

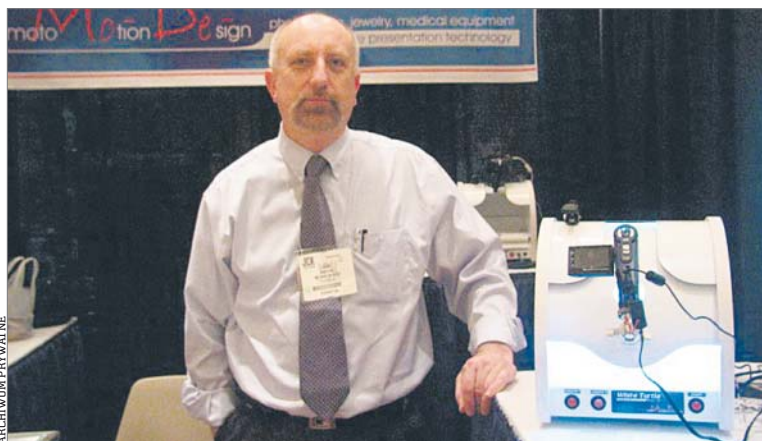
Sukces muzyka z duszą mechanika

MÓJ BIZNES | Zaczęło się od świetlnej skrzynki robionej na strychu domu. W efekcie powstał produkt, który ułatwia sprzedaż diamentów na świecie.



GRAŻYNA BŁASZCZAK

Historia firmy Mode sięga 2008 r. Leszek Tadeusz Mazur, muzyk z wykształcenia, zarabiał wtedy na życie w USA i – jak mówi – zajmował się wszystkim, tylko nie pracą w zawodzie. – Chwytałem się robót dekararskich, murarskich, pracowałem w fabrykach, bo mam tzw. dwie prawe ręce. Ponieważ mój ojciec był zegarmistrzem, od dziecka zajmowałem się mechanizmami. Pierwszy samochód – Warszawę – rozebrałem na części, aby ją ponownie złożyć – opowiada Leszek T. Mazur.



◀ **Leszek T. Mazur z prototypem urządzenia, które podbiło rynek jubilerów prezentujących w sieci swoje produkty**

OPINIA



▶ **MAREK KASICKI** | WICEPREZES AGENCJI ROZWOJU POMORZA, SZEF FUNDUSZU KAPITAŁOWEGO ARP

Produkty Mode skierowane są głównie do firm działających w branży handlu elektronicznego. Branża e-commerce rozwija się bardzo dynamicznie – według firmy Deloitte 20 proc. sprzedaży na świecie w 2016 r. będzie się odbywało online. Ale tym samym znaczna jest konkurencja pomiędzy sprzedającymi w sieci, co powoduje, że poszczególne sklepy internetowe coraz częściej chcą prezentować towary w jak najatrakcyjniejszej dla nabywców formie.

A mogą to zrobić właśnie dzięki zastosowaniu takich urządzeń i oprogramowania, jakie oferuje Mode. Zakup tych rozwiązań zwraca się sklepom stosunkowo w krótkim czasie, gdyż zdecydowanie zwiększa przychody sklepów internetowych. Jaki powinien być kolejny krok w rozwoju spółki? Poszerzenie oferty produktowej i szukanie nowych zastosowań swoich produktów. Mode powinna także wchodzić ze swoją ofertą na kolejne rynki. Wszystko to zapewni szybki rozwój spółki. ■

DLA „RZ”

Zamiast dolarów

Znając predyspozycje muzyka z Polski, znajoma w USA poprosiła go, aby zbudował do sklepu jubilerskiego skrzynkę świetlną, która ułatwi fotografię i prezentację biżuterii.

– Podjąłem wyzwanie, choć byłem pod wielką presją otoczenia. Pierwszy model był nieudany. Słyszałem, że zamiast zarabiać dolary, dłużej przy skrzynce na strychu. Byłem jednak konsekwentny i udało się – mówi Leszek T. Mazur. – Kiedy w 2008 r. pokazałem na targach branżowych w Las Vegas prototyp urządzenia pozwalającego wykonać prezentację 360 stopni i stworzyć film do sieci, okazało się, że największa firma z USA w tej branży dopiero pracuje nad takim rozwiązaniem i oferuje je za tysiące dolarów, a mnie materiały kosztowały niewiele ponad 100 dolarów. Zrozumiałem, że „skrzynka” to cenne rozwiązanie.

Twórca firmy Mode w 2009 r. wrócił z prototypem do Polski. Na ulicy zobaczył pla-

kat konkursu „Gdyński biznesplan”. – Zgłosiłem się i wygrałem konkurs. Okazało się, że w wieku 50 plus można zostać młodym przedsiębiorcą. A potem wszystko potoczyło się szybko. Moim projektem zainteresowała się Agencja Rozwoju Pomorza (ARP). Dostałem wsparcie finansowe i tak powstała spółka Mode – wspomina Leszek Tadeusz Mazur.

Diamenty online

Firma uzyskała dofinansowanie z ARP w 2009 r. – było to 330 tys. zł. W 2011 r. Mode wsparł Spartan Capital, jako venture capital. Od 2012 r. spółka jest notowana na New Connect, a prezesem zarządu

został Mikołaj Bator. – W 2013 r. firma miała przychody w wysokości ok. 3 mln zł. Dla porównania: w 2011 r. było to ledwo ponad 400 tys. zł – opowiada Mikołaj Bator.

Mode sprzedaje swoje produkty w 25 krajach. – Najbardziej znane są zautomatyzowane ministudia fotograficzne do makrofotografii, mające zastosowanie w handlu internetowym dóbr luksusowych i kamieni szlachetnych. To innowacyjna technologia do łatwego tworzenia animacji 360 stopni produktów dla sklepów internetowych – wyjaśnia prezes Mode.

Dodaje, że przewagą konkurencyjną Mode jest najnowsze rozwiązanie w chmurze służące do szybkiej publikacji ani-

macji 360 stopni produktów. Z usługi w chmurze spółka od 2014 r. zaczyna pozyskiwać pierwsze przychody ze sprzedawanych abonamentów.

W tym roku Mode otrzymało znaczące dofinansowania z programu Go_Global – w sumie ponad 1 mln zł. Pieniądze przeznaczy m.in. na badania i rozwój nad najnowszym produktem dla handlu diamentami online.

– Finalizujemy umowy z partnerami z czterech najważniejszych ośrodków handlu diamentami na świecie: Izraela, Antwerpii, Indii i USA. Kontakty te pozwolą na szybką komercjalizację nowych produktów w 2015 r. i rozwój sprzedaży usługi w chmurze – zapewnia prezes Bator.

Leszek T. Mazur do dziś ma udziały w Mode. Jest w radzie nadzorczej spółki. Młodym radzi: – Konsekwencja w działaniu to podstawa. Trzeba wierzyć w swój pomysł i realizować go nawet pod presją – mówi.

Chwali się, że założył nową spółkę. Teraz planuje rewolucję w medycynie, produkując endoskopowe narzędzia diagnostyczne, które będzie wykorzystywane przez laryngologów do badania gardła i trzeciego migdałka u dzieci. ■

▶ Pieniądze na rozwój przedsiębiorstwa

Jak Mode dostało pierwsze dofinansowanie z Agencji Rozwoju Pomorza? Każdy innowacyjny projekt musi przejść proces składający się z dwóch etapów: preinkubacji i tzw. wejścia kapitałowego. W trakcie pierwszego z nich Komitet Oceny Projektów ARP dokonuje oceny przedsięwzię-

cia. Na tym etapie pomysłodawcy mogą liczyć na udostępnienie biur, a także na doradztwo związane z zarządzaniem przedsiębiorstwem. Po zakończeniu preinkubacji powstaje biznesplan, a na jego podstawie – memorandum inwestycyjne. Komitet Inwestycyjny podejmuje

wówczas decyzję odnośnie do realizacji projektu. W ramach drugiego etapu, czyli wejścia kapitałowego, fundusz ARP może zapewnić do 200 tys. euro na uruchomienie spółki i wdrożenie produktu lub usługi. Obejmowane przez fundusz udziały nie mogą przekroczyć 49 procent. ■