

Pismo.

MAGAZYN OPINII

KWIECIEŃ 2023 | NR 4 (64)

ROZMOWA

Monika Strzępka zaprasza wiosnę do teatru

REPORTAŻ

Bogactwo, chciwość i opioidy

PODRÓŻ

Ushuaia: piekło i raj na końcu świata

PORTRET

Yvon Chouinard: miliarder, który oddął majątek Ziemi

CENA: 18,99 zł (w tym 8% VAT)

ISSN 2544-5022 INDEKS 422258

04 >



9 772544 502302

Pismo.

MAGAZYN OPINII

KWIECIEŃ 2023 | NR 4 (64)



[Kup książkę](#)



POEZJA

Nic

BRUNO JASIEŃSKI

MAGAZYN OPINII
Pismo.

Wiersz Brunona Jasińskiego pochodzi z domeny publicznej.

Poleć „Pismo” i odbierz torbę w prezencie.

Ten wyjątkowy prezent, stworzony w koprodukcji z marką Pan tu nie stał, jest dostępny tylko dla osób prenumerujących i subskrybujących „Pismo”, które polecają je innym. W dużej, bawełnianej torbie można nosić nic, jak z wydrukowanego na niej awangardowego wiersza Brunona Jasińskiego. Lub wszystko.

magazynpismo.pl/polecam ●

[Kup książkę](#)

MAGAZYN OPINII Pismo.

KWIECIEŃ 2023

PROZA

Korkociągi | 6
ZOŚKA PAPUŻANKA

Po słońcu | 90
JONAS EIKA

POEZJA

Kiedys pokocham Oceana Vuonga | 3
OCEAN VUONG

[...] | 18
MARCIN ORLIŃSKI

Nic się nie kończy | 38
JULIAN KORNHAUSER

OBRAZ

W KADRZE | 4
KAROLINA JONDERKO

FOTOREPORTAŻ Bachmut | 46
MAREK M. BEREZOWSKI

W RAMACH PISMA | 88
ZOFIA CZARTORYSKA

ŻARTY RYSUNKOWE
HENRYK

OKŁADKA Na wagę złota
TOMEK MAJEWSKI

FELIETON

2 | ROZMOWY Z K. Żeglarze i żonkile
KAROLINA LEWESTAM odpowiada na pytanie czytelniczki

96 | À propos luksusu
ZUZANNA KOWALCZYK

APTECZKA

63 | Co w niej trzyma...
MAGDA HEYDEL

PORTRET

10 | Miliarder wagabunda
MARTA ZDZIEBORSKA o biznesmenie, który oddał majątek Ziemi

ROZMOWA

22 | Rój i jego królowa
MAGDALENA KICIŃSKA rozmawia z MONIKĄ STRZĘPKĄ

REPORTAŻ

30 | Jachciarze – najbogatsi z bogatych
EVAN OSNOS o tym, na co wydają pieniądze najbogatsi

56 | Imperium bólu
PATRICK RADDEN KEEFE o bogactwie, chciwości i opioidach

PODRÓŻ

64 | Ushuaia. Opowieść o dwóch miastach
DAMIAN NOWICKI na krańcu świata

ESEJ

72 | Siądź pod mym liściem, a odpocznij sobie
JAKUB SZCZĘSNY pokazuje, od czego zależy wygoda w życiu codziennym

HISTORIA OSOBISTA

84 | Pięć dolarów miesięcznie
ARTEM CZECH o tym, jak ocalić wrażliwość, walcząc na froncie

MAGAZYN OPINII
Pismo.

Pismo. Magazyn opinii
www.magazynpismo.pl

Wydawca: Fundacja Pismo
ul. Wojciecha Górskiego 1/66,
00-033 Warszawa
KRS: 0000689263, NIP: 1182150957

Prezes Zarządu: Piotr Nesterowicz
Członkinie Zarządu:
Magdalena Kicińska, Kalina Wyszyńska

Adres redakcji: Pismo. Magazyn opinii, ul. Wojciecha Górskiego 1/66, 00-033 Warszawa,
Redaktorka Naczelna: Magdalena Kicińska, **Kultura i sekretarzowanie redakcji:** Katarzyna Kazmierowska,
Weryfikacja faktów: Marcin Czajkowski, **Idee:** Karolina Lewestam, **Ekonomia i Technologie:** Zuzanna Kowalczyk,
Redakcja: Urszula Kifer, Zofia Sawicka, Ilona Turowska, Edyta Zielińska, **Korekta:** Monika Marczyk, Dorota Śrutowska,
Szefowa Projektów Cyfrowych: Barbara Sowa, **Wydanie Cyfrowe:** Ewa Pluta,
Projekt makiet: Jacek Utko, **Redaktorka Artystyczna:** Karolina Mazurkiewicz, **Skład i łamanie:** Marta Juchnowicz-Bierbasz,
Szefowa Marketingu i Sprzedaży: Kalina Wyszyńska, **Marketing:** Mateusz Roesler, **Promocja:** Ewa Salamon,
E-commerce: Anna Ostrowska, **Prenumerata i subskrypcja:** Marcin Lipiec

Redakcja nie zwraca tekstów niezamówionych oraz zastrzega sobie prawo do redagowania i skracania.
Reklama: reklama@magazynpismo.pl, redakcja nie odpowiada za treść ogłoszeń i ma prawo do odmowy publikacji.

Kup książkę



KAROLINA LEWESTAM (ur. 1979),
dziennikarka i redaktorka. Obroniła
doktorat z filozofii na Uniwersytecie
Bostońskim. Wielokrotnie
nominowana do nagrody Grand Press.
Członkini redakcji „Pisma”.

Droga K.,

(...) moim problemem jest niedecyzyjność. Czasem nie potrafię, po prostu nie potrafię podejmować decyzji. Brzmi jak mały problem? No nie. Jeśli przyjdę i zapytasz mnie, jaką chcę herbatę, czarną czy zieloną, to w głowie od razu mam pustkę. Panikuję. Nagle świat się jakoś tak wycofuje, nie potrafię znaleźć żadnych argumentów. (...) To mnie paraliżuje. (...) w końcu zdaję się na przypadki, do swojej pracy na przykład trafiłam od razu z programu praktyk. (...) Ale... Czy mam spędzić życie z człowiekiem, który niedługo pewnie poprosi mnie o rękę? Skąd mam niby to wiedzieć, jeśli przez całą jesień nie mogłam się zdecydować, czy zasadzić tulipany, czy żonkile? (...)

Zagubiona

Żeglarze i żonkile

Droga Zagubiona,

pozволь, że na początek zajmijmy się najważniejszą kwestią.

Otóż żonkile. ŻONKILE, na Boga; kto mógł w ogóle pomyśleć, że istnieją jakiegokolwiek wiosenne kwiaty, które są lepsze od żonkili?! Chcesz argumentów? Proszę bardzo! Po pierwsze:

– Trąbka.

Po drugie:

– Też trąbka.

A także po trzecie, czwarte i piąte. Trąbka bowiem wystarczy za cały argument. Jest silniejsza niż dowód logiczny w siedemnastu krokach, w swej wyższości oczywista jak kartezjańskie *cogito ergo sum*. Trąbka ma wszak tak wiele zalet, wśród których mniej istotną jest być może jej uroczo zawadiacki charakter (no przecież wygląda zupełnie, jakby żonkil, jak tylko wyrośnie, od razu triumfalnie trąbił „Tututu!!!”), a najważniejszą – zdolność facylitacji komunikacyjnej. To fakt bowiem powszechnie wiadomo, że można przyłożyć ucho do żonkila, a wtedy usłyszysz się kogoś, kto mówi akurat w inny żonkil. To bardzo pożyteczne w chwilach, kiedy na przykład trzeba wezwać pomoc i stoi się akurat na grządce pełnej żonkili.

No. Skoro już to ustaliliśmy, to możemy przejść do następnej kwestii, a mianowicie takiej, że ludzie pozornie (poznacznie!) dzielą się na żeglarzy i wiosłarzy. Wiosłarze podejmują swoje własne decyzje. I kiedy chcą popłynąć w prawo, to naparzają w wodę lewym wiosłem, chlap, chlap, prawe umieszczając w niej na głębokość pół pióra. Żeglarze tymczasem muszą zdawać się na wiatr. Czasem płyną po prostu tam, gdzie ich niesie, a kiedy nie wieje nic, spokojnie czekają, kołyszac się na falach flauty, niekiedy marząc o wiosłach. Żywiołem wiosłarzy jest Starbucks (Poproszę [chlup wiosła] latte [chlup] na wynos [chlup, chlup] z podwójnym espresso [chlup] na [splasz, splasz] sojowym mleku i [chlup] dwa słodziki). Żywiołem żeglarzy są restauracje, w których można błagalnie spytać kelnera: „A co... a co pan poleca?”. Kapitalistyczny habitat współczesności preferuje wiosłarzy; potrafią poruszać się po zaułkach algorytmów ofertowych ze zwinnością łososi w tarle, a rozdroża życiowe pokonują bez zbędnego namysłu, niczym pędzone krowy. Żeglarze zaś są solą w oku liberalnej ekonomii, bo zanim taki kupi cebulkę żonkila, to będzie tygodniami hamletyzował i czekał na lepszy wiatr.

Droga Zagubiona, może chcesz, żebym ci powiedziała, jak masz się nauczyć decydować; jak być wiosłarką. A może raczej chcesz się dowiedzieć, że życie nie musi wcale być Starbucksem (owszem, nie musi; nie trzeba zawsze wiedzieć, jaką się chce kawę czy herbatę. Nie tylko w decyzjach szybko tnących materię rzeczywistości jest wartość i sens). Niezależnie od tego, na co czekasz, powiem ci tylko tyle: każdy żeglarz jest po trosze wiosłarzem. I podejmuje decyzje, tyle że robi to inaczej. Czekając – na myśl, na znak, na skinienie od wszechświata. Czekając, aż się stanie. Trwasz w związku, który zmierza do konkluzji. Nie uciekasz. Decyzja podejmuje się sama. Decyzja zaistnieje, będzie, ziści się. A czemu nie słyszać plusku wiosel? Bo tylko wtedy można za złe rzeczy winić nie siebie, ale wiatr.

Albo jakąś tam dziunię z „Pisma”. To przez nią będą rosnąć u ciebie te wszystkie trąbiaste żonkile.

Czasem o trudnych rzeczach dobrze jest napisać do kogoś, kto jest daleko. Napisz do mnie. rozmowyzk@magazynpismo.pl

Kup książkę

POEZJA

Kiedyś pokocham Oceana Vuonga

OCEAN VUONG

—

Nie obawiaj się, Oceanie.
Do końca drogi jeszcze tak daleko,
że jest już za nami.
Nie martw się. Twój ojciec nim jest,
dopóki jeden z was o tym nie zapomni. Jak kręgosłup,
który nie pamięta skrzydeł,
nieważne ile razy kolana
zetknęły się z chodnikiem. Oceanie,
słuchasz? Najpiękniejsza część
twojego ciała to ta,
na którą pada cień matki.
Oto dom z dzieciństwem
zredukowanym do czerwonego drutu tuż nad ziemią.
Nie martw się, nazwij go horyzontem,
a nigdy tam nie dotrzesz.
Dzisiaj jest dziś. Skocz. Uwierz,
że to nie łódź ratunkowa. Oto mężczyzna,
którego ramiona pomieszczą
twoje odejście. Oto chwila
tuż po tym, gdy gasną światła, ale wciąż widać
błądą latarkę między jego nogami.
Jak używasz jej bez końca,
by odnaleźć własne dłonie.

Poprosiłeś o drugą szansę,
a dostałeś usta do opróżnienia.
Nie obawiaj się, strzały
to tylko dźwięk ludzi,
którzy chcą żyć trochę dłużej
i zawodzą. Oceanie. Oceanie –
wstań. Najpiękniejsza część twojego ciała to ta,
która gdzieś podąża. I pamiętaj,
samotność to wciąż czas spędzony
ze światem. Oto
pokój ze wszystkimi w środku.
Zmarli przyjaciele przechodzą
przez ciebie jak wiatr
przez wietrzne dzwonki. Oto biurko
z kulawą nogą i cegłą,
powinno przetrwać. Tak, oto pokój
tak ciepły i blisko krwiobiegu,
że, przysięgam, obudzisz się –
i weźmiesz te ściany
za skórę.

Przełożyła Paulina Korzeniewska

OCEAN
VUONG

(ur. 1988), wietnamsko-amerykański poeta, eseista i pisarz. Autor powieści *Wspaniali jesteśmy tylko przez chwilę* (2019). Laureat stypendium Ruth Lilly/Sargent Rosenberg oraz nagrody Whiting Award w 2016 roku.

Kup książkę



[Kup książkę](#)



Kup książkę

W KADRZE

KAROLINA JONDERKO | *Zaginieni* 2012

Co roku polska policja odnotowuje ponad 15 tysięcy przypadków zaginięć. Nikt, kto nie przeżył straty ukochanej osoby, nie jest w stanie sobie wyobrazić, jaki ból odczuwają rodziny zaginionych, latami balansując pomiędzy poczuciem straty a nadzieją. Pokoje poszukiwanych często pozostają nieknięte przez miesiące, lata, a nawet dekady. Na projekt składają się – oprócz zdjęć samych przestrzeżni – również portrety oraz listy do osób zaginionych napisane przez członków ich rodzin.



selected by

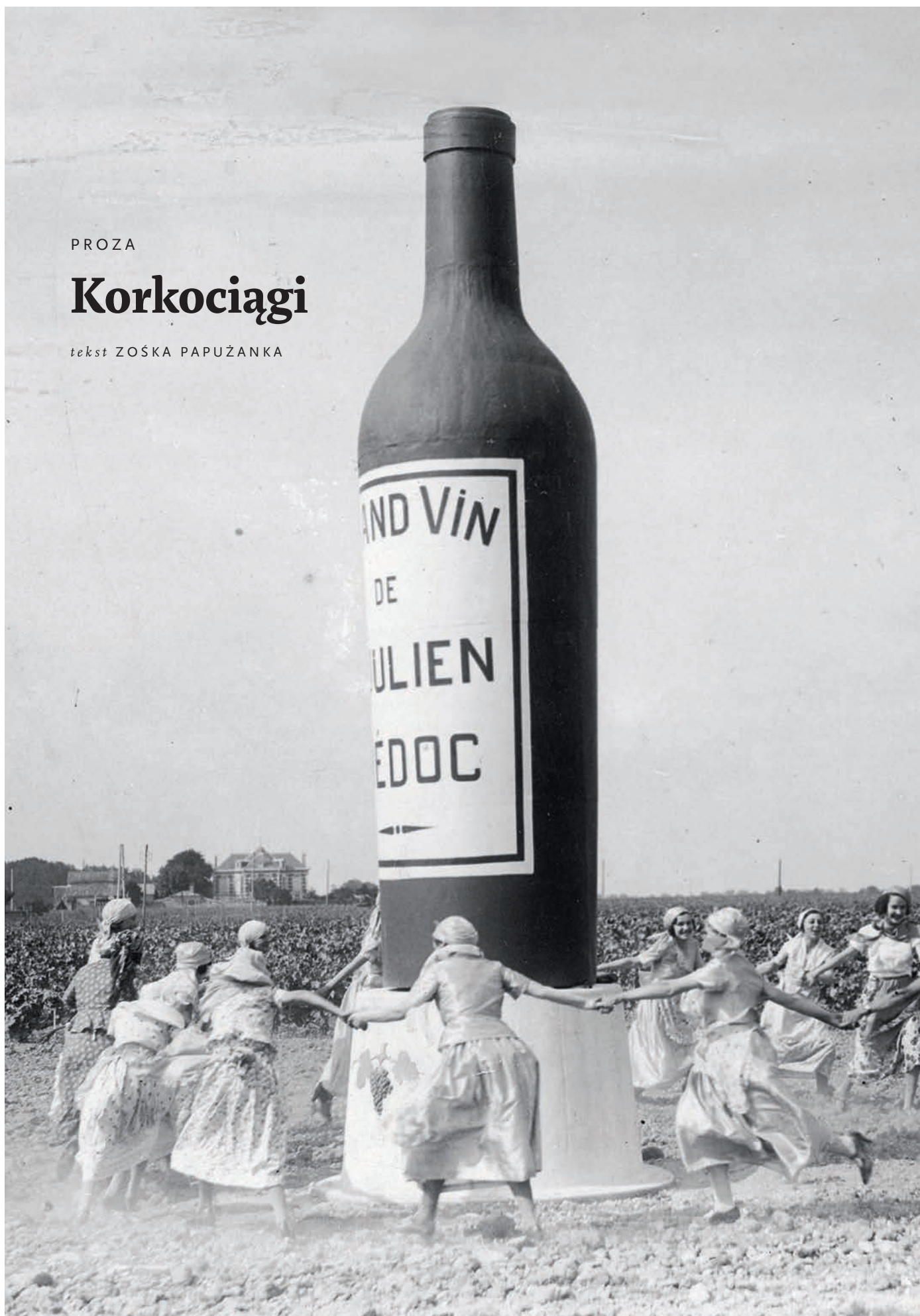
**EUROPEAN
IMAGES**

Projekt EUROPEAN IMAGES realizowany przez n-ost, Kajet, Ramina Mazura i Pismo.

PROZA

Korkociągi

tekst ZOŚKA PAPUŻANKA



Zaczął się w Budapeszcie. Nad Dunajem. Dunaj jest przeogromny i zapewne wiele ludzkich spraw ma tam wystarczająco dużo miejsca, by się zacząć. A my wtedy nic jeszcze nie wiedzieliśmy o żadnym początku, po prostu chcieliśmy posiedzieć nad Dunajem i napić się tokaju, podobała nam się ta instrumentacja głoskowa, tokaj nad Dunajem, pięknym modrym, rzecz jasna, no i lubimy tokaj. Zresztą być w Budapeszcie i nie napić się tokaju nad Dunajem to tak, jak być w Paryżu i nie zobaczyć metalowego A. Nie byliśmy w Paryżu, byliśmy w Budapeszcie, mieliśmy Dunaj i tokaj. Nie mieliśmy korkociągu.

Cóż prostszego – kupić korkociąg. Tokaj poczeka, data na butelce wskazywała, że czekał już dwa lata. Do najbliższego sklepu z artykułami gospodarstwa domowego, po którym można się było domyślać wyposażenia w korkociągi, dowlekliśmy się z trudem, mając już w nogach cały dzień zwiedzania pięknego i szerokiego Budapesztu. Słaba jestem w opisach przyrody i zapomniałam zaznaczyć, cytując wieszczka, że słońce zniżyło się już nieco ku zachodowi, zapadał wieczór, a zestaw tokaj plus Dunaj traktowaliśmy jako ostatni punkt programu na ten dzień. A tu jeszcze sklep. Bardzo duży sklep, zwiedziliśmy go dokładnie, ale nie znaleźliśmy korkociągu. Albo to on nas nie znalazł.

– Nie ma?
– Nie ma.
– Trzeba było zapytać.
– Sam mogłeś zapytać, jak jesteś taki mądry. Proszę bardzo, zapytaj Węgry, czy jest korkociąg.

Musieliśmy poszukać innego sklepu do zwiedzania, gdyż nikt nie potrafił zapytać Węgry, czy jest korkociąg. Korkociąg po węgiersku nazywa się *dugóhúzó*, co ładnie wygląda, te akcenty, trzykrotnie sugerujące korkociągowi kierunek ruchu służący otwarciu butelki tokaju, ale żeby to słowo wymówić w sklepie, trzeba nie lada odwagi, a mieliśmy tylko jedną butelkę, nadal zamkniętą. Postanowiliśmy nauczyć się, na wszelki wypadek, jak się wymawia słowo korkociąg we wszystkich językach świata, ale kiedyś.

Korkociąg kupiliśmy w sklepie z pamiątkami, otwartym nawet wtedy, gdy słońce, by

zacytować innego wieszczka, ciepłym powiewem westchnął – usnęło, a spracowani Węgrzy udali się na zasłużony odpoczynek. Wszyscy – poza sprzedawcami w sklepach z pamiątkami, którzy znają słowo korkociąg we wszystkich językach i spełniają wieczorne pragnienia. Kupiliśmy zatem korkociąg, a właściwie nie. Kupiliśmy, choć nie był to do końca korkociąg. Tylko taki pan. Drewniany pan w kapelusiku z kwiatkiem, kubraczku w kwiatki i z czarnym węgierskim wąsem. Wystawały temu panu z boków dwie drewniane rączki, służące do wyciągania go w górę z butelki. Spod żółtego kubraczka wychodziło zaś to, o co nam najbardziej chodziło i za czym chodziło się po całym Budapeszcie – spiralka wkręcająca się w korek i po kilku tanecznych obrotach oraz stanowczym pociągnięciu zdolna wyzwolić tokaj z butelki. Kosztował ten pan trzy razy więcej niż zwykły korkociąg, bo nie był przecież zwykłym korkociągiem, *dugóhúzó*, ale pamiątką. Bardzo chcieliśmy potraktować go w sposób wyjątkowy, dlatego postanowiliśmy nadać mu imię. Że nie jest byle korkociągiem jakimś tam, ale panem korkociągiem węgierskim. Tokaju ubywało, Dunaj płynął, a my wybieraliśmy imię sławnego Węgry dla naszego pana korkociąga. I nazwaliśmy go Kossuth Lajos.

I nastał wieczór, i poranek, dzień drugi.

NIE ZNALIŚMY zbyt wielu wybitnych Węgrów, nie z powodu ich braku, tylko w wyniku naszej ignorancji; Kossutha Lajosa natomiast tak, a to imię pasowało jak kwiecisty kubraczek, wystarczyło spojrzeć na pana korkociąga, żeby nie mieć wątpliwości. Z szacunku dla węgierskiej tradycji nadaliśmy mu najpierw nazwisko, potem imię.

Bardzo chcieliśmy Kossuthowi Lajosowi pokazać Polskę i obiecywaliśmy to nad Dunajem najszybciej, natomiast on wołał okazać niezależność, bo gdy następnego dnia pakowaliśmy walizki, nie mogliśmy go nigdzie znaleźć. Nie było czasu na powtórne odwiedzin w sklepie z pamiątkami. Na lotnisku widzieliśmy wielu Kossuthów Lajosów, legion dzielnych Węgrów w kolorowych kubraczkach i z napisem I love Hungary, ale odwróciliśmy się do nich tyłem. Kossuth Lajos jest tylko jeden. Został gdzieś w trawie

nad swoją piękną, modrą, rozłożystą rzeką. Trochę szkoda. Szkoda, ale szacun.

Czasem myślę o nim, o jego drewnianych łapkach, w których niczego nie umiałby utrzymać; wyobrażam sobie, że wrasta w naddunajską ziemię, zapuszcza śrubką metalowe korzenie i przebija się na świat, do słońca, korkociągowym drzewem, na którego gałęziach wiszą setki małych Kossuthów Lajosów, śrubkami w dół, dojrzewając do zerwania i użycia przez zagraniczną parę, która chce napić się wina nad brzegiem słynnej rzeki.

Albo oceanu. Na przykład w Muxii. W Muxii nie ma niczego poza Muxią, kościołem nad oceanem i oceanem w swej istocie. I to bardzo dobrze, Muxia niczego nie udaje, jest samą sobą na swoim własnym końcu świata i to już stanowi wystarczająco dużo piękna i prawdy, nie trzeba kombinować. W Muxii jest sama Muxia, piękno, prawda i tak wiele spokoju, że nie należy sobie tego uświadamiać; nawet ten biały kościół nad oceanem, zbudowany wśród białych skał, jest zjawiskowy, ale niepotrzebny, bo człowiek, siedząc na białej skale nad oceanem, i tak myśli o Bogu i śmierci, choćby w Boga nie wierzył, a o śmierci bał się myśleć. I tak myśli, i musi napić się wina, nie ma rady. Sklep z winem i sklep z korkociągami są znacznie oddalone od białych skał, na których fale podskakują jak uderzane rakietą tenisową, ale to oddalenie przewidzieliśmy, nauczeni budapesztańskim doświadczeniem, i zaopatrzyliśmy się wcześniej.

Muxiański korkociąg nie miał drewnianych rączek, był do bólu niepamiątkowy, składał się wyłącznie ze spirali schowanej między metalowymi częściami przypominającymi brzytwę. Korkociąg po prostu, najzwyklejszy z korkociągów, przyszedłem, aby służyć, wsadźcie butelkę między kolana, wkręćcie mnie w korek, teraz trochę siły i już można w muxiańskim spokoju myśleć o śmierci, *de nada*. A że się śmierci boję jak każdy, tak, jak każdy, nie uwierzę nikomu, nawet przy drugiej butelce wina nie uwierzę, że nie; a zatem – że się śmierci boję i chciałabym po niej zostać w czymś, choćby w przedmiotach, które rozdają na prawo i lewo, a z trudem wyrzucam, więc pomyślałam, że zabiorę ten korkociąg ze sobą, bo jest mój, przynależy do mojej myśli o śmierci

i powinien stać się pierwszym elementem kolekcji.

– Przecież zbieramy już wszystko.
– Tak, wszystko, ale nie korkociągi.
– Nikt nie zbiera korkociągów.
– No właśnie. Dlaczego nikt nie zbiera korkociągów? Są takie dobre dla ludzi. Wyobraź sobie specjalną półkę albo nie, gablotkę na korkociągi, które będziemy przywozić z całego świata, zaprosimy znajomych, przyniosą wino, o, wino z Portugalii, proszę bardzo, a tu mamy portugalski korkociąg, poznajcie się; wino z Nowej Zelandii...

– Nie możesz go zabrać.
– Jak to nie mogę?
– Nie możesz. Mamy багаż podręczny, zapomniałaś? Ostre narzędzie.
– Ale on nie jest wcale ostry, jest bardzo łagodnym narzędziem. Poproszę po hiszpańsku, czy w drodze wyjątku mogłabym polecić z korkociągiem. Wiele to dla mnie znaczy, panie pilocie. Pilot powinien zrozumieć, w końcu korkociąg to też jest taka akrobacja...

– Każą ci go wyrzucić na lotnisku.
– To się nie należy żadnemu korkociągowi. To wręcz korkociągu niegodne.
– Każą ci go wyrzucić.
– Czyli nie można mieć kolekcji korkociągów z całego świata?
– Jeśli się lata z багаżem podręcznym – nie można.

Schowałam korkociąg pod dużym białym kamieniem. Nie pamiętam, pod którym, są ich w Muxii tysiące. Urządziłam mu tam, w jego świecie, pogrzeb, bo bardzo intensywnie myślałam już o śmierci i nie chciałam zabierać ze sobą tej myśli do mojego świata, gdzie nie ma wybrzeża z białymi kamieniami i gdzie wino nie jest winem. I pomyślałam, że może pod każdym kamieniem jest korkociąg, mała ludzka bezradność wobec butelki i przepisów lotniczych. Może wszędzie jest Muxia i śmierć, i trzeba z tym żyć.

Podróżowaliśmy do wielu miejsc, czasem na krótko, czasem na dłużej, raz z багаżem podręcznym, raz z wielką walizką, która przyplątała do człowieka na taśmie pełnej wielkich walizek, a w każdej są brudne majtki, balsam do ciała, którego nie było czasu użyć, balsamu, ciała też, jakiś drobiazg dla mamy, leki od bólu głowy, w każdej walizce jest życie i śmierć, a wszystkie takie same,

granatowe śmierci zapinane na srebrny zamek błyskawiczny. Nie mogliśmy zaprzestać kupowania wina, bo nie znaleźliśmy ani jednego logicznego powodu niekupowania wina, a zatem kupowaliśmy też korkociągi. Nieskończoną liczbę razy obiecywaliśmy sobie, nawet zapisywaliśmy na kartkach, że musimy zabrać korkociąg z domu, bo po co kupować korkociągi. Po co kupować wino coraz to nowe – to oczywiste, ale po co ciągle kupować nowy korkociąg, skoro i tak nie można mieć międzynarodowej kolekcji korkociągów imienia Kossutha Lajosa, no po co? Po co myśleć o albumach, półeczkach, ustawianiu, segregowaniu, podpisywaniu, numerowaniu, przecieraniu ściereczką i o tych wszystkich niezaprzeczalnie neurotycznych czynnościach charakterystycznych dla kolekcjonera, skoro kolekcja jest niemożliwa? Może należałoby, najlepiej w towarzystwie butelki wina, zredefiniować pojęcie kolekcji?

Albo ten w kształcie ryby, którą łapaliśmy za ogonek i nie przestawało nas to bawić; szkoda nam go było, siedzieliśmy na ławce i patrzyliśmy z rozczuleniem, jak ze srebrnego pyszczka wysuwa się dzielna spirala. – Przydałaby się ta ryba na zawsze do białego wina – powiedziałeś. Tylko do białego, traktowalibyśmy ją z szacunkiem. Nie umieliśmy się rozstać z rybką, trzepoczącą ogonkiem ponad butelką. I wtedy zadzwonił telefon.

Ktoś dawno niewidziany, daleki, dzwoniący bez żadnego interesu, najlepsze rozmowy na świecie. Jesteśmy w Grecji, rozstajemy się właśnie z korkociągiem w kształcie rybki. Nie jest łatwo. I takie mamy problemy, widzisz, jak się rozstać z korkociągiem, jak dorosnąć. Oddać do sklepu nie można, nosi ślady używania.

– To mi go prześlijcie.
– Prześlijcie? Jak?
– Jest tam w Grecji poczta? Hermes pracuje? Wsadźcie w paczkę i prześlijcie. Zaraz ci napiszę adres.
– A można wysłać w paczce korkociąg?
– A skąd mam wiedzieć?

Kupiliśmy na poczcie w Grecji pudełko, wpuściliśmy do środka srebrną rybkę, zakleiliśmy znaczkami, napisaliśmy adres, pod którym mieszkał ktoś życzliwy, kto chciał rybkę zaadoptować. I nie wiem, czy dopłynęła, tamten człowiek długo nie dzwonił,

a potem, gdy zadzwonił, nie powiedział, a ja zapomniałam zapytać. Może się przestraszył, że potraktowaliśmy jego pomysł dosłownie. A może z radością otwiera naszą rybką każde białe wino, ale nie zaprasza nas do siebie w obawie, że moglibyśmy sobie rościć prawa do srebrnego ogonka, który tak wygodnie leżał we wnętrzu dłoni.

Zredefiniowaliśmy pojęcie kolekcji. Tak należało zrobić.

JESZCZE PAMIĘTAM taki wyjątkowy zupełnie, w kształcie papugi wysadzanej kolorowymi szkiełkami. Powiesiliśmy go na drzewie. Nie było innego wyjścia. I ten niebieski, gruby, ze słoniowymi uszami; podróżowaliśmy samochodem, więc mogliśmy go zabrać, ale zrezygnowaliśmy; nie mogliśmy tego zrobić tym innym, niezabranym. A poza tym dokonaliśmy zredefiniowania pojęcia kolekcjonerstwa i wyobrażenia o naszym miejscu w szacownym gronie kolekcjonerów korkociągów.

WYSTARCY UWAGNIEJ przyjrzeć się tym urządzeniom, poświęcić im nieco więcej czasu, a nie tylko hop-siup, dół–góra i do szuflady, żeby zauważyć, że też mają swoje preferencje. Jedne korkociągi wyciągają ręce gestem diwy operowej domagającej się okłasków. Gdy błagalne rączki wędrują w górę, trzeba je stanowczo pociągnąć na dół, pokazać im, gdzie ich miejsce, jakby się strofowało niegrzeczne dziecko. Takie korkociągi są wesołe, nonszalanckie, z daleka śmieją się na widok zielonego szkła.

Inny gatunek to te, które nie pozwalają się wyrwać z butelki, ale opierają się o jej szybkę metalową nogą i z gracją podnoszą śrubę, zupełnie jakby odpychały wino obrażone na rękę, która ich dotyka, domagające się samodzielności. Podziwiam ich niezależną elegancję. One nie chcą się po prostu napić, ale celebrować chwilę poprzedzającą szlachetny, głęboki dźwięk wymowanego korka, oznajmiający koniec jednego rytuału, a początek następnego.

Są jeszcze korkociągi elektryczne, kiedyś dostaliśmy taki w prezencie. Przerażająca, szersza od szybkiej butelki rura, która sama wie, co ma robić, nie chce mieć

z człowiekiem w ogóle kontaktu. Wielkie to na pół kuchni, nieporęczne, ciężkie i brzydkie, niby ma pomóc, a utrudnia, zupełnie jak dialog z robotem, gdy chcesz porozmawiać z żywą istotą, pracującą w banku czy firmie ubezpieczeniowej. Korkociąg elektryczny przekroczył nasze granice ontologiczne. Wyrzuciliśmy go. Tak, wyrzuciliśmy, nie należał do nas, do wina, nawet do siebie nie należał, tylko do swojego wielkiego pudełka, wyściełanego aksamitem. Wyrzuciliśmy go w tym trumiennym pudełku. Nie potrafił nawiązać relacji. Nie wpisywał się w naszą definicję kolekcjonerstwa, nawet po zredefiniowaniu.

— NASZA KOLEKCJA korkociągów jest kolekcją światową, albowiem znajduje się na całym świecie. Dobrze, z wyjątkiem Grenlandii. Tam wino zamarza. Wszędzie tam, gdzie wino nie zamarza i gdzie trzeba je w jakiś sposób otworzyć, zanim się wypije, wszędzie tam rozciąga się nasza światowa kolekcja korkociągów. Składa się ona z nieprzeliczonych, ponieważ nikt nie przeliczał, liczby egzemplarzy korkociągów opierających nóżkę, podnoszących rączki oraz działających z wykorzystaniem zasad fizyki, których nie rozumiemy, co potrafimy przyznać bez szczególnego skrępowania. Nie ma w naszej kolekcji korkociągów elektrycznych, ponieważ ten pomysł na przedmiot uznajemy za efekciarSKI i niemoralny.

Trudno byłoby tę kolekcję obejrzeć; właściwie należałoby mówić o zwiedzaniu, nie o oglądaniu, ale nam też nie jest łatwo uprawiać ten rodzaj kolekcjonerstwa, proszę wierzyć. Uparty zwiedzający musiałby kupić bilet na kolej, jeżdżącą w różne strony, wysiadać na różnych stacjach i szukać w różnych miejscach. Po prostu. Pod dużym białym kamieniem, nad stawem, przy pomniku smutnego prozaika, który umarł ze starości, przy pomniku wesołego poety, którego zamordowali smutni prozaicy, w gąszczu liliwców, obok muzeum, w najładniejszej wydmine na pustyni, w Buen Retiro, przy bramie zamku Strečno. W takich właśnie miejscach. A czasem w innym, czasem w metrze, czasem nad brzegiem zamarzniętej rzeki. I na plaży w Matosinhos. Wytrwali na pewno dotrą do kilku egzemplarzy. Nie będzie miało to dla nas żadnego znaczenia, ponieważ zbieramy

korkociągi nie dla przyszłych pokoleń ani dla sławy, nawet nie dla pociechy estetycznej, a jedynie dla samego zbieractwa. Ba, nawet nie dla zbieractwa.

Nie chodzi tu bowiem o bycie zbieraczem, a o samo stawianie się. Na niczym innym nam nie zależy. Kupujemy wino, kupujemy korkociąg, dołączamy go do kolekcji. Wypijamy wino i już. Nie prowadzimy inwentarza, chociaż obiecujemy to sobie w chwilach nabycia każdego kolejnego egzemplarza, ale potem wypijamy wino i odechciewa się nam zapisywać. Nawet zapamiętywać się nam odechciewa. Ktoś podniesie kamień, drzewo się rozrośnie, staw wyschnie, ktoś znajdzie nasz korkociąg, przeklnie nas w myślach za śmiecenie i nieręczyliwostwo, może zabierze korkociąg do domu, może wyśle w paczce do kogoś innego. To jak z gwiazdami, które posiadał Geograf z planety 330; sens jest wtedy, gdy się go znajdzie. A my nie szukaliśmy, sam przyszedł. I chcemy myśleć, że kolekcjonujemy wbrew kolekcjonowaniu, że posiadamy, choć posiadać nie można, że nasze rozrzucone po całym świecie korkociągi są gwiazdami, że w jakiejś najważniejszej dla siebie chwili każdy z nich był dla nas istotny, ale nasze posiadanie nie jest wystawą ani gablotą, tylko myślą, chwilową myślą, której nadałmy chwilową wiecznotrwałość.

Nie jesteśmy w stanie nawet udowodnić istnienia tej kolekcji. Można nam tylko uwierzyć na słowo, jak się wierzy książce w czasie czytania, choć potem wiemy już, że czytaliśmy nieprawdę, która była prawdą. Nie ma dobrej książki o nieprawdzie. Wszystko, o czym można przeczytać w dobrych książkach, jest prawdziwe w jakiś sposób. Tylko samo pisanie jest nieprawdziwe i to nam się miesza, zapominamy o tym i stąd tyle kłopotów. Naprawdę mamy mobilną międzynarodową kolekcję korkociągów. Chyba naprawdę.

— CZASEM DO NICH tęsknimy, zastanawiamy się, czy rdzewieją, czy wyciągają boleśnie rączki, czy wołają „pić, pić”; nie, to nieprawda, nie myślimy o nich wcale. Mamy jeden w domu i on nas obsługuje. Jest bardzo stary, ma drewnianą rączkę z pędzelkiem. Nikt nie wie, po co jest ten pędzelek, ponieważ

nikt nie jest taki stary jak korkociąg z pędzelkiem. Może do omiatania pajęczyn ze starych butelek wina, nie wiem, nie mamy starych butelek, nie kolekcjonujemy wina, bo jest niepoliczalne. Kolekcjonujemy korkociągi. Tylko że ich nie liczymy.

Człowiek powinien przylgnąć do jakiejś idei, coś sobie myśleć o świecie i uważać to za swoje. Do życia potrzebne są jakaś filozofia oraz wino. Daleko nam do Diogenesa mieszkającego w beczce, jesteśmy zepsutymi do cna, mieszczańskimi hedonistami, lubimy po prostu wino, podróże i lubimy nadawać znaczenie temu, co, jak sobie naiwnie wyobrażamy, nie miałoby znaczenia bez naszego nadania. Ale przyznajcie, że to piękna myśl – nie mieć niczego, a mieć tak wiele i w tak wielu miejscach.

Jeśli będąc gdzieś kiedyś, natraficie na drzewo korkociągowe, bądźcie pewni, że to element naszej nieskończonej układanki, naszej kolekcji bez kolekcji, nasz ślad na bezużytecznej planecie, pełnej Geografów, Królów, Pijaków i Próżnych.



Miliarder wagabunda

tekst MARTA ZDZIEBORSKA

ZAŁOŻYCIEL PATAGONII Yvon Chouinard nie mógł postąpić inaczej: po dekadach zarządzania firmą według zasad ekologicznie odpowiedzialnego biznesu przekazał ją matce Ziemi.

Można powiedzieć, że Yvon Chouinard, były już właściciel amerykańskiej marki odzieży outdoorowej Patagonia, chce pójść w ślady aktora Paula Newmana. Choć hollywoodzki gwiazdor nie żyje od piętnastu lat, założona przez niego Newman's Own Foundation w dalszym ciągu pomaga dzieciom w Stanach Zjednoczonych i na całym świecie. Przeznaczone na to środki pochodzą z zysków firmy spożywczej Newman's Own, która w 1982 roku zaczynała od produkcji dressingu do sałatek według przepisu aktora. Paul Newman, chcąc, by zarobione w ten sposób pieniądze cały czas trafiały na cele charytatywne, na trzy lata przed śmiercią całkowicie zrzekł się praw do firmy, a całość jej zysków przekazał nowo utworzonej fundacji. W ciągu czterdziestu lat od założenia Newman's Own w programy pomocowe wpompowano już ponad sześćset milionów dolarów.

W przypadku Yvona Chouinarda, który zrzekł się udziałów w Patagonii we wrześniu 2022 roku, na walkę ze zmianami klimatu

trafiać będzie około stu milionów dolarów rocznie. Środki te zasilą konto utworzone przez Chouinarda proekologicznej organizacji non profit Holdfast Collective. „Każdego roku pieniądze, które zarobimy i których nie wykorzystamy na inwestycje w Patagonię, będziemy wypłacać w postaci dywidendy”, tłumaczył przedsiębiorca w swoim oświadczeniu we wrześniu ubiegłego roku. Ten ekscentryczny bogacz, od dekad depreczujący klasyczne rynkowe zasady gry, właśnie dołączył do grona największych amerykańskich filantropów działających na rzecz ekologii. „Rodzina Chouinardów odstaje od reszty. Większość miliarderów przekazuje co roku na cele charytatywne niewielką część swojego majątku” [przeł. tu i dalej M.Z.] – powiedział w rozmowie z „New York Timesem” David Callahan, założyciel serwisu Inside Philanthropy.

„HEJ, PRZYJACIELE, właśnie oddaliśmy naszą firmę planecie Ziemi. Okej, to bardziej

skomplikowane, ale dziś mamy wolne i świętujemy nowy plan, by ocalić nasz jedyny dom. Jutro wrócimy do świata online” – to wpis, który 14 września ukazał się na oficjalnym profilu Patagonii na Twitterze. Dokładnie w tym dniu Chouinard przekazał wartą trzy miliardy dolarów firmę dwóm podmiotom: 98 procent udziałów bez prawa głosu trafiło do wspomnianej organizacji Holdfast Collective, która ma wspierać inicjatywy na rzecz ochrony środowiska. Pozostałe 2 procent akcji z prawem głosu przejął zaś kontrolowany przez rodzinę Chouinardów zarząd Patagonia Purpose Trust, który ma odpowiadać za strategiczne decyzje i kierunek, w jakim podąża firma. Prezesem jej w dalszym ciągu pozostaje pięćdziesięcioletni Ryan Gellert, pełniący tę funkcję od 2020 roku. Wcześniej Gellert odpowiadał za ekspansję Patagonii na rynku europejskim. Zanim dołączył do firmy Chouinarda, przez piętnaście lat piął się po szczeblach kariery w Black Diamond Equipment. To marka znana z produkcji sprzętu wspinaczkowego i narciarskiego.

„Teraz mogę spokojnie umrzeć. Wiem, że Patagonia będzie kontynuowała swoją misję przez następne pięćdziesiąt lat, i nie muszę przy tym być” – powiedział w rozmowie z „New York Timesem” Yvon Chouinard. Biznesmen przez długi czas szukał sposobu



na przekazanie swojej firmy w bezpieczne ręce. O przejęciu Patagonii przez dwójkę jego dzieci – Claire i Fletchera – nie było mowy, bo jak donosi nowojorski dziennik, ci nawet nie chcieli o tym słyszeć. Claire to artystka i projektantka kolekcji odzieżowych Patagonii, a Fletcher – projektant przyjaznych dla środowiska desek surfingowych. Oboje są zaangażowani w działania firmy od lat, lubią jednak powtarzać, że są jej pracownikami, jak wszyscy inni. „Nie jesteśmy jedynie właścicielami i członkami zarządu. Pobieramy normalne pensje. Nie wychowano nas tak, by szaleć na punkcie pieniędzy. Wręcz odwrotnie, mieliśmy się ich wstydzić” – powiedział w 2017 roku w rozmowie z „New Yorkerem” Fletcher.

Szukając pomysłu na przekazanie firmy w inne ręce, Chouinard wykluczał odsprzedaż jej inwestorowi lub wprowadzenie jej na giełdę. Jego zdaniem mogłoby to doprowadzić do zaprzepaszczenia misji Patagonii. „Nie mogliśmy być pewni, że nowy właściciel zachowa dotychczasowy zespół. Nawet mające dobre intencje spółki pozostają pod dużą presją, by szybko generować zyski za cenę swojej długoterminowej kondycji i odpowiedzialności – przekonywał biznesmen w liście skierowanym do ponad trzech i pół tysiąca pracowników Patagonii. – Zamiast czerpać zysk z natury i pompować go w kieszenie inwestorów, wykorzystamy nasz majątek do ochrony tego, co jest źródłem całego bogactwa. Mam nadzieję, że tym ruchem przyczynimy się do stworzenia nowej formy kapitalizmu, gdzie nie ma podziału na garstkę bogatych i całe zastępy biednych” – kontynuował Chouinard, który od lat przekonuje w wywiadach i wystąpieniach publicznych, że to nie tylko goniący za zyskiem kapitalizm może być źródłem rozwoju. Biznesowe credo założyciela Patagonii wpisuje się w teorię sformułowaną przez amerykańskiego filozofa Roberta Edwarda Freemana. W książce z 1984 roku *Strategic Management: A Stakeholder Approach* (*Strategiczne zarządzanie: podejście interesariuszy*) pisał on, że aby osiągnąć sukces w biznesie, należy liczyć się nie tylko z interesariuszami zewnętrznymi, czyli klientami lub dostawcami, ale także z pracownikami, lokalnymi ekologami, władzami i społecznościami. Według zwolenników tej teorii tylko takie podejście może

zagwarantować zrównoważony rozwój społeczno-gospodarczy.

YVON CHOUINARD miłość do przyrody wyniósł z dzieciństwa. W wieku ośmiu lat opuścił z rodzicami Wschodnie Wybrzeże i przeprowadził się do Kalifornii, gdzie zafascynował się surfingiem i wspinaczką. To właśnie pasja do aktywności na świeżym powietrzu skłoniła go do założenia biznesu: w 1957 roku, tuż po ukończeniu szkoły średniej, kupił używany piec kowalski i założył warsztat w kurniku na tyłach rodzinnego domu w Burbank w Kalifornii. Zaczął produkować haki wspinaczkowe, bo te tanie, europejskie, były wytwarzane ze zbyt miękkiej stali i często łamały się lub trudno było je wbić w skałę. Sprzęt produkowany na początku na własny użytek zdobył popularność wśród znajomych Chouinarda i innych wspinaczy, co pozwoliło mu podreperować budżet. Młody biznesmen żył wtedy jak wagałunda: zimą zarabiał w warsztacie, a resztę roku spędzał na wspinaczce i surfingu, dorabiając na paliwo sprzedając zużytych butelek i jedząc, co popadnie. Jak pisał w 2007 roku dla „Guardiana”, pewnego lata przetrwał tylko dzięki zapasom kocięj karmy, owsianki, ziemniaków i świstakom, które zdołał upolować czekaniem. „Byliśmy buntownikami negującymi kulturę korporacyjną. To przyroda była naszym domem” – wspominał Chouinard, który wraz z garstką innych wspinaczy, surferów, narciarzy i kajakarzy stworzył nieformalną grupę podróżników Do Boys.

Choć amerykański wspinacz utrzymuje, że nie zależało mu wtedy na budowaniu kariery w biznesie, to właśnie wychodziło mu zaskakująco dobrze. W 1965 roku wraz z inżynierem Tomem Frostem założył firmę Chouinard Equipment, która zaledwie kilka lat później stała się największym producentem sprzętu wspinaczkowego w Stanach Zjednoczonych. I tak by pewnie zostało, gdyby nie fakt, że coraz bardziej popularna wśród Amerykanów wspinaczka prowadziła do dewastacji gór. Chouinard nie chciał przykładać do tego ręki i po raz pierwszy poszedł pod prąd: całkowicie zrezygnował z produkcji rentownych haków na rzecz kości wspinaczkowych, które umieszczają się w szczelinach, nie niszcząc przy tym skał.

Biznesmen jednocześnie zaczął dodawać do oferty odzież, do czego zainspirowała go podróż do Szkocji. Na wspinaczkę w tamtejszych górach założył koszulkę do rugby z mocnego materiału i z wysokim kołnierzem ochraniającym mu kark przed skałecznymi. Rozwiązanie okazało się rewolucyjne, zrobiło furorę wśród znajomych Chouinarda i innych wspinaczy. Amerykanin niebawem zaczął produkować również worki biwakowe, wełniane rękawiczki, swetry i kurtki deszczowe, co doprowadziło w 1973 roku do stworzenia osobnej linii odzieżowej o nazwie Patagonia. Pierwszy sklep tej marki powstał w budynku dawnej rzeźni w kalifornijskiej miejscowości Ventura, gdzie do dziś mieści się jej główna siedziba.

CHOUINARD NAZWAŁ SVOJĄ NOWĄ MARKĘ na cześć podróży do Patagonii, jaką pięć lat wcześniej odbył z przyjaciółmi. Pomyśłodawcą półrocznej wyprawy był Doug Tompkins, założyciel marek odzieżowych The North Face i Esprit, który przyjaźnił się z Chouinardem do grobowej deski. I to dosłownie. Tompkins zginął podczas ich kolejnej wspólnej podróży do Patagonii w 2015 roku. W wyniku silnego wiatru i fal siedemdziesięciodwuletni Tompkins wypadł z kajaka do jeziora i zmarł na skutek wychłodzenia organizmu.

Jak wspominał potem na łamach „New York Timesa” wspólny przyjaciel Tompkinsa i Chouinarda, Tom Brokaw, obaj biznesmeni często dyskutowali o zielonym aktywizmie. Mieli jednak przy tym odmienne wizje: podczas gdy Chouinard budował Patagonię według zasad ekologicznie odpowiedzialnego biznesu, jego przyjaciel w 1989 roku odsprzedał byłej żonie udziały w Esprit, twierdząc, że to błędne koło i że nie zdoła zminimalizować szkód wywołanych produkcją odzieży. Zamiast tego Tompkins, który dwadzieścia lat wcześniej odsprzedał również swoje udziały w The North Face, postanowił zainwestować zgromadzone fundusze w zakup ziemi w południowym Chile i Argentynie. W projekt ten zaangażowała się jego druga żona Kris, która w 1993 roku, po dwudziestu latach, porzuciła stanowisko prezeski Patagonii. Małżeństwo filantropów przekształcało nowo nabyte tereny w parki

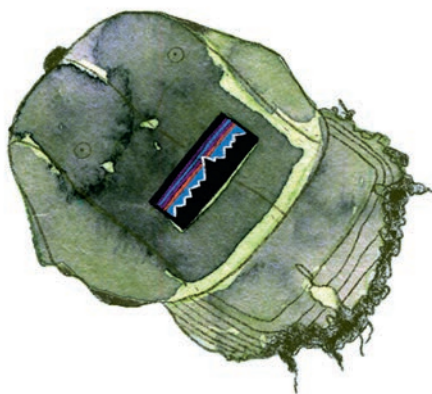
narodowe oraz prywatne rezerwy przyrody. W sumie ocalili przed przemysłem ponad osiemset tysięcy hektarów ziemi.

Podobny zwrot co u Tompkinsa dokonał się także w życiu Yvona Chouinarda. Gdy pod koniec lat 80. załaziła go fala pozwów ze strony osób, które uległy wypadkowi podczas używania uprząży wyprodukowanych przez Chouinard Equipment, ogłosił bankructwo i odsprzedał udziały swoim pracownikom. Szczególnym cieniem na reputacji firmy kładły się dwa przypadki śmierci wspinaczy. Jak wynikało z pozwu sądowego, jeden z mężczyzn, Arthur Calkins, miał spaść trzydziści metrów w dół, bo poluzowała się jego uprząż. W innych pozwach zarzucono z kolei Chouinardowi, że instrukcje dołączone do sprzętu były niekompletne i nie zawierały ostrzeżeń na temat ryzyka, z jakim wiąże się wspinaczka. Yvon Chouinard bronił się, argumentując, że skargi na sprzęt wpłynęły wyłącznie ze strony niedoświadczonych wspinaczy.

Na początku lat 90. produkująca odzież Patagonia też miała pod górkę: recesja zaczęła hamować rozwój firmy, zmuszając ją do zwolnienia niemal jednej piątej pracowników. Jak wspominał Chouinard w wywiadzie dla amerykańskiego serwisu Grist w 2004 roku, to właśnie tamte wydarzenia skłoniły go do przewartościowania strategii biznesowej i całkowitego przejścia na produkcję odzieży z bawełny organicznej. Patagonia była jedną z pierwszych amerykańskich firm, które zdecydowały się na ten krok. „Był początek lat 90. [...] i zorientowałem się, że rozwijamy się według podręcznikowych zasad biznesu: pozyskujemy nowych partnerów, wypuszczamy na rynek nowe produkty i otwieramy nowe sklepy. [...] Byłem na tej samej drodze, co reszta społeczeństwa goniąca za rozwojem dla samego rozwoju. Dlatego postanowiłem produkować ubrania dla tych, którzy naprawdę ich potrzebują, a nie po prostu mają taką zachciankę” – wspominał Chouinard, dodając, że przejście na nową technologię z użyciem bawełny organicznej było wyjątkowo trudne. „Koszt produkcji wzrósł o 20 procent, a my, dla zachowania naszej konkurencyjności, mogliśmy podnieść ceny zaledwie o 5 procent. Musieliśmy zrezygnować z niektórych produktów, bo nie byliśmy

w stanie tak szybko przestawić się na nową technologię” – opowiadał Chouinard, którego firma nie ustawała w poszukiwaniu nowych, przyjaznych dla środowiska metod produkcji.

Z biegiem lat zrezygnowano z kauczuku syntetycznego wytwarzanego na bazie ropy naftowej i wyspecjalizowano się w produkcji ekologicznych kombinezonów nurkowych z naturalnej gumy. Patagonia opracowała także nową technologię produkcji jeansu, zużywającą 84 procent mniej wody, 30 procent mniej energii i zmniejszającą emisję dwutlenku węgla o 25 procent. Firma wprowadza innowacje, nie patrząc na koszty, ale z drugiej strony nie zmienia to faktu, że zarabia na przemyśle tekstylnym, jednym z najbardziej szkodliwych dla środowiska



sektorów gospodarki. Jak wypunktował amerykański serwis Truthout, Patagonia mówi o zrównoważonym rozwoju, ale sama prowadzi ponad siedemdziesiąt sklepów na świecie, a niegdyś współpracowała nawet z setką fabryk, co zwiększało skalę zanieczyszczenia wód gruntowych, emisji gazów cieplarnianych i składowania odpadów. W 2015 roku Greenpeace oskarżył Patagonię i innych producentów, jak The North Face, Jack Wolfskin czy Mammut, o to, że ich odzież zawiera szkodliwe dla zdrowia substancje chemiczne. Rok wcześniej skandal wywołały doniesienia o znęcaniu się nad zwierzętami na argentyńskiej farmie, która dostarczała Patagonii organiczną wełnę. Innym razem opinia publiczna dowiedziała się, że gęsi puch w kurtkach tej firmy pochodził od węgierskiego dostawcy, który

wyrywał pióra ptakom na żywca. Patagonia w obu przypadkach przeprowadziła śledztwo i zrezygnowała z kontrowersyjnych dostawców. Z wizerunkiem firmy stawiającej etykę na pierwszym miejscu koliduje fakt, że od lat realizuje ona kontrakty na odzież dla amerykańskiej armii. Jak wynika ze śledztwa magazynu „GQ”, firma ma oddzielną linię odzieżową o nazwie Lost Arrow, która przeznaczona jest również dla funkcjonariuszy policji.

Co ciekawe, Patagonia krytykuje zachowania innych producentów odzieżowych, którzy kuszą klientów stosowaniem zrównoważonych surowców, przemilczając związane z tym szkody dla środowiska. W wywiadzie dla „Spiegla” Yvon Chouinard mówił między innymi o produkcji wiskozy z bambusa, która wymaga użycia szkodliwych chemikaliów.

W WYWIADZIE dla amerykańskiego magazynu biznesowego „Inc.” przyznał, że jest typem przedsiębiorcy, który „nagle wpada na szalony pomysł” i podrzuca go do realizacji swoim współpracownikom. Biznesmen ma zwyczaj odwiedzania pracowni w centrali firmy w Venturze, gdzie przygotowywane są projekty nowych ubrań. Wiele lat temu zlecił pracę nad czapką do surfingu, bo nie miał nakrycia głowy, które nie spadałoby mu z łysiny podczas uprawiania tego sportu. W ten sposób powstały dwa nowe produkty Patagonii. „To najlepsza część mojej pracy. Testuję większość naszych ubrań i sprzętu” – podkreślał na łamach „Inc.” Yvon Chouinard.

Amerikanin postanowił zostać nie tylko nietuzinkowym biznesmenem, ale także pracodawcą. Od 1983 roku Patagonia dofinansowuje opiekę nad dziećmi w miejscu pracy, opłaca zatrudnionym polisę zdrowotną, oferuje płatny czternastotygodniowy urlop rodzicielski i chorobowe, co w amerykańskich firmach jest rzadkością. Dodatkowo młode mamy podczas delegacji mają wsparcie opłacanej przez firmę niani. Patagonia promuje także zielony aktywizm: pracownikom, którzy kiedykolwiek trafią do aresztu za udział w protestie ekologicznym, firma opłaci kaucję. Pracownicy mają również możliwość wzięcia udziału w dwumiesięcznym wolontariacie na rzecz ochrony

środowiska, podczas którego wypłaca się im wynagrodzenie. Jak tłumaczyła w 2016 roku ówczesna prezeska Rose Marcario, oferowane benefity pracownicze wydają się dużym obciążeniem finansowym dla firmy, jednak w praktyce są dla niej opłacalne. Przedsiębiorstwa oferujące opiekę nad dziećmi w miejscu pracy mogą bowiem skorzystać z zagwarantowanych przez rząd federalny ulg podatkowych. Przyjazna rodzinom polityka zwiększa także zaangażowanie pracowników i gwarantuje powrót do pracy kobiet po urlopie macierzyńskim. Jak chwaliła się Marcario, za jej rządów do pracy wróciły wszystkie świeżo upieczone matki. Wśród rodziców małych dzieci obszeruje się także niższą rotację niż u reszty zatrudnionych.

W opublikowanej w 2005 roku autobiografii *Dajcie im popływać* Chouinard przekonuje, że praca musi być przyjemnością, a jego firma docenia osoby, które rozwijają swoje pasje i nie zaprzędali duszy pracy. O filozofii Patagonii w 2019 roku pisał w serwisie LinkedIn ówczesny szef działu HR Dean Carter. Jak tłumaczył, w przeciwieństwie do innych rekruterów, czyta CV kandydatów od końca, zwracając uwagę na ich zainteresowania i odbyte wolontariaty. Warunkiem koniecznym, jaki musi spełnić kandydat, jest miłość do sportu i spędzania czasu na świeżym powietrzu. Chętnych nie brakuje: przy rotacji pracowników wynoszącej zaledwie 4 procent na długo wyczekiwany wakat aplikuje nawet dziewięć tysięcy osób.

Kandydatów z pewnością przyciąga również elastyczny czas pracy. Od poniedziałku do czwartku zatrudnieni pracują dziewięć godzin, a w piątki osiem, przy czym co drugi tydzień przysługuje trzydniowy weekend. Normą jest również wychodzenie na surfing w trakcie przerwy obiadowej, do czego zachęca sam Chouinard. „Gdy na oceanie są wysokie fale, zostawiasz pracę i idziesz surfować. Nie obchodzi mnie, w jakich godzinach ludzie wykonują pracę, o ile wywiązują się ze swoich obowiązków” – mówił

Hrabstwo Teton, na terenie którego Chouinard ma swój dom, uznawane jest za rejon o największej koncentracji bogactwa w całym kraju. Jak wynika z danych stanowego fiskusa za 2019 rok, średni skorygowany roczny dochód na gospodarstwo domowe wynosi tam ponad 312 tysięcy dolarów.

biznesmen podczas wywiadu dla amerykańskiego radia publicznego NPR.

Jak lubi przekonywać Chouinard, jego pracownicy cieszą się tak dużą niezależnością, że według psychologów prowadzących badania na ten temat są wręcz „niezatrudnialni” w amerykańskich korporacjach.

Sam Chouinard, który nie lubi biurowej dyscypliny, nigdy nie porzucił swojej miłości do przebywania na powietrzu i korzysta z tego, że zatrudnia profesjonalistów czuwających nad rozwojem firmy. Bogacz nieraz potrafił zniknąć z firmy na pół roku, spędzając czas na łowieniu ryb, surfowaniu i chodzeniu po górach. Najczęściej zaszywa się wtedy z żoną Malindą w posiadłości w Jackson w stanie Wyoming, gdzie ponoć nie używa komórki, jest dostępny jedynie pod telefonem stacjonarnym, a maile od współpracowników odbiera jego żona.

Twierdził przy tym, że nie znosi zarządzania ludźmi. „Nie lubię, gdy inni mówią mi, co mam robić, i tak samo nie lubię robić tego w stosunku do pracowników. Dlatego zatrudniam specjalistów w danej dziedzinie mających silną motywację wewnętrzną” – tłumaczył Yvon Chouinard, który otacza się ludźmi z dużym doświadczeniem w biznesie. Od 2014 do 2020 roku Patagonią kierowała wspomniana Rose Marcario, która przed objęciem tej funkcji była wieloletnią dyrektorką finansową, a jeszcze wcześniej przez piętnaście lat działała w biznesie. To za jej rządów roczne przychody firmy przekroczyły miliard dolarów. Pod jej okiem

zaprojektowano kombinezon z naturalnej gumy i rozkręcono działania firmy na rzecz ekologicznego aktywizmu.

Gdy w 2017 roku magazyn „Forbes” wciągnął Chouinarda na listę najbogatszych ludzi świata, wściekł się. Podczas wywiadu z amerykańskim „Outside Magazine” przyznał, że wolałby, aby zamiast nazywać go miliarderem, określano go mianem *dirthead*, co we wspinaczkowym slangu oznacza obdartusa oddanego wędrówkom po górach. Jak wspominał na łamach „New York Timesa” jego bliski przyjaciel Tom Brokaw, miliarder, będąc w odwiedzinach w jego nowojorskim mieszkaniu, nie chce nigdy pościeli i na noc wskakuje w śpiwór. Inna sprawa, że waga-bunda Chouinard na miejsce swojej letniej rezydencji wybrał stan Wyoming będący razem podatkowym dla bogaczy. Ci, którzy tu mieszkają, zwolnieni są bowiem z płacenia stanowego podatku dochodowego. Hrabstwo Teton, na terenie którego Chouinard ma swój dom, uznawane jest za rejon o największej koncentracji bogactwa w całym kraju. Jak wynika z danych stanowego fiskusa za 2019 rok, średni skorygowany roczny dochód na gospodarstwo domowe wynosi tam ponad 312 tysięcy dolarów. Dla porównania w hrabstwie Nowego Jorku, drugim najbogatszym rejonie w USA, dochód ten jest średnio o 100 tysięcy dolarów niższy. Swoje rezydencje z ranczem w Jackson, słynnym kurorcie narciarskim, mają między innymi aktor Harrison Ford, raper Kanye West i były wiceprezydent USA Dick Cheney. Jak wspominał w rozmowie z „New Yorkerem” Yvon Chouinard, jeszcze na początku lat 90. jadł w Jackson kolację z przyszłym prezydentem Stanów Zjednoczonych Billem Clintonem.

DECYZJA CHOUINARDA O ZRZECZENIU SIĘ UDZIAŁÓW W firmie spotkała się z ogólną aprobatą. „Radykalny pomysł, ale Chouinardowie to odważni i postępowi liderzy. To godne podziwu!” – komentowała w rozmowie z „Vogue Business” amerykańska projektantka mody Eileen Fisher. Entuzjastycznie zareagował także cytowany przez „New York Timesa” Dan Mosley, nowojorski prawnik od lat doradzający amerykańskim ultrabogaczom w zakresie prawa spadkowego: „To, co zrobiła rodzina Chouinarda, jest

naprawdę niesamowite. Nigdy nie spotkałem się z czymś takim”. Jak z kolei pisał serwis Bloomberg, Yvon Chouinard swoją decyzją wytyczył nowy kierunek amerykańskim filantropom. Choć miliarderzy, jak szef Amazona Jeff Bezos czy wdowa po Stevie Jobsie, Laurene Powell Jobs, obiecują wpomóc miliardy dolarów w walkę ze zmianami klimatu, nikt do tej pory nie pojechał po bandzie tak jak Chouinard. Tym bardziej że biznesmen dysponuje zaledwie ułamkiem majątku najgrubszych ryb: w 2022 roku był na „dalekim” 2324. miejscu wśród światowych bogaczy, zaś Bezos na drugim, a Powell Jobs na 110.

„Chouinard nie tylko gada, jak reszta biznesmenów, ale rzeczywiście działa na rzecz praw pracowniczych, zrównoważonego rozwoju i sprawiedliwości ekonomicznej” – chwalił założyciela Patagonii konserwatywny serwis The Hill.

Bardziej sceptycznie do decyzji Yvona Chouinarda podchodzi Ted Clark, profesor z Center for Family Business przy Northeastern University. W rozmowie, którą z nim odbyłam, przestrzegał, że oprócz wynagrodzenia pobieranego przez dzieci Chouinarda, Patagonia przestała generować dla nich jakiegokolwiek zyski, co z biegiem czasu może zachwiać obranym przez firmę kursem. – Może się okazać, że mając coraz mniejszy wpływ na firmę, a także mniejsze lub żadne zarobki z tego tytułu, bliscy Chouinarda jeszcze zatęsknią za dawnymi czasami – podkreśla Clark, dodając, że nowa struktura właścicielska może doprowadzić do konfliktu interesów. Tak stało się w przypadku córek Paula Newmana, które w ubiegłym roku pozwały założoną przez niego Newman's Own Foundation. Poszło o cele charytatywne, na jakie mają płynąć pieniądze z działalności firmy Newman's Own.

Krytycznym okiem na zrzeczenie się firmy przez Yvona Chouinarda patrzy również Carl Rhodes, profesor z Uniwersytetu Technologicznego w Sydney. Na łamach „Guardiana” chwali byłego miliardera za hojny gest, jednak punktuje, że nowo utworzona przez niego organizacja non profit nie ma skonkretyzowanych celów działalności. Chouinard w swoim oświadczeniu z września 2022 roku napisał jedynie, że „celem organizacji jest walka z kryzysem środowiskowym,

ochrona natury i bioróżnorodności oraz wsparcie rozwoju lokalnych społeczności”. Rhodes zauważa, że nie podano do publicznej wiadomości, na co konkretnie będą płynęły fundusze w wysokości 100 milionów dolarów rocznie. „Jedno podstawowe pytanie dotyczy tego, czy ta działalność będzie transparentna i będzie podlegała mechanizmom kontroli” – pisze Rhodes, dodając, że decyzja Chouinarda ukazuje szersze zjawisko, jakim jest uzależnienie walki z problemami społecznymi i klimatycznymi od dobroczynności najbogatszych ludzi świata. „Nawet jeśli przekażą swoje środki na cele charytatywne, to i tak to oni decydują, do czego zostaną wykorzystane, a reszta musi zależeć od ich dobrej woli. (...) Żyjemy w czasach, w których biznesmeni zachowują się jak stojący na straży moralności arbitrzy, używający swojego bogactwa do rozwiązywania problemów, które sami uznają za priorytetowe. Jednocześnie światowi bogacze dalej się bogacą, zaś nierówności w społeczeństwie się pogłębiają” – pisze Rhodes.

Bez względu na to, jak potoczą się losy Patagonii, decyzja Chouinarda wpisuje się w jego długoletnią działalność, prowadzoną zgodnie z zasadami społecznie odpowiedzialnego biznesu, które w dzisiejszym świecie korporacyjnym stały się modnym i niekiedy jedynie PR-owym zabiegiem. Amerykański przedsiębiorca jest konsekwentny i od 1985 roku przekazuje 1 procent całkowitej sprzedaży produktów na rzecz organizacji ekologicznych, dzięki czemu na ten cel trafiło już 140 milionów dolarów. Firma, na długo zanim stało się to popularne, produkowała też dobrej jakości odzież, by służyła klientom jak najdłużej, oferując dożywotnią gwarancję na zakupione produkty i za darmo naprawiając zniszczony sprzęt. Jak pisze „The Washington Post”, rozsiane po całym świecie sklepy amerykańskiej marki od lat przyjmują pogryzione przez psy czapki z daszkiem, wypłowiałe na słońcu ubrania, a nawet rzeczy używane od kilku dekad. Firma zachęca również klientów do oddawania znoszonych ubrań, a następnie poddaje je recyklingowi.

W 2017 roku uruchomiono dodatkowo inicjatywę Worn Wear, w ramach której Patagonia sprzedaje po niższych cenach używane ubrania i sprzęt. Jak przekonuje

KONKURS

na miniaturę
dźwiękową inspirowaną
twórczością
Wisławy Szymborskiej

stwórz minidokument
lub minisłuchowisko
i wygraj 4000 zł

szczegóły na:

www.audionomia.pl

organizatorzy:

 audionomia

100 w.s.

2023 • ROK WISŁAWY SZYMBORSKIEJ

partnerzy:

 Pismo.


Kraków


KRAKÓW
MIASTO LITERATURY
UNESCO

Kup książkę