



WYDZIAŁ GOSPODARSTWA
I PRZEDSIĘBIORCZOŚCI

WCIAŻ SZUKAMY INSPIRACJI

Rozmowa z Piotrem
i Adamem
Rączyńskimi,
właścicielami
firmy Apart

Dossier
Stefana
Stuligrosza

Ekologia
i
energooszczędność
DEBATA PRZEDSIĘBIORCÓW

Wciąż szukamy inspiracji

Tradycja i zaufanie klientów to podstawa w branży jubilerskiej. To, na co inne firmy pracowały przez stulecia, poznański Apart osiągnął w zaledwie 27 lat. O początkach i współczesności Apartu rozmawiamy z braćmi PIOTREM I ADAMEM RĄCZYŃSKIMI – założycielami i właścicielami firmy.

► ROZMAWIAŁ | Krzysztof Piech

ROZPOCZYNAŁI PANOWIE DZIAŁALNOŚĆ W DOŚĆ SIERMIEŻNYCH CZASACH. W ROKU 1983 BIŻUTERIA NIE BYŁA CHYBA DOBREM, KTÓREGO POLACY NAJBARDZIEJ POSZUKIWALI?

P. RĄCZYŃSKI: Zapotrzebowanie na eleganckie ozdoby jest związane przede wszystkim z zasobnością portfela, a z tym na początku lat 80. nie było dobrze. Ale my nigdy nie narzekaliśmy na brak klientów, problemem był za to surowiec, a właściwie jego brak.

A. RĄCZYŃSKI: Prywatni przedsiębiorcy nie mogli kupować złota od państwa, przysługiwały im natomiast trzy kilogramy srebra miesięcznie. To było stanowczo za mało, ale radziliśmy sobie inaczej. Kupowaliśmy na przykład po cenach detalicznych nakrycia stołowe, które w tamtych czasach zalegały na półkach sklepowych, przetapialiśmy i w połączeniu z państwowymi przydziałami tworzyliśmy biżuterię.

JAK WÓWCZAS – W POCZĄTKACH DZIAŁALNOŚCI FIRMY – WYGLĄDAŁA SPRZEDAŻ BIŻUTERII?

P. RĄCZYŃSKI: Wyrobów ze złota wtedy produkowaliśmy mało, natomiast srebro ma tę zaletę, że ma od złota znacznie niższą cenę. Dobrze sprzedawały się delikatne przedmioty: pierścionki, obrączki, medaliki. Nie mieliśmy problemów ze zbytem, więc stopniowo poszerzaliśmy ofertę.

A. RĄCZYŃSKI: Wynikało to również z tego, że od początku przywiązywaliśmy dużą wagę do jakości. Każdy produkt musiał być wykonany perfekcyjnie, bez skaz czy zardypań. Nasza biżuteria była też interesująca, jeśli chodzi o wzornictwo, do tego stopnia, że konkurenci bardzo często kopiowali nasze projekty. Na szczęście, nie potrafili skopiować ich jakości.

JAK ZMIENIŁA SIĘ SYTUACJA PO 1989 ROKU?

P. RĄCZYŃSKI: Skończył się państwowy monopol na dys-

trybucję złota, co nie znaczy, że kruszec ten stał się łatwo dostępny. Kupowaliśmy je w kopalni miedzi w Lubinie, ale podaż nie nadążała za popytem. Zaczęliśmy więc importować surowiec – złoto ze Szwajcarii, co trwa zresztą do dziś.

A. RĄCZYŃSKI: Byłoby dla nas znacznie wygodniej, by szlachetne kruszce można było kupować w krajowych bankach, tak jak dzieje się to w wielu krajach Europy Zachodniej. Niestety, na to musimy chyba jeszcze trochę poczekać.

PODOBNO BARDZO CIEKAWIE ROZPOCZĘŁA SIĘ PANÓW PRZYGODA Z DIAMENTAMI.

P. RĄCZYŃSKI: Kiedy dziś wspominamy tamte czasy, włos nam się jeży na głowie (śmiech). Dzięki kontaktom z pewnym francuskim jubilerem pojechaliśmy do Antwerpii, która od kilkuset lat jest światowym centrum handlu i obróbki diamentów. Bez jego polecenia nikt by nam nic nie sprzedał, nie dostalibyśmy się nawet na teren giełdy. Patrząc z dzisiejszej perspektywy, kupiliśmy wówczas niewiele, bo ok. 200 karatów (ok. 40 gramów – przyp. red.) diamentów, ale i tak podróż do Polski była bardzo emocjonująca, bo jechaliśmy sami, bez żadnej obstawy. Na granicy wzbudziliśmy zresztą nie lada sensację – celnicy pierwszy raz byli świadkami sytuacji, w której ktoś legalnie, w taki właśnie sposób, przewoził diamenty...

TO WTEDY ROZPOCZĘŁY SIĘ KONTAKTY APARTU Z ZACHODNIMI JUBILERAMI?

P. RĄCZYŃSKI: Nie tylko kontakty, ale i sposób myślenia o firmie. Na zaproszenie Jean-Marc Garela pojechaliśmy do Paryża obejrzeć jego sygnowane własnym nazwiskiem salony z ekskluzywną biżuterią. To było bardzo ważne doświadczenie: wrażenie zrobił nie tylko asortyment, jego jakość i design, ale i sam sposób ekspozycji, wystrój sklepu. To właśnie wówczas, w 1997 roku, postanowiliśmy otworzyć nasz pierwszy salon w Poznaniu. Z Garelem współpracuje-



PIOTR RĄCZYŃSKI

ma 58 lat, ukończył Organizację i Zarządzanie Przemysłem na Politechnice Poznańskiej. Kolekcjoner luksusowych zegarków, baczny obserwator zmian w handlu i gospodarce na świecie, pełen energii prezes firmy jubilerskiej Apart. Prywatnie mąż i ojciec.

ADAM RĄCZYŃSKI

ma 57 lat, z zamiłowania i wykształcenia mistrz jubilerski, skupiony zarządca, gospodarz broniący na co dzień interesów Apartu jako wiceprezes. Jego pasją jest projektowanie i nadzorowanie produkcji biżuterii. Ceni spokój i ciepło domowego ogniska, które pielęgnuje wraz z żoną i dwójką dzieci.

→ my zresztą do dziś, sprzedajemy jego złotą biżuterię. 10 lat temu rozpoczęliśmy współpracę z Baume&Mercier, potem nawiązaliśmy kontakty z jeszcze bardziej renomowanymi szwajcarskimi manufakturami: Vacheron Constantin, Jaeger-LeCoultre, Piaget, Zenith czy Audemars Piguet. Dziś mamy w portfolio ponad 30 uznanych na świecie marek zegarków, z czego lwią część pochodzi właśnie ze Szwajcarii.

CZY SĄ W EUROPIE INNI JUBILERZY, Z KTÓRYMI CHCIELIBY PANOWIE NAWIĄZAĆ WSPÓŁPRACĘ?

P. RĄCZYŃSKI: Dzisiejszy świat jest pełen możliwości i pozwala na nawiązywanie kontaktów w każdym miejscu kuli ziemskiej. Sporo podróżuję i szukam inspiracji do rozwoju własnej firmy w wielu różnych krajach, więc kto wie, może spotkam kogoś, kto na tyle interesująco się przedstawi, że nawiążemy współpracę. Jak już wspominaliśmy, jesteśmy dystrybutorem ponad 30 marek zegarków, jednak jeśli chodzi o biżuterię – budujemy i promujemy własną markę, Apart.

A. RĄCZYŃSKI: Biżuteria Apart to moja duma, jestem jubilerem z zamiłowaniem i z wykształcenia. Do dziś nadzoruję produkcję, jeżdżę tam niemal codziennie i zatwierdzam osobście każdy wzór, który będzie produkowany. Stawiamy na własną markę, choć cały czas wprowadzamy do salonów biżuterię od uznanych zagranicznych producentów, na przykład z Włoch. Tak jest z kolekcją Beads, którą promuje światowej klasy modelka, Anja Rubik – kobiety chcą być modne, potrzebują nowoczesnych wzorów, stąd część tej kolekcji to koralki ze szkła Murano, które produkuje się tylko we Włoszech.

FUNKCJONUJĄ PANOWIE NA RYNKU WYSTARCZAJĄCO DŁUGO, BY OCENIĆ, JAK ZMIENILI SIĘ POLSCY KLIENCI.

P. RĄCZYŃSKI: Musiało minąć wiele lat, by Polacy przekonali się do kamieni szlachetnych albo do pereł. Bardzo długo trwało przekonanie, że perły przynoszą pecha, diamenty z kolei uważano za zbyt kosztowne. Zdarzają się nam dziś zamówienia, o których kiedyś mogliśmy tylko marzyć, przy czym nie chodzi tylko o zysk, ale o wyzwania dla jubilera. Klienci zamawiają na przykład precjoza z tanzanitem, a to absolutnie unikalny kamień, wydobywany tylko w jednym miejscu na świecie, jak sama nazwa wskazuje – w Tanzanii. Bywa też, że dostajemy zlecenia na biżuterię z kilkukaratowymi diamentami najlepszej jakości. To już najwyższa półka cenowa.

DIAMENTY SĄ DZIŚ NAJLEPSZYM PRZYJACIELEM POLSKIEJ KOBIETY?

A. RĄCZYŃSKI: Jeszcze nad tym pracujemy (śmiech). Ale coraz więcej panów kupuje swoim wybrankom biżuterię z diamentami. Za sukces poczytujemy sobie, że zmieniliśmy pewien stereotyp związany z diamentami – jeszcze kilkanaście lat temu dość powszechnie kupowano pierścienie zaręczynowe z cyrkonią, co w Europie czy w USA jest nie do pomyślenia. My wprowadziliśmy na rynek wyroby z diamentami, które cenowo wcale nie są tak niedostępne, jak mogłoby się wydawać. Bardzo nam na tym zależało, bo przecież diament to kamień z duszą, są w nim emocje i uczucia. Diamentowa biżuteria jest wieczna, a pierścionek zaręczynowy z diamentem



symbolizuje uczucie „na zawsze”. To magia, nie da się zamienić niczym innym.

FIRMA APART ISTNIEJE NA RYNKU OD 27 LAT. TO SZMAT CZASU, CZY ZAWSZE DOBRZE SIĘ PANOWIE DOGADYWALI?

P. RĄCZYŃSKI: Początki tego biznesu rozpoczęły się tak naprawdę jeszcze wcześniej, Adam prowadził zakład jubilerski już w latach 70.

A. RĄCZYŃSKI: Apart powstał w 1983 roku, kiedy dołączył do mnie brat. Przez wszystkie te lata nie było między nami poważniejszych konfliktów, bo podzieliliśmy się zadaniami. W mojej gestii leżą wszystkie sprawy związane z zarządzaniem centralą i firmą na co dzień, finanse i oczywiście świat biżuterii: nadzoruję produkcję, czasem sam coś projektuję. Piotr z kolei odpowiada za inwestycje, rozwija sieć naszych salonów, nadzoruje ich funkcjonowanie. To on wprowadził do naszych salonów zegarki, jeździ więc po świecie, dba

o współpracę z obecnymi już partnerami, ale także cały czas trzyma rękę na pulsie i poszukuje nowych, interesujących marek zegarków.

P. RĄCZYŃSKI: Szukam też nowych wyzwań, inspiracji, jeśli chodzi o wystrój salonów jubilerskich, obserwuję, jak wygląda to na świecie, co się zmienia.

NO WŁAŚNIE, JEST PAN ZNANY Z FASCYNACJI LUKSUSOWYMI ZEGARKAMI, SKĄD TA PASJA?

P. RĄCZYŃSKI: To zaczęło się wiele lat temu. Pierwszym pięknym zegarkiem, który zapoczątkował moją kolekcję, był mechaniczny zegarek z manufaktury Jaeger-LeCoultre, wyprodukowany w limitowanej serii z 18-karatowego złota, zdobiony szafirami i rubinami. Nakręca się go raz na siedem dni, a to świadczy o jego najwyższej klasie. Taką baśniową, zegarkową krainą jest dla mnie Szwajcaria – kraj producentów najlepszych i najszlachetniejszych zegarków. Tamtejsze manufaktury istnieją po 100-250 lat i bardzo starannie strzegą swej renomy. Wprawdzie dysponują nowoczesnymi, niesamowitymi laboratoriami, ale cała praca odbywa się tak jak kiedyś: werki składane są ręcznie, w niezwykłym skupieniu, proces ich powstawania może trwać kilka lat. Efektem są czasomierze przypominające dzieła sztuki i o cenie podobnej jak w przypadku dzieł sztuki. Limitowana edycja wyjątkowego, kolekcjonerskiego zegarka z renomowanej manufaktury potrafi kosztować kilkaset tysięcy, a nawet kilka milionów złotych!

PRZYZYWCZAJENIE POLAKÓW DO NOSZENIA WYTWORNYCH CZASOMIERZY NIE BYŁO CHYBA PROSTE?

P. RĄCZYŃSKI: Przez całe lata nosiło się u nas tanie i proste zegarki, ale również w Europie obserwowano zalew zegarkami kwarcowymi, na baterię. W siermiężnych czasach komunizmu nikt nie zwracał uwagi na markę ani estetykę, z kolei w Europie manufaktury przeżywały kryzys. Kiedy zacząłem podróżować po Europie Zachodniej na początku lat 90, to już się zmieniało – widziałem wyraźnie, że czasomierze mechaniczne mają przyszłość, stąd moje zainteresowanie nimi. W Polsce było mnóstwo do zrobienia, bo tak jak w Europie dziadkowie obecnego pokolenia mieli w szafie dobrego IWC czy nawet Vacherona i wystarczyło tylko „odświeżyć” w młodych ludziach tę pasję do prawdziwego mechanizmu, tak w Polsce trzeba było całą edukację o zegarkach zacząć od zera. Nie licząc pojedynczych rodzin o arystokratycznym rodowodzie, które cudem przeżyły wojnę i komunę, reszta społeczeństwa nic na temat tradycji zegarmistrzostwa nie wiedziała. Na szczęście ten stan rzeczy się zmienia, Polacy zaczęli przywiązywać wagę do zegarków, niektórzy zaczęli wręcz inwestować w zegarki, kolekcjonować je, doceniać ich piękno i duszę, traktować jako ważny element wizerunku.

JAKIE ZEGARKI NAJCHĘTNIEJ KUPUJĄ POLACY?

P. RĄCZYŃSKI: Stawiają na klasykę, czyli na zegarki eleganckie, ale dość dyskretne. O ile na przykład na Bliskim Wschodzie ważne jest, by czasomierz był ze złota, a dodatkowo wysadzany drogimi kamieniami, to w naszym kraju – podobnie jak w krajach Europy Zachodniej – w cenie jest dys-



→ krecja, a więc okrągła koperta, szlachetny materiał, skórzanymi pasek. Inaczej jednak w czasie wolnym, w weekend, kiedy jest czas na ulubiony sport, hobby – wtedy zakłada się zegarek sportowy, z dużą kopertą, na bransoletce. Tak więc dzisiaj każdy mężczyzna powinien mieć co najmniej trzy zegarki! Do pracy, „casual” i taki nawiązujący do pasji czy sportu, który uprawiamy. I chyba dziś – może nie trzy, ale dwa zegarki – to zaczyna być u polskiego mężczyzny normą. Bardzo dobrze przyjęty się w Polsce zegarki Edox, to marka o ponad stuletnim rodowodzie, wywodząca się ze szwajcarskiej jury, która łączy wysoką jakość, ciekawe wzornictwo i atrakcyjną dla Polaków cenę. Z nieco droższych i prestiżowych marek, bardzo dużym powodzeniem cieszy się Breitling – magia lotnictwa i charakterystyczny, mocny design przyciągają klientów.

FIRMA APART JAKO PIERWSZA POJAWIŁA SIĘ NA DUŻĄ SKALĘ W CENTRACH HANDLOWYCH. SKĄD TAKI POMYSŁ?

A. RĄCZYŃSKI: To obserwacja trendów na świecie. Sieci jubilerskie istnieją w wielu państwach. Dziś nikt nie robi zakupów pod gołym niebem, szczególnie w krajach o podobnym do Polski klimacie. Oprócz kilku prestiżowych ulic, jak na przykład The 5th Avenue w Nowym Jorku, mających bardzo długą tradycję, handel przenosi się do galerii handlowych.

One też między sobą się różnią – staram się zawsze wybierać prestiżowe lokalizacje. Oczywiście salony przy dobrych ulicach w wybranych miastach też mają rację bytu, przykładem jest nowy salon Apart w Poznaniu, przy Placu Wolności, w zabytkowej kamienicy poznańskiego Bazaru. To jeden z tych salonów Apartu, gdzie królują absolutne piękno i luksus – wykończony jest marmurem, tkaninami z Japonii, szafki zamykane są specjalnym systemem dotykowym. Panuje tam atmosfera w sam raz dla kogoś, kto chciałby wydać kilkadziesiąt, a może kilkaset tysięcy złotych na ekskluzywną biżuterię lub zegarek.

CZY TAKIE SALONY POWSTAJĄ, ALBO BĘDĄ POWSTAWAĆ, TAKŻE W INNYCH MIASTACH?

P. RĄCZYŃSKI: W Polsce otworzyliśmy już kilkanaście salonów Apart Exclusive, które oferują najdroższe marki zegarków i luksusową biżuterię, kolie z diamentami. Są to butiki dla koneserów, można tam spokojnie usiąść i zastanowić się nad zakupem, jednak one również najczęściej zlokalizowane są w galeriach handlowych, ponieważ tam przychodzi klient. Być może za kilkanaście lat Polacy nasycą się przyjemnością zakupów w oświetlonej i ciepłej galerii handlowej i będą z powrotem chcieli wyjść na ulicę – na pewno nie zabraknie tam salonów Apart! ■