



Warszawa, dn. 01 / 04 / 2020

## APEL BRANŻ

ORGANIZATORÓW TURYSTYKI / AGENTÓW TURYSTYCZNYCH / HOTELI / TARGÓW /  
 MICE (eventy, konferencje, wyjazdy B2B) / ROZRYWKI (koncerty, festiwale, widowiska) /  
 OBIEKTÓW WIELOFUNKCYJNYCH / PILOTÓW I PRZEWODNIKÓW TURYSTYCZNYCH /  
 PRZEWOZÓW AUTOKAROWYCH / TURYSTYKI SZKOLNEJ

**DOT. KRYZYSU ZWIĄZANEGO Z WIRUSEM SARS - CoV - 2  
 I DZIAŁANAMI PODEJMOWANYMI PRZEZ RZĄD W TYM ZAKRESIE  
 (UCHWALENIE tzw. TARCZY ANTYKRYZYSOWEJ)**

**Szanowna Pani  
 Jadwiga Emilewicz**  
 Minister Rozwoju RP

**Szanowny Pan  
 Andrzej Gut - Mostowy**  
 Sekretarz Stanu  
 Ministerstwo Rozwoju RP

Szanowna Pani Minister,  
Szanowny Panie Ministrze,

w związku z dramatycznie pogarszającą się sytuacją gospodarczą w naszych branżach, jak i też uchwaleniem w dniu 31 / 03 / 2020 specustawy dot. tzw. tarczy antykryzysowej, chcielibyśmy niniejszym, jako branżowy sztab kryzysowy:

- po 1    poinformować o aktualnej sytuacji w naszych segmentach rynkowych;**
- po 2    zaproponować kierunki kolejnych wspólnych działań dot. nowelizacji tzw. tarczy antykryzysowej (tzw. tarcza 2.0);**
- po 3    poinformować o najbliższych planowanych działaniach naszego sztabu.**

Chcielibyśmy jeszcze raz zaznaczyć, że wszystkie branże, które reprezentujemy, jako pierwsze otrzymały cios gospodarczy (luty 2020r.) i ze względu na specyfikę naszych usług, będziemy niestety ostatnim sektorem, który będzie miał jakiegokolwiek szanse na realne "podniesienie się". Nie jesteśmy usługodawcą, który może sprawnie zamknąć i otworzyć swój biznes bez uszczerbku zarówno finansowego, jak i w zasobach ludzkich.

Co więcej, nasi klienci (zarówno indywidualni, jak i biznesowi) przełożyli i przekładają aktualnie ponad 90% swoich zleceń na okres jesienny, który jak wszyscy wiemy ze względu na epidemię może wręcz przeciągnąć się do roku 2021. Mamy też poważne obawy o decyzje zakupowe konsumentów w dobie kryzysu ekonomicznego.

W związku z powyższym, z nadzieją i optymizmem, przyjęliśmy rozpoczęcie prac nad tzw. tarczą antykryzysową. Dziękujemy w tym miejscu za zarówno osobiste zaangażowanie Pani Minister, jak i Pani zespołu. Widzieliśmy i wiemy ile wysiłku kosztowały Państwa te prace, bardzo to szanujemy.

Doceniamy również, że nasze propozycje zostały przez Państwa częściowo uwzględnione, m.in: zwrot / wymiana na voucher za rezygnację w udziale w wydarzeniu, usprawnienia w zwrocie VAT, czy modyfikacja split - payment.

Niemniej jednak, pozostałe rozwiązania jak m.in. abolicja ZUS tylko dla mikroprzedsiębiorstw, dopłata do wynagrodzeń w wysokości 40% średniego krajowego wynagrodzenie, czy też jednorazowe świadczenie w wysokości 2 000 zł dla osób prowadzących jednoosobową działalność gospodarczą / pracujących na umowę zlecenie / dzieło, są daleko niewystarczające i przede wszystkim nie odpowiadające realnym potrzebom naszych przemysłów.

**W rezultacie, niestety wiele naszych branżowych przedsiębiorstw nie miało innego wyboru jak tylko w ostatnich dniach marca zredukować liczebność swoich zespołów czasem nawet o 70% oraz obniżyć wynagrodzenie pozostałym pracownikom o nawet 50-60%.**

Co ważne, w tym momencie, każdy z przedsiębiorców w naszych branżach korzysta już z tzw. "oparów" środków obrotowych.

**Reasumując, bez większego niż do tej pory i sprawniejszego zaangażowania w tym zakresie ze strony instytucji państwa, nasze dalsze rynkowe istnienie po prostu nie będzie możliwe w perspektywie najbliższych kilku miesięcy (max 3-4).**

Pamiętajmy również, że upadek polskich firm otwiera nasz rynek na zagraniczną penetrację, szczególnie pod kątem podmiotów, które otrzymują np.: w Niemczech wysokie dotacje państwowe w sytuacji kryzysu (np. TUI - 1,8 mld EUR) i mogą z łatwością przejąć polskie przedsiębiorstwa, bazujące tylko na swoich źródła finansowania.

W związku z powyższym, z góry dziękujemy za uwagę Pani i Pani współpracowników, ponieważ wspólnie musimy działać w trybie pilnym.

W przypadku pytań, jak zawsze pozostajemy do dyspozycji, a szczegółowy opis naszej sytuacji przedstawiamy Państwu poniżej.

## **I. AKTUALNA SYTUACJA W NASZYCH BRANŻACH (NA PODSTAWIE DANYCH NASZYCH ORGANIZACJI I STOWARZYSZEŃ)**

### ORGANIZATORZY TURYSTYKI I AGENCI TURYSTYCZNI:

- **Spadek przychodów o 95-98%;**
- Dla przykładu duży touroperator sprzedawał dziennie ok. 4-5 tys. wycieczek, aktualnie jest to 4-5 szt.;
- Spodziewany średni spadek zatrudnienia w agencji turystycznej z 2,6 etatu do poniżej 2 etatów do końca kwietnia;
- **Wypowiedzenia (stan na 31 / 03) w dużych, jak i małych biurach podróży w przedziale 10 - 40% stanu zespołów;**
- Całkowita terminacja umów zlecenia / o dzieło / kontraktów osób prowadzących JDG;
- Problemy z przedłużeniem gwarancji ze strony ubezpieczycieli;

### HOTELE / OBIEKTY NOCLEGOWE TURYSTYCZNE / MIEJSCA KRÓTKOTRWALEGO ZAKWATEROWANIA I POLA KEMPINGOWE:

- **Sytuacja jest bliska agonalnej**, szczególnie po decyzji o zamknięciu tego typu obiektów w dniu 31 / 03 / 2020 bez informacji dot. rekompensat z tego tytułu dla branży hotelarskiej;
- **Wypowiedzenia (stan na 31 / 03) w przedziale 30 - 40% stanu zespołów (spodziewamy się pogłębienia do 50-70% do końca kwietnia lub więcej);**
- Całkowita terminacja umów zlecenia / o dzieło / kontraktów osób prowadzących JDG;
- Bardzo wysokie ryzyko, że wiele obiektów nigdy więcej w ogóle się już nie otworzy;
- **Brak możliwości wstrzymania, rozłożenia na raty, odroczenia bez kar / odsetek opłat za media ze strony spółek skarbu państwa** (głównie dot. prądu);
- **Ogromne problemy we współpracy z bankami** - niemożność otrzymania kredytu np.: obrotowego, nawet pod zastaw obiektu;
- Rozpoczęcie oddolnie przez nasz sztab akcji "Gmina przyjazna turystyce" tak, aby samorządy umarzały lub znacząco obniżały podatek od nieruchomości. Proponujemy także wprowadzenie akcji "Firma Przyjazna Turystyce".

### PRZEWOZY AUTOKAROWE:

- **Ten segment naszego przemysłu praktycznie przestał istnieć** - do końca września nie posiada on W OGÓLE zleceń;
- **Wypowiedzenia (stan na 31 / 03) w przedziale 50-60% stanu zespołów** (spodziewamy się pogłębienia do 80% do końca kwietnia) – tracimy, tym samym rzesze bardzo dobrze wyszkolonych kierowców;
- **Banki - całkowity brak możliwości otrzymania nowych kredytów obrotowych;**
- Środków własnych wystarczy maksymalnie na 1-2 miesiące funkcjonowania przy i tak obniżonych kosztach stałych (zwolnienia).

### MICE (Meeting, Incentive, Conference, Event/Exhibition, czyli eventy, konferencje, wyjazdy B2B):

- **Ten segment zatrzymał się z dnia na dzień całkowicie** - do końca września nie posiada on W OGÓLE zleceń;
- Korporacje, instytucje publiczne, czyli najważniejsi klienci, **już informują o przełożeniu zleceń nie na jesień 2020r., tylko na rok 2021!!!** Ta tendencja szczególnie narasta w ciągu ostatnich 10 dni; Nie są prowadzone nowe postępowania przetargowe.
- **Wypowiedzenia (stan na 31 / 03) w przedziale 40-60% stanu zespołów** (spodziewamy się pogłębienia do 70-80% do końca kwietnia) - tracimy również wiele niezmiernie kompetentnych, szkolonych latami, pracowników;

- **Obniżanie wynagrodzeń dla pozostałych pracowników: średnio o 50-60%;**
- Środków własnych starczy maksymalnie średnio na 1-2 miesiące funkcjonowania przy i tak obniżonych kosztach stałych (zwolnienia);
- Całkowita terminacja umów zlecenia / o dzieło / kontraktów osób prowadzących JDG;
- **Kompletne załamanie łańcuchu dostaw** (firmy sceno-techniczne, scenograficzne, cateringowe, transportowe, obiekty etc.)

#### PILOCI / PRZEWODNICZY:

- **Kilkanaście tysięcy osób pozostających aktualnie i przez najbliższe miesiące bez środków do życia;**
- Bardzo wysokie ryzyko zawieszenia przez nie działalności gospodarczej lub zgłoszenia się jako osoby bezrobotne;
- **Propozycja rządowa w tym zakresie przyjęta z ogromnymi negatywnymi emocjami** (wiele osób nie spełnia kryteriów abolicji ZUS zapisanych w specustawie, ponieważ na okres zimowy zawieszają działalność i następnie rozpoczynają ją od "sezonu" tj. od kwietnia 2020r.);
- Wysokie ryzyko braku chęci powrotu do pracy;
- Należy podjąć działania wspierające lokalny rynek pracy przewodników miejskich, górskich i terenowych;

#### TARGI

- **Wszystkie targi** do końca września zostały **odwołane lub przełożone**.
- Od lutego branża **straciła 100% przychodów**.
- W wielu przypadkach firmy mają **ogromne koszty stałe**: podatki od nieruchomości, czynsze, wynajmem, opłaty za media, utrzymanie techniczne, wynagrodzenia, kredyty, leasing na maszyny, auta, etc.);
- Branża targowa (ponad 500 firm mikro, małych, średnich oraz dużych) ponosi od lutego **150 mln zł strat miesięcznie**.
- Wypowiedzenia (stan na 31/03) w przedziale **40-60%** stanu załóg (spodziewamy się pogłębienia do **70-80%** do końca kwietnia) - w branży zatrudnionych jest ok 20 000 osób - 80% to **16 000 osób, które zasilą rzesze bezrobotnych**.
- Załamanie łańcucha dostaw (np. firmy montażowe stoisk, logistyka, obsługa personalna itp.);
- Całkowita terminacja umów zlecenia / o dzieło / kontraktów osób prowadzących JDG;
- Targi odbywają się sezonowo:
  - luty-czerwiec - ten termin jest dla branży targowej **stracony bezpowrotnie**
  - wrzesień-grudzień - zakładamy, że większość z przełożonych **targów nie odbędzie się** z 2 powodów: 1) zarówno wystawcy, jak i zwiedzający **nie będą zainteresowani** wydawaniem pieniędzy na udział w targach, ponieważ sami będą wychodzić z zastojów i zadłużeń spowodowanych koronawirusem; 2) **nie będzie rąk do pracy**, ponieważ do tego czasu większość firm będzie zmuszona do **zwolnienie 60% swoich pracowników**, a część firm w ogóle przestanie istnieć.

W związku z powyższym istnieje realne i bardzo wysokie ryzyko, że:

- zarówno organizatorzy, w tym najwięksi organizatorzy targów w Polsce, jak **Międzynarodowe Targi Poznańskie, Targi Kielce, Targi Gdańsk, czy Targi w Krakowie**, firmy projektujące i budujące stoiska targowe, firmy spedycji i transportu targowego oraz dostawcy wielu innych usług na rzecz targów do końca roku **przestaną w ogóle istnieć!**
- imprezy targowe, w tym największe targi, które do tej pory były wizytówką Polski, jak: **Budma, Targi Meble, ITM, Motor Show, Cavaliada** organizowane przez Międzynarodowe Targi Poznańskie, **MSPO, ENEX, PLASTPOL** w Kielcach, **Targi Katowice, Targi Książki** czy **Krakdent** w Krakowie, **Boatshow** w Łodzi, **Energetab** w Bielsku Białej przejdą do historii! A nie zapominajmy, że targi są dźwignią polskiego eksportu.
- **konkurencja zagraniczna** - Niemcy, Francja, Włochy, a także Chiny, która otrzymała ogromne wsparcie od swoich rządów, **przejmie nasze największe targi!** Polska przestanie się liczyć na arenie międzynarodowej jako partner i jako eksporter.

#### OBIEKTY WIELOFUNKCYJNE (hale widowiskowe, koncertowe, obiekty konferencyjne)

- **Utrata 100% przychodów od połowy marca przy konieczności ponoszenia bardzo wysokich kosztów stałych** (stałe opłaty za media, czynsze, utrzymanie techniczne, wynagrodzenia, podatki lokalne etc.);
- **80% wydarzeń muzycznych, sportowych, rodzinnych, biznesowych do końca września zostało odwołanych**, a dla przypomnienia okres wiosenny to najważniejszy okres dla tego typu obiektów;
- Wysokie ryzyko braku możliwości organizacji wydarzeń, również w II połowie roku;
- Brak możliwości podobnie, jak w przypadku wszystkich innych segmentów, "nadrobienia" strat jesienią.

#### ROZRYWKA (koncerty, festiwale, widowiska)

- **Dramatyczny spadek sprzedaż biletów**, również w przypadku imprez, które odbywają się za kilka miesięcy, a nawet w przyszłym roku (spadek rok do roku około 95%);
- W przypadku wielu podmiotów (w tym miejsca odbywania się imprez) **spadek przychodów do zera, przy bardzo wysokich kosztach stałych**;
- **Bardzo wysokie ryzyko odwołania wszystkich wydarzeń przez władze publiczne, również w okresie letnim**. Poza organizatorami pociąga to za sobą ogromne konsekwencje dla firm świadczących usługi: obsługa techniczna, ochrona, gastronomia, transport, hotele, media, marketing, eventy, itd.
- **W przypadku braku możliwości organizacji wydarzeń muzycznych i publicznych w okresie letnim szacujemy, że ok. 50% firm trudniących się tego typu usługami, zakończy swoją działalność najdalej do końca maja**;
- **Wypowiedzenia (stan na 31 / 03) w przedziale 50% stanu zespołów (spodziewamy się pogłębienia do 70-80% do końca czerwca)** - w przypadku niektórych największych światowych firm w segmencie rozrywka nastąpiły już zwolnienia na poziomie 95%;

#### TURYSTYKA SZKOLNA

- **Praktycznie nie istnieje na ten moment**;
- Wiosna, czyli najbardziej istotny czas w tym zakresie została całkowicie stracona;
- **Wypowiedzenia (stan na 31 / 03) w przedziale 50-70% stanu zespołów** (spodziewamy się pogłębienia do 80% do końca maja, jeśli sytuacja nie ulegnie zmianie);
- Budowa wspólnego z MEN ogólnokrajowego programu edukacji przez krajoznawstwo i turystykę, wspierającego branżę turystyczną.

#### TURYSTYKA PRZYJAZDOWA / LOCAL TOURS

- **Anulacja zleceń do końca czerwca w wysokości 100%**, początek anulacji sezonu jesiennego;
- Duża niechęć kontrahentów zagranicznych do przekładania terminów realizacji imprez na okres późniejszy;
- Duże roszczenia kontrahentów w zakresie zwrotów zaliczek/wpłat dla polskich biur (żądania 100%);
- **Wypowiedzenia (na dzień 31/03) na poziomie 20 - 40 % zatrudnionych z tyt. umowy o pracę i lawinowe zwolnienia osób świadczących usługi z tyt. umowy zlecenie / o dzieło**, spodziewana kolejna fala redukcji na koniec kwietnia, w przypadku braku większego wsparcia MŚP;
- **Początek likwidacji przedsiębiorstw branży 'local tours' w Krakowie.**

#### BRANŻA UPOMINKÓW REKLAMOWYCH

- **Zamówienia na upominki reklamowe zostały wstrzymane**, działy marketingów przestały realizować kampanie promocyjne. Wiele płatności za zrealizowane już zamówienia zostało wstrzymanych, co powoduje brak płynności i niewypłacalność.
- Sektor targowy, konferencyjny i szkoleniowy, branża upominków reklamowych stanowi system naczyń połączonych, co jednocześnie przyczyniło się do braku zleceń u przedsiębiorców z branży

upominków reklamowych (najmocniej ucierpiałły firmy produkujące: medale, statuetki, materiały biurowe, torby i opakowania, importerzy upominków reklamowych i agencje reklamowe).

- **Ponad 70%** przedsiębiorstw z branży odnotowało spadki w obrotach w marcu 2020r. w porównaniu z marcem 2019, z czego blisko **40%** przedsiębiorstw w przedziale **50-100%**.
- **Ponad 60%** przedsiębiorców z branży **zredukuje etaty**, tylko po tak słabym marcu będzie to nie mniej niż 30%, biorąc pod uwagę, iż firmy te są z sektora małych i średnich przedsiębiorstw, **co 3 osoba będzie zwolniona**.
- Udział w branży upominków reklamowych mają zdecydowanie małe i średnie przedsiębiorstwa, blisko **60%** z nich generuje obroty na poziomie **5 mln i więcej rocznie**.

## II. DZIAŁANIA UZUPEŁNIAJĄCE TARCZĘ

**W zakresie tzw. “tarczy antykryzysowej” popieramy w pełni apel reaktywowanej Rady Przedsiębiorczości (m.in. Lewiatan, Pracodawcy RP), która zwróciła się do wszystkich stron politycznych o jak najszybsze uchwalenie ustawy (co już się wydarzyło) oraz rozpoczęcie prac nad jej nowelizacją.**

Tak, jak zaznaczyliśmy na wstępie, bez natychmiastowego wdrożenia różnych form wsparcia (oraz ich proceduralnego odbiurokratyzowania) nasze przetrwanie oraz ochrona miejsc pracy po prostu nie będzie możliwa.

**Dodatkowo w związku ze specyfiką i sezonowość naszych przemysłów, konieczne są dedykowane rozwiązania tylko i wyłącznie dot. naszych branż.**

**Powinniśmy wspólnie stworzyć tzw. “pakiet turystyczno-eventowy”, który obejmowałby m.in. rekompensaty dla hoteli oraz obiektów targowych w związku z ich zamknięciem, czy narzędzia płynnościowe i inne obniżające koszty stałe ww. branżach.**

**Widzimy, że udało przygotować się np.: dedykowane branży transportowej rozwiązania (o wartości 1,5 mld PLN w formie przejścia leasingów) wierzymy zatem, że uda się to i w naszym przypadku.**

Zwracamy się z pilnym apelem o spotkanie robocze i omówienie szczegółów naszych propozycji, z których priorytetami są:

1. **NARZĘDZIA PŁYNNOŚCI FINANSOWEJ** (m.in. pilne uruchomienie nowych linii kredytowych);
2. **ULGI VAT / ZUS / PIT / CIT / PODATKU OD NIERUCHOMOŚCI / OPŁATY Z TYTUŁU WIECZYSTEGO UŻYTKOWANIA GRUNTU** (m.in. abolicja ZUS dot. wszystkich przedsiębiorstw z naszej branży dotkniętych spadkiem obrotów);
3. **DOPLATY DO WYNAGRODZEŃ / JDG / UMÓW ZLECENIA / UMÓW O DZIEŁO** (wyższy i dłuższy wymiar świadczeń);
4. **INNE** (zniesienie podatku drogowego od autokarów, odrodzenia płatności bez kosztów dot. mediów ze strony spółek skarbu państwa)

## III. PLAN DZIAŁAŃ SZTABU KRYZYSOWEGO

W związku z dynamicznie i niestety tragicznie rozwijającą się sytuacją, nasz sztab proponuje następujące pilne działania:

- pilne wspólne spotkanie robocze (sztab & Ministerstwo Rozwoju) w formie video - konferencji dot. możliwości pilnego uzupełnienia tarczy antykryzysowej o narzędzia proponowane powyżej;
- pilne rozpoczęcie prac nad nowelizacją ustawy lub innymi rozwiązaniami wychodzącymi naprzeciw punktom poruszonych powyżej;

- kontynuacja i rozwój projektu "Gmina Przyjazna Turystyce" zainicjowanej przez nasz sztab dot. zwolnień obiektów (szczególnie dot. hoteli) od podatków lokalnych;
- komunikacja do naszych branż dot. praktycznego stosowania rozwiązań zawartych w ustawie (szczególnie w zakresie abolicji ZUS i dopłat do wynagrodzeń);
- wspólne działania z Ministerstwem Rozwoju dot.
  - Związku Banków Polskich - mamy ogromne problemy z uzyskaniem nowych kredytów obrotowych;
  - Spółek Skarbu Państwa - cały czas mamy bardzo duże problemy z rozłożeniem w czasie, bez dodatkowych kosztów, opłat za media dot. obiektów (szczególnie dot. to hoteli / obiektów wielofunkcyjnych)

Z góry bardzo dziękujemy za informację jak wspólnie możemy współpracować w trybie pilnym przy powyższych elementach. Jednocześnie proponujemy, w tym zakresie kilkugodzinne warsztatowe spotkanie / video konferencję.

## Branżowy Sztab Kryzysowy

1. *Polska Izba Turystyki - Paweł Niewiadomski*
2. *Polski Związek Organizatorów Turystyki - Sławomir Szulc*
3. *Ogólnopolskie Stowarzyszenie Agentów Turystycznych - Marcin Wujec*
4. *Izba Gospodarcza Hotelarstwa Polskiego - Ireneusz Węglowski*
5. *Stowarzyszenie Komunikacji Marketingowej SAR - Paweł Tyszkiewicz*
6. *Klub Agencji Eventowych SAR - Mariusz Nowak*
7. *IAA Polska - Jerzy Minorczyk*
8. *Stowarzyszenie Branży Eventowej - Marta Chmielewska*
9. *Stowarzyszenie Organizatorów Incentive Travel - Olga Krzemińska - Zasadzka, Łukasz Adamowicz*
10. *Meeting Professionals International Poland Chapter - Monika Dymacz Kaczmarczyk*
11. *SITE Polska - Society for Incentive Travel Excellence - Chapter Poland - Grażyna Grot - Duziak*
12. *Polska Izba Przemysłu Targowego - Przemysław Trawa/ Beata Kozyra*
13. *Stowarzyszenie Konferencje i Kongresy w Polsce - Katarzyna Cioch*
14. *Zrzeszenie Agentów IATA w Polsce - JJ Singh*
15. *Warszawska Organizacja Turystyczna - Barbara Tutak, Mateusz Czerwiński*
16. *Łódzka Organizacja Turystyczna - Tomasz Koralewski*
17. *Polskie Stowarzyszenie Przewoźników Autokarowych - Rafał Jańczuk*
18. *Stowarzyszenie Organizatorów Imprez Artystycznych i Rozrywkowych - Mikołaj Ziółkowski*
19. *Polska Izba Turystyki Młodzieżowej - Krzysztof Męziński*
20. *Polskie Towarzystwo Turystyczno-Krajoznawcze - Jerzy Kapłon*
21. *Izba Turystyki RP - Marek Ciechanowski*
22. *Polska Izba Hotelarstwa - Marek Łuczyński*
23. *Krakowska Izba Turystyki - Piotr Laskowski*
24. *Konsorcjum Polskich Biur Podróży - Artur Matiaszczyk*
25. *Polskie Stowarzyszenie Pilotów Wycieczek Zagranicznych- Piotr Zubrzycki*
26. *Turystyka incoming - Andrzej Hulewicz*
27. *Harmony Polish Hotels - Elżbieta Lando*
28. *Polska Izba Techniki Estradowej - Grzegorz Łapczyński*
29. *Polskie Stowarzyszenie Rozwoju Infrastruktury Sportu i Rekreacji - Marcin Herra*
30. *Polska Izba Artykułów Promocyjnych - Edyta Lisowska*
31. *Inicjatywa #TUgether*

Kontakt dla mediów: Anna Zimecka tel. 602 302 963 [anna.zimecka@sar.org.pl](mailto:anna.zimecka@sar.org.pl)

Kontakt w sprawach organizacyjnych: Bartosz Bieszyński tel. 503 825 086 [bartosz.bieszynski@gmail.com](mailto:bartosz.bieszynski@gmail.com)