

*Poza okresami crunchu biuro CD Projekt przy Jagiellońskiej w Warszawie uważane jest za przyjemne miejsce do pracy. Pracownicy lubią wegetariańską kantinę i wieczory spędzane na wspólnej grze w planszówki. Średnia wieku w firmie: 31 lat. „Warto sobie wpisać w CV, że pracowało się przy „Wiedźminie”. To otwiera wiele drzwi, jest trampoliną do kariery”*

s.76

„ŚWIATŁOWÓD”  
TO JEDNO  
Z PIERWSZYCH SŁÓW,  
KTÓRE POTRAFI  
WYPOWIEDZIEĆ  
W JĘZYKU POLSKIM.  
„MAMY AMBITNY  
PLAN I GO  
REALIZUJEMY”.

s.26

„Ocena wyników Marissy  
Mayer w Yahoo jest tak

surowa również dlatego, że  
Dolina Krzemowa nie toleruje  
średniaków. Tu albo odnosisz

**sukces i cena  
akcji szybuje,**

albo spadasz w przepaść”.

s.88

„Firmy zatrudniają  
pracowników,

których zadaniem jest  
udawanie botów, **które  
z kolei udają  
ludzi”.**

s.54

Był rok 1962, Wrocław, zakłady Elwro. Tam na prototypowym komputerze Odra 1003 (nasza myśl techniczna) powstał „Marienbad”. Dziś określany jako pierwsza polska gra, choć nie doczekała się dystrybucji.

Lata mijały i dopiero w 1986 r. Marcin Borowski (kiedyś naczelny kultowego w świecie gier pisma „Top Secret”) napisał grę przygodową „Puszka Pandory”. I to ona zapisała się na kartach historii jako pierwsza rodzima produkcja, którą próbowano sprzedawać (choć w założeniu była bardziej eksperymentem naukowym niż rozrywką).

Minęło 30 lat i ... Polska wyrosła na ważnego światowego gracza na rynku produkcji gier wideo. Bez bogatych inwestorów, bez wsparcia administracji, bez pomocy zachodnich potentatów. Zaczęło się od wielkiej pasji garstki ludzi. Pasji połączonej z pracą po nocach, inwestowaniem (po wielekroć wszystkich) pieniędzy zarobionych gdzie indziej, z uczeniem się na błędach, cierpliwością. Bo jak mówi jeden z bohaterów naszego reportażu o twórcach „Wiedźmina”: „to robota, w którą ładuje się kupę kasy, a efektów długo nie widać”. Ale dziś CD Projekt wart jest ok. 2,5 mld zł, a ostatnia produkcja, czyli trzecia część przygód Geralta, zbiera laury na całym świecie. Mierzalne w milionach sprzedanych egzemplarzy gry.

Podobną drogą idzie coraz więcej polskich firm, bez kompleksów rozpychając się na światowych salonach. „Przejmując” coraz więcej komputerów, konsol i smartfonów. Dostrzegli to decydenci, powstał specjalny program wspierania nowych, młodych przedsięwzięć. Tych, którzy chcieliby wejść w tę branżę i też odnieść sukces.

Nic, tylko przyklasnąć. Ale trzymanie kciuków za to, by wsparcie administracji dla tej części polskiego biznesu opierało się na zasadzie „po pierwsze, nie szkodzić” - nie zaszkodzi.



redaktor naczelny „Bloomberg Businessweek Polska”

cezary.szymanek@bbwp24.pl, @cszymanek on twitter



# Bloomberg Businessweek

Polska

## SPIS TREŚCI

### Otwarcie

Światowy wyścig w branży fintech. Polska ma tu duże szanse 10

### Globalne Interesy

Donald Trump jak Steve Jobs? Ta kampania to radykalny eksperyment polityczny 14

Schengen. Najlepszy projekt zjednoczonej Europy znalazł się w ślepych zaułku 18

Panama: raj dla cwaniaków podatkowych? To nie my! 19

Widmo deflacji nadciąga nad Rosję 21

Gorączka bursztynu na Ukrainie – nielegalne wydobywanie i czarny rynek 22

Gęsto, gęściej, najgęściej. Nowe chińskie pomysły na miasta 23

Izrael szuka klientów w Moskwie i w Pekinie 25



### Firmy i Rynki

Projekt JFF. Co planuje Jean-François Fallacher, nowy prezes Orange Polska 26

Tesla kontra Niemcy. Model 3 zaczyna niepokoić producentów luksusowych aut za Odrą 32

Zabójcy internetowych reklam w natarciu 32

Nie zapłacę i co mi pan zrobi?! Cwaniacy dławiają polskie firmy łańcuchami długów 38

Młodzi nie pamiętają pustych półek... Różnice pokoleniowe wyzwaniem dla handlu 39

Jak poduszka powietrzna uziemiła 64 mln samochodów 40

Zagłębienie produkcji luksusowych zegarków. Szwajcaria? Nie, dawne NRD 42

### Technologie

Zabierz łapy od ekranu, lepiej pogadajmy... ..czyli boty mają nam coś do powiedzenia 50

1 Wymowna Alexa. Klienci pokochali głośnik, z którym można porozmawiać 52

2 Z wierzchu bot, a w środku... zmęczeni pracownicy. Za kulisami sztucznej inteligencji 54

3 Powiedz mi „tak”... Conversational commerce to coraz modniejsze hasło w branży 56

Drony. Nie ma to, jak polatać na Wisłę 57

Polska opaska telemedyczna Sidly – 12 krajów w trzy miesiące 58

Koniec smartfonowej imprezy. Co teraz napędzi rynek? 59

Ciasna, ale własna i samowystarczalna. Zamieszkać w Ekokapsule 61

Maszyna, na którą czekają giganci high-tech 62

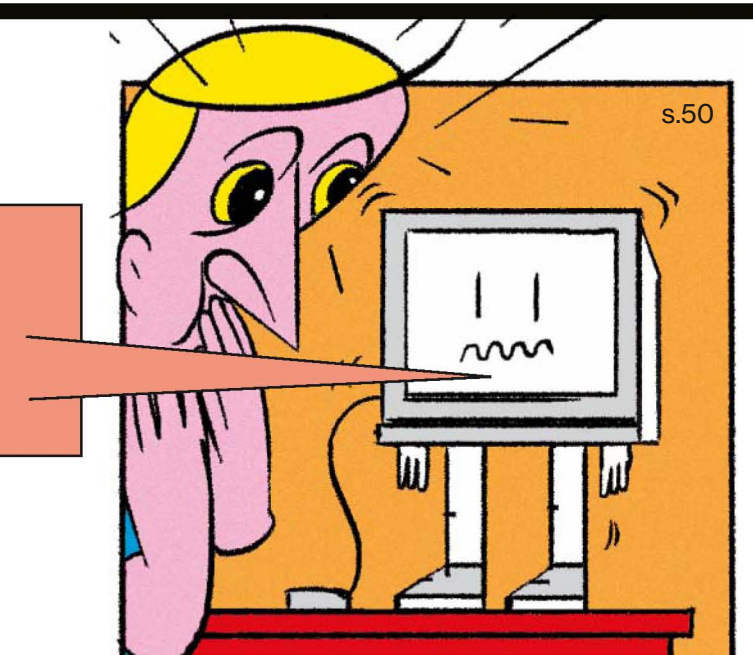
Innowacja: pigułki zamiast zastrzyków 63

s.26





s.88



s.50

## Inwestycje i Finanse

<b>Start-upy</b> podbierają klientów tradycyjnym bankom	<b>64</b>
Wysyp wezwań. Coraz więcej spółek opuszcza warszawską giełdę	68
OFE sprzedają akcje. Inaczej nie mogą	69
W radzie nadzorczej Deutsche Banku robi się gorąco	70
Delaware – amerykańska przystań dla finansowych piratów	71
Kredyty. Za wcześniejszą spłatę należy się proporcjonalny zwrot prowizji	73
Bogaci mieszkańcy Manhattanu szukają domu spokojnej starości. Najlepiej za rogiem	74

## Zoom

**Wiedźmin z warszawskiej Pragi. Co zrobi CD Projekt, gdy Geralt pójdzie na emeryturę?** **76**

„Sprzedam staromodną firmę internetową po liftingu. Kontakt: Marissa Mayer, CEO Yahoo” **88**

Internet rzeczy w przemyśle. General Electric chce wbić się do pierwszej 10. potęg IT **94**

## ETC – Wakacje 2016

**Dokąd pojechać we dwoje, z przyjaciółmi, z rodziną, gdzie zamieszkać, dobrze zjeść i bezstresowo odpocząć. Czyli...udanego urlopu!** **103**



s.103

## Bloomberg Businessweek Polska

### Redaktor naczelny

Cezary Szymanek

### Sekretarz redakcji

Anna Sochocka

### Redaktor prowadzący

Zbigniew Domaszewicz

### Dyrektor artystyczna

Aleksandra Karoń

### Fotoedycja

Anna Wdowińska

### DTP

Kamil Sknadaj

### Korekta

Grażyna Nawrocka

Dominika Stępień

### Obróbka foto

Tomasz Rojek

### Adres redakcji

ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa

tel. (22) 463 03 00

[www.bloombergbusinessweek.pl](http://www.bloombergbusinessweek.pl)

redakcja@bbwp24.pl

ISSN 2083-6279

Artykułów niezamówionych nie

zwracamy. Redakcja zastrzega

sobie prawo do redagowania i

skracania tekstów.

### Wydawca

Gremi Business Communication

Sp. z o.o., ul. Prosta 51,

00-838 Warszawa



### Druk

RR Donnelley Europe

**Biurowie reklam i ogłoszeń**

ul. Prosta 51,

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

reklamainfo@presspublica.pl

### Dyrektor ds. Komercyjnych

Rita Schultz – r.schultz@rp.pl

### Sprzedaż egzemplarzowa

### i prenumerata

– urzędy pocztowe – oddziały

RUCH SA bezpośrednio na stronie

[www.prenumerata.ruch.com.pl](http://www.prenumerata.ruch.com.pl)

lub BOK

tel. 801 800 803

lub (22) 693 70 00

### Prenumerata redakcyjna

alicja.strudzinska@teczpospolita.pl,

tel. (22) 463 05 94

### Prenumerata elektroniczna

(e-wydanie, wydanie na tablet):

tel. 801 15 15 15, [www.e-kiosk.pl](http://www.e-kiosk.pl),

[serwisypłatne@rp.pl](mailto:serwisypłatne@rp.pl),

[www.bloombergbusinessweek.pl](http://www.bloombergbusinessweek.pl),

[www.sklep.rp.pl](http://www.sklep.rp.pl), [www.egazety.pl](http://www.egazety.pl)