

# Anielski biznes w komórce

Gdy odszedł z firmy, by działać na własną rękę, trafił idealnie. W kryzys. Przetrzymał, a pasję do komórek przekuł na spółkę, która dziś zatrudnia blisko 30 osób i żyje z zagranicznych kontraktów

**TOMASZ GRYNKIEWICZ**

Spółniłem się pokoleniowo - uśmiecha się 32-letni Jakub Lipiński, prezes spółki Polidea. Tłumaczy, że nie załapał się na boom, gdy w Polsce powstawały pierwsze duże marki internetowe: Onet, Wirtualna Polska czy Gadu-Gadu. - Ale już wtedy zaczęłam się zastanawiać, co może być następnym wielkim przełomem. Postawiłem na komórki - mówi.

Trafił. Jego spółka przez dwa lata zrealizowała ponad czterdzieści projektów dla największych graczy w Polsce i dużych, zagranicznych spółek giełdowych. Prawdziwe pieniądze Polidea zarabia właśnie na tych drugich - ponad 90 proc. przychodów to kontrakty zagraniczne. Zresztą od kontraktu negocjowanego w Berlinie zaczęła się jej kariera. Ale po kolei.

## Od leków do iPhone'a

Do komórek i przenośnych gadżetów Lipińskiego ciągnęło już na studiach informatycznych na krakowskiej AGH. Naukę łączył wówczas z pracą w wydawnictwie Medycyna Praktyczna, gdzie odpowiadał za pion informatyczny. Przekonał szefów, by stworzyć na palmtopy i komórki z systemem Windows Mobile aplikację. I stworzył - indeks leków. Tyle że w wydawnictwie młody inżynier programista nie miał jak się rozwijać. Koniec końców trafił do spółki z Koszalina - Psiloca - o której w Polsce poza branżą mało kto wiedział. Lipiński najpierw pracował w dziale odpowiedzialnym za tworzenie aplikacji na system Windows Mobile, szybko jednak awansował na dyrektora technologicznego Psiloca i wiceprezesa zarządu. Wkrótce potem, w czerwcu 2007 r., pojawił się iPhone.

- To było coś niesamowitego. Cała branża była w szoku, tym bardziej że wcześniej wiele osób z konkurencyjnych firm nie dowierzało, że Apple stworzy tak rewolucyjny telefon - mówi Lipiński. Nie chodziło tylko o dotykowy ekran. Apple, szturmem podbijając rynek telefonii komórkowej, z dnia na dzień udowodnił, że tworzenie aplikacji na smartfony może wyglądać zupełnie inaczej niż dotychczas. A ponieważ Apple potrafił skłonić klientów, by kupowali nie tylko iPhone'y, ale też tworzone

nań aplikacje (poprzez platformę App Store, gdzie Apple zabiera 30 proc. prowizji od płatnych programów), szybko przekołał do siebie programistów. W branży to był wstrząs, który najmocniej na własnej skórze odczuła Nokia, tracąc na rzecz Apple'a pierwsze miejsce w smartfonach. Jakby tego było mało, kilka miesięcy po premierze iPhone'a rynek znów zatrzęsł się w posadach. W branży komórkowej pojawił się nowy gracz - internetowy gigant Google, prezentując swój system operacyjny Android.

- Nie miałem wątpliwości. Między Nokią i jej systemem Symbian, który wówczas dominował na rynku, a rozwiązaniami Apple'a była ogromna przepaść - wspomina Lipiński. Próbował przekonać Psiloca do swojej wizji, chciał, by firma zaangażowała się w prace nad aplikacjami na nowe systemy - iOS i Androida. Bez większego rezultatu. - Firma miała inną wizję rozwoju, ja inną. Ani lepszą, ani gorszą, po prostu inną. Zaryzykowałem, postanowiłem pójść swoją drogą - mówi szef Polidei. Była jesień 2008 r.

## Na swoim. I na lodzie

Lipiński wyobraził sobie, że zacznie działać jako jednoosobowa firma. Chciał projektować i tworzyć różne produkty dla firm, które mają aplikacje działające na urządzeniach przenośnych. Był jeden mały problem - kryzys, który zmusił firmy do ścięcia budżetów na nowe projekty. - To był najgorszy moment na rozkręcanie własnej działalności. Z dnia na dzień zostałem na lodzie, przetrwać pozwoliły mi oszczędności - mówi Lipiński. Do czasu, gdy poznał tzw. aniołów biznesu z kręgu Lewiatan Business Angels. Rozmowy zaczął w lutym 2009 r. Spółka formalnie jeszcze nie istniała, gdy dzięki kontaktom jednej ze współczeczek Polidea wzięła udział w rywalizacji o projekt dla niemieckiej spółki. - To było niesamowite, jeździliśmy do Berlina na negocjacje, mając podpisany tylko list intencji, że firma powstanie - wspomina Lipiński. I wyszło tak, że kontrakt, jeden z większych w historii spółki, wygrali w pierwszych tygodniach istnienia Polidei. Z kim, tego Lipiński ujawnić nie chce. - Mogę tylko powiedzieć, że chodziło o mobilną wersję niemieckiego serwisu społecznościowego - zaznacza. Tak zresztą odpowiada na niemal każde py-



Jakub Lipiński zaryzykował uruchomienie własnej firmy w środku kryzysu. Dziś może mówić o sukcesie

tanie dotyczące zagranicznych umów. - Mamy klauzule poufności, które po części wynikają z tego, że spółki nie chcą, by publicznie było wiadomo, że wynajmują podwykonawców - mówi prezes Polidei. Zdradza jedynie, że spółka ma lub miała kontrakty w Wielkiej Brytanii, we Francji, w Niemczech czy Holandii. Branże? Bardzo różne - od producentów telefonów komórkowych po producenta perfum czy producenta paliw. Dla McDonald's Polidea przygotowała wersję serwisu na komórki.

Lipiński o wiele swobodniej rozmawia o umowach w Polsce - spółka stworzyła min. platformę Pixiblish, która wydawcom ułatwia przeniesienie swoich tytułów na tablety, np. iPad'a lub tablety z systemem operacyjnym Android. Z niej korzysta już tygodnik „Polityka” i niemieckie wydawnictwo Herder. Dla porównania cenowej Nokaut.pl Polidea stworzyła aplikację na komórki. Dla Onetu - mobilną wersję serwisu mapowego Zumi.pl. Dla Allegro - wersję serwisu aukcyjnego na telefony z systemem Windows Mobile.

## Przed wszystkim kontakty

Lipiński ma dziś 35 proc. udziałów w spółce. Czy nie żałuje, że założył Po-

lideo z współnikami, zamiast wystartować samemu? - Po pierwsze, zakładaliśmy spółkę od zera, nie było żadnego produktu. Była wiara w to, że rynek będzie rósł. Po drugie, to współnicy przekonali mnie, by najpierw zająć się usługami dla innych firm. Po trzecie, mieli kontakty, których ja nie miałem. A to się okazało znacznie ważniejsze od pieniędzy - mówi szef Polidei.

Dziś, poza inwestorami i współnikami, podkreśla rolę współpracowników w rozwijaniu firmy. - Sukces Polidei ma wielu ojców - mówi Lipiński. Wymienia m.in. Jarosława Potuka, byłego inżyniera Google'a, który w spółce jest dyrektorem ds. technologii, czy Brytyjczyka Johna Bailey'a, który prowadzi projekt.

W 2009 r. (od maja do grudnia) spółka miała nieco ponad milion złotych przychodów, na czysto zarobiła ponad 400 tys. zł. Rok później - przychody wyniosły 2,3 mln zł.

W końcu jednak i Lipiński postawił na swojej pierwotnej wizji - Polidea ma dwa własne produkty

Ten pierwszy to Bliisk, serwis na smartfony, prezentujący tzw. poszerzoną rzeczywistość (z ang. au-

gmented reality). W skrócie działa jak najpopularniejszy program tego typu - Layar. Jeśli użytkownik smartfonu nakieruje oko aparatu na wybrany obiekt, Bliisk może mu np. wyświetlić informacje, że właśnie stoi przed gmachem Sejmu lub kolumną Zygmunta. Może też wyszukać pobliskie kawiarnie (np. w promieniu pięciuset metrów) i wskazać na ekranie telefonu.

Na stworzenie Bliska firma pozyskała dotację z Unii Europejskiej (działanie 8.1 POIG).

Drugi produkt, o którym szef Polidei mówi z o wiele większym entuzjazmem, to usługa o nazwie apphance. Z przeciętnym użytkownikiem telefonu niewiele ma jednak wspólnego - to produkt dla innych programistów, którzy tworzą własne aplikacje na smartfony i testują, jak zachowują się na różnych modelach telefonów, przy różnej rozdzielczości ekranu etc. - apphance ma pomóc w ostatnim kroku tworzenia aplikacji mobilnych, czyli fazy testów - tłumaczy Lipiński. Innymi słowy, serwis polskiej firmy ma pokazać, gdzie inny program się wyłożył, dlaczego, dostarczyć programistom pełnej informacji o telefonie, na którym testowano aplikację itd. Za korzystanie z apphance będzie miesięczny abonament (jego wysokość będzie zależała od liczby telefonów, na których wykonywane będą testy). Szef Polidei liczy, że apphance, który na razie jest w wersji beta, będzie się cieszył popularnością wśród programistów i firm tworzących mobilne aplikacje.

Mimo ogromnej popularności aplikacji i coraz głośniejszych tez, że właśnie tak będzie wyglądał internet (treści będą dystrybuowane przez aplikacje, nie przez strony internetowe), Polidea nie stroni od projektów, w których mają wykonać mobilną wersję strony internetowej dla banku, firmy ubezpieczeniowej itp.

- Czy aplikację rzeczywiście zastąpią strony internetowe? Tego nie wiem. Staramy się nie skupiać na jednej technologii i trzymać rękę na pulsie, by coś, co wydarzy się w USA, z dnia na dzień nie wypchnęło nas z rynku - mówi Lipiński. □