

NAJLEPSZE PRODUKTY DLA BIZNESU



ONEYRATY – ELASTYCZNE FINANSOWANIE, KTÓRE ZMIENIA POLSKI HANDEL

Rosnące koszty operacyjne, presja marż i konieczność cyfryzacji – to kluczowe wyzwania polskiego retailu w 2025 roku.

Według raportu State of Retail 2025 aż 82,4 proc. decydentów wskazuje na rosnące koszty jako największy problem branży, a ponad 73 proc. ocenia sytuację jako „słabą lub przeciętną”. W tym środowisku sprzedawcy szukają narzędzi, które zwiększą konwersję i poprawią doświadczenie klienta. Jednym z nich jest OneyRaty – innowacyjne rozwiązanie stworzone przez Smartney Grupa Oney, odpowiadające na trend prostych, kontekstowych płatności ratalnych.

Rynek w liczbach: cyfryzacja i nowe oczekiwania konsumentów

Polski handel w 2025 r. mierzy się z wyzwaniami, lecz konsumenci oczekują wygody i natychmiastowych rozwiązań. W Polsce mamy 34,5 mln internautów (penetracja 89,8 proc.), zaś e-commerce rośnie w tempie 10-15 proc. rocznie – prognoza ECDB wskazuje na dwucyfrowy wzrost w latach 2024–2025. Udział sprzedaży online w handlu detalicznym sięga 9 proc. (dane GUS, wrzesień 2025).

Najpopularniejszą metodą płatności online pozostaje BLIK, odpowiadający za prawie połowę transakcji w e-commerce. Jednocześnie rośnie znaczenie finansowania kontekstowego – rynek BNPL w Polsce ma osiągnąć wartość 1,74 mld USD w 2025 r., przy wzroście o 14,1 proc. rok do roku. To odpowiedź na wysoki wskaźnik porzuconych koszyków – średnio 70,2 proc. według Baymard Institute.

OneyRaty – innowacja w praktyce

OneyRaty to pierwsze w Polsce samoobsługowe rozwiązanie ratalne 100 proc. online, dostępne zarówno w sklepach stacjonarnych, jak i w e-commerce. Klient w kilka minut samodzielnie składa wniosek w aplikacji i finalizuje zakup bez papierów i kolejek. Z rozwiązania korzystają m.in. Leroy Merlin, Media Markt, Decathlon, Auchan, Komputronik. Efekty? Wyższa wartość koszyka, większa sprzedaż, mniej porzuceń i większa lojalność.

– „Stworzyliśmy całkowicie unikalne rozwiązanie fintech dla handlu. W świecie, gdzie liczy się szybkość i wygoda, OneyRaty staje się katalizatorem zysków tak sprzedawców, jak i konsumentów” – podkreśla **Katarzyna Sochacka, Chief Partnership Officer w Smartney Grupa Oney.**



Korzyści dla biznesu

– więcej niż finansowanie

OneyRaty to nie tylko kredyt, to narzędzie zwiększające sprzedaż i poprawiające doświadczenie klienta. Dzięki innowacyjnej ocenie kredytowej działa jako główne lub komplementarne rozwiązanie ratalne, a także „ratownik” dla klientów odrzuconych w tradycyjnej ścieżce, dając im drugą szansę na zakup. W sklepach stacjonarnych wyróżnia się prostotą – wniosek przez telefon eliminuje kolejki, zaangażowanie pracowników,

a płatność kodem jest szybka i wygodna. W e-commerce intuicyjny proces w aplikacji usuwa bariery, a model działający tak samo w obu kanałach wzmacnia lojalność. Retailerzy zyskują większą sprzedaż i nowoczesny wizerunek wpisujący się w trend cyfryzacji.

Przyszłość płatności

Nowe regulacje UE (PSD3/PSR) podnoszą bezpieczeństwo, a AI personalizuje proces finalizacji zakupu. W tym ekosystemie OneyRaty – wraz z innymi rozwiązaniami Smartney – staje się katalizatorem transformacji handlu, łącząc prostotę, szybkość i innowację. To nie tylko narzędzie finansowe, lecz motor zmian w świecie, gdzie wygoda i elastyczność decydują o wyborach konsumentów.

*OneyRaty to nie tylko kredyt,
to narzędzie zwiększające
sprzedaż i poprawiające
doświadczenie klienta.*

Szanowni Państwo

Niniejszy raport przedstawia najlepsze produkty dla biznesu, które w 2025 roku wyznaczają kierunek rozwoju nowoczesnych organizacji. Zestawienie obejmuje rozwiązania wyróżniające się innowacyjnością, efektywnością oraz realnym wpływem na przewagę konkurencyjną firm. W raporcie znalazły się również wypowiedzi ekspertów, którzy dzielą się praktycznymi spostrzeżeniami dotyczącymi zastosowania tych rozwiązań w codziennej działalności biznesowej. Dzięki temu publikacja stanowi rzetelne i inspirujące kompendium dla liderów poszukujących narzędzi wspierających rozwój ich organizacji.

Redakcja



BANK



ZIELONY KREDYT INWESTYCYJNY

Zielony kredyt inwestycyjny to środki, które kredytobiorca może przeznaczyć na zieloną transformację swojej firmy. Środki można wykorzystać na: finansowanie odnawialnych źródeł energii (zakup i montaż instalacji paneli fotowoltaicznych, kolektorów sło-

necznych, pomp ciepła, urządzeń grzewczych, które korzystają z biomasy) na potrzeby własnej prowadzonej działalności; finansowanie maszyn i urządzeń poprawiających efektywność energetyczną; finansowanie pojazdów, maszyn i urządzeń hybrydowych i elektrycznych

czy termomodernizacji nieruchomości. Okres kredytowania wynosi nawet do 15 lat, a bez zabezpieczeń rzeczowych można uzyskać do 200 tys. zł na odnawialne źródła energii. Zielony kredyt wyróżnia się niższą marżą przy podpisywaniu umowy kredytowej.

PŁATNOŚCI



INVOICEAPP

InvoiceApp to autorskie narzędzie do generowania i przysyłania e-faktur zgodnych z Krajowym Systemem e-Faktur. Obsługuje pliki źródłowe w formatach Excel, CSV, TXT, XML i innych, zapewniając automatyczną we-

ryfikację danych oraz konwersję do wymaganego formatu XML. Integracja poprzez API umożliwia pełną automatyzację - od wysyłki faktur do Ministerstwa Finansów po pobieranie dokumentów od kontrahentów. System nie wy-

maga ingerencji w istniejące środowisko IT, gwarantuje bezpieczeństwo danych i zgodność z aktualnymi regulacjami. InvoiceApp wspiera raportowanie, analizę statusów oraz obsługę złożonych struktur organizacyjnych.



ONEYRATY

OneyRaty to innowacyjne rozwiązanie płatnicze wspierające biznes. To aplikacja webowa, która całkowicie zmienia sposób finansowania zakupów w sklepach stacjonarnych i online – wspierając ich atrakcyjność dla klientów i zyski dla nich samych. OneyRaty zwiększa sprzedaż i konwersję dzięki unikalnemu połączeniu oferty bankowej i pozaban-

kowej. Wdrożenie rozwiązania jest szybkie i w pełni online, zarówno w dużych sieciach, jak i małych punktach. Rozwiązanie ułatwia zakupy – klient samodzielnie składa wniosek na oneyraty.pl, akceptuje umowę i płaci w kasie kodem, a wszystko trwa kilka minut i bez angażowania personelu. Narzędzie jest łatwe do wdrożenia w dużych sieciach, jak i małych sklepach

czy punktach usługowych, proces zajmuje kilka minut i jest całkowicie online. Rozwiązanie OneyRaty wspiera biznes m.in. w punktach Decathlon, Auchan, Media Markt, Leroy Merlin, jak i sklepach internetowych takich jak: leroymerlin.pl, Komputronik czy iDREAM. Ocena 4,9 w Google (ponad 3000 opinii) potwierdza wygodę i satysfakcję klientów.

JAK ZADBAĆ O ZDROWIE SWOJEGO ZESPOŁU – NOWA POLISA ŚWIAT ZDROWIA

W 2024 r. średnio jedna osoba w Polsce korzystała ze zwolnienia lekarskiego przez 14,65 dnia – według danych ZUS. To prawie trzy tygodnie bez świadczenia pracy i jednocześnie duże straty dla polskiej gospodarki.

Wśród najczęstszych przyczyn L4 są choroby układu mięśniowo-szkieletowego i tkanki łącznej, choroby układu oddechowego oraz urazy, zatrucia i inne określone skutki działania czynników zewnętrznych. Eksperti zastanawiają się, ile zwolnieniom można by zapobiec dzięki skutecznej profilaktyce i dostosowanej opiece medycznej. Weryfikuje to TU Zdrowie, które proponuje nową odsłonę Polisy Świat Zdrowia.

Wsparcie dla pracodawcy w dbaniu o pracownika

Zdrowie pracowników to dziś jeden z filarów strategii każdej nowoczesnej organizacji. W czasach rosnących oczekiwań wobec pracodawców i dynamicznych zmian na rynku usług medycznych dostęp do szybkiej, kompleksowej opieki zdrowotnej staje się kluczowym elementem budowania lojalności i efektywności zespołu. Firmy coraz częściej traktują benefity zdrowotne nie jako dodatek, ale jako strategiczne narzędzie wspierające employer branding i redukujące koszty absencji – zwłaszcza biorąc pod uwagę dane ZUS dotyczące liczby zwolnień lekarskich. Jednocześnie według badań aż 70 proc. pracowników deklaruje, że dostęp do prywatnej opieki medycznej jest jednym z najważniejszych czynników wpływających na wybór pracodawcy. To pokazuje, jak istotne stało się zdrowie w kulturze organizacyjnej.

W odpowiedzi na te potrzeby TU Zdrowie wprowadza nową odsłonę swojego produktu – Polisa Świat Zdrowia. Nowa oferta ubezpieczenia wyróżnia się proaktywnym podejściem, które nie tylko chroni, ale przede wszystkim promuje profilaktykę i dbałość o zdrowie na co dzień. W ramach oferty można dodać dostosowane do potrzeb pracodawcy akcje profilaktyczne i wspieranie zdrowych nawyków, aby pomagać pracownikom w utrzymaniu dobrej kondycji



przez cały rok. To rozwiązanie, które nie tylko leczy, ale i zapobiega, a dzięki temu pozytywnie wpływa na funkcjonowanie firmy.

Odpowiedź na potrzeby pacjenta i pracownika

Pacjenci poszukują sposobów, które umożliwią im sprawne przejście przez proces diagnozy i leczenia. Rozwiązaniem, które to wspomaga, jest koordynacja leczenia – ubezpieczony zyskuje wsparcie lekarza prowadzącego, który przygotowuje indywidualny plan diagnostyczno-terapeutyczny, nadzoruje badania i kieruje do odpowiednich specjalistów. Dzięki temu proces leczenia jest spójny, a pracownik nie musi samodzielnie organizować kolejnych etapów opieki. To znacząco skraca czas powrotu do zdrowia i minimalizuje ryzyko błędów wynikających z braku koordynacji.

W odpowiedzi na różnorodne potrzeby pacjentów w ramach nowej polisy dostępny jest rozszerzony katalog świadczeń. W ofercie znalazły się m.in. konsultacje profesorskie, badania obrazowe, testy laboratoryjne oraz programy profilaktyczne dopasowane do wieku i stylu życia. Pracownicy będą także mogli zadbać o swoje zdrowie psychiczne – w ramach polisy dostępne są konsultacje psychiatryczne i psychologiczne bez skierowania, a także telekonsultacje, które ułatwiają szybki kontakt ze specjalistą. To odpowiedź na rosnącą liczbę zwolnień lekarskich z tego tytułu oraz na znaczenie dobrostanu psychicznego w środowisku pracy.

*Polisa Świat Zdrowia to
odpowiedź na oczekiwania
pracowników i wyzwania
stojące przed pracodawcami.*

Polisa Świat Zdrowia w praktyce

Poznajmy Jana, lat 50, który odczuwa przewlekłe bóle kręgosłupa związane z wieloma latami pracy w magazynie. Jan już dawno awansował na wyższe stanowisko, ale dolegliwości czasem utrudniają mu funkcjonowanie tak bardzo, że nie jest w stanie pracować. W tradycyjnym modelu musiałby samodzielnie szukać specjalisty, umawiać wizyty i koordynować badania. W Polisie Świat Zdrowia wystarczy jeden kontakt – lekarz prowadzący przygotowuje plan diagnostyczny, kieruje na badania obrazowe i konsultacje ortopedyczne, a w razie potrzeby organizuje rehabilitację. Cały proces jest szybki, spójny i bez zbędnych formalności. Jan oszczędza czas i korzysta z komfortowej opieki, a jego pracodawca cieszy się z mniejszej absencji i szybszego powrotu pracownika do pełnej sprawności. Jan może także skorzystać z refundacji procentowej – to szybki zwrot kosztów usług medycznych, bez autoryzacji czy skomplikowanych cenników. Dzięki temu Jan może swobodnie wybierać spośród placówek i proponowanych terminów zabiegów, a jednocześnie wie, jakie koszty się z tym wiązą.

Wsparcie dla pracodawcy i pracownika

W pracy spędzamy zazwyczaj około 1/3 dnia. To naturalne, że miejsce pracy jest jednocześnie tym, gdzie szukamy podstawowych usług pozwalających nam zadbać o siebie i bliskich. Coraz więcej ofert zatrudnienia zawiera informacje o opiece medycznej – wyróżnikiem zatem może być jej szeroki zakres, który pozwoli zapisać się w pamięci potencjalnych kandydatów. Stawianie na indywidualne rozwiązania to konkretne korzyści: zdrowsi pracownicy rzadziej korzystają ze zwolnień lekarskich, czują się bezpieczniej i bardziej przywiązują się do pracodawcy.

Coraz więcej firm decyduje się na wdrożenie kompleksowych usług, które pozwalają zadbać o zdrowie – od konsultacji dietetycznych, przez badania profilaktyczne, po wsparcie psychologiczne. Jako społeczeństwo musimy stawiać na profilaktykę, a nie tylko leczenie. Nowa oferta TU Zdrowie to krok właśnie w tę stronę – wsparcia zdrowego stylu życia, zapewnienia odpowiedniej profilaktyki, regularnych badań i dostępu do specjalistów.

Polisa Świat Zdrowia to odpowiedź na oczekiwania pracowników i wyzwania stojące przed pracodawcami. Nowa oferta, nowa jakość, realna dostępność świadczeń – wszystko po to, by firmy mogły zadbać o zdrowie swoich zespołów w sposób kompleksowy i przejrzysty.

WYMIANA WALUT



AFORTI.BIZ – PLATFORMA WYMIANY WALUT DLA FIRM

AFORTI.BIZ to dedykowana przedsiębiorstwom platforma wymiany walut działająca od 2012 r., która łączy atrakcyjne kursy, obsługę osobistego opiekuna oraz możliwość wyboru daty re-

alizacji zlecenia, co pozwala firmom optymalizować koszty i planować przepływy pieniężne. Ponadto klienci mają dostęp do bezpłatnych alertów cenowych, Portalu Informacyjnego tworzonoego we współpracy z

PAP oraz Programu Lojalnościowego. Skoncentrowana na potrzebach MŚP, platforma umożliwia dodatkowo korzystanie z faktoringu, wspierającego płynność finansową firm.

ZARZĄDZANIE WIERZYTELNOŚCIAMI



EGOTÓWKA

Egotówka to innowacyjne rozwiązanie finansowe skierowane do mikroprzedsiębiorców, którzy oczekują szybkiego, wygodnego i w pełni elastycznego zarządzania pieniędzmi. Produkt dostępny jest całkowicie online, bez zbędnych formalności i skomplikowanych procedur. Umożliwia natychmiastowy dostęp do limitu w wysokości od 100 zł do 30 000 zł, który można przeznaczyć na do-

wolny cel – od inwestycji w rozwój firmy, przez działania marketingowe, po pokrycie bieżących zobowiązań, takich jak składki ZUS, podatki czy wynagrodzenia pracowników. eGotówka nie jest kredytem, lecz nowoczesnym, odnawialnym limitem gotówkowym, aktywowanym w dowolnym momencie, zgodnie z potrzebami przedsiębiorstwa – bez zabezpieczeń, konieczności przedstawiania faktur

i długiego oczekiwania na decyzję. Spłata może być dostosowana do aktualnych możliwości: jednorazowo lub rozłożona na 12 wygodnych rat. Każda spłata automatycznie odnawia dostępny limit, zapewniając stałość finansowania. Dodatkowo, w połączeniu z innymi produktami NFG – eFaktoringiem oraz Fakturatką – możliwe jest zwiększenie dostępnego limitu aż do 300 000 zł.

OPROGRAMOWANIE



PLATFORMA ATOM

Platforma Atom to autorskie rozwiązanie firmy eSourcing, która w tym roku świętuje jubileusz 20-lecia. System ten, funkcjonujący wcześniej pod nazwą PTR (Platforma Transakcyjno-Rozliczeniowa), odegrał kluczową rolę w cyfrowej transformacji krajowego sektora bankowego. Obecnie Atom stanowi fundament infrastruktury większości pol-

skich banków. Działa jako zunifikowane środowisko programistyczne, na którym uruchamiane są mikro-usługi ściśle dopasowane do potrzeb danej instytucji. Zakres zadań realizowanych przez system jest imponujący – od przetwarzania dziesiątek tysięcy płatności natychmiastowych na sekundę, po kompleksową obsługę nowoczesnej bankowości korporacyjnej. Z

biegiem lat walory platformy docenili również światowi liderzy, dzięki czemu obsługuje ona dziś transakcje od Afryki aż po Nową Zelandię. Atom idealnie wpisuje się w charakter polskiego sektora bankowego, wyróżniającego się innowacyjnością i elastycznością. To rozwiązanie sprawdza się wszędzie tam, gdzie kluczowe są szybkość i niezawodność.

RYNEK KAPITAŁOWY



USŁUGI RAPORTOWANIA TRANSAKCJI

Oprócz standardowych usług oferowanych przez Centralne Depozyty Papierów Wartościowych (CSD), Krajowy Depozyt Papierów Wartościowych prowadzi pakiet usług raportowych pod marką KDPW TR+. KDPW posiada pełną autoryzację ESMA jako unijne repozytorium transakcji EMIR i SFTR oraz autoryzację jako zatwierdzony mechanizm raportowania (ARM) na mocy MiFID2/MiFIR. Repozytorium Transakcji KDPW EMIR od

samego początku uczestniczyło we wdrażaniu EMIR i prowadzi aktywny dialog ze wszystkimi uczestnikami rynku: regulatorami, innymi repozytoriami transakcji, a także uczestnikami raportującymi. KDPW dostosowuje swoje usługi do wymogów prawnych i wytycznych ESMA. W związku z obowiązkami sprawozdawczymi wynikającymi z Rozporządzenia o Transakcjach Finansowanych Papierami Wartościowymi (SFTR), KDPW wprowadził usługę, dzięki któ-

rej uczestnicy rynku mogą wywiązać się ze swoich obowiązków sprawozdawczych. Jako ARM Krajowy Depozyt przekazuje do odpowiedniego organu nadzoru informacje o szczegółach transakcji zawieranych w obrocie instrumentami finansowymi, w imieniu podmiotów, na które obowiązek dokonywania takich zgłoszeń nakłada rozporządzenie MIFIR. Uzupełnieniem pakietu usług raportowych jest nadawanie kodów LEI w KDPW.

Nowa świadomość ryzyka w MŚP. Jak Bezpieczny Przedsiębiorca Plus pomaga firmom utrzymać ciągłość działania?

Z Damianem Zielińskim, dyrektorem Departamentu Ubezpieczeń Detalicznych TUZ Ubezpieczenia, rozmawiała Justyna Szymańska.



Z perspektywy szefa produktu detalicznego – z jakimi największymi ryzykami mierzą się dziś polskie MŚP?

Przedsiębiorcom najbardziej doskwiera rzeczywistość pełna niepewności, nowych zagrożeń i rosnących oczekiwań ze strony klientów. Plany związane z rozwojem może przerwać niespodziewane zdarzenie, na które nie mają wpływu lub nie są w stanie go przewidzieć albo przed nim zabezpieczyć – takim czynnikiem ryzyka są w głównej mierze działania sił przyrody, jak huragan czy powódź, przerwy w działalności w wyniku tych zdarzeń, czy czynnik ludzki, jak błąd pracownika w obsłudze maszyny czy kradzież. To są kwestie, które jeszcze dekadę temu były traktowane jako teoria, a dziś realnie uderzają w płynność. Firmy dopiero rozpoczynające swój aktywny udział w rynku lub działające od wielu lat zaczynają postrzegać ubezpieczenie jako niezbędny element strategii zarządzania ryzykiem – szczególnie jeśli mogą sięgać po elastyczne rozwiązania takie jak Bezpieczny Przedsiębiorca Plus.

Czy małe i średnie firmy w Polsce są – Pana zdaniem – raczej niedoubezpieczone, czy wręcz przeciwnie – kupują za dużo produktów, których nie potrzebują? Zdecydowanie częściej są niedoubezpieczone. Kupują to, co „każdy ma”, a nie to, czego faktycznie potrzebują. Najbardziej brakuje ochrony w obszarach, które nie są namacalne, czyli odpowiedzialności cywilnej uwzględniającej specyfikę ich działalności oraz

przerw w działalności firmy. To właśnie tutaj pojawia się ryzyko niedopasowania polisy do realnych potrzeb. Dlatego sens mają rozwiązania modułowe, jak Bezpieczny Przedsiębiorca Plus, gdzie przedsiębiorca może dobrać zakres do swojej sytuacji. Zdarza się też nadubezpieczenie, ale wynika raczej z braku rozmowy niż z nadgorliwości.

Jak zmieniła się świadomość przedsiębiorców po ostatnich latach pandemii, wojny i wysokiej inflacji?

Przedsiębiorcy zrozumieli, że ryzyko nie dotyczy tylko skrajnych sytuacji. Pandemia, przerwane łańcuchy dostaw, brak pracowników czy przerwy w funkcjonowaniu pokazały, że stabilność biznesu zależy od zaplanowania działań na wypadek „czarnego scenariusza”. Zmieniło się myślenie: przedsiębiorcy zaczęli patrzeć na polisę jak na narzędzie do utrzymania ciągłości działania, a nie formalność. Zrozumieli, że ryzyko nie dotyczy tylko dużych podmiotów. Małe przedsiębiorstwa często opierają się na pracy kilku kluczowych osób, a jedna dłuższa przerwa – spowodowana czynnikami zewnętrznymi lub kosztem naprawy czy wymiany sprzętu – potrafi zatrzymać działalność na dłużej. Świadomość ryzyka wyraźnie rośnie, choć świadomość tego, jak dobrać odpowiednią ochronę, dopiero się kształtuje. W tym kontekście rośnie zainteresowanie ubezpieczeniami, które dają realną możliwość dopasowania.

Gdyby miał Pan w jednym zdaniu odpowiedzieć: czym „Bezpieczny Przedsiębiorca Plus” różni się od typowego ubezpieczenia dla firmy?

Przede wszystkim elastycznością. Bezpieczny Przedsiębiorca Plus to rozwiązanie szyte pod realne potrzeby firmy, a nie pod ogólną listę ryzyk. Ubezpieczenie obejmuje majątek, odpowiedzialność cywilną i możliwość dopasowania zakresu do charakteru działalności. Kluczową korzyścią dla przedsiębiorcy jest modułowość – przedsiębiorca buduje ochronę z gotowych bloków, wybierając tylko to, czego faktycznie potrzebuje. Dzięki temu polisa jest zrozumiała, przejrzysta i odpowiada na prawdziwe ryzyka, a nie tylko te „najczęściej spotykane”.

Czy widzi Pan zmianę oczekiwań klientów biznesowych – czy MŚP chcą dziś bardziej rozwiązań „online”, czy wciąż ważna jest rozmowa z doradcą twarzą w twarz?

Chcą obu rzeczy naraz. Najmłodsze pokolenie przedsiębiorców oczekuje prostoty – chcą kupić polisę online, szybko i bez wysiłku. W bardziej złożonych ryzykach przedsiębiorcy nadal potrzebują rozmowy z kimś, kto przeprowadzi ich przez temat. Zdalność przyspiesza procesy, ale zaufanie wciąż buduje się w rozmowie „na żywo”. Dlatego najskuteczniejszy model to połączenie wygody online z możliwością rozmowy z doradcą.

Jakie nowe ryzyka – np. cyberataki, przerwy w łańcuchach dostaw, odpowiedzialność zarządów – będą Pana zdaniem najmocniej wpływać na produkty dla biznesu w najbliższych latach?

Najmocniej uderzą te, które są niewidoczne lub nieprzewidywalne, bo najszybciej mogą sparaliżować funkcjonowanie firmy. Do tego dochodzą ryzyka klimatyczne w miejscach prowadzenia biznesu, bo zdarzenia pogodowe stają się częstsze i trudniejsze do przewidzenia. Właśnie w takich realiach przedsiębiorcy coraz częściej szukają ochrony, którą można zbudować pod specyfikę działalności.

Co dla Pana jako twórcy i opiekuna produktu oznacza znalezienie się „Bezpiecznego Przedsiębiorcy Plus” w dodatku Najlepsze produkty dla biznesu 2025 „Gazety Finansowej”?

To wyróżnienie, które pokazuje, że rynek dostrzega naszą pracę i kierunek,

Dobre ubezpieczenie nie tylko wypłaca odszkodowanie, ale pomaga wrócić firmie do działania. To często decyduje o ciągłości biznesu – a rozwiązania elastyczne, takie jak Bezpieczny Przedsiębiorca Plus, ułatwiają dopasowanie ochrony do realnego profilu ryzyka firmy.

w którym rozwijamy ofertę TUZ. To też informacja zwrotna, że stworzyliśmy zrozumiały i wartościowy produkt, a jego elastyczność, funkcjonalność i dopasowanie do realnych potrzeb ma ogromne znaczenie. To także sygnał dla naszych agentów i partnerów, że idziemy w dobrą stronę.

Czy takie wyróżnienia przekładają się na zainteresowanie klientów i agentów, czy traktuje je Pan raczej jako potwierdzenie obranej strategii produktowej?

Działa to w dwóch wymiarach. Po pierwsze – klienci chętniej pytają o produkt, a agenci chętniej go proponują. Po drugie – to znak, że strategia produktowa jest spójna i przemyślana. W MŚP rekomendacja i wiarygodność mają duże znaczenie. Wyróżnienie w branżowym dodatku to potwierdzenie jakości, a dla wielu przedsiębiorców to ważny argument.

Na koniec – jakie trzy rady dałby Pan przedsiębiorcy z sektora MŚP, który dziś po raz pierwszy siada do rozmowy o ubezpieczeniu swojej firmy?

Po pierwsze: nie zaczynaj od katalogu ryzyk. Zacznij od rozmowy o tym, co utrudniłoby Ci prowadzenie działalności następnego dnia. To najlepszy sposób, by dobrze określić potrzeby. Po drugie: porozmawiaj z doradcą o scenariuszach, które mogą być dla Twojej firmy najbardziej dotkliwe – im więcej konkretnych przykładów, tym lepiej. Po trzecie: nie traktuj polisy jako formalności. Dobre ubezpieczenie nie tylko wypłaca odszkodowanie, ale pomaga wrócić firmie do działania. To często decyduje o ciągłości biznesu – a rozwiązania elastyczne, takie jak Bezpieczny Przedsiębiorca Plus, ułatwiają dopasowanie ochrony do realnego profilu ryzyka firmy.

TUZ
UBEZPIECZENIA

FLOTA



SYSTEM PALIWOWYCH KART FLOTOWYCH

System pośredniczący w autoryzacji międzynarodowych kart paliwowych na stacjach paliw został wdrożony przez eSourcing w 2021 r. Od tego czasu do usługi systematycznie dołączają kolejni europejscy wystawcy kart. Dzięki nowoczesnemu API opracowanemu przez eSourcing, z systemem zinte-

growani są najwięksi operatorzy sieci terminali płatniczych w Polsce oraz firmy oferujące bezobsługowe automaty paliwowe. Oprócz międzynarodowych kart paliwowych, eSourcing proponuje mniejszym sieciom stacji paliw zaprojektowanie i obsługę własnej karty paliwowej z międzynarodowym numerem

BIN. Z naszego rozwiązania korzystają również partnerzy z terenu Unii Europejskiej. Użytkownicy końcowi – stacje paliw mogą skorzystać z udostępnianego przez eSourcing systemu raportowego, pozwalającego na podgląd w czasie rzeczywistym transakcji wykonywanych na stacjach.

UBEZPIECZENIE



POLISA ŚWIAT ZDROWIA

Nowa odsłona produktu Polisa Świat Zdrowia dla klientów grupowych to nowoczesne ubezpieczenie zdrowotne dla MSP i większych firm, które chcą zapewnić pracownikom dostęp do opieki medycznej i realnie wesprzeć w dbaniu o zdrowie na co dzień. Produkt gwarantuje dostępność terminów realizacji świadczeń i szerokiej

sieci placówek. Zapewnia także koordynację leczenia pod opieką lekarza prowadzącego, który przygotowuje indywidualny plan diagnostyczno-terapeutyczny i profilaktyczny. Oferta wyróżnia się proaktywnym podejściem poprzez działania profilaktyczne i edukację, adresujące współczesne problemy chorób cywilizacyjnych, wellbeingu. Produkt łączy

elastyczność w dopasowaniu do potrzeb z kompleksową ochroną. Zakres usług poszerzono o nowe konsultacje, badania i programy oraz nowe opcje refundacji kosztów leczenia, aby ułatwić proces obsługowy i szybką wypłatę świadczenia. Dokumenty kierowane do pracodawcy i pracowników są napisane zgodnie z zasadami prostego języka.



GENERALI Z MYŚLĄ O ZDROWIU PRACOWNIKÓW

Grupowe ubezpieczenie Generali z myślą o zdrowiu pracowników, pozwala małym i średnim firmom, które zatrudniają już od trzech osób, zapewnić swoim pracownikom dostęp do opieki zdrowotnej. Pozwala ono pracodawcy dobrać zakres świadczeń do budżetu i oczekiwań zespołu. Jego pracownicy zyskują szybki dostęp do lekarzy bez kolejek i zbędnych

formalności a świadczenia dostępne są w krótkim czasie: pierwsze wizyty u internisty, czy pediatry mogą odbyć się już następnego dnia roboczego. Ochroną mogą zostać objęci również członkowie rodzin pracownika – partner lub małżonek oraz dzieci. To łatwy dostęp do lekarzy i badań, którą zapewnia sieć medyczna składająca się z licznych znanych na rynku podmiotów lecz-

niczych, ale także mniejszych sieci – to łącznie ponad 3 500 tysięcy placówek medycznych i ponad 2 000 laboratoriów, zlokalizowanych nie tylko w dużych miejscowościach, ale także w miastach powiatowych. A wdrożenie jest bardzo proste – bez karencji, bez ankiety medycznej, z możliwością zmiany pakietu w trakcie trwania umowy.



UBEZPIECZENIE BEZPIECZNY PRZEDSIĘBIORCA PLUS

„Bezpieczny Przedsiębiorca Plus to elastyczne ubezpieczenie dla firm z sektora MŚP, zaprojektowane tak, aby odpowiadało na realne ryzyka prowadzenia działalności w zmiennym otoczeniu biznesowym. Obejmuje ochronę majątku, odpowiedzialność cywilną oraz przerwy w działalności, jednocześnie pozwalając przedsiębiorcy dopasować za-

kres polisy do specyfiki swojej działalności – od rodzaju wykonywanych usług, po ryzyka charakterystyczne dla danej branży.

Kluczową cechą produktu jest jego modułowość – przedsiębiorca sam buduje zakres ochrony, wybierając rozwiązania adekwatne do swojej skali działania. Ubezpieczenie sprawdza się zarówno w przypadku na-

głych zdarzeń, takich jak szkody majątkowe czy awarie, jak i bardziej nieprzewidywalnych ryzyk, np. przerw w łańcuchach dostaw.

Bezpieczny Przedsiębiorca Plus wspiera zachowanie ciągłości biznesu – pomaga ograniczać skutki zdarzeń, minimalizować straty i szybciej wracać do bieżącej działalności”.



Polacy ruszają na stoki i do ciepłych krajów – o czym pamiętać, wybierając polisę?

Gdy jedni pakują narty, a inni szukają słońca na mapie świata, jedno pozostaje wspólne: potrzeba poczucia bezpieczeństwa. Odpowiednia polisa może uchronić przed wydatkami, które potrafią zepsuć nawet najlepiej zaplanowany urlop.

Zimowe miesiące sprzyjają wyjazdom. Według najnowszych deklaracji już 41 proc. Polaków planuje tej zimy wypoczynek poza miejscem zamieszkania, a niemal połowa pozostałych nie wyklucza, że również wybierze się w podróż w zimowym sezonie – wynika z badania Tiverny i Grupy Pingwina. Dla jednych oznacza to wyjazd w Alpy, Dolomity czy Tatry, dla innych – ucieczkę w cieplejsze klimaty, takie jak Wyspy Kanaryjskie czy Emiraty. Wspólna dla wszystkich kierunków pozostaje jednak odpowiednio dobrana polisa, która daje poczucie spokoju i pozwala skupić się wyłącznie na wypoczynku. W ramach „Generali z myślą o podróży” można liczyć m.in. na organizację transportu medycznego o wartości nawet do 10 mln zł, pokrycie kosztów kontynuacji leczenia po powrocie do kraju, szeroki zakres usług assistance oraz ochronę obejmującą sprzęt sportowy.

– Zimowe wyjazdy, nawet te pozornie spokojne, wymagają od podróżnych szczególnej uważności. W sezonie nie rzadko rośnie obciążenie lokalnych systemów medycznych, a pomoc bywa udzielana w prywatnych placówkach, gdzie opłaty za leczenie rosną szybciej, niż podróżni się tego spodziewają. Dlatego tak istotne jest, aby polisa nie ograniczała się jedynie do pokrycia podstawowych kosztów, lecz zapew-

niała również faktyczne wsparcie organizacyjne – wskazuje **Grażyna Bilik, menedżer ds. rozwoju ubezpieczeń osobowych w Generali Polska.**



Podstawą zimowej ochrony powinno być ubezpieczenie kosztów leczenia, transportu medycznego, ratownictwa w górach (w ramach usług assistance) oraz następstw nieszczęśliwych wypadków, a także OC w życiu prywatnym. To właśnie OC chroni finansowo wtedy, gdy jadąc zbyt szybko lub nieostrożnie potracimy innego narciarza i spowodujemy np. złamanie jego nogi.

Bezpieczeństwo na stoku

W przypadku wyjazdów narciarskich ważne jest rozszerzenie ochrony o sporty zimowe, a podczas jazdy poza wyznaczonymi trasami – również o sporty wysokiego ryzyka. Ubezpieczenie Generali obejmuje nie tylko koszty leczenia nagłych zachorowań czy wypadków, lecz także pokrywa koszty leczenia zaostrzeń chorób przewlekłych do wysokości wybranej sumy ubezpieczenia. Co ważne, w umowach nieprzekraczających 30 dni w podstawowym zakresie znajduje się również kontynuacja leczenia nieszczęśliwych wypadków po powrocie do Polski, w tym organizacja i finansowanie rehabilitacji. Istotnym elementem jest także rozbu-

dowany assistance. W ramach polisy Generali można liczyć na transport ze stoku do najbliższej placówki medycznej, również z użyciem śmigłowca, a także na objęcie kosztów poszukiwania i ratownictwa wtedy, gdy lokalizacja poszkodowanego nie jest znana.

– Przykładowy koszt transportu helikopterem ze stoku za granicą może sięgać nawet 10 000 euro, a równie wysokie bywają koszty leczenia po kontuzjach narciarskich czy organizacja powrotu medycznego do kraju – podkreśla **Damian Oleszczuk, menedżer produktu w Generali Polska.**



Zimowe wyjazdy to jednak nie tylko kwestia zdrowia. Generali oferuje również pakiet Assistance Exclusive, dzięki któremu ubezpieczeni mogą liczyć m.in. na zwrot kosztów niewykorzystanego karnetu, jeśli lekarz uzna ich za niezdolnych do dalszego uprawiania sportu. Możliwe jest także uzyskanie rekompensaty za niewykorzystany okres wypożyczenia sprzętu, a w przypadku zamknięcia tras narciarskich – świadczenie za każdy dzień niedostępności lub refundację kosztów dojazdu do ośrodka, w którym warunki pozwalają nadal korzystać z infrastruktury. Gdy natomiast dojdzie do zejścia lawiny i dostęp do ośrodka zostanie zablokowany, polisa obejmuje również koszty zakwaterowania i transportu.

Warto dodać, że w Generali dostępna jest także ochrona sprzętu sportowego, co ma znaczenie szczególnie dla rodzin lub osób korzystających z kilku

par nart czy desek. W kosztach leczenia i assistance zawarta jest również tzw. klauzula alkoholowa, która zapewnia pomoc nawet wtedy, gdy do zdarzenia dojdzie po kieliszku prosecco.

Warto zadbać o wysoką sumę ubezpieczenia

Choć zimowe wakacje kojarzą się przede wszystkim z wyjazdami narciarskimi, Polacy coraz chętniej decydują się także na odpoczynek w ciepłych krajach. W takich przypadkach kluczowe

jest dopasowanie sum ubezpieczenia do kierunku podróży. Na wyjazdy europejskie klienci Generali najczęściej wybierają sumy rzędu 500–800 tys. zł, natomiast w przypadku Stanów Zjednoczonych

kwoty te często przekraczają milion, a nawet 2 miliony złotych, gdyż doba pobytu w szpitalu może kosztować nawet 130 tys. zł. W „Generali z myślą o podróży” dostępne są wysokie, sięgające nawet 5 mln zł sumy ubezpieczenia zarówno dla kosztów leczenia, jak i dla usług assistance. Co istotne – są one niezależne od siebie, dzięki czemu np. koszt usług pomocowych nie pomniejsza puli dostępnej na leczenie.

Niezależnie od tego, czy planujemy ferie na stoku, tropikalny urlop czy zimowy city break, dobrze dobrana polisa pozwala skupić się na tym, co w podróży najważniejsze – spokojnym wypoczynku. Jak podkreślają eksperci Generali, w dynamicznie zmieniających się warunkach turystycznych ubezpieczenia stają się nie tyle dodatkiem do wyjazdu, ile jego integralną częścią.

material partnera

BENEFITY DLA PRACOWNIKÓW



FITPROFIT, FITSPORT, QLTURAPROFIT

VanityStyle pragnie być dla swoich klientów inspiracją i motywatorem do działania. Tak jak Ty, cenią sobie wolność wyboru, dlatego przygotowali dwa programy sportowe w ramach swojej oferty benefitów pozapłacowych dla pracowników firm – FitProfit i FitSport, by każdy z użytkowników mógł się in-

dywidualnie realizować. Razem z kartami sportowymi oferowany jest dostęp do tysięcy obiektów sportowo-rekreacyjnych, dziesiątek różnych dyscyplin, aplikacji VanityStyle Next, ale też do holistycznej platformy online – Strefy VanityStyle. Posiada ona bogatą bibliotekę filmów treningowych i materiałów samorozwojowych, a

także pozwala na zredukowanie stresu i naukę uważności z kursem mindfulness. Warto wspomnieć, że VanityStyle posiada również vouchery kulturalne QlturaProfit, dzięki którym można korzystać z bogatej oferty teatrów, kin, muzeów czy zoo, spędzając jakościowo czas wolny samemu lub z rodziną.

KARTA PALIWOWA



UTA ECARD

UTA eCard od UTA Edenred to karta paliwowa dla pojazdów flot firmowych, umożliwiającą nie tylko bezgotówkowe tankowanie, opłaty drogowe i korzystanie z szerokiego pakietu usług dodatkowych, jak np. myjnie, parkingi, warsztaty w sieci ok. 90 tys. punktów w całej Europie. UTA eCard z usługą UTA eCharge dodatkowo zapewnia ładowanie pojazdów elektrycznych lub hybrydowych.

Aktualnie ładowanie z UTA eCard dostępne jest w całej publicznej sieci obejmującej ok. 1 000 000 europejskich ładowarek, w tym ponad 9 tys. w Polsce. Wkrótce klienci UTA Edenred będą mogli ładować swoje pojazdy na parkingach firmowych, w przyszłości także w domach pracowników. Wyszukiwanie punktów obsługujących UTA eCard w aplikacji i obsługa transakcji są łatwe, tak samo jak kontrola wydatków

– wszystkie ujęte są w jednej fakturze od jednego partnera z ponad 60-letnim doświadczeniem w dostarczaniu kompleksowych rozwiązań dla wszystkich flot firmowych, bez względu na rodzaj wykorzystywanych pojazdów. Wielkość firmy i specyfika prowadzonej działalności również nie mają znaczenia – karty paliwowe od UTA Edenred ułatwiają pracę menedżerów flot i kierowców w każdym przedsiębiorstwie.

WINDYKACJA

intrum

USŁUGI ZARZĄDZANIA WIERZYTELNOŚCIAMI

Intrum to wiodący europejski dostawca usług wspierających odpowiedzialne podejście do finansów i zarządzania należnościami. Każdego dnia Intrum wspiera przedsiębiorstwa w utrzymaniu zdro-

wych relacji płatniczych, a osobom prywatnym pomaga uporządkować finanse i odzyskać kontrolę nad swoim budżetem. Rola Intrum wykracza poza samo zarządzanie należnościami — firma wspiera odbu-

dowę równowagi finansowej, tworzy warunki dla stabilnych przepływów pieniężnych i pomaga ludziom i firmom iść naprzód z większą pewnością i godnością.

OGŁOSZENIE WŁASNE



Już 19 grudnia na łamach Gazety Finansowej ukaże się raport:

NAJCIEKAWSZE INICJATYWY CSR 2025

To wyjątkowe zestawienie projektów i działań firm, które wyznaczają kierunki rozwoju odpowiedzialnego biznesu.

Zapraszamy do współpracy i promocji na łamach tego wydania.
a.prasowska@gazetafinansowa.pl • a.piekarska@gazetafinansowa.pl

Beyond Banking, czyli jak Value Added Service Platform zmienia współczesną bankowość

W dojrzałych organizacjach finansowych wymiana systemu centralnego to wydarzenie, które ma miejsce raz na kilkanaście lat. Nowoczesna transformacja polega raczej na nadbudowywaniu warstwy, która potrafi wykorzystać istniejące dane i procesy, zapewniając bezpieczny rozwój bez ingerencji w stabilny rdzeń. Tę rolę pełni Value Added Service Platform – niezależna od systemu core, ale ściśle z nim zintegrowana warstwa usług biznesowych.

Miejsce w architekturze banku

Value Added Service Platform działa równolegle do systemu centralnego, przejmując na siebie logikę nowych procesów, integracji i raportowania, a jednocześnie nie naruszając stabilności głównego systemu. Jest to warstwa oparta na mikroservisach, które można wdrażać i modyfikować niezależnie, co pozwala ograniczyć zakres kosztownych i ryzykownych zmian w core systemie. Dzięki temu bank może traktować system centralny jako „silnik ewidencyjny”, a elastyczną warstwę usług dodanych jako przestrzeń do eksperymentowania z produktami i kanałami komunikacji. Taki podział ról upraszcza zarządzanie architekturą i pozwala lepiej kontrolować ryzyko operacyjne.

Zamiast implementować każdą zmianę bezpośrednio w systemie centralnym, bank może dobudowywać kolejne mikroservisy. Przetwarzają one dane według określonych reguł i komunikują się zarówno z systemami wewnętrznymi, jak i z systemami instytucji zewnętrznych. Pozwala to zachować przejrzystość odpowiedzialności – core odpowiada za księgowanie i spójność danych, a warstwa usług dodanych za elastyczność i szybkość adaptacji.

Wpływ na operacje i koszty

Jedną z głównych zalet takiej architektury jest skrócenie czasu wdrożeń (Time-to-Market). Nowe usługi mogą powstawać w kilka tygodni, a nie kwartałów, jak miałyby to miejsce w przypadku ingerencji w system centralny. Okazje biznesowe pojawiają się „tu i teraz”. Wdrażając rozwiązania w tygodnie, a nie miesiące, organizacja zyskuje realną przewagę konkurencyjną.

Value Added Service Platform pozwala również inaczej spojrzeć na efektywność zespołów operacyjnych. Procesy, które wcześniej wymagały zaangażowania całych komórek organizacyjnych, mogą zostać zautomatyzowane i sprowadzone do roli nadzorczej, gdzie pracownicy reagują tylko na wyjątki i przypadki wymagające decyzji biznesowej. Uwalnia to zasoby do zadań o większej wartości dodanej.

Odpowiedź na presję regulacyjną i fintechową

W ostatnich latach to właśnie legislacja stała się jednym z głównych motorów zmian w bankowości – od nowych wymogów raportowych, przez migrację komunikatów MT→MX, po Instant Payments i Verification of Payee. Warstwa usług dodanych pozwala reagować na te wyzwania bez każdorazowego „rozbiierania” systemu centralnego na części pierwsze.

Z drugiej strony, klienci porównują dziś doświadczenie bankowe z tym, co oferują fintechy – oczekują szybkości działania, elastycznych raportów, integracji z systemami ERP czy narzędziami księgowymi. Value Added Service Platform umożliwia dostarczanie takich funkcji

w tempie bliższym firmom technologicznym, przy jednoczesnym zachowaniu standardów bezpieczeństwa i niezawodności oczekiwanych od banku.

Krok w stronę „obwodnicy”

Budowę warstwy usług dodanych można traktować jako etapową modernizację, a nie jednorazową rewolucję systemową. Zamiast planować wieloletnią wymianę core, bank zyskuje technologiczną „obwodnicę”. Przejmuje ona ciężar zmian wymuszanych przez regulatorów i rynek, pozostawiając centrum stabilne i przewidywalne.

Taka strategia pozwala równoważyć innowacyjność z odpornością organizacji: nowe usługi powstają szybko, ale nie kosztem bezpieczeństwa, ciągłości

działania ani chaotycznego namnażania systemów. W efekcie Value Added Service Platform staje się nie tyle kolejnym produktem IT, ile praktycznym sposobem na pogodzenie wymogów nowoczesnej bankowości z realiami wieloletniej infrastruktury.

Jednym z przykładów wdrożeń klasy VASP jest **Platforma Atom**.



Polskie firmy przyspieszają ekspansję

Polskie przedsiębiorstwa wyraźnie zmieniają skalę działania. Ekspansja zagraniczna przestaje być domeną największych eksporterów – rośnie liczba firm średnich, produkcyjnych i marek premium, które wchodzi na nowe rynki, wykorzystując moment gospodarczy i rosnącą rozpoznawalność polskiego designu, technologii i usług.

SEBASTIAN ZAPORA
dyrektor zarządzający Halupczok

W latach 2025–2030 najważniejsze kierunki pozostają niezmienne: Europa Zachodnia, USA oraz wybrane rynki Azji. Jednocześnie firmy coraz chętniej korzystają z potencjału bliższych rynków Europy Środkowo-Wschodniej, które ułatwiają logistykę, produkcję i budowanie trwałych partnerstw. Za przyspieszeniem stoi kilka czynników: wyższa siła nabywcza rynków zagranicznych, rosnąca presja konkurencyjna, większa dostępność programów instytucjonalnych oraz zmiana sposobu myślenia polskich menedżerów – coraz częściej traktują skalowanie globalne jako naturalny etap rozwoju, a nie ryzykowny eksperyment.

Dlaczego firmy wychodzą za granicę?

Kluczową rolę odgrywa tu sam jednolity rynek Unii Europejskiej, który zapewnia dostęp do ponad 450 mln konsumentów o sile nabywczej wyraźnie przewyższającej rynek polski. Dla przedsiębiorstw działających w segmentach wysokomarżowych – design, premium, technologie, produkcja to często jedyny sposób na utrzymanie tempa wzrostu.

1. Wielkość i chłonność rynku

W niektórych branżach barierą rozwoju staje się skala krajowa.



W latach 2025–2030 najważniejsze kierunki pozostają niezmienne: Europa Zachodnia, USA oraz wybrane rynki Azji.

polskie produkty są coraz częściej postrzegane jako solidna alternatywa dla marek zachodnich.

2. Dywersyfikacja ryzyka

Zmienność gospodarcza i geopolityczna sprawia, że przedsiębiorcy nie chcą opierać się na jednym rynku. Dywersyfikacja przychodów staje się elementem podstawowej strategii zarządczej.

3. Presja kosztowa i konkurencyjność

Firmy albo przenoszą część produkcji, albo skalują sprzedaż. W obu przypadkach cel jest ten

sam: utrzymać przewagę w warunkach rosnących kosztów operacyjnych.

4. Budowanie globalnej marki

Obecność zagraniczna staje się kluczowym narzędziem brandowym. Dotyczy to zarówno firm technologicznych, jak i segmentu premium, gdzie klienci porównują marki globalnie, a nie lokalnie.

5. Mocne wsparcie instytucjonalne

PAIH i inne instytucje podkreślają, że promocja marek „made in Poland” będzie jednym z filarów polityki gospodarczej w latach

2025–2029. To realnie obniża bariery wejścia i pozwala firmom działać szybciej i pewniej.

Kto ekspanduje najszybciej?

Struktura aktywności zagranicznej dobrze pokazuje, jak różne branże reagują na globalizację.

- 58 proc. firm z sektora TSL (transport, spedycja, logistyka) prowadzi działalność poza Polską. To naturalne – TSL jest wbudowany w globalne łańcuchy dostaw, a ich transgraniczny charakter wymusza operowanie na wielu rynkach.

- 51 proc. przedsiębiorstw produkcyjnych działa już międzynarodowo. Producenci szukają nowych rynków zbytu, lepszych marż i większych wolumenów. Atutem jest wysoka jakość produktów i konkurencyjna cena.

- W handlu i usługach ekspansja jest rzadsza: tylko 33 proc. firm handlowych i 31 proc. usługowych działa poza krajem.

- Najniższy poziom internacjonalizacji dotyczy branży budowlanej – zaledwie 14 proc. firm funkcjonuje na rynkach zagranicznych. Tu największym wyzwaniem są różnice regulacyjne i bariery operacyjne. Widać więc wyraźnie: im wyższa wartość dodana działalności, tym większa presja na ekspansję. Na wielu rynkach bariera wejścia jest dziś niższa niż kilka lat temu. Polskie firmy zyskały reputację solidnych dostawców, a w segmencie premium coraz częściej są postrzegane jako marki aspiracyjne. To otwiera drzwi, które wcześniej były zamknięte – podkreśla.

Kierunki ekspansji:

Europa, USA, Japonia

Europa Zachodnia

Najbardziej oczywisty i najbezpieczniejszy kierunek. Decydują:

- wysoka siła nabywcza,
- stabilność regulacyjna,
- przewidywalne otoczenie biznesowe,
- łatwość logistyczna i brak barier celnych.

USA

Rynek wymagający, ale oferujący jedno z najwyższych na świecie marż w segmencie premium. Firmy liczą na skalę sprzedaży, dynamiczne tempo wzrostu i chłonność rynku.

Azja – szczególnie Japonia

To kierunek prestiżowy, ale trudny. Wysokie wymagania jakościowe.



we sprawiają, że wejścia na te rynki traktowane są jako strategiczne inwestycje w wizerunek.

Europa Środkowo-Wschodnia

Czechy, Słowacja czy Rumunia pozwalają testować modele biznesowe, optymalizować koszty i budować efektywne centra dystrybucyjne.

Jak firmy przygotowują ekspansję?

Polskie przedsiębiorstwa rezygnują z okazjonalnego eksportu na rzecz trwałej obecności zagranicznej.

”

Ekspansja polskich firm wchodzi w nową fazę. W wielu branżach lokalny rynek jest już zbyt ciasny, a globalny popyt, szczególnie na produkty wysokiej jakości otwiera przestrzeń do skalowania.

W centrum strategii znajdują się:

- inwestycje bezpośrednie,
- rozwój showroomów oraz punktów partnerskich,
- budowanie lokalnych ekosystemów współpracy z architektami, dystrybutorami, integratorami,
- digitalizacja procesów i automatyzacja łańcuchów dostaw.

Kluczowe są kompetencje analityczne: ocena popytu, konkurencyjności i siły partnerów w danym regionie. Firmy podkreślają, że to proces odległy od intuicji – wymaga twardej analizy i konsekwencji. Każde wejście na nowy rynek musi być poparte precyzyjną diagnozą. Lokalne partnerstwa, realny popyt i konkurencyjność regionu to fundamenty ekspansji. Tu nie ma miejsca na przypadek.

Rosnąca rozpoznawalność polskich marek premium oraz jakość produktów otwierają nowe możliwości. Rynek premium rośnie dynamicznie, zarówno w Europie, jak i w USA. To dobry moment na globalne skalowanie. Klienci szukają jakości i dobrze zaprojektowanych rozwiązań, a polskie firmy potrafią tę wartość dostarczyć.



Nowa fala polskiej ekspansji

Ekspansja polskich firm wchodzi w nową fazę. W wielu branżach lokalny rynek jest już zbyt ciasny, a globalny popyt, szcze-

gólnie na produkty wysokiej jakości otwiera przestrzeń do skalowania. Połączenie solidnego produktu, rosnącej świadomości marki, przewag cenowo-jako-

ściowych i konsekwentnych analiz sprawia, że polskie firmy nie tylko doganiają konkurentów z Zachodu, ale coraz częściej z nimi wygrywają.

REKLAMA



Prokrastynacja, stagnacja, brak zaangażowania?

A może lepsze samopoczucie i większa produktywność?

**POSTAW NA KARTY SPORTOWE I AKTYWNOŚĆ,
KTÓRA DODAJE ENERGII DO DZIAŁANIA!**



Sprawdź naszą ofertę na www.vanitystyle.pl



NIE STRACIĆ MILIARDÓW

MACIEJ KOWALIK

specjalista w dziedzinie planowania oraz wykorzystania sztucznej inteligencji w tańczeniu dostaw, CEO Smartstock

Polskie przedsiębiorstwa nadal nie wykorzystują rozwiązań, które mogłyby zoptymalizować ich działania, obniżyć koszty i poprawić wydajność. Dane Eurostatu pokazują, że luka cyfrowa jest szczególnie dotkliwa w obszarze AI. Efekt? Niższa efektywność polskiej gospodarki. Zmiany mogą być jednak łatwiejsze, niż się wydaje.

Polska gospodarka ma problemy z efektywnością. Z jednej strony poziom zamożności rośnie. PKB na mieszkańca w Polsce wynosiło, według Eurostatu, w 2024 r. już ok. 79 proc. unijnej średniej. Jednak ten wynik osiągany jest przy stosunkowo wysokim zużyciu zasobów.

Widać to wyraźnie na przykładzie zasobów pracy. Według danych OECD z lat 2022-2023 Polak pracował nawet 1830 godzin rocznie, podczas gdy średnia unijna wynosiła ok. 1570 godzin. Oznacza to, że przeciętny Polak potrzebował nawet 47,5 proc. więcej czasu pracy na wytworzenie tej samej wartości PKB. Nie oznacza to, że Polacy źle pracują. Niższa efektywność ma wiele źródeł: braki technologiczne, niekorzystny mix energetyczny, problemy z wdrożeniem robotyzacji i automatyzacji oraz z tzw. luką cyfrową.

Zmiany w energetyce wymagają lat i miliardowych inwestycji. Robotyzacja niesie za sobą wyzwania społeczne. Tymczasem luka cyfrowa powinna być stosunkowo łatwa w wypełnieniu, szczególnie w czasach sztucznej inteligencji. Ale i tu nie jest dobrze.

Według Eurostatu w UE aż 43 proc. firm używa systemów ERP (Enterprise Resource Planning), które służą do kumulacji i obiegu danych w firmie. Tymczasem w Polsce to już tylko 38,8 proc. przedsiębiorstw. Jeszcze gorzej jest z analizą danych gromadzonych w tych systemach. Eurostat podaje, że w UE już średnio 13 proc. firm w 2024 r. używało rozwiązań AI, w Polsce tylko 5,9 proc., a w przodującej zestawieniu Danii ponad 27 proc. przedsiębiorstw.

AI zamiast szklanej kuli

To duża strata, ponieważ w tych narzędziach tkwi duży potencjał poprawy efektywności działania polskich firm. Jednym z wyzwań przedsiębiorstw, któremu może



zaradzić sztuczna inteligencja, jest zaawansowane prognozowanie popytu na produkty i usługi danej firmy. Wykorzystuje się w tym celu systemy oparte o uczenie maszynowe i zaawansowane metody matematyczne.

Prowadzenie biznesu w dynamicznym świecie wolnego rynku i międzynarodowego handlu nie jest proste. Liczba czynników, które należy wziąć pod uwagę, jest ogromna, a do tego należy ją pomnożyć przez duże tempo zmian. Jeśli dodać do tego tarcia handlowe między Chinami, USA

i UE, to wydaje się, że managerowie potrzebują szklanej kuli lub usług wróżbity, aby prognozować wartości kluczowych dla siebie czynników. W praktyce firmy korzystają z danych historycznych, metod prognozowania opartych na średnich lub własnym doświadczeniu pracowników. To jednak już nie wystarcza.

Minęły czasy, gdy prognozy można było wykonywać intuicyjnie, na oko lub na bazie doświadczenia pracujących w firmie specjalistów. Mamy za dużo czynników, w tym zewnętrznych, zbyt skomplikowane łańcuchy globalnych zależności, zbyt duże tempo zmian i dużą niepewność. Pomoc może jednak właściwie wykorzystać sztuczna inteligencja. W codziennej działalności firmy potrzebują wielu prognoz, dotyczących wielu pozycji asortymentowych, szybko dostarczanych i trafnych. Tylko wtedy mogą one stanowić wsparcie dla decyzji optymalizujących działanie danego przedsiębiorstwa. Dzięki zastosowaniu AI to wykonalne. W jednym z projektów pomaga-

liśmy polskiej firmie prognozować poziomy produkcji aż 6000 różnych rodzajów wyrobów na czterech kontynentach.

Systemy wykorzystujące uczenie maszynowe mogą zwiększyć trafność prognoz nawet o 65 proc. w porównaniu do „tradycyjnych” metod opartych o wyliczenie średniej. Poza tym łączą dane z wielu źródeł i szybko dostosowują je do zmiennej sytuacji. Wiarygodne prognozowanie oznacza możliwość optymalizacji zużycia zasobów, ograniczenia kosztów magazynowania, transport itp. oraz zmniejszenie marnotrawstwa związanego z przeterminowaniem środków produkcji lub produktów końcowych.

Czy AI ma sens?

Niedawno media rozpisywały się o słynnym raporcie Massachusetts Institute of Technology dotyczącym sztucznej inteligencji. Według jego autorów wyceny 95 proc. spółek giełdowych zajmujących się tą technologią są przeszacowane. Tego typu sytu-

acja jest dość klasyczna w przypadku nowych, rewolucyjnych technologii, których wyceny giełdowe napędzają entuzjazm inwestorów. Autorzy raportu z MIT wskazują jednak, że ok. 5 proc. spółek inwestujących w AI przynosi pokaźne zyski, ale są to najczęściej firmy skupiające się na rozwiązaniu jednego konkretnego problemu. Prognozowanie popytu i związana z tym możliwość optymalizacji zapasów oraz związanych z nimi kosztów to właśnie przykład takiego konkretnego problemu.

”

Według Eurostatu w UE aż 43 proc. firm używa systemów ERP (Enterprise Resource Planning), które służą do kumulacji i obiegu danych w firmie. Tymczasem w Polsce to już tylko 38,8 proc. przedsiębiorstw.

Lepsze prognozy to możliwość ograniczenia zbędnego zapasu nawet o 20-50 proc., kosztów administracyjnych o 25-40 proc. i kosztów transportu o 5-10 proc. Lepsze planowanie produkcji oznacza też mniej marnotrawstwa surowców, produktów końcowych oraz energii. A to może przełożyć się na kolejne zyski. Potwierdzają to też oficjalne dane UE. Według unijnej strategii „Od pola do stołu” i EUR wynikające z ograniczenia marnotrawstwa produktów rolnych przekłada się nawet na 14 EUR zysku dla firm, które je przetwarzają. A jest nad czym pracować. W Europie przetwórstwo odpowiada nawet za 19 proc. zmarnowanej żywności, a handel za 5 proc. W Polsce wielkości te są na podobnym poziomie. Oznacza to zatem miliardowe straty. Zgodnie z unijnymi strategiami, wielkości te mają zmniejszyć się o połowę do 2030 r. Kto tego dokona szybciej, nie tylko wypełni obowiązek wynikający z legislacji, ale zyska przewagę. Trzeba się spieszyć. Konkurencja nie śpi.

”

Systemy wykorzystujące uczenie maszynowe mogą zwiększyć trafność prognoz nawet o 65 proc. w porównaniu do „tradycyjnych” metod opartych o wyliczenie średniej.

Zwiększyć efektywność energetyczną firm

Trwa czwarty nabór w Kredycie ekologicznym, ostatni w aktualnej perspektywie finansowej na lata 2021-2027. Warto wykorzystać tę szansę na sfinansowanie inwestycji zwiększających efektywność energetyczną firmy.



LAURA KLOCH
ekspertka Centrum Kompetencji
Funduszy Unijnych w Banku
Millennium

Kredyt ekologiczny to możliwość połączenia rozwoju biznesu, wprowadzania nowoczesnych, ekologicznych technologii z troską o środowisko. Ma postać kredytu inwestycyjnego, którego część kapitałową spłaca dotacja, w postaci tzw. „premii ekologicznej”. Dofinansowanie wynosi do 80 proc. kosztów kwalifikowanych inwestycji, w zależności od wielkości firmy, jej lokalizacji oraz typu pomocy publicznej. O wsparcie mogą się ubiegać firmy zatrudniające mniej niż 3 tys. pracowników. Ze względu na formułę wsparcia, obowiązkowe jest pozyskanie promesy kredytowej lub umowy warunkowej, którą oferują wybrane banki komercyjne, w tym Bank Millennium. Wniosek składa się do Banku Gospodarstwa Krajowego (BGK).

W pierwszym naborze było 345 wniosków, w trzecim już 693, czyli dwukrotnie więcej w ciągu dwóch lat trwania konkursu. Wartość wnioskowanego dofinansowania również rosła z każdym naborem. Wartość wniosków w trzecim naborze to aż 2,3 mld zł, wartość dofinansowania, przyznanego na podstawie tych wniosków to 794 mln zł dla 257 projektów. W efekcie tak dużego zainteresowania konkursem, jego alokacja została już prawie wyczerpana. W czwartym naborze, który został zaplanowany od 24 października 2025 r. do 8 stycznia 2026 r. budżet konkursu wynosi 350 mln zł. Warto jednak zaznaczyć, że BGK, który jest jego organizatorem, nie wyklucza zwiększenia alokacji. Przedmiot inwestycji podlegających dofinansowaniu nie zmienił się w nowym naborze. Firmy nadal mogą sfinansować modernizację posiadanej infrastruktury budynków i maszyn, przy czym efektem modernizacji musi być ograniczenie zużycia energii pierwotnej

Popyt na finansowanie proekologicznych inwestycji stale rośnie

Kolejna edycja konkursu Kredyt ekologiczny potwierdza, że popyt na finansowanie proekologicznych inwestycji stale rośnie. Widzimy to w liczbie składanych projektów

o minimum 30 proc. w porównaniu do bieżącego zużycia. Ponadto elementem projektu może być zastosowanie odnawialnych źródeł energii w wysokości max. 50 proc. wydatków kwalifikowanych projektu, co jest nowością w aktualnym naborze. Wprowadzono również uproszczenia w zakresie lokalizacji inwestycji. Dopuszczono możliwość prowadzenia inwestycji na kilku działkach, które nie sąsiadują ze sobą. Mogą być one oddzielone od siebie np. drogą, torami lub gruntem należącym do innego właściciela, pod warunkiem, że nieruchomości te będą połączone tzw. wewnętrznym łącznikiem energetycznym, należącym do firmy składającej wniosek o dofinansowanie.

Osiągnąć sukces

Czynnikami sukcesu w pozyskaniu dofinansowania jest prawidłowo przeprowadzony audyt energetyczny i/lub audyt efektywności energetycznej. To on definiuje, czy wymagana będzie termomoderni-

zacja obiektu, czy tylko wymiana maszyn, jaki system zostanie zastosowany w zakresie np. OZE czy w zakresie wymiany źródeł ciepła, które są niezbędne do przeprowadzenia inwestycji.

Kluczowym jest też wybór partnera, który przeprowadzi firmę przez proces aplikacji w konkursie i pomoże w doborze ekspertów. W Banku Millennium przedsiębiorcy mogą skorzystać ze wsparcia zespołu ekspertów w Centrum Kompetencji Funduszy Unijnych, którzy pomogą zaplanować inwestycję, wybrać najlepiej dopasowaną do potrzeb formę finansowania inwestycji z wykorzystaniem funduszy unijnych, czy jako uzupełnienie finansowanie w ramach kredytu czy leasingu.

Dodatkowo, dzięki współpracy z organizacją Pracodawcy RP, w ramach projektu „Energia Pracodawców RP” finansowanego z programu ELENA, firma może skorzystać z dopłaty do kosztów audytu oraz dokumentacji technicznej w wysokości 90 proc.

REKLAMA

UTA eCharge®

Jedna karta. Jedna aplikacja.

Publiczna sieć ładowania z milionem punktów.



we simplify mobility

uta.com

Za siłą w negocjacjach idzie odpowiedzialność

WALDEMAR NOGAŚ
ekspert do spraw negocjacji
Scotwork

Siła negocjacyjna nie polega na przewadze jednej osoby nad drugą. To nie „twardość”, charyzma ani stanowczość głosu. W rzeczywistości siła wynika wyłącznie z tego, jakie zachęty i sankcje posiadają obie strony – czyli co zyskają dzięki porozumieniu, a co stanie się, jeśli go nie osiągną.



Nawet najlepsza strategia traci swoją wartość, jeśli jest zbyt sztywna wobec zmieniającej się sytuacji. A sytuacja zmienia się zawsze – bo siła jest dynamiczna. Jej rozkład zmienia czas, nowa informacja, działania konkurencji, ruch wykonany przez przeciwnika, zmiana priorytetów biznesowych. Dlatego dojrzały negocjator nie „gra na przewadze”. On uważnie obserwuje, jak zmienia się arena i dopasowuje swoje zachowania, by utrzymać dialog i chronić swoje cele. W skutecznych negocjacjach kluczowa jest równowaga między determinacją a otwartością. Prawdziwa siła polega na zdolności utrzymania zaufania, nawet gdy korzystamy z sankcji. To zaufanie często decyduje o sukcesie.

Równowaga, zaufanie i szacunek – esencja negocjacji

W starej bajce mysz przypadkiem przebiega po pysku śpiącego lwa. Budzi go i – jak można się domyślić – wprowadza w fatalny nastrój. Lew chwytą ją w łapę. Jest większy, silniejszy i w oczywisty

”

Siła negocjacyjna jest czymś, co się „ma”.

To właśnie zachęty (korzyści) i sankcje (konsekwencje braku porozumienia) tworzą rozkład siły, a ten z kolei wyznacza arenę negocjacyjną – przestrzeń, w której porozumienie może zostać zawarte. Jej granic nie określa ani osobowość negocjatora, ani jego taktyki, lecz rynek, alternatywy i sytuacja, w jakiej znajdują się obie strony. Tu sprawdza się znane zdanie: „Z wielką siłą wiąże się wielka odpowiedzialność”. W negocjacjach to odpowiedzialność za to, jak korzystamy z zachęt i sankcji, bo niewłaściwie użyte mogą szybciej zniszczyć relację niż doprowadzić do porozumienia.

Siła w praktyce

Najłatwiej zrozumieć siłę negocjacyjną przez codzienny przykład.

Wyobraźmy sobie zakup koszuli. Jeśli klient mówi: „Dam 150 zł zamiast 200”, sprzedawca nie zyskuje żadnej nowej wartości. Nic dziwnego, że odpowie uprzejmą odmową. Ale gdy klient powie: „Jeśli będzie rabat, kupię trzy koszule” – natychmiast pojawia się zachęta, która zmienia rozkład

siły. Sprzedawca otrzymuje realną korzyść, więc jest bardziej skłonny do ustępstw. To właśnie esencja siły negocjacyjnej: nie presja, lecz motywacja i konsekwencje.

Świadomość – źródło prawdziwej siły

Siła negocjacyjna jest czymś, co się „ma”. Swoją siłę należy rozpoznać. Dlatego kluczowe jest przygotowanie i umiejętność odpowiedzi na pytania: jakie zachęty mogę zaoferować? jakie sankcje – konsekwencje braku porozumienia – działają po mojej stronie? jakie zachęty i sankcje ma druga strona? jak rynek wpływa na nasze możliwości?

Ta analiza pozwala rozpoznać i zrozumieć, jak szeroka jest arena

negocjacyjna. A co najważniejsze – arena nigdy nie jest jednostronna. Obie strony mają siłę. Czasem widoczną, czasem ukrytą, czasem nieuświadomioną, ale zawsze obecną.

Dużym błędem w negocjacjach jest wchodzenie w rozmowę bez świadomości rzeczywistego rozkładu siły. Jeśli wiem, jakie mam zachęty i jakie mogą być konsekwencje braku porozumienia, mam siłę. Ale siłę ma też lojalność, relacja czy możliwość długofalowej współpracy. I co ważne – siłę buduje się zanim padnie pierwsza propozycja.

Dojrzałość negocjacyjna

Świadome zarządzanie siłą to przede wszystkim elastyczność.

sposób ma przewagę. A jednak postanawia ją wypuścić. Kilka dni później wpada w pułapkę myśliwych. Potężne liny mocno go krępują, a żadna siła mięśni nie pomaga. I wtedy pojawia się mysz. Mała, zwinna, niepozorna. Przegryza liny i uwalnia lwa.

Ta historia przypomina o dwóch fundamentalnych prawdach negocjacji. Po pierwsze, siła nigdy nie jest jednostronna – nawet najmniejszy uczestnik rozmowy może mieć wpływ na wynik. Po drugie, sposób użycia siły jest równie ważny jak jej posiadanie – powściągliwość i mądrość często dają lepszy efekt niż przewaga – zaznacza ekspert. – Siła jest tylko punktem wyjścia. To świadome zarządzanie nią sprawia, że negocjacje stają się narzędziem tworzenia wartości.

”
W skutecznych negocjacjach kluczowa jest równowaga między determinacją a otwartością.

Polski biznes pomiędzy presją kosztów a potrzebą większej odporności

Największą barierą w rozwoju polskich firm pozostają rosnące koszty pracy, które, jak wskazuje badanie Grant Thornton, ponownie znalazły się na szczycie listy wyzwań odczuwanych przez przedsiębiorców.



PAWEŁ KACPRZAK
członek zarządu BNP Paribas
Faktoring

Tuż za nimi plasują się ceny energii, a w dalszej kolejności niepewność ekonomiczna oraz biurokracja. Choć część tych obciążeń jest dziś nieco mniej dotkliwa niż w poprzednich latach, skala pre-

sji kosztowej i regulacyjnej, z jaką firmy wchodzi w nowy rok, nadal pozostaje wysoka i wpływa na ich decyzje strategiczne.

Warunki podwójnego napięcia
Dynamiczne zmiany na rynku pracy, widoczne zarówno w rosnących wynagrodzeniach, jak i niedoborach wykwalifikowanych kadr, wskazują, że przedsiębiorcy funkcjonują w warunkach podwójnego napięcia: z jednej strony muszą mierzyć się z kosztami, z drugiej, z trudnościami w pozyskiwaniu talentów. Coraz

wyraźniej widać również ostrożniejsze podejście do zatrudniania, co nie oznacza jednak rezygnacji z rozwoju. Raczej pokazuje zmianę akcentów, większy nacisk na efektywność, automatyzację i inwestycje, które zwiększają odporność organizacji na wstrząsy gospodarcze.

Wysokie koszty energii i niejednoznaczne otoczenie regulacyjne pogłębiają te wyzwania. To czynniki, które ograniczają zdolność firm do przewidywania kosztów w dłuższym okresie i utrudniają planowanie modernizacji czy transformacji energetycznej. W efekcie przedsiębiorcy coraz częściej muszą budować scenariusze działania w warunkach zmiennej rzeczywistości, opierając się na większej elastyczności finansowej oraz umiejętności

szybkiej reakcji na zmianę warunków brzegowych.

Zmiany technologiczne i społeczne

Jednocześnie w debacie o przyszłości polskiego biznesu coraz częściej powraca pytanie o odporność przedsiębiorstw. Nie tylko na wahania gospodarcze, lecz także na zmiany technologiczne i społeczne. Transformacja cyfrowa, nowe modele konsumenckie czy przeobrażenia łańcuchów dostaw stają się równie ważnymi wyzwaniami, jak rosnące koszty operacyjne. Polskie firmy, szczególnie te z sektora średnich przedsiębiorstw, znajdują się dziś w momencie, w którym kluczowe staje się nie tylko zarządzanie bieżącą działalnością, ale także konsekwentne budowanie przewagi opartej na innowacjach, wiary-

godności finansowej i zdolności do inwestowania w trudniejszym otoczeniu rynkowym.

W takiej rzeczywistości na znaczeniu zyskują stabilne fundamenty finansowe, które pozwalają firmom utrzymać płynność, zabezpieczać się przed ryzykiem i finansować rozwój, niezależnie od zmieniających się warunków. To one w praktyce decydują o tym, czy przedsiębiorstwa będą w stanie wykorzystać nadchodzące szanse, od poprawy koniunktury po nowe możliwości rynkowe, czy też koncentrować się głównie na gaszeniu bieżących problemów. Nadchodzący rok będzie więc testem nie tylko dla modeli biznesowych, ale przede wszystkim dla zdolności firm do długofalowego, odpowiedzialnego zarządzania w otoczeniu pełnym wyzwań.

REKLAMA

CA CRÉDIT AGRICOLE
TWÓJ BANK PEŁEN KORZYŚCI

**W BIZNESIE
LICZĄ SIĘ
EKO INWESTYCJE**

Wybierz Zielony kredyt, gdy chcesz obniżyć swoje koszty zużycia energii lub przejść na odnawialne źródła energii

do **10**
mln zł



71 35 49 035
koszt wg stawki operatora



www.credit-agricole.pl/firmy
Credit Agricole Bank Polska S.A.

Okres kredytowania i maksymalna kwota kredytu zależą od oceny zdolności kredytowej. Szczegóły oferty, informacje o oprocentowaniu oraz opłaty i prowizje wskazane są w tabeli oprocentowania i tabeli opłat i prowizji. Dokumenty są dostępne na: www.credit-agricole.pl/firmy i w naszych placówkach. Materiał ma charakter informacyjny.