

# amazon 10-lecie Amazon w Polsce

AMAZON DEVELOPMENT CENTER POLAND

## Dziesięć lat innowacji i technologii

Amazon Development Center Poland (ADCP) od ponad dekady pełni kluczową rolę w rozwoju globalnych innowacji Amazon. To właśnie w Polsce powstają technologie, które zmieniają sposób, w jaki ludzie na całym świecie korzystają z cyfrowych rozwiązań, takich jak asystent głosowy Alexa.

**H**istoria ADCP rozpoczęła się w 2013 r. od przejścia trójmiejskiego start-upu IVONA Software, specjalizującego się w technologii zamiany tekstu na mowę.

### Innowacje o globalnym zasięgu

- Dzięki przejściu IVONA Amazon zyskał dostęp do zaawansowanej technologii, która dała fundament dla głosu Alexy, jednego z najbardziej rozpoznawalnych produktów Amazon na świecie - mówi Lucyna Chwastowska, dyrektorka globalna ds. rozwoju technologii GenAI, syntezy mowy i audio w Amazon Development Center Poland. - Na początku był niewielki zespół w Gdańsku, a dziś mamy trzy centra badawczo-rozwojowe w Gdańsku, Warszawie i Krakowie, zatrudniające setki inżynierów i inżynierek, specja-

listów i specjalistek, pracujących nad przełomowymi technologiami.

To, co m.in. wyróżnia Amazon Development Center Poland, to globalny zasięg prowadzonych projektów. - Technologie, nad którymi pracujemy w Polsce, są implementowane w produktach Amazon na całym świecie - podkreśla Lucyna Chwastowska.

ADCP specjalizuje się w tworzeniu zaawansowanych technologii, takich jak Text-to-Speech (TTS) i Neural Text-to-Speech (NTTS), które stanowią światowy standard w dziedzinie naturalnej syntezy mowy. Zespoły w Polsce rozwijają także sztuczną inteligencję generatywną (GenAI) oraz technologie rozumienia języka naturalnego (NLP), wspierając Alexa na ponad 500 milionach urządzeń na całym świecie.

W ostatnich latach ADCP rozszerzyło swoje kompetencje o produkty i rozwiązania

dla inteligentnego domu, takie jak Ring i Blink, które na świecie są synonimem bezpieczeństwa domowego. Zespoły inżynierskie z Polski współtworzą technologie odpowiedzialne za monitorowanie ruchu, komunikację dwukierunkową czy systemy kamer HD.

Oprócz technologii głosowych i rozwiązań dla inteligentnego domu, ADCP ogrywa kluczową rolę w rozwijaniu rozwiązań chmurowych, takich jak AWS Database Migration Service, które umożliwiają firmom z całego świata efektywną migrację do chmury.

Jednym z kluczowych celów ADCP jest demokratyzacja sztucznej inteligencji. Proces ten jest realizowany poprzez m.in. oferowanie narzędzi jak CodeWhisperer i szkoleń ułatwiających małym i średnim przedsiębiorstwom dostęp do AI. Amazon wspiera również inicjatywy edukacyjne, takie jak Hour of Code, Women in Tech Camp oraz flagowy pro-



nego oraz odpowiedzialnego rozwoju technologii.

- Inwestycja w talenty to nasz priorytet - deklaruje Lucyna Chwastowska. - Dzięki programom edukacyjnym, stażowym i mentorskim, pomagamy osobom zaczynającym pracę w technologiach zdobywać umiejętności przyszłości, takie jak robotyka, mechatronika czy sztuczna inteligencja. Polska jest jednym z najważniejszych centrów talentów dla Amazon i dumą obserwujemy, jak nasze zespoły rozwijają przełomowe innowacje na skalę globalną.

### Kierunki na kolejną dekadę

W perspektywie kolejnych lat ADCP zamierza kontynuować swoją misję budowania innowacji w Polsce, wspierając nie tylko globalne projekty Amazon, ale także lokalne społeczności.

- Nasza praca nad sztuczną inteligencją, bezpieczeństwem inteligentnego domu czy usługami chmurowymi to tylko początek - mówi Lucyna Chwastowska. - Chcemy dalej inspirować, wprowadzać innowacje i pokazywać, że technologie, które powstają w Polsce, mają globalny zasięg i realny wpływ na przyszłość cyfrowego świata. ■

### TECHNOLOGIE

## Polska w awangardzie adopcji sztucznej inteligencji w UE

**Sztuczna inteligencja szybko zyskuje popularność w całej Polsce, napędzając falę transformacji cyfrowej i stwarzając nowe możliwości ekonomiczne.**

Według niezależnego raportu „Unlocking Poland's AI Potential in Drodze do Cyfrowej Dekady II” przeprowadzonego przez Strand Partners na zlecenie Amazon Web Services (AWS), odsetek polskich firm korzystających z AI wzrósł o imponujące 36 proc. w ciągu ostatniego roku - to najszybsze tempo wśród krajów UE. Ten niezwykły postęp plasuje Polskę na czele wzrostu tempa adopcji AI w Unii Europejskiej.

### Odblokowanie 576 mld zł w PKB

Ekonomiczny potencjał przyspieszonego wdrażania AI w Polsce jest znaczący. Według badania Strand Partners szybsza adopcja nowych technologii, takich jak chmura i AI, może odblokować dodatkowe 576 mld zł dla polskiej gospodarki do 2030 r. Obecnie 30 proc. firm zintegrowało sztuczną inteligencję ze swoimi działaniami, a zdecydowana większość od-

notowała pozytywny wpływ na wartość biznesową (83 proc.) i redukcję kosztów (79 proc.).

Wraz ze wzrostem zapotrzebowania na możliwości AI polskie firmy stają przed wyzwaniem w zakresie rekrutacji odpowiednio wykwalifikowanych specjalistów. Aby pokryć tę lukę w zakresie talentów, 85 proc. firm jest skłonnych zaoferować wyższe wynagrodzenia kandydatom biegłym w zakresie AI, cyberbezpieczeństwa i analizy danych - z możliwością podwyżki zarobków o średnio 28 proc.

Podczas ostatniej konferencji AWS Cloud Day w Warszawie firmy takie jak Allianz oraz LUX MED Ubezpieczenia opowiadały, jak wdrażają usługi generatywnej sztucznej inteligencji oraz uczenia maszynowego. Allianz pracuje nad systemem opartym na Amazon Bedrock i Amazon Textract, który ma zautomatyzować procesy rozpatrywania roszczeń z ubezpieczeń na życie. Dzięki analizie semantycznej i wydobywaniu kluczowych danych z dokumentacji medycznej likwidacja roszczeń ma być szybsza i przynieść oszczędności. Rozwiązanie ma również pozytywnie wpłynąć na satysfakcję klientów.



Z kolei LUX MED Ubezpieczenia wykorzystuje usługę Amazon SageMaker do predyktynego prognozowania modeli cenowych w ubezpieczeniach zdrowotnych. Pozwoliło to na sprawne wprowadzenie ubezpieczenia szpitalnego oraz optymalizację procesów wyceny. Firma planuje również wdrożyć rozwiązania AI wspomagające likwidację szkód.

### Czym jest AWS?

Amazon Web Services (AWS) to największa na świecie platforma chmurowa publicznej, oferująca ponad 200 usług przetwarzania w chmurze, sztucznej

gram Girls Do Engineering, który inspirowało młode kobiety do kariery w inżynierii i technologiach.

Program Girls Do Engineering, realizowany wraz z Cyfrowym Dialogiem, pozwala uczniom szkół średnich z Pomorza zdobywanie praktycznych umiejętności w zakresie programowania, inżynierii i myślenia projektowego. Uczestniczki programu, prowadzone przez ekspertów z branży, zdobywają doświadczenie z technologiami takimi jak Alexa i Raspberry Pi.

Do tej pory ponad 90 dziewcząt ukończyło ten program, zdobywając umiejętności, pewność siebie i inspirację do rozwijania swojej kariery w technologiach. Zespół ADCP jest również twórcą podcastu Alexa Stage, w którym goście dyskutują na temat przyszłości AI jak i edukują o praktycznych możliwościach zastosowania sztucznej inteligencji w życiu codziennym. Dzięki tej inicjatywie, ADCP wspiera rozmowy z ekspertami na temat przyszłości AI, jej wpływu społecz-

nych zasobów na żądanie przez internet. Dzięki temu możliwe są analizy petabajtów danych, szkolenie zaawansowanych modeli AI czy obsługa szczytowego ruchu aplikacji bez konieczności inwestowania miliardów w infrastrukturę IT. Zamiast budować własne centra danych, przedsiębiorstwa w modelu chmury płać tylko za faktyczne zużycie zasobów, co zwiększa ich elastyczność, ogranicza koszty i ułatwia wprowadzanie innowacji.

Historia AWS w Polsce sięga 2015 r., gdy otwarto pierwsze biuro firmy w Warszawie. Obecnie firma ma także w Warszawie pierwszą w Europie Środkowo-Wschodniej Strefę Lokalną, której zadaniem jest przybliżenie usług chmurowych do lokalnych firm i instytucji. Setki polskich organizacji z różnych branż wykorzystują chmurę AWS do transformacji cyfrowej, optymalizacji kosztów IT oraz wdrażania innowacyjnych rozwiązań opartych na najnowszych technologiach takich jak AI.

Bank Pocztywo przeniósł bankowość internetową do AWS, co przełożyło się na oszczędności i szybsze wdrażanie nowych usług. Grupa Ringier Axel Springer Polska

zmigrowała gigantyczne ilości danych i procesów z portali takich jak Onet, wdrażając m.in. automatyczne publikowanie 5 mln wariantów strony głównej aplikacji bez konieczności inwestowania w infrastrukturę IT.

Sieć supermarketów Stokrotka zmigrowała do AWS swoją hurtownię danych, co umożliwiło optymalizację procesów biznesowych i analitykę danych w celu lepszego zrozumienia preferencji klientów. Linie lotnicze LOT stworzyły w chmurze mobilną aplikację dla pasażerów, dostępną w ponad 60 krajach. Platforma edukacyjna Brainly, zbudowana w chmurze AWS, łączy miliony uczniów i ekspertów z całego świata. Firma gamingowa Huuuge Games opiera swoje mobilne przeboje na usługach AWS, skalując elastycznie pod obciążeniem nawet 1,4 mln aktywnych użytkowników dziennie. Z kolei Śnieżka - wiodący producent farb i lakierów w Europie Środkowo-Wschodniej - wdraża w AWS systemy SAP wspomagające procesy produkcyjne i logistykę dla 2 tys. pracowników w kilkunastu krajach. Tempo wzrostu adopcji chmury i AI pokazuje, że Polska ma szansę zostać prawdziwym liderem cyfryzacji w Europie. ■

GOSPODARKA

# MŚP z apetytem na e-handel

Polska zyskuje coraz większe znaczenie na arenie globalnej gospodarki, głównie dzięki inwestycjom międzynarodowych firm, które tak jak Amazon, postrzegają nasz kraj jako punkt strategiczny dla swojego rozwoju w Europie.



## 4,7 mld PLN

Wartość sprzedaży eksportowej

## 90%

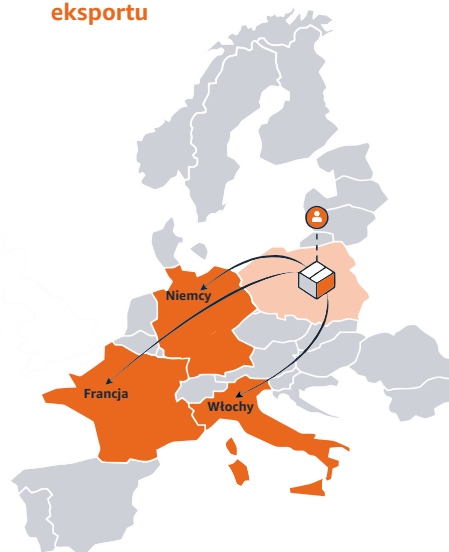
MŚP, które eksportują

## 30 mln

Liczba sprzedanych produktów



Najlepsze kierunki eksportu



Najlepsze w eksporcie:

Województwa

- 1 mazowieckie 800 mln zł
- 2 małopolskie 610 mln zł
- 3 wielkopolskie 575 mln zł

Kategorie produktów

- dom i kuchnia
- uroda
- odzież

i zyskało dostęp do kompleksowej bazy wiedzy.

**Odpowiednia logistyka motorem wzrostu**

Praktyczne rozwiązania technologiczne i skuteczna logistyka są niezbędne do szybkiego skalowania biznesu. Amazon od lat inwestuje m.in. w sztuczną inteligencję, która towarzyszy firmie każdego dnia. Dzięki niej jest w stanie zapewniać swoim partnerom handlowym zaawansowane narzędzia, które pomagają im w przygotowaniu oferty, właściwej ekspozycji marki i zabezpieczeniu jej przed nadużyciami, jednocześnie wspierając cały proces sprzedaży i logistyki – od prognoz popytu, po usprawnianie procesów magazynowania, a także zarządzanie flotą mobilnych robotów przemysłowych, które pomagają pracownikom przenosić, sortować, identyfikować i pakować zamówienia klientów. Gdy tylko klient kliknie, by zamówić wybrany produkt na stronie Amazon, oprogramowanie centralnego planowania wysyła jednego z 750 tys. robotów mobilnych po zakupioną rzecz. Wystarczy, że jeden robot się nauczy, jak efektywnie poruszać się po obiekcie, a cała flota zyskuje tę samą umiejętność.

Po dziesięciu latach obecności Amazon w Polsce, w kraju działa dziś 11 nowoczesnych centrów logistycznych firmy. To m.in. dzięki nim tysiące małych i średnich przedsiębiorców otrzymało możliwość dotarcia do setek milionów klientów na całym świecie. Na Amazon sprzedawcy mogą bowiem realizować obsługę zamówień samodzielnie lub korzystać z międzynarodowej sieci dystrybucji. Program Fulfillment by Amazon (FBA) umożliwia im odbiór, outsourcing przechowywania, pakowanie i dostarczanie produktów, jak również obsługę klientów oraz zwrotów, pozwalając przedsiębiorcom skupić się na rozwoju swojego biznesu. Usługa umożliwia też obniżenie kosztów logistyki średnio o 70 proc. w porównaniu z samodzielną organizacją procesów. W 2023 r. skorzystało z niej 47 proc. polskich małych i średnich przedsiębiorców.

Całość tworzy synergiczny system. Klientów przyciągają atrakcyjne ceny, wygodna i szybka dostawa oraz pozytywne doświadczenia zakupowe. Sprzedawcy zyskują zaawansowane narzędzia, zaplecze logistyczne i międzynarodowy zasięg. Obecność na marketplace jest w efekcie integralną częścią postępu cyfrowej gospodarki i dalszego rozwoju przedsiębiorców w internetowym handlu, w którym każdy ma szansę na sukces – podsumowuje Katarzyna Ciechanowska-Ciosk, Country Leader Amazon.pl. ■

Od czasu pierwszych inwestycji Amazon przeznaczył w Polsce przeszło 30 mld złotych m.in. na rzecz nowych miejsc pracy, rozwoju sklepu Amazon.pl, rozbudowy infrastruktury logistycznej, zrównoważenia procesów, ale także na wsparcie małych i średnich przedsiębiorców (MŚP), którzy rokrocznie osiągają w serwisie coraz lepsze wyniki. W 2023 roku do rąk klientów Amazon trafiło ponad 30 mln produktów od polskich MŚP (w przeliczeniu to jeden na sekundę).

Sprzedawcy są istotnym ogniwem polskiego e-commerce, generując niemal 68 proc. polskiego PKB [1]. Prawie połowa tego wkładu pochodzi od MŚP. To właśnie mali i średni przedsiębiorcy odpowiadają za ponad 60 proc. całkowitej sprzedaży na Amazon. Firma wspiera ich m.in. poprzez wdrażanie nowoczesnych technologii oraz rozbudowę infrastruktury sprzedażowej – stymulując skuteczny rozwój przedsiębiorców w cyfrowej gospodarce. Amazon już teraz zapowiada kolejne lokalne inwestycje.

Nasze dalsze zaangażowanie ma znaczenie dla całej polskiej gospodarki. Centra logistyczne Amazon, ulokowane w różnych częściach kraju, stwarzają możliwości rozwoju dla małych i średnich przedsiębiorców. Globalny zasięg naszego marketplace'u otwiera przed nimi z kolei nowe kanały dystrybucji i możliwości promocji rodzimych marek na arenie międzynarodowej – mówi Sławomir Płonka, dyrektor

ds. operacji Amazon w regionie CEE.

**Łatwiejszy rozwój polskich przedsiębiorców**

Dla Amazon fundamentem rozwoju jest zawsze potrzeba klienta, a wdrażane przez firmę innowacje opierają się na analizie jego oczekiwań. Należy do nich m.in. dostęp do bogatej oferty produktów, który sprzedawcy mogą zapewnić wypełniając „wirtualne półki” marketplace.

Amazon maksymalnie ułatwia przedsiębiorcom postawienie pierwszych kroków w tej przestrzeni. Dlatego częścią tegorocznych inwestycji jest m.in. dostępne od sierpnia, sześciomiesięczne zwolnienie z opłat abonamentowych i prowizji dla nowych przedsiębiorców – dla których koszty prowadzenia działalności są często jedną z głównych blokad dalszego rozwoju biznesu. Sprzedawcy przyznają, że do startu sprzedaży w serwisie najlepiej zachęcają ich praktyczne wskazówki, odpowiednie narzędzia, ale także specjalne okazje. Oferta przygotowana w odpowiedzi na te oczekiwania ma ułatwić im stawianie pierwszych kroków na marketplace i otworzyć drogę do e-commerce'owego sukcesu.

Z kolei z perspektywy polskiego konsumenta widoczna jest dziś nie tylko potrzeba dostępu do szerokiej oferty, niskich cen i szybkiej dostawy, ale także chęć wspierania lokalnych sprzedawców. Według badania „Teraz Polska” ponad 84 proc. kupujących, mając możliwość wyboru, deklaruje

zakup produktów polskiego pochodzenia. W ramach zapowiedzianych inwestycji firma ogłosiła również start nowej inicjatywy.

„Polskie Marki” to strona na Amazon.pl w całości poświęcona promocji produktów od rodzimych przedsiębiorców. Rozwiązanie ma swoje korzenie w największych sklepach Amazon w Europie, a teraz dostępne jest także w Polsce. To szansa nie tylko dla popularnych polskich marek, ale także dla lokalnych rzemieślników oraz małych i średnich przedsiębiorców, którzy dopiero odkrywają potencjał e-commerce.

Przedsiębiorcy powinni odpowiednio dostosowywać swoje strategie rozwoju do zmieniających się potrzeb klientów, a my chcemy im w tym pomóc. Wdrażamy narzędzia oraz usługi, które pomogą im zbudować silny biznes, nie tylko w kraju, ale również poza jego granicami. Sprzedawcy mogą liczyć na nasze wsparcie w praktycznie każdej sferze działalności handlowej – wyjaśnia Katarzyna Ciechanowska-Ciosk, Country Leader Amazon.pl.

**Polski biznes za granicą**

Rozwój działalności na Amazon.pl to dla wielu MŚP fundament do rozpoczęcia eksportu. Przedsiębiorcy z każdym rokiem mocniej interesują się sprzedażą międzynarodową i zwiększaniem swoich e-handlowych umiejętności. Z badań Amazon [2] wynika, że MŚP odpowiadają za ponad jedną trzecią pol-

skiego handlu zagranicznego (34 proc.). Aż 98 proc. z nich potwierdza ponadto, że możliwości międzynarodowej sprzedaży, jakie otwiera jednolity rynek europejski, przynoszą im korzyści – 77 proc. eksportu MŚP odbywa się w jego ramach. Przedsiębiorcy coraz śmielej podążają w stronę zagranicznej ekspansji, optymalizując procesy i skupiając się na rozwoju oferty dzięki wsparciu partnerów z międzynarodowym doświadczeniem w handlu. W 2023 r. na e-eksport postawiło aż 90 proc. rodzimych przedsiębiorców prowadzących sprzedaż na Amazon, co daje wzrost na poziomie 15 pkt proc. w porównaniu z 2022 r. Jego wartość przekroczyła 4,7 mld zł.

Wejście na Amazon było znaczącym krokiem dla rozwoju Retoo. Nasze produkty są już dostępne w ośmiu europejskich sklepach: w Niemczech, Francji, Hiszpanii, Belgii, Holandii, Szwecji, Włoszech i oczywiście w Polsce, a wszystkie te lokalizacje odpowiadają za ponad 30 proc. naszej sprzedaży. W 2023 roku zrealizowaliśmy wspólnie ponad 519 tys. zamówień – komentuje Mateusz Kacprzak z Retoo, firmy oferującej elektronikę, małe ADG i akcesoria do domu.

Dlaczego to właśnie Amazon pomaga w rozwijaniu działalności cross-border? Międzynarodowy marketplace pełni rolę przewodnika, który ułatwia rozpoczęcie zagranicznej podróży, wskazując sprzedawcom drogę krok po kroku. Szybka skalowalność biznesu w serwisie możliwa jest m.in. dzięki łatwemu dostępowi do dziesięciu europejskich skle-

”

**Amazon maksymalnie ułatwia przedsiębiorcom pierwsze kroki w swoim marketplace**

ów w ramach jednego marketplace'u, a także rozwiązaniom wspierającym np. tłumaczenie ofert produktowych na inny język. Ponadto praca na danych rzeczywistych umożliwia sprzedawcom szybką reakcję na zmiany i optymalizację działań, a narzędzia analityczne oraz edukacyjne pozwalają na bieżąco monitorować wyniki i rozwijać swoje kompetencje w zakresie e-commerce.

W ramach udostępniania branżowego know-how Amazon implementuje w poszczególnych krajach europejskie programy rozwojowe, dostosowując je do potrzeb lokalnych przedsiębiorców. Inicjatywy takie jak cross-border.pl, projekt stworzony i uruchomiony w 2023 r. przez Krajową Izbę Gospodarczą w partnerstwie z Amazon, odgrywają kluczową rolę w ułatwianiu i promowaniu ekspansji zagranicznej wśród polskich MŚP. Dostarczają wiedzę, narzędzia i kursy, które pomagają przedsiębiorcom rozpocząć i rozwijać międzynarodową e-sprzedaż. Pierwszy rok działalności programu przyniósł obiecujące rezultaty, a setki przedsiębiorców skorzystało ze szkoleń

[1] Raport o stanie sektora małych i średnich przedsiębiorstw w Polsce, PARP, 2024

[2] Raport „Jednolity rynek – sposób na wzrost gospodarczy”, marzec 2024 r., zrealizowany przez Implement Consulting Group we współpracy z Krajową Izbą Gospodarczą (KIG), firmą GONITO oraz Ipsos, na zlecenie Amazon

ROZRYWKA

# Amazon.pl wyłaczynym partnerem nowego programu TVN „Unboxing – Wielkie otwarcie”

Zadaniem uczestników programu „Unboxing – Wielkie otwarcie” jest odgadnięcie zawartości tajemniczych paczek z Amazon.pl.

**W** programie prezentowany jest szeroki asortyment produktów dostępnych na Amazon.pl, podkreślając jednocześnie korzyści z nielimitowanych, szybkich i darmowych dostaw w ramach pakietu korzyści Amazon Prime. „Unboxing – Wielkie otwarcie” można oglądać o godzinie 18.10 na antenie TVN w każdą sobotę, aż do 30 listopada.

Prowadzony przez Damiana Michałowskiego program przedstawia sześć drużyn, których zadaniem jest odgadnięcie zawartości tajemniczych paczek z Amazon.pl.

Uczestnicy, połączeni więzami rodzinnymi, przyjacielskimi czy zawodowymi, rywalizują o punkty i atrakcyjne nagrody, odkrywając jednocześnie bogatą ofertę produktów dostępnych na Amazon.pl. Celem każdej z drużyn jest uzyskanie jak najwyższego wyniku do końca sezonu, aby mieć szansę na wygraną nagrody głównej. Każdy produkt, który pojawi się w programie, będzie można znaleźć na specjalnej stronie na Amazon.pl.

– W tym roku obchodzimy 10. rocznicę działalności Amazon w Polsce i chcieliśmy w wyjątkowy sposób



zaprezentować bogaty asortyment produktów dostępnych na Amazon.pl, a program „Unboxing – Wielkie otwarcie” umożliwił nam to w kreatywny sposób – pod-

kreśla Katarzyna Ciechanowska-Ciosk, Country Leader Amazon.pl. – Ten program oferuje świetną rozrywkę, jednocześnie podkreślając różnorodność produktów



i korzyści, jakie Amazon.pl i Amazon Prime zapewniają naszym klientom.

„Unboxing – Wielkie otwarcie” przedstawi widzom także bliżej Amazon Prime – sub-

skrypcję pełną korzyści, która obejmuje nielimitowane, darmowe i szybkie dostawy milionów produktów z Amazon.pl, bez minimalnej wartości zamówienia. ■

TECHNOLOGIE

## Jeden pakiet, wiele korzyści? Tak, to możliwe z Amazon Prime!

**Amazon Prime w Polsce**

- amazon.pl**: Darmowa i szybka dostawa milionów produktów z Amazon.pl
- prime video**: Nagradzane filmy i serie
- prime gaming**: Darmowe gry PC i Twitch

**amazon prime**

**49 zł/rok**

**lub 10,99zł/miesiąc**

**Wypróbuj przez 30 dni za darmo!**



**Program Amazon Prime to wyjątkowy pakiet, który w jednym miejscu oferuje klientom wiele korzyści naraz – obejmuje szybką i bezpłatną dostawę milionów produktów ze sklepu Amazon.pl, ekskluzywne okazje oraz jakościową rozrywkę, w tym dostęp do Prime Video oraz darmowych gier na Prime Gaming.**

**A**mazon po raz pierwszy wprowadził Prime w Stanach Zjednoczonych w 2005 roku w odpowiedzi na kluczowy problem, z którym mierzyli się konsumenci kupujący online – zbyt długi czas wysyłki i dostawy. Od tamtej chwili program benefitów został rozbudowany, wzbogacając doświadczenia klientów o dostęp do rozrywki czy ekskluzywnych okazji zakupowych

w sklepie Amazon. Polscy klienci mają dostęp do pakietu Amazon Prime od 2021 roku, a pakiet benefitów wpisuje się również w oczekiwania rodzimych konsumentów.

Potwierdzają to także dane z badania Amazon.pl przeprowadzonego w maju 2024 roku. Wśród najbardziej atrakcyjnych korzyści związanych z zakupami online Polacy wymieniają promocyjne ceny produktów (64 proc.) oraz darmową dostawę zakupów niezależnie od ich wartości (56 proc.).

Amazon Prime to prosty sposób na zaoszczędzenie pieniędzy, co jest niezwykle istotne, biorąc pod uwagę rosnące koszty życia. Tylko w ciągu ostatniego roku klienci Amazon zaoszczędzili globalnie, dzięki specjalnym promocjom, prawie 24 mld dolarów – przy czym członkowie Ama-

zon Prime cieszyli się zdecydowaną większością tej puli.

Z Amazon Prime korzysta obecnie ponad 200 milionów klientów na całym świecie, a szybka i darmowa dostawa jest kluczowym elementem przyciągającym nowe osoby do programu. Użytkownicy często zaczynają od zakupów, a potem decydują się na dalsze korzystanie z Amazon Prime właśnie ze względu na pakiet rozrywki, czyli Prime Video czy Prime Gaming.

Poznaj powody, dla których warto wypróbować tę subskrypcję.

**1. Amazon Prime to nielimitowane, darmowe i szybkie dostawy milionów produktów ze sklepu Amazon.pl**  
Amazon Prime zapewnia nielimitowane, darmowe i szybkie dostawy milionów produktów ze sklepu Amazon.

pl, bez minimalnej kwoty zamówienia, nawet następnego dnia. Oznacza to, że posiadając Amazon Prime i kupując produkt z logo Prime nawet za kilka złotych, otrzymujesz darmową dostawę – do domu, paczkomatu lub wybranego punktu odbioru.

**2. Najlepsza rozrywka w Twoim domu z Prime Video i Prime Gaming**

Dodatkowo z Amazon Prime możesz korzystać z Prime Video. To rozrywka na najwyższym poziomie i dostęp do najnowszych oraz nagradzanych filmów i seriali – w tym do oryginalnych produkcji Amazon, które można oglądać na wszystkich urządzeniach; na telefonie lub tablecie czy korzystając z Smart TV: m.in. „Władca Pierścieni: Pierścienie Władzy”, „Fallout”, „Reacher”, „The Boys” i „Na

samą myśl o Tobie”, a także ulubione polskie produkcje własne, takie jak: „LOL: Kto się śmieje ostatni”, „Lewandowski – Nieznany”, „Kuba”, „Cały ten seks” czy „Nieobliczalna”. Amazon Prime to nie tylko zakupy, darmowe dostawy oraz Prime Video. To także dostęp do darmowych gier dzięki Prime Gaming i bezpłatnej comiesięcznej subskrypcji kanału Twitch.

**3. Wydarzenia zakupowe dla klientów Prime**

Klienci Prime mają też dostęp do ekskluzywnych okazji, takich jak np. największe święto zakupów na Amazon.pl, czyli Prime Day. Prime Day to tysiące promocji na produkty od globalnych i lokalnych marek. Inne specjalne wydarzenia zakupowe to m.in. Wielkie Okazje Prime, podczas którego naszym klientom

udaje się zaoszczędzić i kupić wymarzone produkty w promocyjnych cenach. Ponadto cały czas klienci Prime mogą skorzystać z programu „Kupuj więcej z Prime i oszczędzaj”, gdzie przy zakupie wybranych produktów otrzymują dodatkowe zniżki przy finalizacji zakupów. Więcej informacji o tym programie znajduje się na stronie amazon.pl.

**4. Cena: to wszystko za jedyne 49 zł rocznie!**

Najlepsze zostawiliśmy na koniec: jeśli sądzisz, że Amazon Prime to coś dla Ciebie, mamy dobrą wiadomość – każdy może wypróbować Prime w ramach bezpłatnego, 30-dniowego okresu próbnego, który wystarczy aktywować na stronie Amazon.pl/prime. Po tym okresie Prime jest dostępny za jedyne 49 zł na rok lub 10,99 zł miesięcznie. ■

ROZMOWA

# Radość z pomagania. Jak Amazon wspiera lokalne społeczności

Coraz więcej firm zachęca swoich pracowników do udziału w inicjatywach prospołecznych. O tym, jak wygląda to w Amazon, mówi **Barbara Krystosiak**, menedżerka ds. projektów społecznych Amazon w Europie Środkowo-Wschodniej.

**W 2024 roku Amazon obchodzi dziesięciolecie działalności w Polsce. To dobry czas na podsumowanie.**

Zgadza się, okrągła rocznica to okazja do podsumowania naszego zaangażowania społecznego, które jest nieodłączną częścią działalności Amazon w Polsce. Firma od lat aktywnie wspiera lokalne społeczności, angażując się w liczne inicjatywy charytatywne i edukacyjne. Współpracujemy z ponad 50 organizacjami, przekazujemy także donacje zarówno finansowe, jak i produktowe.

W każdym centrum dystrybucyjnym Amazon w Polsce mamy tzw. Ambasadorów Społeczności, którzy koordynują programy donacji oraz wolontariatu. Tylko w pierwszej połowie 2024 roku ponad 1300 pracowników Amazon z całej Polski przeznaczyło ponad 3600 godzin w ramach wolontariatu kompetencyjnego na różne inicjatywy, w szczególności związane ze wsparciem



edukacji i kondycji psychicznej najmłodszych.

Zaangażowanie i pozytywna energia naszych wolontariuszy napędza wiele projektów. Jednym z nich jest program STEM Kindloteka, który realizujemy we współpracy ze Stowarzyszeniem Cyfrowy Dialog oraz Fundacją Zacytani.org. Jego głównym celem jest popularyzacja czytelnictwa wśród dzieci i młodzieży, a także edukacji STEM – pod tym skrótem kryją się: nauka, technologia, inżynieria i matematyka.

W Polsce mamy już 97 Kindlotek. Każda placówka jest wyposażona w czytniki Kindle, tablety i roboty edukacyjne, dzięki czemu wspieramy rozwój technologiczny 100 tys. dzieci rocznie. Co roku łączymy także siły z PCK oraz Federacją Polskich Banków Żywności – w ramach akcji wsparcia bezpieczeństwa żywnościowego w lokalnych społecznościach nasi wolontariusze przygotowują paczki z produktami spożywczymi oraz wspierają ich dystrybucję

**Jak jeszcze pomagacie najmłodszym? Wspomniała pani, że działania Amazon wspierają także kondycję psychiczną.**

Jednym z przykładów naszego zaangażowania jest projekt Zdrowie w Głowie, który realizujemy z Fundacją TVN. Jego celem jest tworzenie nowoczesnych gabinetów psychologiczno-psychiatrycznych w całej Polsce. Dodatkowo, wspólnie z Fundacją Zacytani.org publikujemy bajki edukacyjne. W ten sposób wspieramy odporność psychiczną dzieci oraz promujemy czytelnictwo. Efektem tegorocznej współpracy jest bajka „Żółta czapka” oraz materiały edukacyjne zachęcające dzieci do budowania pewności siebie i poczucia własnej wartości.

W ramach poprzednich edycji projektu poruszaliśmy takie tematy, jak równość płci czy osamotnienie. Opowiadanie dotarło już do ponad 14 tys. szkół podstawowych, 350 specjalnych ośrodków

wychowawczych, 100 młodzieżowych domów kultury, 90 placówek opiekuńczo-wychowawczych oraz 3200 bibliotek. Chcemy, aby materiały były dostępne dla każdego, niezależnie od miejsca zamieszkania. Dlatego na stronie fundacji można je także pobrać w wersji e-booka lub audiobooka.

**Jakie działania społeczne planujecie na kolejne lata?**

Zawsze staramy się dostosować do bieżącej sytuacji i zidentyfikować najważniejsze potrzeby. Kiedy Europę Środkowo-Wschodnią dotknęła powódź, połączyliśmy siły z naszym strategicznym partnerem, Czerwonym Krzyżem, i natychmiast rozpoczęliśmy działania pomocowe. Szybka i skuteczna reakcja była możliwa dzięki naszemu Disaster Relief Hub, czyli centrum pomocy poszkodowanym w katastrofach żywiołowych, a także naszym pracownikom, którzy jako

wolontariusze pomagali przy pakowaniu niezbędnych artykułów.

Biorąc pod uwagę, jak duże są ich chęci niesienia pomocy, chcemy zwiększyć zaangażowanie w wolontariat kompetencyjny. W przyszłym roku planujemy uruchomić fundusz społecznościowy na poprawę dostępu do wysokiej jakości edukacji, i programów nauki czytania i pisania dla dzieci z regionów niedostatecznie rozwiniętych na terenie całej Polski. Wierzymy, że dzięki temu wywrzemy pozytywny wpływ na życie wielu osób. ■

**POBIERZ BAJKĘ „ŻÓŁTA CZAPKA”**



**ZRÓWNOWAŻONY ROZWÓJ**

## Amazon – dekada zielonych inwestycji

**Amazon od dziesięciu lat przyczynia się do budowania w Polsce gospodarki przyszłości, która nie tylko pozytywnie oddziałuje na krajową i lokalną ekonomię, ale też jest i ma być zrównoważona.**

Od 2019 r. Amazon jest współtwórcą Deklaracji Klimatycznej, w której zobowiązał się do zerowej emisji CO<sub>2</sub> netto do 2040 r. Aby zrealizować ten cel, angażuje się w projekty OZE, elektryfikuje transport, rozwija zrównoważone dostawy, redukuje materiały opakowaniowe i odpady, stawia na recykling oraz zachęca klientów do wybierania produktów zgodnych z ideą zrównoważonego rozwoju.

Jednym z najefektywniejszych sposobów na przyspieszenie transformacji energetycznej jest OZE. Stąd, w 2021 r. Amazon uruchomił w Świebodzinie robotyczne centrum logistyczne z 3900 paneli PV na jego dachu, a w 2022 r. podpisał umowę na zakup energii z farmy fotowoltaicznej w Miłkowicach. W 2024 r. portfel projektów energetycznych Amazon w Polsce zwiększył się o umowę na zakup energii z farm wiatrowych w Jastrowiu i Okonku. Łączna moc tych projektów wynosząca ponad 140 MW.

– Amazon przeznaczył miliardy dolarów na ponad 500 projektów OZE na całym

świecie, które mogą wygenerować energię wystarczającą dla 21,9 mln domów w UE. To m.in. dzięki temu już od 2023 r. zasilamy całą naszą globalną działalność w 100 proc. energią odnawialną – siedem lat przed pierwotnie założonym terminem – komentuje Sławomir Płonka, dyrektor regionalny ds. operacji Amazon w CEE. Jednocześnie według wskaźnika intensywności emisji CO<sub>2</sub>, na którym bazuje Amazon, firma zmniejszyła w 2023 r. swój całkowity ślad węglowy o 3 proc., redukując intensywność generowania CO<sub>2</sub> aż o 13 proc.

**W drodze do zrównoważonych zakupów i dostaw**

Rozwój Amazon zgodnie z triadą ESG to nie tylko projekty związane z OZE, a spectrum inicjatyw środowiskowych, w tym te ukierunkowane na zrównoważone zakupy.

– Amazon, dzieląc ambicje swoich klientów w dążeniu do bardziej proekologicznej przyszłości, uruchomił program Climate Pledge Friendly (CPF), który pomaga odkrywać i kupować produkty z certyfikatami zrównoważonego rozwoju. Oferta skierowana do polskich klientów to ponad 65 tys. produktów CPF – wskazuje Katarzyna Ciechanowska-Ciosk, zarządzająca sklepem Amazon.pl.

Jednocześnie Amazon zachęca klientów, by dawali rzeczom „drugie życie”. Sklep Napraw to sam, uruchomiony w 2024 r. na Amazon.pl, ma ułatwić samodzielną naprawę przedmiotów, dzięki dostępnym tam, gotowym zestawom naprawczym.

Również w 2024 r. Amazon uruchomił w Polsce program Używane jak nowe i recykling.

– To oferta używanych produktów, które nadal są w dobrym stanie technicznym i w obniżonej cenie. Dodatkowo Amazon.pl umożliwia klientom odesłanie zużytego sprzętu elektronicznego w celu jego utylizacji. W ten sposób nie tylko ułatwiamy konsumentom odpowiedzialne pozbywanie się zużytych urządzeń, ale także przyczyniamy się do redukcji elektroodpadów – podkreśla Katarzyna Ciechanowska-Ciosk.

Równoległe z opcją zrównoważonych zakupów Amazon szuka coraz lepszych sposobów na redukcję materiałów opakowaniowych, przy jednoczesnym wykorzystywaniu tych, które mogą być ponownie przetworzone. Jednorazowe plastikowe opakowania zastąpił w Europie kartonowymi i papierowymi, nadającymi się w 100 proc. do recyklingu. Co więcej, już ponad 50 proc. przesyłek Amazon w Europie trafia do klientów w minimalistycznym opakowaniu, tj. torbie papierowej czy koperce



tekturowej, a niekiedy – jak w przypadku 700 mln przesyłek od 2019 r. – bez dodatkowego opakowania Amazon. To za sprawą programu Ships in Product Packaging (SIPP), który nie tylko pozwala zmniejszyć ilość odpadów, ale także wagę przesyłek, co z kolei ogranicza emisję spalin z dostaw oraz ilość materiałów do recyklingu.

– Od 2015 r. Amazon zmniejszył średnią wagę opakowania na przesyłkę o 43 proc., eliminując tym samym ponad 3 mln ton materiałów, w tym prawie 0,5 mln ton w samym 2023 r. Dla zwizualizowania – to tyle, co 297 wież Eiffla – wylicza Sławomir Płonka.

Jako że to dekarbonizacja transportu jest jednym z największych wyzwań e-handlu, Amazon wykorzystuje globalnie do realizacji zamówień już ponad 24 tys. samochodów elektrycznych. W samym 2023 r. dostarczył z ich pomocą 680 mln przesyłek. W kolejnych latach planuje zainwestować

ponad 1 mld euro w elektryfikację europejskiej sieci transportowej. Cel to 100 tys. elektrycznych pojazdów dostawczych do 2030 r. na całym świecie.

**Zrównoważona przyszłość**

W 2025 r. Amazon ogłosi pierwszy polski projekt realizowany w ramach globalnego funduszu Right Now Climate Fund (RNCf). Firma planuje przeznaczyć ok. 3,8 mln zł na inicjatywę, której celem będzie odbudowa i ochrona naturalnych ekosystemów.

– Rozwiązania oparte na przyrodzie to ważny obszar, w którym firmy mogą dokonać zmian na dużą skalę. Planujemy zainwestować w projekt przyrodniczy w Polsce, który nie tylko przywróci i ochroni naturalne ekosystemy, ale także przyniesie korzyści lokalnym społecznościom – podkreśla Sławomir Płonka.

RNCf finansuje lokalne projekty, wykorzystując rozwiązania oparte na przyrodzie, które mogą pomóc złagodzić skutki zmian klimatu, zwiększyć różnorodność biologiczną i wprowadzić tereny zielone na obszarach miejskich.

– Tylko dzięki zrozumieniu skali zjawiska, pomysłowości oraz innowacyjności możemy skutecznie pokonywać wszelkie wyzwania. W ten sam sposób podchodzimy do celów środowiskowych i społecznych. Zrównoważony rozwój jest integralną częścią naszych operacji biznesowych i priorytetowym elementem strategii ESG, wyznaczając nam efektywną i odpowiedzialną drogę rozwoju – podsumowuje Katarzyna Ciechanowska-Ciosk.

Jak zatem widać, walka ze zmianami klimatu wymaga wspólnych wysiłków i koordynacji na wielu płaszczyznach – od polityki i gospodarki aż po edukację i świadomość społeczną, co Amazon stara się robić każdego dnia. ■