

## Gdyńskie komory tlenowe podbiją Europę?



fot.: omnioxy.com

ADAM CEGIELSKI

współzałożyciel i Prezes Zarządu, Omnioxy

W biznesie potrzebny jest łut szczęścia. Wie o tym najlepiej gdyńska firma Omnioxy, która powstała kilka miesięcy przed wybuchem pandemii koronawirusa, a dziś, w dużej mierze dzięki niej, stoi przed szansą dynamicznego rozwoju. Wszystko za sprawą tego, że specjalizuje się w obszarze łagodnych komór hiperbarycznych wykorzystywanych do regeneracji organizmu. Omnioxy ma ambitny plan zostania europejskim liderem w tej branży. W jaki sposób chce osiągnąć ten cel? Dlaczego relacji z klientami nie należy kończyć w momencie sprzedaży produktu? Jak można podbić rynek innowacją, która wcale nie jest *rocket science*?

Rozmowę prowadzi Marcin Wandałowski, redaktor prowadzący Pomorskiego Przeglądu Gospodarczego.

**Omnioxy powstała raptem dwa lata temu, a już zdążyła zostać uznaną przez „Rzeczpospolitą” za jeden z dziesięciu najbardziej obiecujących polskich start-upów. Jak to się stało, że zdecydował się Pan na rozpoczęcie działalności związanej z projektowaniem i sprzedażą komór hiperbarycznych?**

Wzięło się to trochę z przypadku. Któregoś dnia, a było to około trzech lat temu, zadzwonił do mnie tata z prośbą, bym poszukał dla niego komory hiperbarycznej. Zdziwił mnie ten pomysł, ponieważ jest on osobą starszą, a takie urządzenie kojarzyło mi się wówczas głównie z nurkowaniem. Wyjaśnił mi jednak, że chciałby zakupić taką komorę dla całej rodziny, gdyż sesje w takim urządzeniu bardzo dobrze działają na organizm i zależało mu, byśmy wszyscy z niej korzystali. Na początku zbagatelizowałem całą sprawę, jednak po tygodniu ponowił prośbę, więc zdecydowałem się sprawdzić ofertę rynkową. Przeszukałem internet i uświadomiłem sobie, że jest ona bardzo uboga. Zdałem sobie sprawę, że znaleźliśmy lukę na rynku i postanowiliśmy ją wypełnić. Firmę założyłem razem z bratem, przy wsparciu ze strony ojca.

**Może na wstępie wyjaśni Pan tylko w dwóch słowach, na czym polega terapia w komorze hiperbarycznej.**

W najprostszym słowach: ciśnienie w łagodnej komorze hiperbarycznej wynosi od około 1300 do 1500 hektopaskali, czyli jest podobne do tego, jak gdybyśmy nurkowali na głębokości 3-5 metrów. Pod takim ciśnieniem cząstki tlenu ulegają rozpuszczeniu w płynach ustrojowych, dzięki czemu mogą dotrzeć w miejsca organizmu, które w normalnych warunkach są z różnych powodów niedotlenione. Przebywanie w takiej komorze pomaga zatem w lepszym utlenieniu organizmu – jest to korzystne dla osób zdrowych, ale w szczególności dla osób, które czują się przemęczone, osłabione i potrzebują solidnej dawki tlenu.

**Wróćmy zatem do firmy. Trudno mi sobie wyobrazić, że ot, tak, bez działu badawczo-rozwojowego, bez doświadczenia w branży, można sobie zaprojektować i wyprodukować tzw. łagodną komorę hiperbaryczną. Jaki model działalności przyjęliście?**

Znaleźliśmy renomowanego, działającego globalnie dostawcę technologii, który na tym rynku funkcjonuje już od lat i ma już ogromne doświadczenie technologiczne. Stworzył on na nasze zlecenie trzy rodzaje komór, które znalazły się w naszej ofercie. Dzięki wykorzystaniu wiedzy i doświadczenia naszego partnera, już na starcie byliśmy kilka lat „do przodu” – nie musieliśmy wymyślać całej technologii od nowa, bazowaliśmy na sprawdzonych rozwiązaniach, które były testowane i wykorzystywane w tysiącach sztuk urządzeń. Koniec końców stworzyliśmy więc własną markę urządzeń, produkowanych jednak przez poddostawcę.

**Żeby Wasz partner mógł stworzyć serię komór wyprodukowaną pod marką Omnioxy musiał jednak otrzymać z Waszej strony pewne wytyczne dotyczące proponowanych przez Was zmian, udoskonaleń. W jaki sposób opracowaliście te wskazówki, będąc przecież w tym obszarze nowicjuszami?**

Z początku faktycznie nie byliśmy ekspertami w tej dziedzinie. Mój tata jest jednak inżynierem, który przez lata pracował jako projektant urządzeń. Ja inżynierem nie jestem, ale od zawsze pasjonowało mnie tworzenie różnego rodzaju maszyn. Zawsze zwracałem uwagę na funkcjonalności, których potrzebowałem, po czym szedłem z pomysłem do kogoś, kto tę funkcjonalność potrafił uzyskać, bądź też niejednokrotnie wdrażałem ją nawet sam.

Patrząc na dostępne na rynku łagodne komory hiperbaryczne z perspektywy klienta, moją uwagę od razu przykuło kilka widocznych gołym okiem mankamentów. I tak też we wnętrzach wielu sprawdzanych przeze mnie komór było ciemno, klaustrofobicznie, niewygodnie leżało mi się też na zainstalowanych w nich materacach. Dostrzegłem także, że zarówno wlot, jak i wylot powietrza w komorach znajduje się na wysokości nóg użytkownika, co sprawia, że cyrkulacja tlenu jest gorsza – zamiast dotrzeć do płuc, krąży on wokół stóp.

Unowocześnieńia zastosowane w naszych komorach powstały między innymi na bazie powyższych spostrzeżeń. To, co nam się podobało pozostawiliśmy, a to, co się nie podobało – zmieniliśmy. W naszych komorach tlen jest więc podawany periodycznie i bardzo dobrze cyrkuluje wewnątrz urządzenia. Użytkownik kładzie się na komfortowym materacu, a wewnątrz jest jasne i przestronne – przyjemne do spędzenia w nim czasu. Reasumując, w naszych komorach nie ma więc obecnie jakiejś wymyślonej przez nas kosmicznej technologii. Powiedziałbym raczej,

że urządzenia te są podobne do innych dostępnych na rynku, ale różnią się bardziej dopracowanymi szczegółami i większą przyjaznością dla użytkownika. Nie trzeba było być geniuszem, by wpaść na takie rozwiązania. Co innego jeśli chodzi o nowe produkty, jakie obecnie opracowujemy – prowadzimy dziś prace badawczo-rozwojowe w celu opracowania nowych modeli komór, które będą wprowadzały nową jakość na rynku i posiadały status produktu medycznego.

“ **W naszych komorach nie zastosowaliśmy jakiegś wymyślonej przez nas kosmicznej technologii. Urządzenia te są podobne do innych dostępnych na rynku, ale różnią się bardziej dopracowanymi szczegółami i większą przyjaznością dla użytkownika.**

#### **Kim są klienci Waszej firmy?**

W tej chwili dominują wśród nich fizjoterapeuci i zawody pokrewne. Jest też pokaźna grupa osób, które szukają pomysłu na biznes i otwierają gabinety hiperbaryczne w oparciu o nasz sprzęt – można powiedzieć, że tworzy się pewnego rodzaju moda, tak jak kiedyś np. na solaria. Większość komór, które trafiają do tej grupy docelowej, są dostarczane na naszym rynku przez Omnioxy.

#### **Relacje z klientami Waszej firmy nie kończą się w momencie sprzedaży urządzenia. Na czym polega Wasz model kooperacji z nimi?**

Wspieramy przedsiębiorców, którzy zdecydowali się skorzystać z naszej oferty w rozwoju ich działalności. Nazywamy to darmową franczyzą, w ramach której – w zależności od potrzeb – pomagamy w przygotowaniu ich strony internetowej, folderów reklamowych, logotypów, w obsłudze mediów społecznościowych, prowadzeniu kampanii reklamowych w internecie etc. Organizujemy dla nich szkolenia w obszarze prowadzenia firmy, prowadzenia działań marketingowych. Sieciujemy także naszych klientów między sobą – stworzyliśmy dla nich specjalną platformę, na której mogą wymienić się swoimi doświadczeniami, pomysłami. Często wzajemnie sobie doradzają, w coraz mniejszym stopniu korzystając z naszej pomocy. Tym samym tworzy się niejako cała społeczność przedsiębiorców korzystających z naszych produktów.

“ **Wspieramy przedsiębiorców, którzy zdecydowali się skorzystać z naszej oferty w rozwoju ich działalności. Nazywamy to darmową franczyzą, w ramach której np. przeprowadzamy szkolenia biznesowe, pomagamy w obsłudze mediów społecznościowych, przygotowaniu materiałów reklamowych etc.**

Oprócz tego dbamy też o regularne poszerzanie wśród naszych klientów wiedzy na temat samej hiperbarii. To bardzo ważne, żeby widzieli jak mogą wspierać swoich klientów, jakie będzie działanie sesji na organizm itd.

Nasze podejście wobec przedsiębiorstw, które nam zaufały najlepiej oddaje chyba słowo „symbioza” – my wspieramy ich, oni nas. Wielu naszych partnerów mówi, że nigdy nie współpracowało z firmą, która byłaby aż tak mocno zaangażowana. I jestem przekonany, że nie jest to kurtuazja – mamy świetny zespół pracowników, których model pracy i wynagrodzeń jest skonstruowany w taki sposób, by byli wyczerpani na to, że każdy szczegół, każda, nawet niebezpośrednia interakcja z klientem może mieć na niego duży wpływ.

**To wszystko robi wrażenie, natomiast ciekawi mnie, co motywuje Was do postępowania według takiego właśnie podejścia?**

Jesteśmy spółką akcyjną i nie ma co ukrywać – zysk jest dla nas bardzo ważny. Nie działamy charytatywnie i oczywistym jest, że prowadzimy ten biznes dla pieniędzy. Równolegle jednak czujemy dużą misję związaną z popularyzowaniem tematu sesji hiperbarycznych, tak by każdy potrzebujący mógł z nich skorzystać, by komory były dostępne nie tylko w metropoliach, ale też i w każdym małym mieście. Jeszcze niedawno w naszym kraju było niewiele takich urządzeń, dziś jest ich już około trzystu, a będzie jeszcze więcej. Uważam, że udaje nam się dobrze łączyć motywację ekonomiczną z poczuciem misji.

To szczególnie istotne, mając na uwadze, że myślimy o działalności długoterminowo. Naszym celem, który chcemy osiągnąć w perspektywie kilku najbliższych lat, jest zostanie europejskim liderem w tej branży. Aby było to możliwe, musimy budować relacje z naszymi klientami – zadowolony partner może przyciągnąć kolejnych, albo też samemu dalej korzystać z naszej oferty. To układ *win-win*, z którego korzysta zarówno on, jak i my. Z kolei gdybyśmy zapominali o kliencie w momencie sprzedaży, nasz biznes nie miałby szans na rozpostarcie skrzydeł.

“ **Naszym celem w perspektywie najbliższych lat jest zostanie europejskim liderem w branży komór hiperbarycznych. Aby było to możliwe, musimy budować relacje z naszymi klientami – gdybyśmy zapominali o nich w momencie sprzedaży, nasz biznes nie miałby szans na rozpostarcie skrzydeł.**

**W tym wszystkim frapuje mnie jeszcze jedna rzecz, dotycząca aspektu zdrowotnego. Czy Wasze komory posiadają stosowne certyfikaty medyczne i są rekomendowane przez specjalistów jako urządzenia, które w istotny sposób mogą poprawić stan zdrowia pacjentów,**

## **czy też są to bardziej urządzenia z branży „zdrowego stylu życia”, które pozytywnie oddziałują na organizm, ale ich roli nie można też przeceniać?**

Łagodne komory hiperbaryczne to urządzenia, które są świetnym uzupełnieniem działalności z zakresu odnowy biologicznej. Uwielbiają je chociażby sportowcy, którzy takie sesje mają na stałe wpisane w plany treningowe. Mam na myśli zarówno gwiazdy światowej klasy jak Novak Djokovic czy Michael Phelps, po naszych rodzimych żużlowców czy piłkarzy. To jest na razie nasza główna grupa docelowa. Na kolejne kroki przyjdzie czas wraz z rozwojem spółki.

Obecnie dążymy do zacertyfikowania naszych komór. Jest to proces kosztowny i wymagający, lecz gdy taki certyfikat posiadziemy, otworzy nam się nowa, duża grupa potencjalnych odbiorców, czyli szpitali oraz innego typu ośrodków medycznych. Mamy w planach produkowanie specjalnych modeli komór dostosowanych do obiektów użyteczności publicznej. Wejście na ten rynek to zresztą na ten moment jeden naszych głównych celów.

Natomiast odnośnie wykorzystania komór hiperbarycznych w medycynie – od lat, także w polskich szpitalach, wykorzystywane są komory o wysokich ciśnieniach, rzędu 3000 hPa. Użytkownik takiej komory „schodzi” na głębokość 20-22 metrów. Stosowanie takich komór wymaga zaawansowanych procedur oraz doświadczonej, wyszkolonej obsługi. Terapia w tego typu urządzeniach może szybciej przynieść pożądane efekty, ale jest też obciążona wyraźnie większym ryzykiem wystąpienia skutków ubocznych. Ze względu na to właśnie ryzyko, a także mając na uwadze dobrze rozwinięty rynek firm produkujących komory wysokociśnieniowe, świadomie nie wchodzimy jak na razie w ten segment. Jednak jako że z technicznego punktu widzenia różnica w produkcji komór wysoko- i niskociśnieniowych jest niewielka, być może zajmiemy się tym w przyszłości.

## **Czy macie w planach nie tylko udoskonalanie i sprzedawanie, lecz również produkowanie własnych komór?**

Póki co skupiamy się na sprzedaży urządzeń wyprodukowanych dla nas przez podwykonawcę, jednak na II połowę br. zaplanowaliśmy otwarcie własnego zakładu produkującego łagodne komory hiperbaryczne. Będzie się on znajdował na obrzeżach Trójmiasta. Decyzja o otwarciu produkcji wiąże się w dużej mierze z pewnymi innowacyjnymi rozwiązaniami, jakie planujemy wdrożyć w naszych komorach. Zależy nam, by mieć je pod kontrolą, by móc je wdrożyć własnoręcznie. Długofalowo nie chcemy bowiem przekazywać wszystkich naszych pomysłów do podwykonawcy w obawie, że podobnego typu rozwiązania po jakimś czasie pojawiłyby się u konkurencji. Tym bardziej, że liczymy na to, że „pozytywnie namieszają” one trochę na rynku.

## **Wspomniał Pan o konkurencji – jak się ona rysuje w tej branży? Czy w produkcję komór zaangażowani są także globalni giganci z branży medyczno-farmaceutycznej?**

Na szczęście nasza branża jest w tym momencie na tyle mała, że nie stanowi łakomego kąska dla potentatów. Na całym świecie sprzedaje się rocznie łącznie kilka tysięcy komór. To bardzo niewiele, porównując to np. do liczby sprzedawanych respiratorów. Z perspektywy gigantów potencjalny zysk jest więc w tym obszarze zbyt niewielki, by chcieli się zaangażować.

“

Branża, w której działamy jest w tym momencie na tyle mała, że nie stanowi łakomego kąska dla potentatów. Na całym świecie sprzedaje się rocznie łącznie kilka tysięcy komór. Z perspektywy gigantów potencjalny zysk jest więc w tym obszarze zbyt niewielki, by chcieli się zaangażować.

Myślę jednak, że w kontekście panującej wciąż pandemii oraz coraz silniej przebijających się w mediach informacji na temat coraz szerszego zastosowania komór hiperbarycznych – w tym liczymy, że także tych łagodnych – dynamika wzrostu ich sprzedaży będzie szybko rosła. Nie wykluczam, że wówczas na ten rynek będą chciały wejść również wielkie koncerny. Mam więc na uwadze potencjalny scenariusz, w którym duża, działająca globalnie firma stara się nas wykupić. Traktujemy to jako jedną z możliwości rozwoju naszego przedsiębiorstwa oraz – co by nie mówić – osiągnięcia dużego zysku.

**W tym momencie działacie przede wszystkim na polskim rynku – czy macie w planach dokonanie ekspansji zagranicznej?**

Mamy świadomość tego, że polski rynek, na którym dziś się koncentrujemy w końcu się nasyci – sądzę, że stanie się to w perspektywie 1,5-2 lat. Ekspansję zagraniczną traktujemy więc jako warunek konieczny dalszego rozwijania spółki i zwiększania sprzedaży. Również z myślą o niej otwieramy własną produkcję.

W tym momencie oprócz działalności na rynku polskim mamy już kilka pierwszych sprzedaży na Słowacji. W najbliższej przyszłości planujemy pojawić się z naszymi produktami także w Czechach, Rosji, Szwecji, Norwegii, Niemczech i Ukrainie.

**Jaki model ekspansji planujecie przyjąć?**

Nie chcemy otwierać zagranicznych placówek – dla firmy naszej wielkości droga ta jest raczej niemożliwa do przejścia ze względu na koszty. Naszą obecność poza granicami Polski chcemy oprzeć na sieci przeszkolonych przez nas dystrybutorów. Planujemy, by na każdym rynku funkcjonowało od jednego do trzech takich podmiotów, które wykorzystując nasze doświadczenie wdrażałyby model sprzedaży i serwisowania urządzeń w swoich krajach. W tym momencie na rynkach, o których przed chwilą wspominałem, trwają rozmowy z dystrybutorami. Myślę, że w II połowie roku będziemy mieli kilku pierwszych, oficjalnie działających partnerów sprzedających nasze produkty za granicą.

# O rozmówcy



ADAM CEGIELSKI

współzałożyciel i Prezes Zarządu, Omnioxy

**Adam Cegielski** – współzałożyciel i Prezes Zarządu Omnioxy, współwłaściciel Techjet, współzałożyciel oraz współwłaściciel Ignibit.

## Partnerzy „PPG”



SAMORZĄD  
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO



GDAŃSK

