



Dokąd zmierza „Teraz Polska”

Z ANDRZEJEM CZERNKIEM,
prezesem Fundacji Polskiego Godła
Promocyjnego „Teraz Polska”,

rozmawia Sebastian Kozłowski



– Jak wygląda dziś formuła Fundacji po wejściu Polski do Unii Europejskiej. Na ile jest aktualna, a na ile wymaga zmian?

– Na pewno znaczenie ma inna sytuacja gospodarcza, w jakiej jest Polska po akcesji. Zmian wymaga także funkcjonowanie Polskiego Programu Promocyjnego. Przestały istnieć granice wewnątrz wspólnoty i powstał jeden, duży rynek wewnętrzny. To, co do tej pory stwarzało bariery dla naszych przedsiębiorców, przestało istnieć. Tym samym istnieje możliwość swobodnego przepływu towarów z Polski i do Polski. Misja Polskiego Programu Promocyjnego zmienia się o tyle, że w nowej sytuacji gospodarczej będziemy kładli nacisk na promocję polskiego rynku. Na promocję wewnętrzną i zewnętrzną. Umożliwiając przedsiębiorcom z państw Unii zdobycie godła, będziemy dążyć do zainteresowania ich naszym rynkiem. Stanowi on jeszcze niewiadomą dla naszych partnerów z innych krajów; wciąż jest specyficzny. Kiedy byliśmy poza Unią Europejską, istniały bariery prawne, gospodarcze, celne, które uniemożliwiały wzajemne poznanie się. Rola i misja naszego programu w nowej sytuacji wiąże się z przybliżeniem naszego rynku innym krajom wspólnoty. Chcemy z jednej strony, zainteresować polskim rynkiem oferentów produktów, towarów, usług o najwyższej jakości, produkowanych w Europie, a z drugiej, pokazać w Unii wysokiej jakości towary i usługi pochodzące z Polski.

– Nowa edycja programu „Teraz Polska” zostanie otwarta dla firm z państw członkowskich UE. Jakie zainteresowanie wykazują?

– Trudno na razie mówić o dużym zainteresowaniu, gdyż od 1 października rozpoczęliśmy przyjmowanie wniosków do XV edycji Konkursu. Dopiero po dwóch-trzech miesiącach będzie można ocenić, ile jest zgłoszeń spoza Polski. Myślę, że w tej edycji nie będzie jeszcze wielu startujących przedsiębiorców europejskich, bowiem nie dysponujemy dużymi pieniędzmi na promocję godła za granicą. Staramy się wspólnie z naszymi laureatami organizować wspólne akcje promocyjne w kraju i poza nim. Na razie będzie to jedyna forma promocji godła i Konkursu w krajach członkowskich UE.

– A jak do tej pory wygląda promocja Fundacji za granicą? Jakie sukcesy i osiągnięcia są godne wspomnienia?

– Organizujemy akcje promocyjne za granicą, głównie na Wschodzie, gdyż w większości nasi laureaci są zainteresowani tymi rynkami. Przygotowaliśmy międzynarodowe, wielobranżowe wystawy pod hasłem „Teraz Polska” w Saratowie, Niznym Nowgorodzie, Nowosybirsku, Taszkencie. Zorganizowaliśmy też wystawy w Europie Zachodniej – w Rotterdamie i Mount La Joli pod Paryżem. Uważamy, że to najlepszy sposób prezentacji godła i wartości, jakie niesie ze sobą. Wszystko odbywa się z udziałem naszych laureatów, gdyż oni są najlepszym dowodem na to, ile godło znaczy.

– Dużo słyszy się ostatnio na temat ochłodzenia stosunków Warszawa-Moskwa i nawet wizyta prezydenta Kwaśniewskiego w Rosji na niewiele się zdała. Jak w tej sytuacji ocenia pan możliwość promowania godła „Teraz Polska” na Wschodzie?

– Możliwości są olbrzymie, aczkolwiek tworzenie sztucznych barier utrudnia normalną wymianę gospodarczą, jaka powinna się odbywać z Rosją. Kraj ten to potężny rynek, który jest w stanie wchłonąć wszystko, co jest produkowane w Polsce. Jest tam ciągle wielkie zainteresowanie naszymi produktami i usługami. Rosjanie dobrze pamiętają wiele naszych firm, z którymi współpracowali w ramach RWPG. Tamtejszy rynek, zwłaszcza poza Moskwą, nie jest dostatecznie nasycony, zatem występuje olbrzymie zapotrzebowanie na produkty dobrej jakości. Dlatego staramy się, aby nasze imprezy promocyjne odbywały się na terenie Rosji. W tym roku organizujemy wystawę wielobranżową „Teraz Polska” w Jekaterinburgu, która odbędzie się 16-19 listopada. Jest to szczególne miejsce, leżące na Uralu, który jest bramą na Syberię i do Azji. Duży ośrodek gospodarczy na pograniczu dwóch kontynentów, który był wcześniej obszarem zamkniętym dla zewnętrznych partnerów. Bardzo się nim interesują inni partnerzy z Unii Europejskiej – z Niemiec, Włoch, Czech. Wydział handlowy Ambasady RP

w Moskwie przekonał nas, że jest to dobre miejsce promocji polskich produktów i usług najwyższej jakości.

– W Polsce w ostatnich latach mieliśmy do czynienia z dekoniunkturą gospodarczą. Z reguły w takich sytuacjach istnieje presja na obniżanie jakości towarów i usług. Czy mimo wszystko oceniają Państwo ten okres jako korzystny i stymulujący nasze przedsiębiorstwa do utrzymania i poprawy jakości?

– Warunki gospodarcze i silna konkurencja wymuszają ciągle podwyższanie jakości. Stosowanie nowoczesnych technologii, metod produkcji stało się nieodzowne. Zderzenie naszych produktów z ofertą zagraniczną jest czynnikiem konkurencyjnym, wymuszającym nowoczesność. Oczywiście nagradzając towary i usługi najwyższej jakości pokazujemy, że można w małym i średnim przedsiębiorstwie stosować takie metody zarządzania i produkcji, które sprawiają, że oferta rynkowa jest konkurencyjna i nieustępująca w niczym towarom pochodzącym z innych krajów. W Polsce, w okresie przełomu gospodarczego, rynek zmusił zakłady, które produkowały towary tandetne i marne jakościowo, do zmian. W tej chwili tylko ci, którzy stosują nowoczesne technologie i reprezentują wysoką jakość, mają szansę na rynku. Pozostali odpadają.

– Czy poza obszarem gospodarczym Fundacja „Teraz Polska” angażuje się w inne sfery działalności, na przykład działalność charytatywną? A może zachęca polskie firmy do takiej aktywności?

– Realizujemy głównie cele statutowe, ale w miarę możliwości i środków wspieramy inne organizacje zajmujące się takimi dziedzinami. Prawo podatkowe daje polskim przedsiębiorcom dogodne instrumenty do aktywności na tym polu. Wiele firm, naszych laureatów, korzysta z tego; i wspiera organizacje pożytku publicznego. Warto też podkreślić, że w ocenie naszych ekspertów, firmy ubiegające się o godło mają tym większą szansę, im więcej w ich działalności znajduje się pozytywnych aspektów. Wśród nich jest także działalność charytatywna.

– Dziękuję za rozmowę.