na temat zwyczajów i potrzeb konsumenckich. Dzięki tym unikatowym możliwościom, realizacja badania konsumenckiego trwa zdecydowanie szybciej i zawiera więcej informacji niż znane tradycyjne modele badań. Badanie strefy zasięgu (*catchment area*) lub indeksu zmiany liczby użytkowników urządzeń mobilnych odwiedzających badane lokalizacje (Footfall) nigdy nie było tak dostępne. Dokładność danych odwierciedla bardzo szeroka liczba biorących udział w badaniu, a próba respondentów wynika bezpośrednio z liczby osób przebywających na danym obszarze w konkretnym czasie.

Dodatkowego znaczenia nabiera fakt zadresowania do wybranej i zdefiniowanej grupy odbiorców ankiety, która w formie „display” lub „push” zostanie wyświetlona na urządzeniach mobilnych wybranej konkretnej grupie respondentów. Dobór próby odbywa się na zasadzie wyselekcjonowania profili demograficznych i behawioralnych. Tak przygotowane badanie ma większą skuteczność dotarcia do grupy docelowej. Metoda badania wykorzystująca opisane wyżej zależności zyskuje dziś szerokie uznanie i jest bardzo popularną formą łączenia potrzeb badawczych w ramach jednej usługi.

Więcej: www.selectiv.com





Ekspansja JM na Słowacji to klucz do sukcesu w CEE

BIEDRONKA TO POPULARNA SIĘĆ SKLEPÓW W POLSCE, NALEŻĄCA DO MIĘDZYNARODOWEGO DETALISTY JERÓNIMO MARTINS, KTÓRY POSIADA SKLEPY W PORTUGALII I KOLUMBII. 19 SIERPNIĄ BIEŻĄCEGO ROKU UKAZAŁY SIĘ INFORMACJE O TYM, ŻE JERÓNIMO MARTINS ROZPOCZĄŁ EKSPANSJĘ W SŁOWACJI, REJESTRUJĄC SPÓŁKĘ „JERÓNIMO MARTINS SLOVENSKO”. SŁOWACJA STAŁA SIĘ KOLEJNYM KRAJEM W STRATEGII ROZWOJU TEJ FIRMY. JAKIE KORZYŚCI PRZYNIESIE TO SPÓŁCE I SŁOWACKIM KONSUMENTOM – O TYM W DALSZEJ CZĘŚCI ARTYKUŁU.



Marzena Bywalec

Właścicielka firmy AREAS Consulting. Posiada wieloletnie doświadczenie w rozwoju międzynarodowych firm w Polsce jako menedżer w zakresie ekspansji, wynajmu i zarządzania majątkiem nieruchomości komercyjnych w firmach: Auchan Retail, Jerónimo Martins i Plus Discount z grupy Tengelmann. Ukończyła studia Executive MBA, podyplomowe z zakresu: wyceny, zarządzania i obrotu nieruchomościami oraz kurs Instytutu CCIM – CI 101.



Historia Jerónimo Martins w Portugalii

Początek działalności firmy Jerónimo Martins datuje się na 1792 rok. W Lizbońskiej dzielnicy Chiado otwarto wówczas pierwszy sklep pod tą marką. Założyciel przedsiębiorstwa, Galisyjczyk Jerónimo Martins, zyskał uznanie królewskie, a po wojnach napoleońskich organizacja zdobyła przywilej dostarczania towarów dla dworu królewskiego. W kolejnych latach rodzina Martinsa prowadziła działalność, a syn założyciela – Domingos, korzystając z królewskich koneksji, umacniał pozycję marki.

W 1920 roku Jerónimo Martins nabyła rodzina Dos Santos, co przyczyniło się do dynamicznego rozwoju przedsiębiorstwa, które stało się istotnym graczem na portugalskim rynku. Kontynuowano ewolucję, dostosowując się do zmieniającego się rynku. Inwestycje w nieruchomości i nabycie oraz zarządzanie lokalami dla przyszłych placówek były częścią strategii w połowie XX wieku.



W latach 80. XX wieku firma wprowadziła na rynek sieć sklepów Pingo Doce i nabyła większościowe udziały w hurtowniach Recheio. Te strategiczne decyzje przyspieszyły jej ekspansję na terenie kraju i umocniły pozycję w sektorze detalicznym w Portugalii.

Obydwie marki szybko stały się dla konsumentów synonimami jakości i zaufania. Dzisiaj, będąc jednym z czołowych graczy w branży detalicznej w Portugalii,

organizacja jest świadectwem tego, jak tradycja, rodzinne wartości oraz innowacyjność mogą współistnieć i kreować historię sukcesu trwającą już ponad dwa wieki.

W dalszej części artykułu przyjrzymy się bliżej strategii ekspansji zagranicznej tej firmy.

Zagraniczne przedsięwzięcia Jerónimo Martins

Rozwój Jerónimo Martins w latach 90. XX wieku koncentrował się głównie na rynkach wschodzących o dużym potencjale wzrostu. Poniżej przedstawiamy, jak firma rozwijała swoją obecność na świecie w tamtym okresie.

Pierwsze kroki na arenie międzynarodowej: sukcesy i porażki Jerónimo Martins

W końcówce lat 90. firma nawiązała współpracę z brytyjskim partnerem Booker. Owocem tego było przedsięwzięcie o nazwie „Jerónimo Martins-Booker”, które działało przez kilka lat, skupiając się głównie na rynkach Polski, Wielkiej Brytanii i Brazylii.

W Polsce za pośrednictwem lokalnego partnera – poznański Elektromis należący do Mariusza Świtalskiego – zakupiono 27 hurtowni Eurocash oraz sieć sklepów Biedronka liczącą 243 placówki. W latach 1995–2000 firma JMB Holding prowadziła działalność w trzech formatach handlowych: hipermarkety Jumbo, hurtownie Eurocash oraz sieć dyskontowa Biedronka.

W Wielkiej Brytanii organizacja nabyła sieć sklepów spożywczych Lo-Cost. Z uwagi



Tabela 1. Porównanie strategii ekspansji – Polska 1997 vs Kolumbia 2011. Źródło: Opracowanie własne.

Kryterium	Polska (1997)	Kolumbia (2011)
Liczba sklepów na start	243 (Biedronka)	0 (otwarcie sieci ARA w 2013)
Inwestycje początkowe	Zakup istniejącej sieci Biedronka	Rozpoczęcie działalności od zera, budowa sieci sklepów ARA
Lokalna adaptacja	Silna adaptacja do potrzeb polskiego konsumenta	Stworzenie sieci sklepów osiedlowych ARA dostosowanych do potrzeb kolumbijskiego konsumenta
Współpraca z dostawcami	Lokalni oraz międzynarodowi dostawcy	Współpraca z ponad 500 lokalnymi dostawcami w Kolumbii

na silną konkurencję i wyzwania operacyjne firma zdecydowała się wycofać z tamtejszego rynku. Podobna sytuacja miała miejsce w Brazylii, gdzie portugalska grupa kapitałowa nabyła sieć sklepów Pão de Açúcar. Napotkane trudności w ekspansji na tamtejszym rynku skłoniły firmę do rezygnacji z dalszych działań.

W kontekście tych międzynarodowych działań sukces ekspansji w Polsce wyróżnia się na tle innych prób zagranicznych inwestycji Jerónimo Martins. Biedronka dzięki umiejętnemu dostosowywaniu się do lokalnych potrzeb i strategicznemu podejściu stała się niekwestionowanym liderem polskiego rynku detalicznego.

Wielu menedżerów, którzy tworzyli pierwszą kadrę Biedronki w Polsce, w późniejszym czasie przyczyniło się do powstania i rozwoju znanych polskich oraz zagranicznych sieci detalicznych.

Rynkowy podbój Kolumbii: od zera do 1000 sklepów w 11 lat

Po doświadczeniach ekspansji z lat 90. Jerónimo Martins skutecznie dostosował strategię do rynków wschodzących. Kolumbia stała się przykładem tego, w jaki sposób przemyślane podejście i wcześniejsze nauki prowadzą do sukcesu. Starannie przeanalizowano rynek, zidentyfikowano potrzeby konsumentów i dostosowano się do lokalnych warunków. Efektem tych działań była sieć 1000 sklepów, którą firma otworzyła w zaledwie

11 lat. To imponujące tempo świadczy o skutecznej adaptacji. Z inwestycją wynoszącą 900 mln EUR Jerónimo Martins znalazł się w gronie 20 czołowych firm Kolumbii pod względem sprzedaży i zatrudnienia. Sukces grupy był rezultatem dobrze przygotowanej strategii oraz umiejętnego dostosowania się do specyfiki lokalnego rynku. Osiągnięcia w Kolumbii stały się inspiracją do dalszej ekspansji.

Słowacja 2023 – kolejny krok Jerónimo Martins

16 sierpnia bieżącego roku w Słowacji dokonano rejestracji spółki o nazwie „Jerónimo Martins Slovensko”. Poniżej prezentujemy fragment dokumentu rejestracyjnego. W skład zarządu weszli Luis Filipe Aguiar Gomes de Araujo oraz Maciej Łukowski – obaj będący członkami zarządu polskiego oddziału Jerónimo Martins. Łukowski mający 20-letnie doświadczenie w strukturach firmy objął stanowisko dyrektora generalnego w Słowacji.

Oficjalna nazwa sieci sklepów nie została jeszcze ujawniona – spółka zarejestrowała w Słowacji kilka swoich znanych marek własnych, w tym: Herbarium, Bondi, Elios, Miami, Allegro, Diplomat i Marletto.

W ramach działań operacyjnych i przygotowując się do ekspansji na rynku słowackim, Jerónimo Martins zgłosił rejestrację znaku „SK Speciality”. Firma dokonała rejestracji domeny Biedronka.sk. Jej nazwa nawiązuje do dobrze znanego w Polsce brandu

i może świadczyć o kontynuacji Biedronki na rynku słowackim. Warto podkreślić, że Jerónimo Martins nie jest jedynym podmiotem dążącym do ekspansji na tym rynku. Działania firmy obserwowane są przez innych konkurentów branży.

Konkurencja na słowackim rynku detalicznym

Rynek detaliczny Słowacji charakteryzuje obecność kilku kluczowych graczy. Największą popularnością cieszą się:

- Tesco – brytyjska sieć supermarketów obecna od wielu lat w Słowacji, gdzie zdobyła istotną pozycję. Firma zmagają się „z wyzwaniami wynikającymi z konkurencji oraz ewolucją preferencji konsumentów”.
- Lidl – niemiecka sieć dyskontowa ceniona za oferowanie produktów wysokiej jakości w atrakcyjnych cenach.
- Kaufland – podmiot działający na bazie modelu hipermarketu. Zdobył uznanie wśród Słowaków. Należy dodać, że sieć sklepów Kaufland i Lidl to ta sama grupa kapitałowa Schwarz.

Na rynku działają ponadto inni lokalni gracze.

Wiele wskazuje na to, że dzięki konkurencyjnym cenom oraz unikalnemu asortymentowi firma może przyciągnąć szerokie grono konsumentów. Podkreślano, że Tesco może obawiać się wejścia Biedronki – jest to nawiązanie do sytuacji z Polski, gdzie Biedronka stała się

liderem rynku, a pozycja Tesco osłabła. Trudno jest jednoznacznie przewidzieć długofalowe konsekwencje tego kroku. Postrzeganie Biedronki jako potencjalnego game changera podkreśla siłę i prestiż marki w regionie.

Formaty soft dyskont i hard dyskont w strategii Jerónimo Martins

Rynek detaliczny, niezależnie od lokalizacji, oferuje różnorodne formaty sklepów, dostosowane do potrzeb konsumentów i warunków rynkowych. Wśród tych formatów dwa wyróżniają się szczególnie: soft dyskont i hard dyskont.

Format soft dyskont łączy w sobie cechy tradycyjnych dyskontów z super- i hipermarketami. Klienci mają do dyspozycji szerszy wybór produktów, w tym produkty markowe, jak pod własną marką sieci. Wnętrza takich sklepów są bardziej przyjazne, z wyraźnym oznakowaniem oraz estetyczną prezentacją produktów. Z perspektywy Jerónimo Martins format soft dyskont mógłby być kluczowym elementem ich strategii w Słowacji, łącząc doświadczenie międzynarodowe z oczekiwaniami lokalnych konsumentów.

Charakterystyczne dla formatu hard dyskont jest ograniczenie asortymentu oraz prostota wystroju wnętrza sklepu. Produkty ułożone są w oryginalnych opakowaniach, co redukuje koszty związane z pracą pracowników. Kluczem jest tu oferowanie konkurencyjnych cen, co sprawia,

że format ten jest szczególnie atrakcyjny dla konsumentów szukających okazji cenowych. Został on skutecznie wdrożony przez Jerónimo Martins w Kolumbii, gdzie dostosowano ofertę do specyfiki tamtejszego rynku.

Doświadczenie Jerónimo Martins w różnych krajach

Jerónimo Martins zdobył bogate doświadczenie w różnych formatach sklepów, działając na wielu rynkach. W Polsce pod marką Biedronka firma operuje głównie w formacie soft dyskontu. Z kolei w Kolumbii pod szyldem Ara skupia się na formacie hard dyskont.

W Portugalii, gdzie do firmy należą sklepy Pingo Doce i Recheio, skutecznie dostosowano model biznesowy do potrzeb bardziej zamożnej klienteli. To podkreśla jej zdolność do elastycznego dostosowywania strategii.

Słowacja, będąc rozwiniętym rynkiem z atrakcyjnymi warunkami gospodarczymi, stanowi kolejne pole do ekspansji firmy. Wskaźniki ekonomiczne, m.in. średnie wynagrodzenie na poziomie 1266 EUR czy poziom bezrobocia na poziomie 5,9%, zachęcają do inwestycji w tym kraju. Słowacja jawi się jako stabilne środowisko biznesowe. Jedyne inflacja na poziomie 11,3% wymaga szczególnej uwagi i monitoringu (wszystkie te kluczowe wskaźniki można zweryfikować na oficjalnej stronie rządu, w zakładce Informator Ekonomiczny – Słowacja).

Analiza strategii ekspansji

Poniższa tabela przedstawia kluczowe wskaźniki ekonomiczne dla krajów, w których Jerónimo Martins rozpoczęło swoją działalność: Portugalii, Polski, Kolumbii oraz Słowacji. Dane w tabeli pochodzą ze stron urzędów statystycznych omawianych krajów.

Analizując tabelę 2 ze wskaźnikami ekonomicznymi krajów, w których następował rozwój Jerónimo Martins, dostrzegamy pewną strategię działania firmy. Słowacja wyróżnia się stabilnością ekonomiczną z PKB per capita na poziomie 20 tys. USD i wskaźnikiem bezrobocia 5,9%. Jej gęstość zaludnienia jest zbliżona do Polski z 1995 roku, co sugeruje, że dostępność klienta jest podobna. Poziom inflacji jest znacznie niższy od notowanego w Polsce, a średnie wynagrodzenie o wiele wyższe od polskiego. Konkurencja zawsze istniała i nie jest niczym niezwykłym. Te oraz inne czynniki wskazują na bardzo dogodne warunki do ekspansji.

Wcześniejsze ruchy Jerónimo Martins pokazują, że Słowacja może się okazać jednym z łatwiejszych rynków. Jej stabilność ekonomiczna w połączeniu z geograficzną bliskością Polski, gdzie firma ma już silne podstawy, jest obiecująca. Często historia uczy nas, że teoretyczne potencjały nie zawsze odzwierciedlają rzeczywistość. Ekspansja Jerónimo Martins w Słowacji jest strategicznie uzasadniona oraz oparta na solidnych danych. Analizując doświadczenia firmy, można założyć, że będzie ona umiejętnie wykorzystywała swoją wiedzę i odniesie kolejny sukces na nowym rynku.

Tabela 2. Porównanie rynków działania Jerónimo Martins według daty ekspansji. Źródło: Opracowanie własne.

Kryterium	Portugalia (1980)	Polska (1995)	Kolumbia (2011)	Słowacja (2023)
Liczba mieszkańców	9 785 251	38 594 998	44 553 000	5 462 617
Gęstość zaludnienia	106,10 os./km ²	123,47 os./km ²	39 os./km ²	111 os./km ²
Średnie wynagrodzenie	350 euro	702,62 PLN	208,60 euro	1266 euro
Wskaźnik bezrobocia	7,5%	14,9%	10,8%	5,9%
PKB per capita	ok. 7 000 USD	2 170,60 USD	7 392,45 USD	20 000 USD
Poziom inflacji	16,1%	27,8 %	10,8%	11,3%

Przeгляд firm consultingowych i doradczych 2023



Axi Immo Group Sp. z o.o.
Spektrum Tower, ul. Twarda 18
00-105 Warszawa
 tel. + 48 22 111 00 01
 office@axiimmo.com
 www.axiimmo.com

TOPOWE KONTRAKTY:

AXI IMMO współpracuje z kluczowymi deweloperami i inwestorami, m.in. z Panattoni, Prologis, P3, Segro, 7R, NREP, MLP, Hillwood, Logicor, HB Reavis, Echo Investment, Capital Park, Hines, Europa Capital, Immofinanz, BentallGreenOak, Garbe, Generali Real Estate, Reico i wielu innych.

EKSPERT:

Renata Osiecka
 Managing Partner
 tel. +48 601 295 533
 renata.osiecka@axiimmo.com



Grzegorz Chmielak

Head of Capital Markets & Valuation
 tel. +48 603 610 279
 grzegorz.chmielak@axiimmo.com



OBSZAR DZIAŁANIA:

Cała Polska



O FIRMIE:

Zespół AXI IMMO tworzą m.in. specjaliści z branży budowlanej, logistycznej, bankowej, inwestycyjnej oraz brokerzy, zarządcy i rzeczoznawcy majątkowi legitymujący się wieloletnim doświadczeniem i strategicznym podejściem do portfela nieruchomości komercyjnych. Jesteśmy członkiem międzynarodowych organizacji SIOR, RICS, Gerald Eve, Carter Jonas i IRELS zrzeszających najlepszych specjalistów w branży nieruchomości komercyjnych. Nasze biura znajdują się w Warszawie, Katowicach, Łodzi, Gdańsku, Wrocławiu i Krakowie.

SPECJALIZACJA:

W AXI IMMO działamy w kluczowych segmentach rynku nieruchomości, w tym: magazynowym, biurowym, gruntów inwestycyjnych, PRS i domów studenckich.



Baker Tilly TPA
ul. Młyńska 12, 61-730 Poznań
 tel. +48 61 630 05 00
ul. Przykopowa 33, 01-208 Warszawa
 tel. +48 22 647 97 00
 office@bakertilly-tpa.pl
 www.bakertilly-tpa.pl

SPECJALIZACJA:

- Audyt i doradztwo gospodarcze, doradztwo biznesowe i transakcyjne
- Doradztwo podatkowe, outsourcing księgowości i plac, real estate advisory pod marką TPA Poland
- Doradztwo prawne – Baker Tilly Legal Poland

EKSPERCI:

Krzysztof Horodko
 Partner zarządzający, biegły rewident
 krzysztof.horodko@bakertilly-tpa.pl

**Krzysztof Dziekoński**

Partner, biegły rewident, ACCA
 krzysztof.dziekonski@bakertilly-tpa.pl

**Anita Bis**

Partner, biegły rewident
 anita.bis@bakertilly-tpa.pl

**Maciej Krokosiński**

Partner, ACA
 maciej.krokosinski@bakertilly-tpa.pl

**O FIRMIE:**

Świadczymy kompleksowe usługi audytorskie oraz doradztwa biznesowego. Jesteśmy członkiem grupy doradczej TPA i globalnej sieci Baker Tilly International, co pozwala nam na działania o zasięgu globalnym oraz gwarantuje najwyższe i ujednolicone standardy pracy.

**BNP PARIBAS REAL ESTATE**

BNP Paribas Real Estate Poland Sp. z o.o.
ul. Grzybowska 78
00-844 Warszawa
 tel.: +48 22 653 44 00
 office.warsaw@realestate.bnpparibas
 https://www.realestate.bnpparibas.pl/pl

OBSZAR DZIAŁANIA:

Cała Polska

NASZ EKSPERT:

Erik Drukker
 Chief Executive Officer
 erik.drukker@realestate.bnpparibas

**O FIRMIE:**

BNP Paribas Real Estate to wiodąca, międzynarodowa firma doradczą, świadcząca kompleksowe usługi obejmujące cały cykl życia nieruchomości. Codziennie około 4500 profesjonalistów BNP Paribas Real Estate w zlokalizowanych na terenie 30 krajów biurach pomaga klientom w podejmowaniu najtrafniejszych decyzji biznesowych.

SPECJALIZACJA:

BNP Paribas Real Estate Poland zapewni profesjonalną obsługę całego cyklu życia nieruchomości. Świadczy usługi w zakresie transakcji sprzedaży/kupna, wynajmu powierzchni, doradztwa projektowego, ESG, zarządzania nieruchomościami, strategii środowiska pracy, wycen oraz badań i analiz rynkowych.

TOPOWE KONTRAKTY:

Castorama, Leadcrest Capital Partners, La Salle, Panattoni, P3, DSV, MBB, PEKAES, Macquire, Pradera, Nestle Cereal Partners, DWS, Savills IM, KGAL, Ghelamco, CPI, White Star Real Estate, BEVO, Solida Capital, MW Logistic, PAREF Gestion



Colliers Poland Sp. z o.o.
pl. Piłsudskiego 3
00-078 Warszawa
 Tel. +48 22 331 78 00
 e-mail: poland@colliers.com
 colliers.com

OBSZAR DZIAŁANIA:

Colliers świadczy usługi doradcze na terenie całej Polski.

EKSPERT:

Monika Rajska-Wolińska
 Partner Zarządzający
 Tel. +48 22 331 78 00

**SPECJALIZACJA:**

Doradztwo w procesie wynajmu i sprzedaży nieruchomości, globalne rozwiązania korporacyjne, obsługa transakcji inwestycyjnych i rynków kapitałowych, finansowanie dłużne i inne, doradztwo w sektorze *living*, doradztwo budowlane i certyfikacja ekologiczna, usługi w zakresie workplace advisory, nowych technologii, strategii flex, projektowania i generalnego wykonawstwa, zarządzanie nieruchomościami i majątkiem spółek, wycena nieruchomości, badania rynku, doradztwo energetyczne, strategiczne i ESG.

O FIRMIE:

Colliers jest globalną firmą doradczą oferującą najwyższej jakości usługi na rynku nieruchomości komercyjnych. W Polsce działa od 1997 roku i posiada biura w Warszawie, Krakowie, Wrocławiu, Poznaniu, Gdańsku, Katowicach i Łodzi, w których łącznie zatrudnia blisko 500 specjalistów.

TOPOWE KONTRAKTY:

Colliers współpracuje m.in. z: 7R, Adventum, Atrium, Capital Park, Credit Suisse (UBS Group), DWS, Echo Investment, ElectroLux, FedEx, Gemini Holding, Generali, GLP, ImmoFinanz, Invesco RE, Investika, Kajima, KGAL, mBank, Medcover, Nokia, Orlen, Panattoni, Pepsico, PIMCO, Prologis, Resi Capital, Roche, Santander, Segro, Skanska, Union Investment, White Stone, Blackstone, Griffin, BaseCamp, NREG.



Corees Polska
ul. Przekok 2
00-032 Warszawa
 tel.: +48 572 702 750
 office@corees.pl
 www.corees.pl

TOPOWE KONTRAKTY:

Corees współpracuje z wiodącymi polskimi i międzynarodowymi firmami: ABB, Hitachi Energy, AON, Antal, Altkom Akademia, Scanmed, Nest Bank, Axiome, Intrum, Real Logistics, IPS, Impel, TFG Management, Budizol, AEW Invest, Fprop Group, Cavatina, Assecco i Ghelamco.

EKSPERT:

Marek Ciunowicz, SIOR
 CEO
 marek.ciunowicz@corees.pl
 tel.: +48 504 064 248

**SPECJALIZACJA:**

Corees Polska to niezależna firma doradczą, oferująca szeroki zakres usług brokerskich dla najemców oraz właścicieli nieruchomości komercyjnych, wsparcie w zakresie najmu powierzchni biurowych (w tym dedykowanych rozwiązań flex), magazynowych, handlowych, wycen oraz doradztwa inwestycyjnego. Elastyczność współpracy, dyspozycyjność oraz partnerstwo relacji stoi u podstaw wszystkich działań agencji – zarówno wielopoziomowych, jak i mniejszych

projektów, związanych z renegotiacjami umów najmu czy poszukiwaniami nowych lokalizacji.

O FIRMIE:

Corees Polska to butikowa agencja specjalizująca się w obsłudze rynku nieruchomości komercyjnych. Zespół firmy tworzą eksperci z wieloletnim doświadczeniem w branży nieruchomości komercyjnych w Polsce, specjalizujący się w dziedzinie najmu, wycen, renegotiacji i doradztwa inwestycyjnego. Wszystkie prowadzone projekty realizowane są z dbałością o komfort współpracy i w oparciu o międzynarodowe standardy. W zakresie swojej działalności Corees reprezentuje najemców powierzchni biurowych, magazynowych i handlowych, a także właścicieli nieruchomości – zarówno deweloperów, jak i inwestorów. Corees jako jedyna agencja nieruchomości komercyjnych w Polsce należy do sieci CORFAC International.


**Cushman & Wakefield
(The Warsaw Hub)**
Rondo Daszyńskiego 2B,
00-843 Warszawa

tel.: +48 22 820 20 20

info.poland@eur.cushwake.com

www.cushmanwakefield.com

OBSZAR DZIAŁANIA W POLSCE:

Cała Polska.

EKSPERT:
Krzysztof Misiak

Head of Poland

tel.: +48 22 820 20 20

krzysztof.misiak@cushwake.com


O FIRMIE:

Cushman & Wakefield (NYSE: CWK) jest wiodącą na świecie firmą świadczącą usługi na rzecz właścicieli i najemców nieruchomości komercyjnych. Do najważniejszych usług świadczonych przez firmę należą m.in. zarządzanie nieruchomościami, obiektami i projektami, pośrednictwo w wynajmie powierzchni, obsługa transakcji na rynkach kapitałowych oraz wyceny. Za swoją kulturę i działania na rzecz różnorodności, równego traktowania i inkluzywności, a także ESG oraz inne inicjatywy, Cushman & Wakefield otrzymuje wiele wyróżnień i nagród w konkursach branżowych czy biznesowych.

TOPOWE KONTRAKTY:

Portfel Deka, NREP, Park Handlowy Matarnia, Portfel DWS, Portfel Logisor, Portfel AEW, Portfel CBRE IM, The Warsaw HUB, Portfel Zeitgeist, Rondo I, Proximo I&I, Neopark, Nowogrodzka Square, Złote Tarasy, Ster, Portfel HIH Real Estate, Portfel VIG.

NEWMARK

POLSKA
NEWMARK POLSKA Sp. z o.o.
ul. Marszałkowska 126/134
00-008 Warszawa

tel. +48 22 470 70 70

newmark.polska@nmrk-global.com

www.nmrk.pl

SPECJALIZACJA:

Kompleksowe usługi agencyjne w zakresie reprezentacji najemców pozbawione ryzyka konfliktu interesów, jak również obsługa transakcji na rynkach kapitałowych, badań rynku i doradztwa, wycen nieruchomości, projektowania i zarządzania projektami oraz workplace strategy.

NASZ EKSPERT:
Piotr Kaszyński

Partner Zarządzający

kom.: +48 601 212 047

tel.: +48 22 470 70 70

piotr.kaszyński@nmrk-global.com


TOPOWE KONTRAKTY:

- Reprezentowanie firmy REGESTA S.A. w procesie ekspansji w Polsce (ponad 92 000 mkw.);
- Reprezentowanie Langowski Logistics w procesie ekspansji w Polsce (ponad 35 000 mkw.) oraz w wynajęciu siedziby głównej w Gdyni (1330 mkw.);
- Reprezentowanie NRF w wynajęciu 32 000 mkw. w Trójmieście;
- Reprezentowanie firmy Habasit w konsolidacji obiektów produkcyjnych na Górnym Śląsku (15 000 mkw.);
- Reprezentowanie C. Hartwig Gdynia w procesie ekspansji w Trójmieście (16 100 mkw.);
- Reprezentowanie najemcy z sektora IT w wynajęciu biura w Warszawie (15 000 mkw.);
- Reprezentowanie Europapier Polska w wynajęciu 14 000 mkw. w Błoniu.

O FIRMIE:

Newmark Polska jest Globalnym Partnerem Newmark, członkiem Globalnej Sieci Newmark. Należy do grupy wiodących firm doradczych na rynku nieruchomości komercyjnych w Polsce. Zespół Newmark Polska korzysta z globalnej platformy Newmark (Nasdaq: NMRK), która posiada biura na całym świecie i oferuje pełną gamę usług na każdym etapie cyklu życia nieruchomości.

TPA Poland
ul. Młyńska 12, 61-730 Poznań

tel. + 48 61 630 05 00

ul. Przyokopowa 33, 01-208 Warszawa

tel. + 48 22 647 97 00

Al. Roździeńskiego 188H, 40-203 Katowice

tel. +48 32 732 00 00

office@tpa-group.pl

www.tpa-group.pl


EKSPERCI:
Wojciech Sztuba

Partner zarządzający

 Doradca podatkowy
wojciech.sztuba@tpa-group.pl

Krzysztof Kaczmarek

Partner zarządzający

 Doradca podatkowy
krzysztof.kaczmarek@tpa-group.pl

Patrycja Jefimiuk

Senior Manager

 Doradca podatkowy
patrycja-jefimiuk@tpa-group.pl

Monika Stachurska-Waga

Senior Manager

 Doradca podatkowy
monika.stachurska-waga@tpa-group.pl

O FIRMIE:

TPA to wiodąca międzynarodowa grupa konsultingowa oferująca kompleksowe usługi doradztwa biznesowego w 12 państwach Europy CSE. Jako członek Baker Tilly International łączymy zalety zintegrowanej, interdyscyplinarnej usługi „one-stop-shop” z lokalną ekspertyzą i zasięgiem międzynarodowej grupy doradczej.

SPECJALIZACJA:

- Doradztwo podatkowe, outsourcing księgowości i płac, real estate advisory
- Audyt i doradztwo biznesowe pod marką Baker Tilly TPA
- Doradztwo prawne – Baker Tilly Legal Poland

NASZE TRANSAKcje:

- Biurowiec Celebro (Eika Asset Management)
- 5 biurowców Kopernik (FLE)
- Maraton (Uniqą)
- Tensor Office Park (Investika)
- Centrum badawczo-rozwojowe BWI Group (REICO)



NASTOLATKI NA ZAKRĘCIE

Jak stworzyć więź opartą na wzajemnym zaufaniu?

Jak zadbać o otwartą komunikację z nastolatkiem?

Jak wspierać poczucie sprawstwa w młodych ludziach?



Ogólnopolska
akcja społeczna

zdrowie
w głowie



Dostęp do zamkniętej grupy na FB dla rodziców nastolatków i psychologów przy zakupie poradnika!



Przykłady rozmów



Ćwiczenia praktyczne



Schematy postępowania

Poradnik tworzą m.in.:

prof. UAM, dr hab. Katarzyna Waszyńska,
dr Karolina Appelt, dr Agata Majewska,
prof. UAM, dr hab. Ewa Karmolińska-Jagodzińska,
dr Maria Banaszak

Więcej na: nazakrecie.pl

CBRE GWS

FACILITY MANAGEMENT
GENERAL CONTRACTING
PROJECT MANAGEMENT
DESIGN STUDIO
TECHNICAL & ESG

