

**Prezes Poczty:
Przebijam ofertę
za Pocztywy**

s.6

**Minister czy
prezes. Kto poleci
za aferę Jamał II**

s.28

**Polacy rządzą
w światowych
korporacjach**

s.52

Słaby rok prezydenta Hollande'a s.12

Polski odrzutowiec za kasę UE s.20

Jak pożyczka, to z internetu s.44

Moto w USA wstaje z kolan s.56

Celebryci na pomoc firmom s.61

Nr 15(40)/2013 | 15–21 kwietnia 2013

Bloomberg Businessweek

Polska

**PC
IS
DEAD**

**Sprzęt
o niespotykanych
wcześniej kształtach,
funkcjach i interfejsach
zastępuje klasyczne
komputery.**

**Na naszych oczach
zaczyna się era post-PC.
Zobacz przyszłość
na s.34**

cena 9,90 zł (w tym 8% VAT)

ISSN 2083-6279

INDKS 278009



9 772083 627306

15 >

iRzeczpospolita



Gdziekolwiek jesteś, korzystaj z najświeższych informacji o Polsce, współczesnym świecie, prawie i gospodarce.

Pobierz aplikację w App Store i Google Play już dziś.

 **RZECZPOSPOLITA**

 rp.pl/zakupy

Kup książkę



Bellucci:
Zawsze piję
Cisowiankę
s.61

Otwarcie

6

Klienta mniej denerwować

Jerzy Józkwiać, prezes Poczty Polskiej, o restrukturyzacji i walce o Bank Poczty

Globalne Interesy

12

Francja na krawędzi

Notowania Hollande'a sięgnęły dna – popiera go 27 proc. rodaków. A gospodarka ledwo zipie

Czy na Falklandach tryśnie gejzer pieniędzy?	s.15
Miliarderzy – Gates goni Slima	s.16
Saudyjscy nie mają gdzie mieszkać	s.18
Co ważnego w tygodniu	s.19

Firmy i Rynki

20

Uskrzydleni Polacy

Oszczędnym odrzutowicz, ceramiczną płytą do gotowania na gazie, a nawet studio filmowe – wszystko za kasę z Unii

Wódka Krakus z butiku	s.23
Biomasa w opałach	s.24
Wymarzone kina w Chinach	s.25
Audi chce świecić w USA	s.26
Przeorośnięte czempiony	s.26
Krótko	s.27

Polityka i Biznes

28

Gazociąg Jamał II

– spadnie czyjaś głowa
Kulisy memorandum między EuRoPol Gazem i Gazpromem

Lojalność w aptekach	s.30
Przy podatkach klawo być Amerykaninem	s.32

Inwestycje i Finanse

44

Pieniądze ciężko harują w sieci

Łącznie ponad milion złotych pożyczyl w serwisach social lending polski rekordzista. Zwrócił 1,2 mln zł. W pięć lat pożyczylśmy sobie w ten sposób już 250 mln zł. Dlatego w sieci pojawiła się konkurencja

Na obligacjach detalicznych zarabia się lepiej niż na lokacie	s.47
Hossa szaleje w Japonii, Turcji, a nawet Indonezji	s.49
Koreańska giełda przywykła do grózb Północy	s.50
Fed ma kłopoty z liczeniem	s.51

Technologie

34

Zaczyna się era post-PC

Tablety pojawiły się trzy lata temu. W tym roku ich sprzedaż przebieje komputery osobiste. Rynek używanych na co dzień urządzeń i technologii zmienia się w zawrotnym tempie

Ultrabook, tablet, smartfon. Wszystko w jednym?	s.36
Na progu wielkiej rewolucji interfejsów	s.37
Stary, dobry internet. To se ne vrati	s.39
Szanujmy wspomnienia	s.40
Co nas czeka w nowych czasach – przepowiednie ekspertów	s.42



Jackie Olczak, dyrektor finansowy Philip Morris International, zamyka w kwietniu sesję na Wall Street – z okazji pięciolecia koncernu na giełdzie

Zoom

52

Polscy menedżerowie atakują szczyt

Dochodzą już do najwyższych stanowisk w wielkich światowych korporacjach. Wnoszą świeże spojrzenie ludzi z kraju, który niedawno zbudował od zera kapitalizm s.52

Trójka z Detroit znów staje się wielka

Kilka lat temu General Motors, Ford i Chrysler stały nad przepaścią. Teraz biją rekordy sprzedaży. Chwilowy wzrost formy czy wielki comeback amerykańskiej motoryzacji? s.56

Etc.

61

Bellucci i bąbelki

Przybywa polskich firm, które do reklam swoich produktów zatrudniają zagraniczne gwiazdy

Jak się kreować przez celebrytów w USA	s.64
Ośiem powodów, dla których biznesmeni nie powinni pracować w samolocie	s.66

Radio PiN

„7 dni na biznes”
– program „Bloomberg Businessweek Polska” i Radia PiN – w każdy poniedziałek od 7.00 do 10.00. Zapraszamy!

PRZYSZŁO NOWE



@cszymanek on twitter
cezary.szymanek@bbwp24.pl

„Jassne, akurat” – możemy tylko domniemywać, że takie myśli pojawiły się w głowach ludzi słuchających wystąpienia Steve’a Jobsa w 2007 roku. Aczkolwiek jest to bardzo prawdopodobne. Któż bowiem w dniu premiery pierwszego iPada w 2010 roku pokusił się o prognozę, że to płaskie urządzenie wkrótce zawojuje świat. Chyba nikt, a jeśli nawet, to szybko został wyśmiany. A Jobs wieszczyl wówczas rychły koniec tradycyjnych komputerów, sposobów pracy, do jakich byliśmy przyzwyczajeni, technologii, jakie wtedy wszyscy znaleźliśmy. Minęło pięć lat i z pełną odpowiedzialnością możemy powiedzieć, że ta zmiana się właśnie dokonuje. Na naszych oczach. W sukurs przychodzą liczby. I kwartał tego roku w wykonaniu kompu-

terów stacjonarnych (wliczając w to laptopy) był najsłabszy w historii. Ich sprzedaż na całym świecie spadła o 14 proc., a prognozy były dwukrotnie przestrelone. Co dalej? Zapraszam na 34. stronę, gdzie specjalny raport o erze post-PC. Ale przywołując jedną z opinii, era kamienia łupanego nie skończyła się dlatego, że ich zabrakło. Pojawiły się po prostu nowe narzędzia. Teraz będzie podobnie, tylko o wiele szybciej. Wygra ten, komu uda się nadążyć za zmianami.

Cezary Szymanek

— Cezary Szymanek, redaktor naczelny „Bloomberg Businessweek Polska”

30

PROC.

Taką stawkę podatkową dla rodzin o dochodach ponad 1 mln dol. rocznie chce wprowadzić prezydent USA Barack Obama. Podwyżka dla najbogatszych, zwana „regulą Buffett”, jest częścią planów zmniejszenia deficytu budżetowego.

Widzi nam się

„Przepraszamy klientów za wszystko, co zaszło do tej pory. Zaprzestajemy automatycznego przenoszenia dotychczasowych klientów „n” i Cyfry+ do nowej oferty nc+”.

Julien Verley, prezes platformy cyfrowej nc+ w rozmowie z „Rzeczpospolitą”

Bloomberg Businessweek Polska

Redaktor naczelny

Cezary Szymanek

Zastępca redaktora naczelnego

Krzysztof Adam Kowalczyk

Sekretarz redakcji

Anna Sochocka

Redaktorzy prowadzący

Zbigniew Domaszewicz

zbiegniew.domaszewicz@bbwp24.pl

Karol Manys

karol.manys@bbwp24.pl

Adres redakcji

ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa

tel. (22) 463 03 00

www.bloombergbusinessweek.pl

Zespół redakcyjny

Beata Drewnowska, Danuta Walewska, Adam Woźniak, Jan Jęczyński, Artur Osiecki, Karolina Baca-Pogorzelska, Marcin Krasnowolski, Aleksandra Stanisławska, Jędrzej Bielecki, Hubert Kozielec, Grzegorz Siemionczyk, Agnieszka Kamińska, Sebastian Gawłowski

Dyrektor artystyczna

Aleksandra Karoń

Grafik

Krzysztof Kapica

Fotoedycja

Anna Wdowińska

DTP

Michał Kasper

Korekta

Maria Wójcik

Obróbka foto

Tomasz Rojek

Tłumaczenia z języka angielskiego

Krzyżanowski Tłumaczenia Prasowe

ISSN 2083-6279

Artykułów niezamówionych nie zwracamy.

Redakcja zastrzega sobie prawo do redagowania i skracania tekstów.

Wydawca

Gremi Media sp. z o.o.

ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa

Druk

RR DONNELLEY EUROPE



Biuro reklamy i ogłoszeń

ul. Prosta 51

tel. (22) 629 86 14, 621 48 49,

faks: (22) 621 46 58, (22) 625 61 57

reklamainfo@presspublica.pl

Dyrektor biura sprzedaży korporacyjnej

Witold Trzciński – tel. (22) 463 05 53

Dyrektor działu agencyjnego

Filip Weichert

tel. (22) 463 01 88

Dział marketingu i rozwoju

p.o. dyrektor marketingu

Cezary Piernikowski

c.piernikowski@presspublica.pl

Sprzedaż egzemplarzowa

i prenumerata:

Zamówienia na prenumeratę przyjmują

– urzędy pocztowe

– oddziały RUCH SA bezpośrednio na

stronie www.prenumerata.ruch.com.pl

lub kontaktując się z Telefonicznym

Biurem Obsługi Klienta – 801 800 803

lub (22) 693 70 00 (czynne w godz. 7-18

koszt połączenia wg taryfy operatora)

Prenumerata redakcyjna

– tel. (22) 463 00 87,

infolinia 800 120 195

Zamówienia na e-wydania: www.e-kiosk.pl

www.bloombergbusinessweek.pl,

www.sklep.rp.pl, www.egazety.pl.

„Bloomberg Businessweek Polska” jest wydawany przez Gremi Media sp. z o.o. i Bloomberg L.P. Przetłumaczone i przedrukowane artykuły z „Bloomberg Businessweek” są chronione prawami autorskimi Bloomberg L.P. Wszelkie prawa zastrzeżone. Zakazane jest kopiowanie w jakiegokolwiek formie, w całości lub części, bez pisemnej zgody Bloomberg L.P. i Gremi Media sp. z o.o. „Bloomberg Businessweek Polska” is published by Gremi Media sp. z o.o. and Bloomberg L.P. Articles translated and reprinted in this issue from „Bloomberg Businessweek” are copyrighted 2013 by Bloomberg L.P. All rights reserved. Reproduction in any manner, in whole or in part, without prior written permission of Bloomberg L.P. and is expressly prohibited.

Zapewne wiesz, że Bovespa to nie kultowa marka skuterów...

**Oczywiście, bo Twoja wiedza wybiega daleko poza
przeciętną znajomość giełdy!**

Gazeta Giełdy „Parkiet” to profesjonalne narzędzie, które pomoże Ci na bieżąco
śledzić wszelkie ruchy w gospodarce i błyskawicznie na nie reagować.

Znajdziesz w nim:

- ▲ sprawdzone newsy z rynku kapitałowego, walutowego
i surowcowego
- ▲ analizę spółek, trendów i wydarzeń rynkowych
- ▲ rzetelne rekomendacje dla inwestorów
- ▲ poradnik dla profesjonalistów



[Kup książkę](#)

Otwarcie

Oferta, którą
otrzymaliśmy z PKO BP,
była najmniej korzystna.
Zarówno dla nas,
jak i dla Skarbu
Państwa.

Klienta mniej denerwować



Z Jerzym Józkowiakiem, prezesem Poczty Polskiej, rozmawia Cezary Szymanek.

Wyobraża Pan sobie dzień, w którym znikną papierowe znaczki pocztowe?

Tak, ale one nie znikną zupełnie. Zawsze będzie grono osób, które będą zajmowały się filatelistyką.

Kiedy więc?

Proces już trwa. Zaraz będziemy płacić za znaczki SMS-ami albo poprzez stronę internetową, więc ten papierowy staje się powoli wirtualny. Według niektórych szacunków ostatni papierowy list z papierowym znaczkiem zostanie wysłany w 2025 roku, choć u nas może to trwać dłużej ze względu na opóźnienia cywilizacyjne.

A nie ze względu na opóźnienia w samej Poczcie?

Również. Poczta przysnęła, gdy wokół zachodziły zmiany, i teraz budzimy ją z letargu.

Łatwo jest?

Jest bardzo duża grupa osób, które nie są przekonane, że zmiany w tej firmie są możliwe.

Duża grupa w przypadku 90 tys. zatrudnionych to ile?

Kilka tysięcy, które są obserwatorami. W przeszłości do Poczty przychodzili osoby, które obiecywały zmiany, ale poza słowami nic się nie działo.

To dlaczego Pan ich nie zwolni?

A dlaczego mam to robić? Są to ludzie, którzy oczekują zmiany, ale zostali zniechęceni do pracy przez moich poprzedników. Jedyną metodą jest teraz postawienie ich przed faktami dokonanymi. Wprowadzamy usługi cyfrowe, nowe oferty dla biznesu, zmieniamy podejście do klienta indywidualnego, budując nowe, przyjazne placówki bez tradycyjnych okienek, za to z urządzeniami samoobsługowymi. Efekty już widać, bo zdobywamy nowych klientów i odyskujemy tych, którzy kiedyś odeszli do konkurencji.

Co to znaczy?

W praktyce – by zdenerwowanie klienta stojącego w kolejce było coraz mniejsze. Szczególnie gdy musi odebrać list pole-

cny. Najtrudniejsza sytuacja jest w Warszawie, która ma po prostu za mało placówek.

O ile?

O kilkadziesiąt. Tylko że mówimy o nowym typie placówek pocztowych, które będą mniejsze i sprawniejsze od tych znanych od kilkudziesięciu lat.

Ogłoszenie wojny „paczkomatowej”?

Nie, wręcz przeciwnie. Prawdopodobnie nawiążemy współpracę z innymi podmiotami, bo paczkomaty będą nam dość szybko potrzebne w strefach samoobsługowych.

A może na początek wystarczyłoby zmienić godziny pracy listonoszy, by z awizo nie przychodzili w południe, kiedy wszyscy są w pracy?

O tym również rozmawiamy, o elastycznym czasie pracy i zmianie sposobu wynagradzania listonoszy. Tylko że to trwa. Każda zmiana w tym względzie wymaga uzgodnień z kilkudziesięcioma związkami zawodowymi. Z drugiej strony – wymaga to także zmiany mentalności pracowników Poczty.

Klient wrogiem przecież.

Jeśli pensja nie zależy od tego, ilu klientów zostanie obsłużonych i w jaki sposób, to warto to zmienić, by osiągnąć lepsze efekty.

A kasa płynie.

Dlatego potrzebny jest nam nowy system wynagradzania. Prowizyjny, który będzie brał pod uwagę jakość i ilość.

Im więcej Kowalskich Nowak na poczcie obsłuży, i im więcej Kowalskich wyjdzie zadowolonych, to tym więcej ten Nowak na poczcie będzie zarabiał?

Tak, mam nadzieję, że w końcu tak się stanie i uda nam się sfinalizować protokół dodatkowy do układu zbiorowego, a wtedy wynagrodzenie prowizyjne na Poczcie stanie się faktem.

W jakich proporcjach?

Docelowo powinno to być minimum 30 proc. zmienne, z tendencją rosnącą.

Są opory?

Raczej obawy przed zmianą i czymś nieznanym. Jeśli ludzie przez kilkadziesiąt lat są wynagradzani, a ich pensja nie zależy od efektów ich pracy, to jest to dla nich coś totalnie nowego. Potrzebujemy zaangażowanych pracowników, ➔