

„Teraz Polska” w Unii Europejskiej



Z ANDRZEJEM CZERNKIEM, prezesem Zarządu Fundacji Polskiego Godła Promocyjnego, rozmawia Sebastian Kozłowski

Czy wejście Polski do struktur Unii Europejskiej w maju 2004 r. zmieni coś w charakterze Państwa działalności?

– Oczywiście, bowiem zmieniają się uwarunkowania gospodarcze. Udostępniony zostanie nam w większym stopniu rynek europejski, zaś nasz rodzimy otwiera się przed przedsiębiorcami z krajów Wspólnoty.

Czy posiadając znak „Teraz Polska” przedsiębiorcy, będą mogli działać w Europie więcej niż dotychczas?

– Myślę, że tak, z tego względu, iż w Europie mało jest wiedzy na temat tego, co się w Polsce robi. Pomijam kontakty specjalistyczne, w ramach których od dłuższego czasu przedsiębiorcy z krajów członkowskich Unii współpracują z naszymi przedsiębiorcami. Natomiast przeciwna wiedza na temat usług i produktów z Polski jest niewielka. Chcemy tę lukę wypełnić, prezentując polskich producentów, produkty, usługi wszędzie tam, gdzie będzie to możliwe. Chcemy organizować akcje, imprezy promocyjne w krajach członkowskich UE, aby w miarę naszych możliwości dostarczyć maksimum informacji na temat polskiej gospodarki.

A co się stanie ze znakiem „Teraz Polska”? Ostatnio głośno mówi się o tym, że symbole narodowe nie mogą być umieszczane na produktach państw członkowskich. Jak to wygląda?

– To prawda, ale nie całkiem. Prawo europejskie zabrania rządów krajów członkowskich Wspólnoty podejmowania działań, dyskryminujących towary pochodzące z zagranicy i ten przepis jest interpretowany bardzo szeroko, m.in. w ten sposób, że oznaczanie barwami narodowymi produktów danego kraju utrudnia dostęp towarom zagranicznym. Zakaz takiego

działania dotyczy rządów i organizacji rządowych. Nie odnosi się natomiast do organizacji prywatnych. W związku z tym wiele polskich programów promocyjnych, współtworzonych przez organizacje i organy rządowe trzeba będzie zakończyć lub zmienić ich formę.

Możecie dalej działać?

– Tak, bowiem w przypadku fundacji jest inaczej. Jesteśmy organizacją prywatną, nie utrzymujemy się z pieniędzy publicznych i wspomniany zakaz nas nie dotyczy. Jesteśmy w stałym kontakcie z odpowiednimi agendami Komisji Europejskiej i wsluchujemy się w ich uwagi. Dbamy o to, by nasza działalność była zgodna z prawem europejskim. Przekazujemy niezbędne informacje i wykazujemy, że Fundacja Polskiego Godła Promocyjnego jest organizacją prywatną i utrzymuje się z pieniędzy prywatnych.

Dalście się poznać jako organizacja, która prowadzi promocję pozytywną, pokazuje przykłady dobre, właściwe, uwypukla sukcesy. A czy mówicie też o produktach, których należy unikać, wskazujecie, kogo się wstydzić?

– Jak Pan słusznie zauważył, że prowadzimy kampanię pozytywną. Pokazujemy najlepszych i staramy się, aby ci, którzy nie osiągnęli odpowiedniego poziomu pod względem jakości, wzornictwa, technologii, zmieniali sposób działania, rozwijali dzięki pozytywnym przykładom. Rzecz w tym, by wytrzymywali konkurencję na rynku europejskim.

W kwietniu odbywają się Targi „Teraz Polska”. Co tym razem przygotowaliście?

– Tegoroczne targi mają charakter promocyjny. Staramy się zachęcić organizacje z innych krajów, przedsiębiorców zagranicznych, by nas odwiedzili, nawiązali kontakty z polskimi producentami. Targi służą prezentacji uczestników tegorocznej, XIV edycji Konkursu „Teraz Polska” na najlepsze produkty i usługi. W tym czasie odbywa się posiedzenie Kapituły, która wyłania 25 laureatów.

Czy można już coś powiedzieć o zwycięzcach?

– Od kilku lat w konkursie zwycięża coraz więcej firm informatycznych, komunikacyjnych. Pojawiają się też nowe branże, starające się zagospodarować nisze rynkowe. To novum w naszej gospodarce. Chcemy docenić tę wyjątkowość, świad-

cząc o tym, że przekształcenia w polskiej gospodarce zmierzają we właściwym kierunku. Pojawiają się zupełnie nowe gałęzie, branże, produkty i usługi. Najbliższa edycja będzie tego dowodem.

Jak dużo firm posiada znak „Teraz Polska”?

– Nagrodzonych zostało około trzydziestu firm, natomiast znaku używa około osiemdziesięciu. Zgodnie z regulaminem, laureat ma prawo posługiwania się godłem przez 12 miesięcy. Potem, jeśli produkt utrzymuje wysoką jakość, możliwe jest przedłużenie prawa do korzystania z godła o kolejne 12 miesięcy na zasadach komercyjnych, czyli odpłatnie. Wielu naszych laureatów wykorzystuje tę możliwość.

Są tacy, na których się zawiedliście?

– Nie zawiedliśmy się. Jest natomiast faktem, że z upływem czasu sporo produktów zestarzało się, wypadło z rynku. Część nagrodzonych firm przestała istnieć. To nieuniknione, gdy działają normalne prawa gospodarki rynkowej. Jedne produkty wypadają, inne pojawiają się.

Krótko mówiąc, wysoka jakość nie jest dana raz na zawsze...

– Tak, to ważna prawda, którą obserwujemy w naszej działalności.

Jakie są Państwa propozycje w zakresie promocji zagranicznej?

– Planujemy w tym roku zorganizowanie dwóch zagranicznych imprez promocyjnych. Pierwsza – na przełomie września i października w Taszkencie – odbędzie się w ramach programu współpracy rządów Polski i Uzbekistanu. Polska ma udzielić temu partnerowi kredytu na zakup u nas technologii, maszyn i urządzeń. Na wystawie zaprezentujemy ofertę polskich przedsiębiorstw.

A druga impreza?

– Następną planowana jest w listopadzie w Jekaterinburgu na Uralu, trzecim co do wielkości ośrodku gospodarczym Rosji. Tamtejsze władze i organizacje gospodarcze zainteresowane są kontaktami z Polską. To olbrzymie możliwości, jeśli chodzi o zbyt polskich towarów i usług. Zachęcam zainteresowanych rynkami wschodnimi do udziału, ponieważ pod hasłem „Teraz Polska” prezentujemy nie tylko naszych laureatów, lecz także wszystkich tych, którzy mogą poprzez jakość własnych produktów pokazać to, co dziś najlepsze w polskiej gospodarce.

Dziękuję za rozmowę.